



MANGO

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA

Memoria *de* SOSTENIBILIDAD

2021

Índice de contenidos

	Carta del Consejero Delegado	4
	Datos Relevantes de 2021	7
01	Acerca de Mango	8
	1.1 El grupo	9
	1.2 Trayectoria histórica	12
	1.3 Buen gobierno	14
02	Nuestra Sostenibilidad	22
03	Alcance de la Memoria y Matriz de Materialidad	29
04	Nuestro Modelo de Sostenibilidad	35
	4.1 Committed to Planet	36
	4.2 Committed to Value Chain	99
	4.3 Committed to Community	128
05	Resultados Económicos	169
06	Datos de Contacto	176
07	Anexo: cuestiones sociales y de personas	178
08	Índices	188
	Índice de contenidos GRI/ EINF/ Pacto Mundial	189
	Índice de contenidos ODS	197



MANGO

Carta del Consejero Delegado

Un año más, Mango publica una nueva edición de su Memoria de Sostenibilidad. Este documento, que hace referencia al ejercicio 2021, integra los estándares de GRI con el Estado de Información No Financiera y se incluye en las Cuentas Anuales Consolidadas de la compañía, siguiendo el modelo de los últimos años.

Tras un complejo 2020, en el que la pandemia de la Covid-19 modificó la vida de las personas de todo el mundo y, por supuesto, también nuestra manera de trabajar, 2021 ha sido un año de reconstrucción, en el que hemos conseguido excelentes resultados en un entorno complejo, adverso y difícil.

Gracias al esfuerzo de todas las personas que forman parte de Mango, hemos logrado finalizar el ejercicio 2021, en el que hemos seguido condicionados por las restricciones derivadas de la Covid-19, con una facturación de 2.234 millones de euros. Esta cifra representa un crecimiento del 21,3% respecto a 2020, muy cerca ya de recuperar las cifras previas a la pandemia.

Un ejercicio más, el canal online ha vuelto a ofrecer una evolución excelente, en una clara muestra de cómo los consumidores están cambiando sus hábitos de consumo y de cómo Mango es capaz de adaptarse a ello. Nuestro canal online ha alcanzado 942 millones de euros de facturación, el 42% del negocio total, convirtiéndose en una pieza cada vez más importante de nuestro ecosistema de distribución, del que las tiendas físicas continúan siendo

una parte fundamental. En Mango, que ha cerrado 2021 con un total de 2.447 puntos de venta en más de más de cien mercados, seguimos apostando por las tiendas físicas como un elemento clave para el contacto con nuestros clientes.

En un año no exento de complicaciones, como todas aquellas derivadas de la ruptura de la cadena de suministro y de todavía algunas medidas para contener la pandemia, hemos conseguido también mejorar de forma notable nuestro resultado, incluso respecto a 2019. A final de año, nuestra posición de caja es casi equivalente a la deuda, con lo que podemos decir que hemos terminado 2021 con una deuda neta cero.

Los resultados del ejercicio 2021 nos permiten afrontar el futuro con optimismo y con recursos para invertir y ser más competitivos. Además, son el reflejo de que estamos haciendo bien nuestro trabajo y de que nuestras clientas y clientes reconocen y aprecian nuestros servicios y oferta.

A lo largo de los últimos doce meses, en Mango hemos seguido haciendo gala del espíritu innovador que nos caracteriza desde nuestra fundación, continuando nuestra transformación tecnológica, invirtiendo y reformando tiendas en todo el mundo e impulsando nuevas iniciativas.

En febrero estrenamos nuestro nuevo concepto de tienda, con el que queremos reflejar una cultura y un espíritu mediterráneo y sostenible. Tras implantarlo



en Düsseldorf, hemos continuado llevándolo a otros rincones del mundo, incluyendo nuestra *flagship* de Paseo de Gracia de Barcelona, la calle que nos vio nacer hace casi cuarenta años, u Oxford Street, en Londres. En 2021 hemos invertido diez millones de euros en poner al día cuarenta de nuestras tiendas, un proceso que continuaremos en 2022 y en los siguientes ejercicios, incluyendo también las tiendas de Mango Man y Mango Kids.

En el último ejercicio nos hemos introducido, por ejemplo, en el universo de la moda para adolescentes con nuestra nueva línea Teen, pero también en artículos para el hogar con Mango Home, a la vez que hemos integrado Violeta en Mango Woman y hemos entrado en categorías como perfumería.

También hemos dado otro paso adelante con la creación de la marca Alter Made y hemos puesto en marcha nuestro *marketplace* multimarca, que nos permitirá introducir nuevas categorías de producto en nuestra web de forma progresiva.

Hemos comenzado también a sentar las bases de la que será nuestra nueva casa, Campus Mango, y a ampliar nuestro corazón logístico, el centro de distribución de Lliçà d'Amunt, en Barcelona. El nuevo Campus Mango, que servirá como motor de transformación y evolución para la organización y estará alineado con nuestra cultura de empresa, contará con una superficie total de 93.400 metros cuadrados y estará plenamente operativo en 2024. En 2021 hemos comenzado la ampliación

de nuestro centro logístico principal, lo que nos permitirán sumar 90.000 metros cuadrados a los 180.000 metros cuadrados actuales.

Tecnología, tiendas, nuevos conceptos, logística y, por supuesto, sostenibilidad. Un año más, en Mango volvemos a comprometernos a largo plazo con la sostenibilidad y avanzamos en nuestro compromiso con el planeta, la cadena de valor y la comunidad, con programas e iniciativas organizados en tres grandes áreas: Committed to Planet, Committed to Value Chain y Committed to Community.

Después de actualizar nuestros objetivos sostenibles en 2020, a cierre de 2021 volvemos a hacerlo, demostrando el esfuerzo de Mango por ser una empresa cada vez más comprometida y volcada en que la industria de la moda avance más rápido hacia la consecución de los objetivos de desarrollo sostenible. En este sentido, en Mango continuamos dando apoyo al Pacto Mundial de Naciones Unidas y mantenemos nuestro compromiso con UN Fashion Industry Charter for Climate Action, que promueve la colaboración entre diferentes grupos de interés para que el sector alcance sus objetivos climáticos de reducción de emisiones.

Este año, nos hemos convertido en la primera empresa española de la industria de la moda en hacer pública la lista de fábricas de nivel 1 (confección) y nivel 2 (procesos productivos) y hemos ratificado nuestro apoyo al International Accord para avanzar en la mejora de las condiciones

de seguridad en las fábricas de producción de Bangladesh y otros países del entorno. Estos dos hitos, que se continuarán desarrollando en 2022 y años sucesivos, son una muestra más de nuestra apuesta por la mejora de los estándares sociales y por conseguir una cada vez mayor trazabilidad de nuestra cadena de valor.

Con la mirada puesta en el planeta, en Mango hemos hecho públicos nuestros objetivos de reducción de emisiones de CO₂ y los hemos presentado ya a la Science Based Targets Initiative, con un plan para reducir un 80% nuestras emisiones directas y un 35% las indirectas hasta 2030, con la mirada puesta en alcanzar emisiones cero en 2050. Además, hemos seguido avanzando en la sustitución de plásticos desde origen y hemos lanzado las nuevas bolsas de papel en producciones de China, Turquía y Marruecos, eliminando casi veinte millones de bolsas de plástico.

El avance en sostenibilidad es uno de los ejes transversales de nuestro nuevo plan estratégico, al que acabamos de dar luz verde y que cubrirá los ejercicios 2022, 2023 y 2024. Para impulsar nuestro crecimiento y rentabilidad, durante los próximos tres años nos centraremos en activar cinco palancas (cliente, producto, tiendas, online y geografías), con el objetivo de reforzar nuestra posición como una de las principales empresas de Europa de nuestro sector.

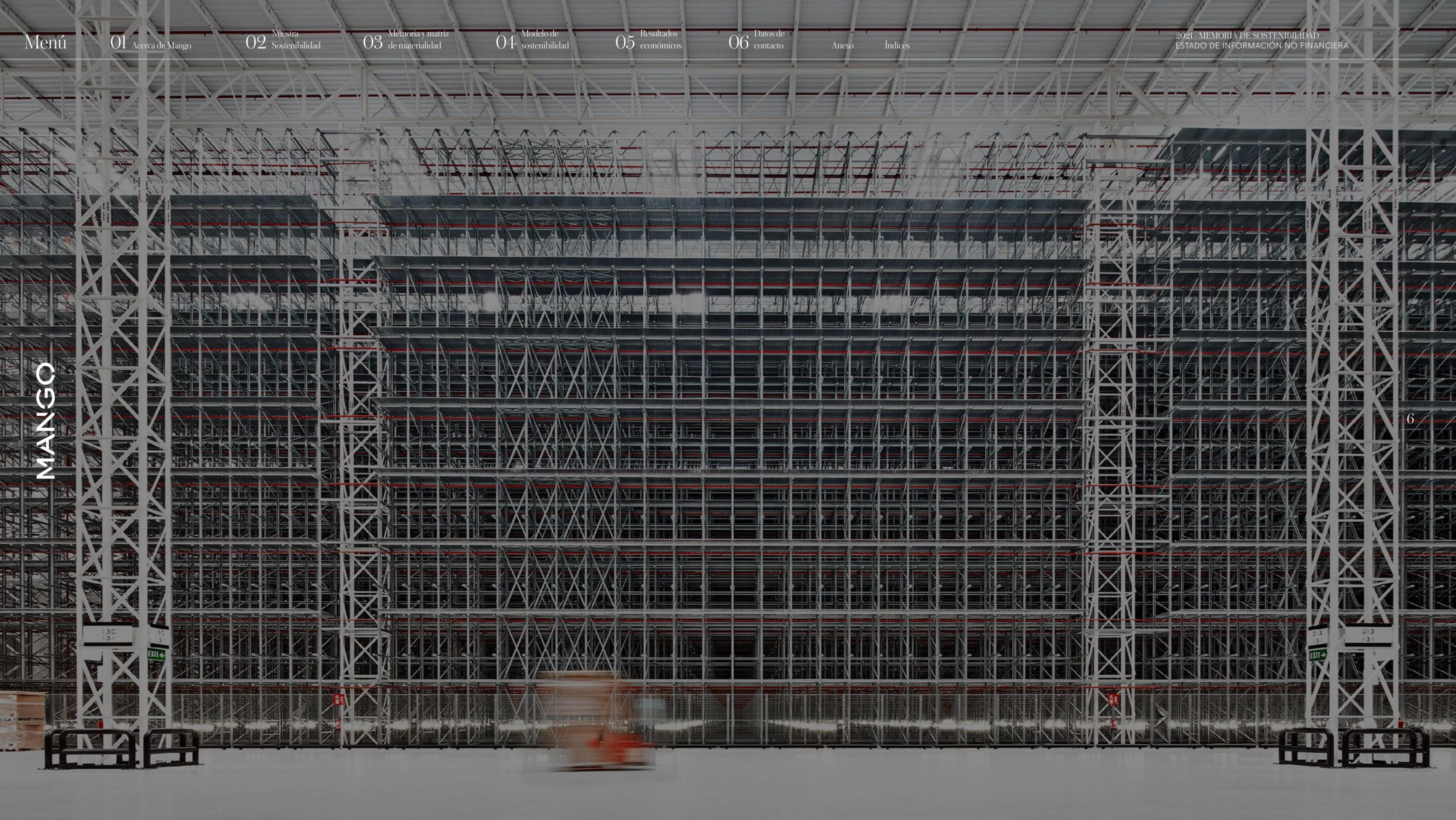
Todas estas cifras, proyectos e iniciativas no son otra cosa que el resultado del esfuerzo colectivo

y el compromiso de todos los equipos, que un año más han seguido construyendo Mango. Gracias al trabajo de todos, hemos superado todos los retos que nos habíamos marcado, a pesar de que la pandemia ha tenido una evolución diferente a la deseada y a la incertidumbre que ello ha generado. El equipo de Mango ha demostrado, igual que lo hizo en 2020, flexibilidad y capacidad de adaptación en un entorno tan complejo como el que vivimos actualmente. Por complejo que sea el contexto, por desafiantes que sean los retos que nos marcamos, en Mango contamos con el talento, el empuje y la experiencia para hacer de 2022 otro año de éxitos para nuestro proyecto.



Toni Ruiz
Consejero Delegado

MANGO



Datos Relevantes 2021

VENTAS

2.234

millones €
de facturación

PROVEEDORES

1.009

fábricas utilizadas

COLABORADORES

12.762

personas
en plantilla

MERCADO

+110

mercados con
presencia física

MEDIO AMBIENTE

759

tiendas con contene-
dores de reciclaje textil
(Committed Box)

79%

venta en
mercados exteriores

+139

millones de
unidades fabricadas

10.048

mujeres
en plantilla

2.447

puntos de venta

99%

Jeans Woman
Committed

42%

facturación en
el canal online

484

proveedores de prendas
y complementos
y artículos para casa

32

edad media
de la plantilla (años)

794.731

m² de superficie
de venta

101

millones de unidades
Committed

Acerca de Mango

01

P. 9 | El grupo

P. 12 | Trayectoria histórica

P. 14 | Buen gobierno

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, así como otras categorías como decoración, menaje y utensilios del hogar.

MANGO

Mango inició su actividad en 1984 de la mano de Isak Andic, que puso en marcha una primera tienda en Paseo de Gracia de Barcelona, para posteriormente comenzar el desarrollo internacional. Hoy en día, Isak Andic se mantiene como presidente no ejecutivo de Mango, que se ha convertido en la empresa española de moda más internacional por número de países en que opera y uno de los principales grupos europeos del sector.

Aunque Mango comenzó su actividad centrada en el público femenino, con los años ha diversificado su actividad. En 2008, la compañía entró en moda masculina con el lanzamiento de Mango Man; en 2013 se introdujo en moda infantil con Mango Kids y en 2020 apostó por una línea para adolescentes, Teen. En 2021, adaptándose a los nuevos hábitos de consumo provocados por la pandemia de la Covid-19, la empresa se reforzó con una línea de artículos para el hogar y amplió su cartera de productos con cosmética y perfumería.

En 2021, el grupo ha dado otro paso adelante en su diversificación con la creación de la marca Alter Made, que nace en el marco de la estrategia de innovación de Mango.

Mango comercializa sus productos a través de tiendas propias, franquicias y el canal online. A cierre de 2021, el grupo contaba con 2.447 puntos de venta monomarca, 788 propios y 1.659 franquicias, con una superficie total de venta de 794.731 metros cuadrados. Mango está presente en más de cien países de todo el mundo.

En 2021, el grupo registró un volumen de negocio de 2.234 millones de euros, un 79% de los cuales correspondió a los mercados internacionales y, el resto, a España. Con una producción de 139.527.535 prendas y accesorios en 2021, Mango es el segundo exportador textil de España.

Mango tiene su sede central en Palau-solità i Plegamans, en Barcelona, desde donde el grupo gestiona todas sus operaciones y puntos de venta en todo el mundo. Divididos entre personal de tienda, logística y servicios centrales, los equipos de Mango se reparten por todo el mundo, alcanzando un total de cerca de 13.000 personas.

En 2021, el grupo ha comenzado la construcción de un nuevo edificio corporativo ubicado junto a sus instalaciones actuales, con una inversión prevista de

42 millones de euros. Campus Mango, nombre que recibirá la sede central del grupo con la finalización de las obras, estará compuesto por el edificio de nueva construcción y por el actual centro de diseño de la empresa, El Hangar. Campus Mango está concebido como un centro de I+D que maximice el desarrollo profesional de todos los empleados y que, además, garantice la flexibilidad necesaria para afrontar las cambiantes necesidades futuras.

Con una completa estructura logística, Mango logra dar respuesta a las necesidades de sus clientes en todo el mundo, tanto en puntos de venta físicos como en su plataforma online. El grupo centraliza su actividad logística en la plataforma de Lliçà d'Amunt (Barcelona), aunque tiene también otros centros en Parets del Vallès (Barcelona), Palau-Solità i Plegamans, A Coruña y Terrassa, siendo este último un almacén de materiales.

Fuera de España, Mango cuenta con almacenes en países como Alemania, China, Corea del Sur, Estados Unidos, México, Turquía y Rusia, principalmente para prestar servicio al canal online. En China y Turquía, la empresa tiene también oficinas de apoyo administrativo y para el control de calidad en origen.

También en 2021, Mango ha comenzado las obras de ampliación de su centro logístico de Lliçà d'Amunt, que supondrán una inversión de 88 millones y permitirán agregar 90.000 metros cuadrados a los 180.000 metros cuadrados actuales. Puesto en marcha en 2019, el centro de Lliçà deberá acoger la operación de ecommerce para ochenta mercados y dar respuesta a la expansión internacional una vez complete su ampliación.

Expansión

Mango en el mundo

○ **788** PUNTOS DE VENTA PROPIOS
(2020: 816)

● **1.659** PUNTOS DE VENTA FRANQUICIADOS
(2020: 1.405)

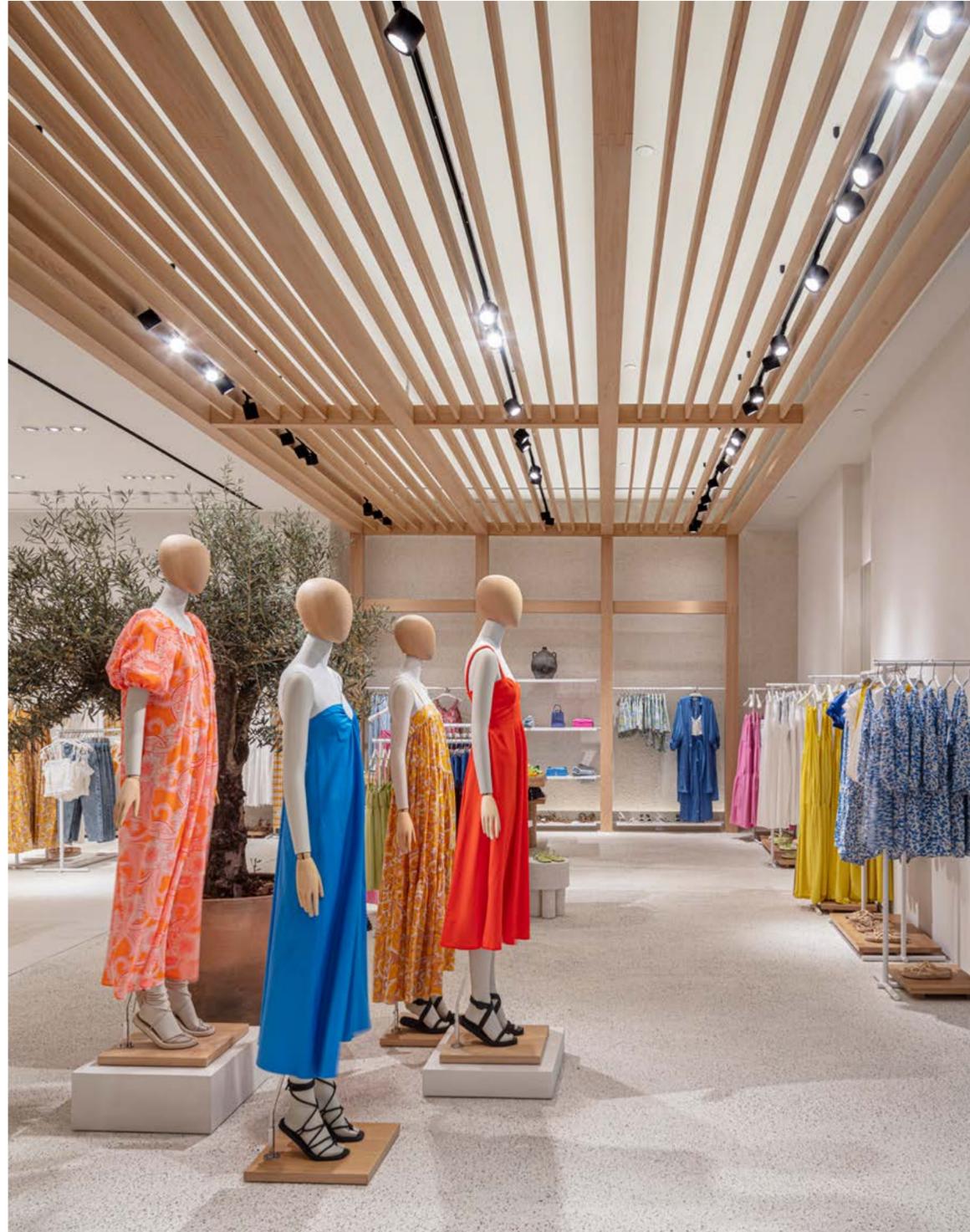
● **2.447** TOTAL PUNTOS DE VENTA
(2020: 2.221)

ÁFRICA	○	●	●
SUDÁFRICA	0	22	22
EGIPTO	0	7	7
TÚNEZ	0	5	5
MAURICIO	0	4	4
NIGERIA	0	4	4
LIBIA	0	3	3
NAMIBIA	0	3	3
COSTA DE MARFIL	0	2	2
REP.DEMOCRÁTICA DEL CONGO	0	2	2
ANGOLA	0	1	1
BURKINA FASO	0	1	1
GUINEA ECUATORIAL	0	1	1
KENYA	0	1	1
SENEGAL	0	1	1
ARGELIA	0	1	1
TOTAL	0	58	58

AMÉRICA	○	●	●
CANADÁ	0	96	96
MÉXICO	1	48	49
CHILE	0	46	46
COLOMBIA	0	43	43
PERÚ	0	37	37
ESTADOS UNIDOS	8	1	9
ECUADOR	0	6	6
VENEZUELA	0	5	5
GUATEMALA	0	4	4
BERMUDAS	0	3	3
COSTA RICA	0	3	3
PANAMÁ	0	3	3
BOLIVIA	0	2	2
CUBA	0	2	2
PARAGUAY	0	2	2
CURAZAO (ANTILLAS H.)	0	1	1
ARUBA (ANTILLAS H.)	0	1	1
EL SALVADOR	0	1	1
PUERTO RICO	0	1	1
REP. DOMINICANA	0	1	1
SURINAME	0	1	1
URUGUAY	0	1	1
TOTAL	9	308	317

ASIA	○	●	●
ISRAEL	0	48	48
ARABIA SAUDÍ	0	47	47
INDIA	0	46	46
FILIPINAS	0	37	37
KAZAJISTÁN	0	22	22
TAIWÁN	0	20	20
TAILANDIA	0	18	18
INDONESIA	0	17	17
EMIRATOS ÁRABES UNIDOS	0	16	16
VIETNAM	0	16	16
SINGAPUR	4	11	15
QATAR	0	8	8
IRÁN	0	7	7
REP. POP. CHINA	2	4	6
MALASIA	0	6	6
COREA DEL SUR	2	3	5
KUWAIT	0	5	5
IRAK	0	4	4
JORDANIA	0	4	4
LÍBANO	0	4	4
PAKISTÁN	0	4	4
SRI LANKA	0	4	4
MONGOLIA	0	3	3
KIRGUISTÁN	0	2	2
MYANMAR	0	2	2
OMÁN	0	2	2
UZBEKISTÁN	0	2	2
BARÉIN	0	1	1
CAMBOYA	0	1	1
PALESTINA	0	1	1
HONG KONG SAR	1	0	1
LAOS	0	1	1
MALDIVAS	0	1	1
SIRIA	0	1	1
TOTAL	9	368	377

EUROPA	○	●	●
ESPAÑA	217	148	365
ALEMANIA	58	260	318
FRANCIA	111	112	223
RUSIA	55	65	120
BÉLGICA	11	68	79
TURQUÍA	78	0	78
ITALIA	47	26	73
SUIZA	9	60	69
PORTUGAL	30	22	52
REINO UNIDO	36	13	49
AUSTRIA	9	27	36
PAÍSES BAJOS	10	18	28
POLONIA	19	6	25
CROACIA	15	1	16
IRLANDA	5	10	15
RUMANÍA	15	0	15
GRECIA	5	9	14
UCRANIA	7	7	14
LITUANIA	0	11	11
ANDORRA	3	5	8
CHIPRE	0	8	8
REP. CHECA	6	2	8
LETONIA	0	7	7
ESTONIA	0	5	5
HUNGRÍA	5	0	5
AZERBAIJAN	0	4	4
BIELORRUSIA	0	4	4
BULGARIA	2	2	4
DINAMARCA	4	0	4
ESLOVAQUIA	3	1	4
FINLANDIA	4	0	4
GEORGIA	0	4	4
LUXEMBURGO	1	3	4
ARMENIA	0	3	3
NORUEGA	2	1	3
SUECIA	3	0	3
ALBANIA	0	2	2
ESLOVENIA	0	2	2
MACEDONIA	0	2	2
MALTA	0	2	2
SERBIA	0	2	2
BOSNIA-HERZEGOVINA	0	1	1
MOLDAVIA	0	1	1
MONTENEGRO	0	1	1
TOTAL	770	925	1695



SISTEMA DE FRANQUICIAS

Las franquicias representan uno de los pilares fundamentales de nuestro modelo de negocio. Mango ha crecido de la mano de sus socios locales, llegando a ser una de las empresas franquiciadoras de mayor importancia en el mundo.

El sistema de franquicia se impulsa principalmente en países donde las características culturales y administrativas son complejas y resulta más adecuado que la gestión se lleve a cabo por parte de equipos del propio país. Asimismo, este sistema de gestión se aplica también en los casos en que el franquiciado dispone de una buena localización y cuando las características del mercado local lo hacen más apropiado, incluso en países donde existen tiendas propias.

La relación con los franquiciados es próxima, basada en un diálogo permanente a través de los diferentes canales. Mango pone a su disposición un completo equipo que les brinda 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.

Trayectoria histórica



Trayectoria histórica

2013

Lanzamiento de la línea Mango Kids para entrar en el segmento infantil.

2014

El ecommerce crece: la plataforma online incorpora doce nuevos países.

2017

Mango se vuelca en sostenibilidad con el lanzamiento de la primera colección producida con materiales sostenibles: Mango Committed.

2018

Nombramiento de Toni Ruiz como primer ejecutivo de la compañía.

2019

Puesta en marcha de Mango Innovation Center, un centro de innovación en el distrito tecnológico del 22@ de Barcelona.

Mango lanza su programa de fidelización de cliente: Mango likes you.

2020

Reacción frente a la Covid-19: donaciones y ayudas para paliar los efectos de la pandemia.

Mango.com celebra su vigésimo aniversario y alcanza el 42% de las ventas del grupo.

2021

Mango prosigue su diversificación y lanza Mango Home, así como la nueva marca Alter Made.

La empresa pone en marcha la ampliación en 90.000 m² de su plataforma logística de Lliçà d'Amunt.

El grupo comienza la construcción del futuro Campus Mango, su nueva sede central, con una superficie total de 93.400 m² que estará plenamente operativo en 2024.

Mango inicia en Dusseldorf (Alemania) la implantación de su nuevo concepto de tienda Med, en el que prevalece la cultura y el estilo inspirados en el Mediterráneo.

Mango es reconocida como la mejor empresa española del sector de la moda en que trabajar según el ránking *World's best employers 2021* de Forbes.

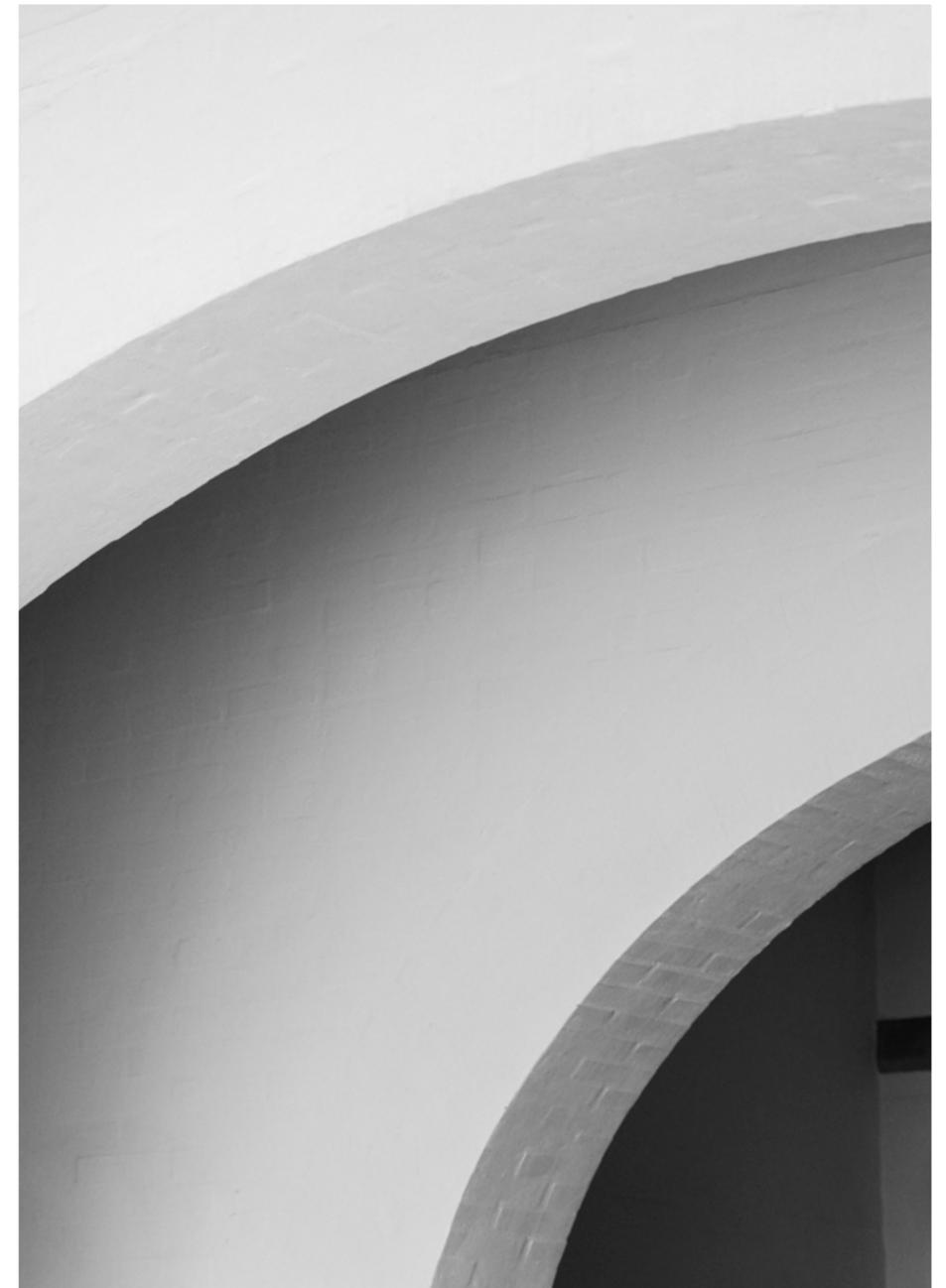
Buen gobierno

ESTRUCTURA DE GOBIERNO

Mango es una empresa familiar cuyo máximo órgano ejecutivo es el Comité de Dirección, formado por once miembros que representan las áreas clave de la empresa y gestionan y coordinan el día a día de Mango.

En paralelo, el grupo cuenta con otros comités en áreas clave, la principal de las cuales es sostenibilidad. En 2021 se creó el Comité de Sostenibilidad, formado por varios miembros del Comité de Dirección y de otras áreas relevantes en la toma de decisiones en la estrategia de sostenibilidad.

El objetivo del Comité de Sostenibilidad es supervisar la implantación de las políticas de desarrollo sostenible en Mango, así como impulsar la toma de decisiones en cuestiones transversales que afectan a varias áreas de negocio de la organización.



Buen gobierno
Gobierno Corporativo

MANGO

COMITÉ DE DIRECCIÓN

Isak Andic
PRESIDENTE NO EJECUTIVO

Toni Ruiz Tubau
CONSEJERO DELEGADO

Jonathan Andic
DIRECTOR DE MAN Y CONSTRUCTION MANAGEMENT

Elena Carasso Batlle
DIRECTORA DE ONLINE Y CLIENTE

Luis Casacuberta Bausili
DIRECTOR DE WOMAN, KIDS, HOME

Daniel López García
DIRECTOR DE EXPANSIÓN Y FRANQUICIAS

Jordi Alex Moreno Sanchís
DIRECTOR DE TECNOLOGÍA, DATOS, PRIVACIDAD Y SEGURIDAD

Antonio Pascual Barroso
DIRECTOR DE SUPPLY CHAIN

David Payeras
DIRECTOR DE PEOPLE

Margarita Salvans Puigbó
DIRECTORA FINANCIERA

César de Vicente Sandoval
DIRECTOR DE RETAIL

COMITÉ DE SOSTENIBILIDAD

Toni Ruiz Tubau
CONSEJERO DELEGADO

Jonathan Andic
DIRECTOR DE MAN Y CONSTRUCTION MANAGEMENT

Beatriz Bayo González
DIRECTORA DE SOSTENIBILIDAD

Elena Carasso Batlle
DIRECTORA DE ONLINE Y CLIENTE

Luis Casacuberta Bausili
DIRECTOR DE WOMAN, KIDS, HOME

Andrés Fernandez Gómez
DIRECTOR DE SOURCING Y SOSTENIBILIDAD

Luis Maseres Ghiloni
DIRECTOR DE WOMAN

Berta Moral Cebrián
DIRECTORA DE KIDS

Pilar Riaño Díez
DIRECTORA DE COMUNICACIÓN EXTERNA Y RR.II.

Margarita Salvans Puigbó
DIRECTORA FINANCIERA

Diego Sebastián Iriarte
DIRECTOR DE CX, COMUNICACIÓN E IMAGEN

Laura Vila Masegosa
DIRECTORA DE HOME

Buen gobierno

Valores Mango

Caring, Committed, Entrepreneurial mindset, Authentic y Culturally curious son nuestros valores y guían la evolución de toda nuestra organización y su comportamiento en todos los ámbitos de influencia, tanto internos como externos. Estos valores corporativos se traducen, a su vez, en cinco valores de la marca: *Community, Culture, Innovation, Style* y *Commitment to Diversity*. La misión de Mango es inspirar al mundo compartiendo su pasión por el estilo y la cultura mediterráneos. Esta misión se refleja en cinco valores que hacen referencia a sus productos y servicios y son lo que los consumidores perciben de nosotros. Estos cinco elementos posicionan de forma externa a nuestra marca y la dotan de sentido para llegar al corazón de los consumidores.

En Mango creemos en todas las personas que forman parte de nuestra organización, así como en nuestros clientes y nuestros socios, y promovemos relaciones humildes y cercanas, de donde emanan los valores *Caring* y *Community*. El arte y la cultura hacen del mundo un lugar más inspirador y, de hecho, en Mango tenemos la belleza, el estilo y la atención al detalle en nuestro ADN, por lo que *Culturally curious* y *Culture* son nuestros segundos valores.

Pensar diferente e innovar están en nuestra razón de ser y nos gusta hacer que las cosas pasen rápido, con *Entrepreneurial Mindset* e *Innovation*. En Mango estamos orgullosos de lo que somos, no somos una marca seguidora, sino que somos auténticos (*Authentic*) y con estilo (*Style*). Por último,

en Mango apostamos por actuar con armonía con todo nuestro entorno (de la sociedad a la naturaleza), por lo que hemos hecho de *Committed* y *Commitment Diversity* nuestros quintos valores.

Mango renovó sus valores corporativos y de marca en 2020 a través de un ejercicio con todos sus colaboradores. Con este trabajo, que contó con más de 12.000 propuestas de colaboradores de todo el mundo, definimos los comportamientos asociados a cada valor, con el objetivo de que todas las áreas, actividades y actitudes de la empresa queden impregnados de ellos.



Buen gobierno

Gestión del riesgo

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

MANGO

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 resto de departamentos de la compañía.

El departamento de Control Interno y Compliance y los órganos de gobierno también analizan los posibles riesgos en materia de corrupción y trabajan para evitar que se produzcan situaciones de riesgo. Este departamento dispone de mecanismos preventivos y reactivos de control, con la finalidad de evaluar la situación e implementar medidas en aquellas áreas en que se precise. La compañía dispone de una metodología de trabajo que permite detectar riesgos no financieros tanto en materia de *compliance* penal y cumplimiento normativo como

en materia de derechos humanos, buenas prácticas de negocio y, en general, buen gobierno corporativo. Entre ellos destacan los riesgos en corrupción, soborno, fraude, blanqueo de capitales, delitos contra organismos públicos y delitos contra los recursos naturales y el medioambiente.

Para mejorar y asegurar la eficacia de los procedimientos de control interno implantados, en 2021 se ha llevado a cabo una evaluación de los riesgos potenciales vinculados al negocio y operaciones de Mango. La finalidad es dibujar el mapa de riesgos para visualizar su magnitud, detectar posibles áreas de mejora y priorizar la implantación de estrategias para minimizarlos o eliminarlos. Para lograr un alcance más global, se identificaron diferentes áreas de la compañía cuyos responsables fueron entrevistados por expertos de una consultora externa. El mapa será aprobado por el Comité de Dirección a lo largo de 2022 y se darán los detalles en la próxima memoria del grupo.



Buen gobierno

Código ético y de conductas responsables

MANGO

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 siempre tenemos presentes en nuestra actividad comercial.

Este documento describe los principios de negocio responsable en cuanto a:

1. Condiciones laborales
2. Seguridad y salud
3. Igualdad de oportunidades
4. Desarrollo profesional
5. Relación con terceros
6. Competencia leal
7. Propiedad intelectual e industrial
8. Respeto por las políticas y normativas legales
9. Protección de datos y privacidad
10. Medio ambiente y sostenibilidad
11. Responsabilidad financiera y fiscal

En este código también se manifiesta el proceso a seguir frente a un incumplimiento de cualquier ámbito, que se detalla en el propio Código Ético.

La transparencia constituye la base de nuestras acciones y de nuestras relaciones profesionales. Todos los empleados y colaboradores de Mango están comprometidos con mantener y demostrar una conducta ética, transparente e íntegra en su desempeño diario, así como en las relaciones con los grupos de interés identificados por la compañía.

Por este motivo, ante cualquier situación que conlleve un comportamiento no ético o disconforme con el Código Ético, existe un canal de comunicación para la correcta gestión de las posibles denuncias, dudas o comentarios que puedan surgir.

En el documento, se informa de la existencia del canal de denuncias, a través del cual las personas que tienen relación con la compañía pueden comunicar acciones o situaciones contrarias a la legislación, al Código Ético o a normativas internas de la empresa.

En 2021 se recibieron ocho consultas en este canal (seis en 2020), relacionadas con políticas internas, desarrollo profesional y comportamientos éticos del grupo. Todas ellas fueron gestionadas y resueltas con la colaboración de los departamentos correspondientes según el procedimiento detallado anteriormente. Existe además un Comité de Compliance que está formado por cinco miembros del Comité de Dirección, chief compliance officer, el área de Legal, Privacidad y puntualmente pueden participar otras áreas corporativas de la compañía.

CANALES DE RECEPCIÓN DE DENUNCIAS

- Correo electrónico: ethics@mango.com
- Correo postal: Calle Mercaders 9-11, Polígono Industrial Riera de Caldes de Palau-solità i Plegamans 08184 (Barcelona). A la atención de canal de denuncias.
- Verbalmente a los gestores del canal de denuncias o a través de la figura del Business Partner del departamento que le corresponda al área afectada.

Cuando se recibe un incidente en el canal de denuncias se pone en marcha el protocolo de actuación definido:

- Asegurar que el incidente queda enmarcado dentro del Código Ético. En caso de que no se deba tratar en este canal, se deberán justificar los motivos.
- Dar acuse de recibo en un plazo máximo de siete días por parte de los responsables del canal de denuncias (departamento de Control Interno y Departamento Legal, entre otros) que registran el incidente denunciado para su posterior gestión.

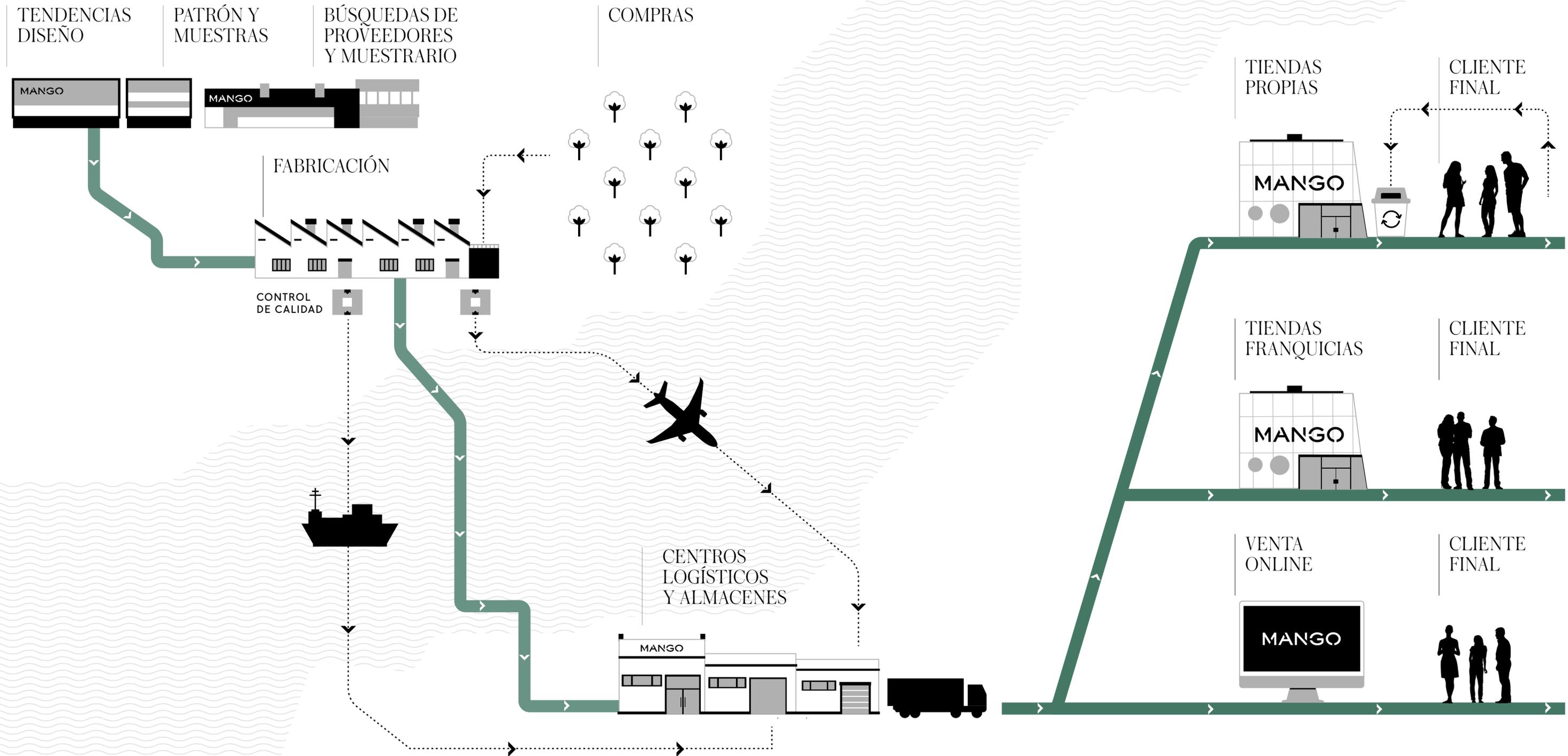
- Gestionar la incidencia con el departamento correspondiente, cuyo responsable será el encargado de llevar a cabo la investigación, redacción del informe y comunicación al denunciado, denunciante y miembro del Comité de Dirección responsable del área en cuestión.
- Finalizar la gestión de la incidencia en un plazo máximo de tres meses desde el acuse de recibo.
- Redactar el informe e informar al Comité de Compliance, y si fuese necesario, a otros órganos de gobierno. En caso de tener que aplicar algún tipo de sanción, se involucrará siempre al departamento de People (área Laboral).

El procedimiento mencionado, así como información de los responsables de cada área y otros detalles, se describen en el manual del canal de denuncias. Las denuncias se reportan semestralmente al Comité de Compliance.

El Código Ético es aplicable a todos los empleados de la organización, pero también a los colaboradores externos y a los socios comerciales, por lo que es un documento público disponible en la web página web de Mango.

La cadena de valor

MANGO



La estrategia de Mango

Transmitir nuestra pasión por la moda y nuestro carácter mediterráneo a la vez que generamos valor a la sociedad. Esta es la visión estratégica de Mango.

Desde nuestra fundación, la estrategia de negocio ha estado enfocada al servicio al cliente como el centro de toda la operativa de la empresa. Apostando por un producto de diseño propio y de calidad, siguiendo las tendencias más actuales, trabajamos día a día para dar respuesta a las necesidades del consumidor. Todos aquellos departamentos implicados en aportar valor al cliente revisan periódicamente su plan de acción con los órganos de gobierno para asegurar que están alineados con la estrategia de la compañía.

MANGO



Hoy más que nunca, en Mango se prioriza el cuidado en la selección de los materiales de nuestros productos, cada vez más sostenibles, de origen trazable, que garanticen la reducción en el uso de recursos naturales y promuevan soluciones circulares en su ciclo de vida. La calidad y la atención por los pequeños detalles son también una parte fundamental de nuestro ADN.

La apuesta por la innovación tecnológica y la digitalización que contribuyan a ser más eficientes en las operaciones de la compañía son también aspectos clave del negocio. A medida que la transformación

digital sigue avanzando, el ritmo al que se producen los cambios aumenta y es necesaria mayor agilidad para la adaptación.

La actitud positiva y la rapidez de respuesta para adaptarnos al cambio son fundamentales para el desarrollo de una cultura resiliente dentro de la compañía, sin perder los valores profesionales que se respiran en Mango como sello de identidad. Por encima de todo, la confianza en las personas que forman el equipo de Mango ha sido esencial para conseguir la resiliencia de la organización.

MANGO

Nuestra Sostenibilidad 02

P. 23 | Plan Estratégico de Sostenibilidad

P. 25 | Mapa de riesgos de la cadena de valor

P. 26 | Alianzas con los grupos de interés

Plan estratégico de sostenibilidad

Año tras año, en Mango avanzamos en la construcción de una estructura y una visión sólida de la sostenibilidad, entendiéndola como una parte intrínseca de la organización que nos lleva a un compromiso con el desarrollo sostenible.

Revisamos anualmente nuestro Plan Estratégico de Sostenibilidad para actualizarlo al ritmo de la industria, con compromisos y proyectos ambiciosos para seguir adelante con la transición hacia un modelo de negocio más sostenible y de menor impacto ambiental.

Todos y cada uno de los empleados de Mango implanta acciones de sostenibilidad impulsados transversalmente por el departamento de Sostenibilidad, en estrecha colaboración con áreas clave y a través de alianzas externas.

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

El Plan Estratégico de Sostenibilidad marca fundamentalmente la hoja de ruta en la que se definen proyectos y objetivos ambiciosos alineados con los pilares del Fashion Pact, así como de otras iniciativas a las que estamos adheridos, para avanzar en los objetivos comunes marcados como empresa, pero también como parte de la industria.

En Mango organizamos nuestro camino hacia la sostenibilidad en tres grandes conceptos, que reflejan, a su vez, nuestros valores como compañía: Committed to Planet, Committed to Value Chain y Committed to Community.

Nuestro plan sigue marcado, además, por los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Organización de 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 de la Agenda Global 2030. En 2021 hemos reforzado el mensaje de los ODS a través de formación interna a empleados de Mango, así como a proveedores.

Los objetivos que nos hemos marcado en el plan estratégico se detallan en el apartado de Committed to Planet y en Committed to Value Chain.



¿Cómo medimos nuestro desempeño?

Para asegurar que Mango cumple con los estándares éticos y sostenibles más altos, nuestro plan estratégico está constantemente en revisión y se nutre de herramientas como el Higg Brand & Retail Module (Higg BRM) para identificar puntos fuertes y oportunidades de mejora a lo largo de nuestra cadena de valor.

El Higg BRM mide el desempeño ambiental y social en toda la cadena de valor. Es una herramienta de evaluación en desempeño sostenible desarrollada por la Sustainable Apparel Coalition (SAC) y su partner tecnológico, Higg. A través de un cuestionario se evalúan todas las etapas del ciclo de vida de nuestros productos a medida que pasan por las operaciones de la empresa, desde el suministro de materiales hasta el final del uso de los productos.

Mango, como miembro de la SAC desde 2020, tiene la obligación de responder anualmente esta autoevaluación y posteriormente ha de ser verificada. Este año, hemos optado por verificar nuestra autoevaluación en la modalidad "Reasonable", la más exhaustiva, a través de una auditora externa homologada por la SAC: Leadership & Sustainability. Este procedimiento nos ha permitido profundizar más en nuestros procedimientos a la vez que nos ha permitido identificar y priorizar áreas de mejora, y comparar nuestros resultados con otras compañías miembro de la SAC.

RESULTADOS VERIFICADOS HIGG BRM

DESEMPEÑO AMBIENTAL

65,8%

DESEMPEÑO SOCIAL

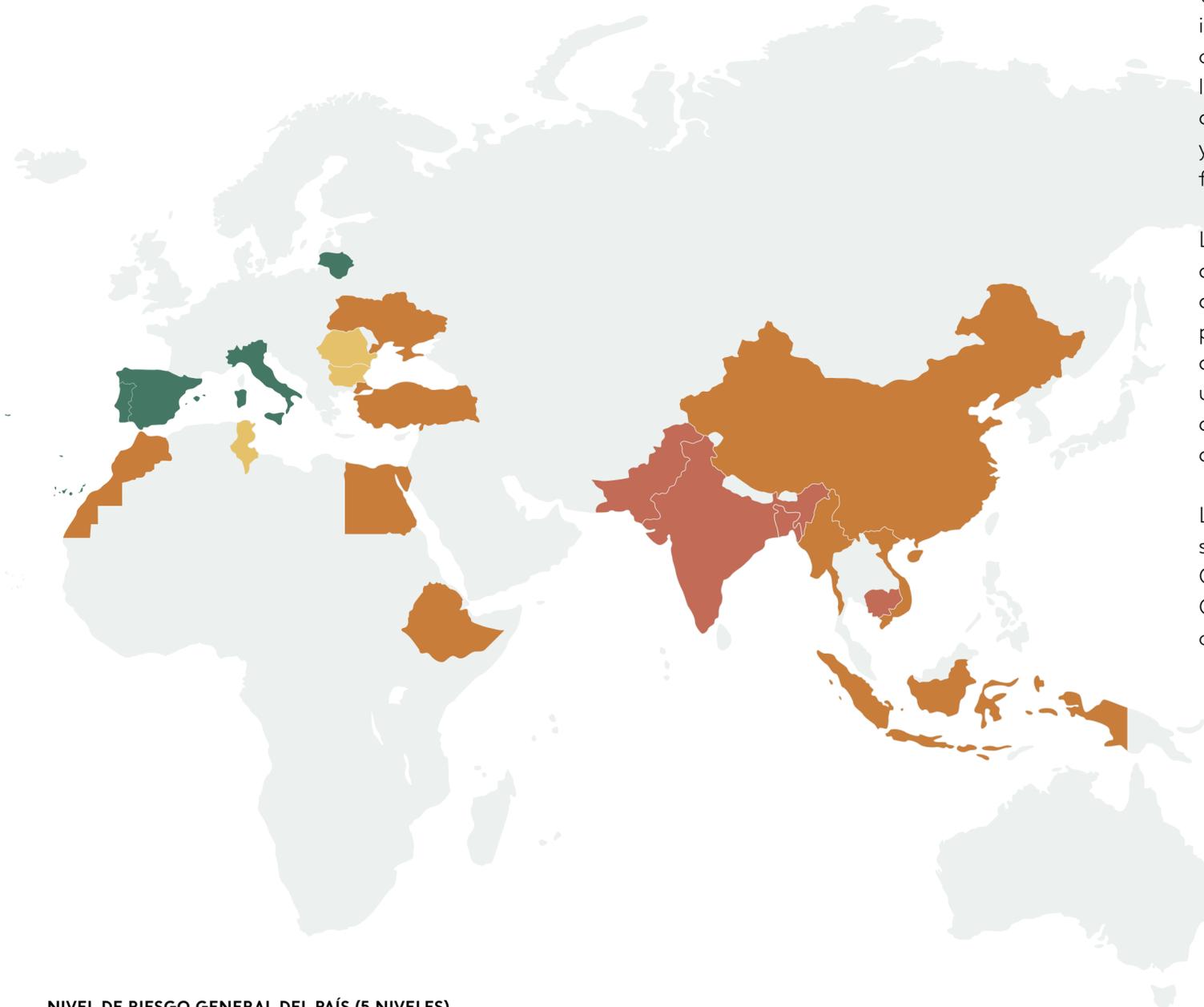
75,5%

Asimismo, Mango ha obtenido una alta calificación en sus sistemas de buen gobierno, ambiental y social (95,5% y 88,9% respectivamente), lo que indica una buena integración de la conducta empresarial responsable en las políticas y procedimientos internos.



Mapa de riesgos de la cadena de valor

MANGO



NIVEL DE RIESGO GENERAL DEL PAÍS (5 NIVELES)



La Cátedra Mango de RSC (ESCI-UPF) ha elaborado un mapa de riesgos sociales y ambientales con el objetivo de clasificar los países productores según su nivel de riesgo desde una perspectiva de gestión responsable de la cadena de suministro. Esta información es muy útil para evaluar el riesgo del contexto nacional de los proveedores ubicados en los diferentes países y apoyar los procesos de debida diligencia, así como orientar sobre la necesidad y frecuencia de realizar auditorías sociales en las fábricas de proveedores.

La clasificación general del nivel de riesgo social y ambiental de los países viene dada por la estimación del nivel de riesgo en nueve ámbitos que se corresponden con los apartados del Código de Conducta de Mango. Para cada apartado se ha seleccionado un indicador que expresa las condiciones específicas del país que pueden poner en riesgo el cumplimiento de los requisitos del código de conducta.

Los estándares de referencia utilizados han sido, entre otros, estadísticas y estudios de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), Children's Rights & Business Atlas, World Risk Poll o Global Gender Gap Index.

El resultado es una clasificación de riesgo (bajo, medio y alto) para cada apartado (trabajo infantil, trabajos forzados y obligatorios, salud y seguridad en el trabajo, etc.). Finalmente, la combinación de las clasificaciones del nivel de riesgo de los nueve apartados considerados da lugar a una clasificación general de cinco niveles de riesgo social y ambiental de cada país, de acuerdo con un código de color.

En el mapa interactivo, disponible en la página web de Mango, el país se muestra en el color del nivel correspondiente. Cada año se revisarán los valores de los indicadores y las clasificaciones de riesgo correspondientes, y se evaluará la idoneidad de incluir nuevas fuentes de datos disponibles y de adaptar las escalas de clasificación de riesgos.

Alianzas con los grupos de interés

2001

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

2002

Creación del Departamento de Responsabilidad Social Corporativa.

Elaboración del Código de Conducta para proveedores.

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

2005

Publicación de la primera Memoria de Sostenibilidad de Mango, elaborada según la guía del Global Reporting Initiative (GRI).

2006

Acuerdo de colaboración con el sindicato Comisiones Obreras (CCOO), concretamente con la Federación Textil y Química (Fiteqa).

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.

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).

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).

Alianzas con los grupos de interés

MANGO

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.

2013

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

2014

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

2015

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

2017

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

2018

Adhesión a Sedex y Better Cotton Initiative (BCI).

Firma del Acuerdo bilateral pionero de ámbito internacional con CCOO de Industria.

Décimo 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.

Alianzas con los grupos de interés

MANGO

2019

Adhesión al Transition Accord de Bangladesh.

Adhesión al Fashion Pact.

2020

Adhesión a la Sustainable Apparel Coalition (SAC).

Adhesión a la Carta de Naciones Unidas de la Industria de la Moda por la Acción Climática.

2021

Firma del International Accord para la mejora de las condiciones de seguridad de las fábricas de Bangladesh y otros países.

Colaboración con Save the Children en el año internacional por la erradicación del trabajo infantil.

Adhesión al Zero Discharge for Hazardous Chemicals (ZDHC).

Compromiso con Canopy Style para la protección de los bosques.

Compromiso con el Programa Fur Free Retailer de la Fur Free Alliance.



Alcance de la memoria y matriz de materialidad

03

P. 30 | Alcance y estructura de la memoria

P. 31 | Informe de verificación

P. 32 | Nuestros grupos de interés y matriz de materialidad

Alcance y estructura de la memoria

El periodo cubierto en la presente memoria comprende del 31 de diciembre de 2020 al 30 de diciembre de 2021. 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 un anexo donde se detallan todas las sociedades que conforman el perímetro de consolidación de la Memoria de Sostenibilidad 2021, así como algunas magnitudes sobre personas de forma consolidada para todo el grupo que requiere la Ley 11/2018 en materia de información no financiera y diversidad.

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 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 The 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 (ODS) 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 Progress (COP) de Global Compact y con los criterios para obtener el nivel avanzado, máxima calificación en *reporting* que otorga el Pacto Mundial.

A lo largo de los diferentes capítulos, hemos tomado la estructura marcada en la Ley 11/2018, que engloba todas nuestras políticas y acciones sostenibles en nuestro compromiso con el planeta, en nuestro compromiso para asegurar los derechos humanos en nuestra cadena de valor y luchar contra la corrupción y el soborno, así como nuestro compromiso con la comunidad. Todo ello se describe desde una perspectiva interna dirigida a los colaboradores de Mango, y externa en relación al impacto social que generamos y que marca nuestro camino hacia el 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 GRI Standards y otros que se han desarrollado en función de las características de la compañía y las expectativas de nuestros grupos de interés. Asimismo, en el índice final de este documento, se identifican los principales ODS relacionados con las acciones expuestas en la memoria.

PwC ha sido la empresa externa seleccionada para llevar a cabo la auditoría y la revisión de la información contenida en la memoria de acuerdo con la Ley 11/2018 en materia de información no financiera y GRI Standards. Durante la verificación se evalúan los contenidos de la memoria mediante pruebas aleatorias, inspección de documentos y entrevistas a empleados y altos ejecutivos que se consideren necesarios.

La fecha de publicación de la última memoria es agosto de 2021.

El informe de verificación se puede consultar a continuación.

Informe de verificación de PwC



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 2021, de Mango MNG Holding, S.A. (Sociedad dominante) y sociedades dependientes (en adelante Mango o el Grupo) que forma parte del informe de gestión consolidado de Mango.

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 consolidado de Mango, así como el contenido del mismo, es responsabilidad de los administradores de Mango MNG Holding, S.A. 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 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 Mango MNG Holding, S.A. son también responsables de definir, implantar, adaptar y mantener los sistemas de gestión de los que se obtiene la información necesaria para la preparación del EINF.

Nuestra independencia y control de calidad

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

Nuestra firma aplica la Norma Internacional de Control de Calidad 1 (NICC 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.

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

R.M. Madrid, hoja 87 250-1, folio 75, tomo 9 267, libro 8 054, sección 3ª
Inscrita en el R.G.A.C. con el número S0242 - CIF: B-79 031290



Nuestra responsabilidad

Nuestra responsabilidad es expresar nuestras conclusiones en un informe de verificación independiente de seguridad limitada basándonos en el trabajo realizado. Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de acuerdo con los requisitos establecidos en la Norma Internacional de Encargos de Aseguramiento 3000 Revisada en vigor, "Encargos de Aseguramiento distintos de la Auditoría o de la Revisión de Información Financiera Histórica" (NIEA 3000 Revisada) emitida por el Consejo de Normas Internacionales de Auditoría y Aseguramiento (IAASB) de la Federación Internacional de Contadores (IFAC) y con la Guía de Actuación sobre encargos de verificación del Estado de Información No Financiera emitida por el Instituto de Censores Jurados de Cuentas de España.

En un trabajo de seguridad limitada los procedimientos llevados a cabo varían en 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 2021 en función del análisis de materialidad realizado por Mango y descrito en el apartado "Nuestros 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 2021.
- 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 2021.
- Comprobación, mediante pruebas, en base a la selección de una muestra, de la información relativa a los contenidos incluidos en el EINF del ejercicio 2021 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 2021 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 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.

Margarita de Rosselló Carril

25 de febrero de 2022

Col·legi
de Censors Jurats
de Comptes
de Catalunya

PricewaterhouseCoopers
Auditores, S.L.

2022 Núm. 2022/04763

IMPORTE COL·LEGIAL: 30,00 EUR

Segell distribuït d'altres actuacions

Nuestros grupos de interés y matriz de materialidad

Nuestros grupos de interés

Clientes

Los clientes son nuestra razón de ser y su satisfacción es nuestro principal objetivo.

Para ello, en Mango les ofrecemos un producto de moda, con calidad, buen diseño y a un buen precio en puntos de venta diseñados para ofrecer una óptima 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 para generar confianza entre nuestros consumidores.

Empleados

Los empleados representan la base de nuestra compañía, formada por un equipo de profesionales de primer nivel, motivado, competente 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 con ganas de crecer tanto personal como profesionalmente dentro de la compañía.

Franquiciados

Los 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 mediante 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 escala internacional.

Proveedores

Los proveedores son 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 el trabajo conjunto.

La formación y el apoyo permanente de los diferentes equipos son clave 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.

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 ámbito académico, empresarial, el sector público o el tercer sector y la participación en proyectos de cooperación y ayuda al desarrollo nos hace seguir avanzando en nuestro compromiso con la sociedad.

Matriz de materialidad

La materialidad es el resultado de la evaluación de las necesidades y expectativas de los grupos de interés de la organización. Es un concepto clave, no sólo de cara al reporte sino también para la gestión de la sostenibilidad en una organización.

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 asuntos 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 más relevantes y sus respectivos indicadores de desempeño 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.

Para la revisión de los aspectos materiales se han efectuado las siguientes acciones:

Identificación de los asuntos materiales que atañen a la organización.

Valoración de los asuntos por su nivel de madurez social y nivel de significancia para la organización.

Priorización de los asuntos materiales.

La metodología utilizada para la realización del análisis material de Mango está alineada con los Estándares GRI y otras referencias de interés:

Desglose de temas generales, aquellos que inversores institucionales y organismos internacionales (Dow Jones Sustainability Group Index, Global Reporting Initiative y FTSE4Good) consideran imprescindibles para toda compañía del sector en materia de responsabilidad social.

Análisis del enfoque ODS tomando como base el informe Sector Study on Sustainability Materiality of the SDG Targets & GRI Indicators (Governance & Accountability Institute, Inc., 2018).

Análisis de informes específicos sobre el sector como *La transformación sostenible del sector textil* (KPMG para la asociación Women Action Sustainability, septiembre 2021).

Análisis de temas procedentes de legisladores como la Estrategia Española de Economía Circular 2030 o la Taxonomía medioambiental que está desarrollando la UE.

Análisis de los principales temas evidenciados en las redes sociales en relación con el sector y con Mango.

Para la realización de este documento, Mango envió un cuestionario online a los grupos de interés de la compañía. Hasta un total de 21 asuntos fueron determinados como materiales para valorar el nivel de madurez social y el nivel de relevancia que estos tenían para la organización. Para el análisis estadístico se ponderaron las respuestas según grupo de interés para dar una visión más coherente y acorde con la realidad de Mango. El peso de cada grupo viene determinado por la influencia que el grupo ejerce en el desempeño económico, social y ambiental de Mango.

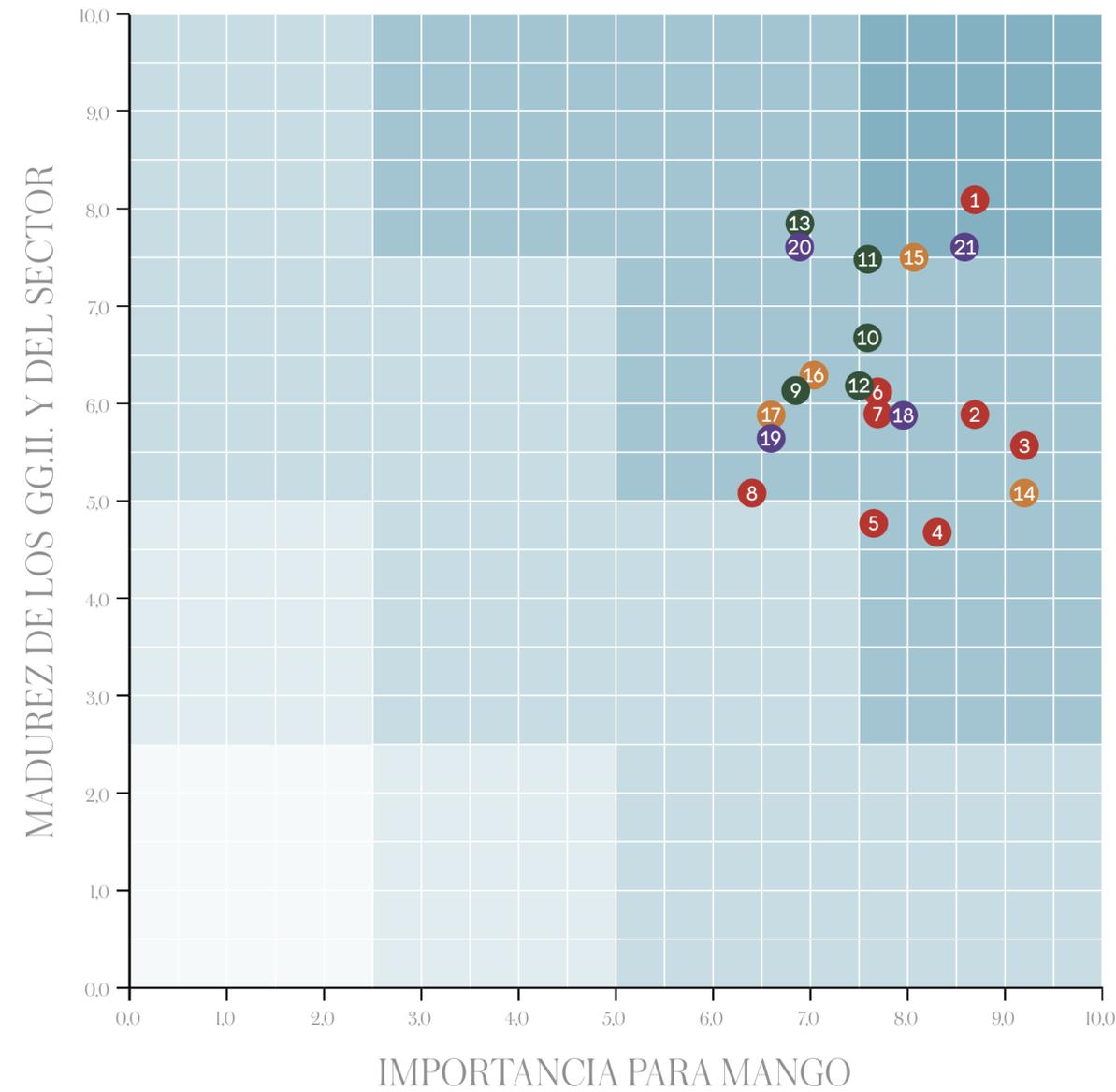
Para asegurar que la materialidad reflejaba de manera razonable y equilibrada el desempeño de Mango en materia de sostenibilidad, se analizaron en detalle los resultados obtenidos resultando la siguiente matriz de materialidad:

Grupos de interés y Matriz de materialidad

Matriz de materialidad



MANGO



● GOBIERNO, RESPONSABILIDAD E INTEGRIDAD	● RELACIONES CON LA COMUNIDAD Y LOS GG.II
1 GOBERNANZA	14 GESTIÓN DE LAS RELACIONES CON LOS CLIENTES
2 ÉTICA E INTEGRIDAD	15 COMPRAS RESPONSABLES
3 GESTIÓN DE RIESGOS	16 PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS HUMANOS
4 CAPACIDAD DE RESILIENCIA	17 COMPROMISO CON LAS COMUNIDADES LOCALES
5 COMPROMISO CON LOS GRUPOS DE INTERÉS	
6 TRANSPARENCIA EN LA COMUNICACIÓN	● DESARROLLO DE LAS PERSONAS
7 GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN	18 CALIDAD EN EL EMPLEO
8 VALOR GENERADO Y DISTRIBUIDO	19 DIVERSIDAD, IGUALDAD E INCLUSIÓN
	20 SEGURIDAD Y SALUD
● GESTIÓN DEL IMPACTO EN EL ENTORNO	21 DESARROLLO DEL CAPITAL HUMANO
9 ESTRATEGIA DE CAMBIO CLIMÁTICO	
10 MINIMIZACIÓN DEL IMPACTO MEDIOAMBIENTAL	
11 USO SOSTENIBLE DE LOS RECURSOS	
12 DISEÑO DE PRODUCTOS SOSTENIBLES	
13 CIRCULARIDAD	



Nuestro modelo de sostenibilidad

04

P. 36 | Committed to Planet

P. 99 | Committed to Value Chain

P. 128 | Committed to Community

El mundo está actualmente en proceso de cambio hacia modelos de negocio más transparentes, sostenibles y responsables. Mango también se encuentra en este camino. Esta transición la tomamos como una oportunidad para adaptarnos hacia un modelo de negocio más sostenible de manera transversal en todas las áreas de influencia de la empresa. Trabajar hacia este compromiso y ser una empresa Committed forma parte de nuestra filosofía corporativa.

4.1

Committed to Planet

Hitos y Alianzas

Hitos

73%

Colección Committed

91%

Algodón sostenible

54%

Poliéster reciclado

59%

Fibras celulósicas de origen controlado

58%

Consumo de energía de origen renovable

Alianzas

2017

Lanzamiento de la primera colección Committed.

2018

- Aprobación de objetivos de fibras sostenibles (algodón más sostenible, poliéster reciclado, fibras celulósicas de origen conocido).

- Adhesión a Better Cotton Initiative (BCI).

2019

Adhesión a Fashion Pact.

2020

Adhesión a la Sustainable Apparel Coalition (SAC) y a UN Fashion Charter for Climate.

2021

- Adhesión a Zero Discharge of Hazardous Chemicals (ZDHC).
- Adhesión a la política de fibras celulósicas, papel y packaging de la iniciativa Canopy.
- Publicación de objetivos de reducción de emisiones.
- Primera verificación del Brand Retail Module (BRM) de la SAC.

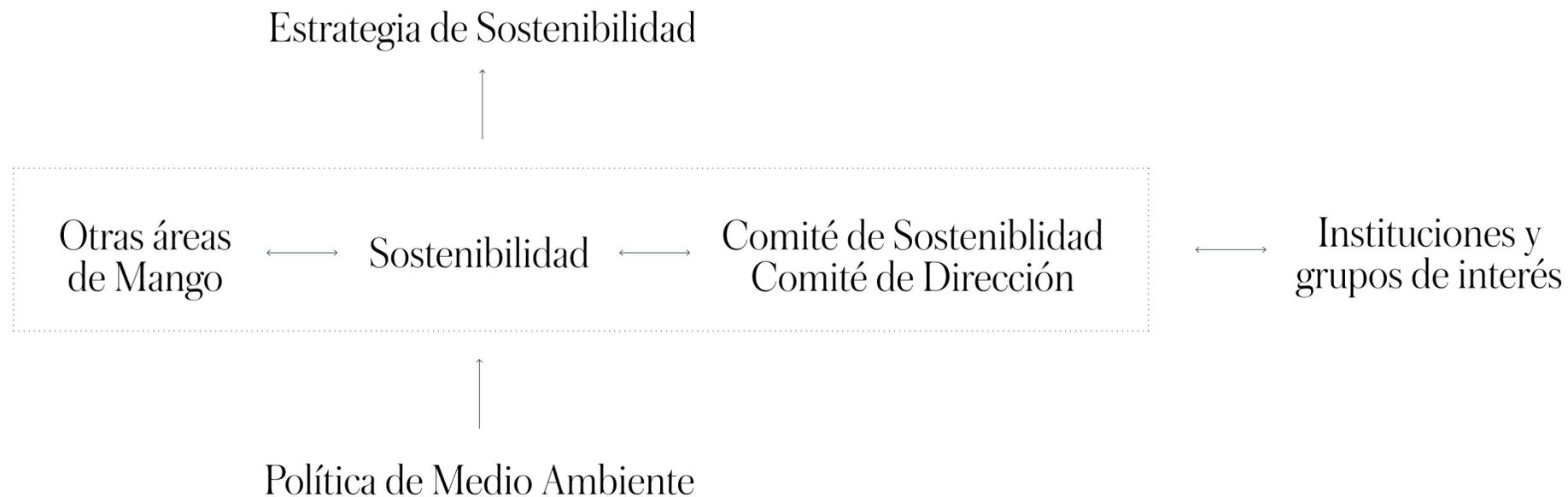
Objetivos



Committed to Planet

La sostenibilidad como eje transversal en la estrategia de empresa

MANGO



En los últimos años, la sostenibilidad ambiental se ha consolidado como un eje transversal integrado en el modelo de negocio de la empresa. En Mango vemos la sostenibilidad no como un objetivo, sino como un camino para tomar decisiones e implementar proyectos y acciones para desarrollar el negocio y el producto de manera responsable y con el menor impacto ambiental posible.

Mango es consciente de los riesgos climáticos e impactos ambientales vinculados a su actividad y producto y reconoce la importancia de tenerlos en cuenta a corto, medio y largo plazo en todos los países donde tiene actividad. Consecuentemente, en Mango trabajamos para incorporar estos aspectos a la estrategia de sostenibilidad de la empresa, además de asegurar su correspondiente gestión y seguimiento. Esta estrategia se enmarca en un sistema de gestión centralizado en el departamento de Sostenibilidad, enmarcado en la política de medio ambiente de la empresa y con poder de decisión final en el Comité de Sostenibilidad y en el Comité de Dirección.

Committed to Planet | La sostenibilidad como eje transversal

Gestión ambiental

Mango cuenta con un sistema de gestión ambiental interno que centraliza el desempeño en cuestiones ambientales y de sostenibilidad a través del departamento de Sostenibilidad.

MANGO

Este departamento actúa como eje central para la coordinación de estos asuntos de manera transversal en la empresa con la coordinación y colaboración de todos los departamentos necesarios.

Mango cuenta con un equipo en constante crecimiento formado actualmente por once personas que trabajan en el seguimiento y evaluación de los objetivos de sostenibilidad de la empresa y en la implantación de los proyectos correspondientes.

A la vez, este equipo se encarga de identificar los riesgos ambientales asociados a la actividad de Mango en toda la cadena de valor y la actuación para la gestión de los riesgos identificados. Los riesgos ambientales se identifican a través de la monitorización de indicadores de rendimiento y sostenibilidad, proyectos de trazabilidad a lo largo de la cadena de valor y participación en coaliciones e iniciativas colectivas para una industria textil más sostenible, entre otros.

Órganos de gobierno para la gestión ambiental/estrategia de sostenibilidad

COMITÉ DE DIRECCIÓN

Órgano de gobierno corporativo responsable de la toma de decisiones estratégicas de la empresa. En él están representadas las áreas clave de la compañía, con el fin de tomar decisiones coordinadas para toda la empresa.

COMITÉ DE SOSTENIBILIDAD

Órgano responsable de priorizar y supervisar las propuestas en materia de sostenibilidad (ambiental y social) para su implementación de manera transversal y coherente con la colaboración de todos los departamentos involucrados dentro de la empresa.

Committed to Planet | La sostenibilidad como eje transversal

Política de Medio Ambiente

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

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

La Política de sostenibilidad de Mango establece una serie de compromisos que constituyen el marco de actuación de la organización en este ámbito. 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. Esta política está disponible en la página web de la empresa.

HACIA LA TRANSFORMACIÓN DE LA INDUSTRIA TEXTIL

Mango está comprometido en formar parte de la transformación de la industria textil hacia modelos de negocio de menor impacto ambiental para avanzar hacia una industria más sostenible. La colaboración entre grupos de interés dentro de la industria es clave para acelerar esta transición. Con este fin, y en línea con el ODS 17 de alianzas, Mango forma parte de iniciativas y coaliciones, como por ejemplo el Fashion Pact o la Sustainable Apparel Coalition (SAC), para alinear el ritmo y ambición de la empresa con el de la industria.



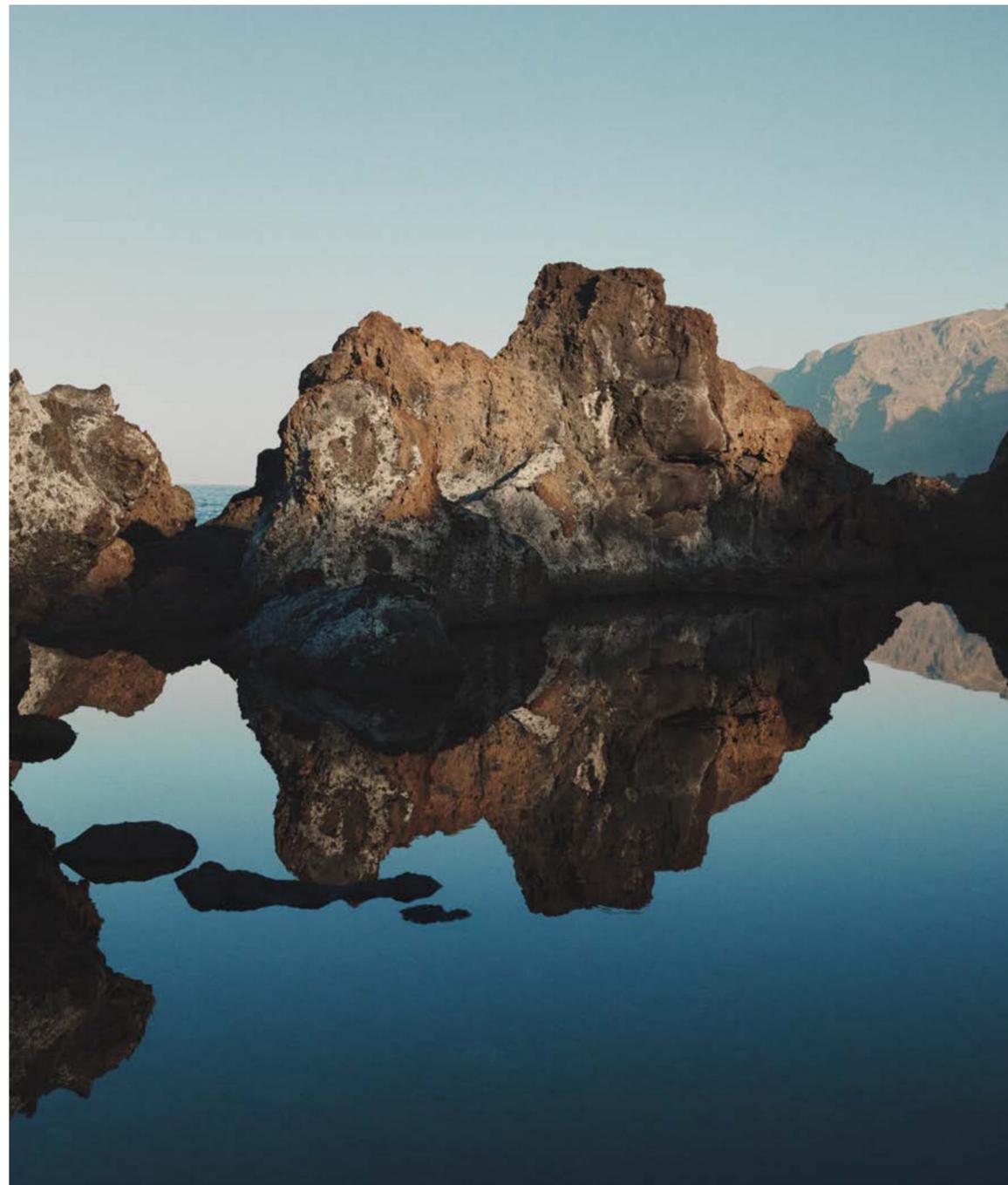
Committed to Planet | La sostenibilidad como eje transversal

Avanzamos con el Fashion Pact

En octubre 2019, Mango reafirmó su compromiso con el medio ambiente y la sostenibilidad con su adhesión 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 cerca de ochenta compañías de la industria, tiene como objetivo trabajar de manera colectiva para minimizar el impacto ambiental del sector. La pandemia de la Covid-19 ha puesto en evidencia que el trabajo y la acción colectiva son más importantes que nunca.

El Fashion Pact se sustenta en tres pilares: clima, biodiversidad y océanos. Estos tres pilares están integrados en los cuatro pilares del Plan Estratégico de Sostenibilidad de Mango. De esta manera alineamos los objetivos a corto y medio plazo de nuestro plan con los objetivos a largo plazo de industria de la moda marcados por el Fashion Pact.

En este segundo año del Fashion Pact se ha trabajado en sentar las bases de conocimiento de biodiversidad de todos los miembros para que cada uno de ellos establezca una estrategia de biodiversidad para avanzar hacia objetivos basados en la ciencia para la naturaleza (SBTn). Además, se han planteado los primeros proyectos conjuntos dentro de la coalición.



PILARES, OBJETIVOS Y ACCIONES A LARGO PLAZO DEL FASHION PACT

Clima

Implementar objetivos basados en la ciencia (SBTs) para el clima para alcanzar emisiones netas cero en 2050 en línea con los principios de UN Fashion Charter for Climate Action, priorizar las materias primas de bajo impacto ambiental y alcanzar 100% de energías renovables en operaciones propias en 2030.

Biodiversidad

Desarrollar e implementar estrategias y objetivos basados en la ciencia para la naturaleza (SBTn) con el fin de diseñar planes individuales de biodiversidad que protejan los ecosistemas y apoyen la gestión sostenible de los bosques y evitar la deforestación.

Océanos

Reducir el impacto negativo que tiene la industria de la moda en los océanos reduciendo todos los embalajes plásticos innecesarios con el objetivo final de eliminar los plásticos de un solo uso antes de 2030.

Committed to Planet | La sostenibilidad como eje transversal

Comprometidos con Fashion Industry Charter for Climate Action de Naciones Unidas

En línea con los compromisos adquiridos por el Fashion Pact, en octubre de 2020 Mango firmó el Fashion Industry Charter de Naciones Unidas, la Carta de la Industria de la Moda para la Acción Climática, que concentra dieciséis principios para avanzar de manera conjunta para reducir el impacto de esta industria en el cambio climático. Estos principios, enfocados en la lucha contra el cambio climático, incluyen objetivos como trabajar hacia emisiones netas cero para 2050 o la priorización del uso de materiales de bajo impacto ambiental.

MANGO



Medimos nuestro impacto ambiental con la SAC

43

Mango se unió a la Sustainable Apparel Coalition (SAC) en 2020 con el propósito de contribuir a la transformación colectiva de la industria textil.

La coalición se creó con el objetivo de unir a los distintos agentes de la industria (fábricas, marcas, retailers, ONGs, instituciones académicas, entre otras organizaciones ambientales y sociales), entendiendo que ninguna marca ni fábrica podría solucionar por sí misma los grandes desafíos de la industria. Actualmente la coalición tiene más de 250 miembros.

Como miembro de la SAC, Mango tiene acceso a las Higg Index Tools, un conjunto de herramientas que la SAC y su partner tecnológico, Higg, han desarrollado para la medición estandarizada de la sostenibilidad ambiental y social en la cadena de valor de la industria textil.

El uso de estas herramientas forma parte de nuestra estrategia para evaluar nuestro impacto ambiental y social a lo largo de nuestra cadena de valor y en nuestro producto final.

Committed to Planet | La sostenibilidad como eje transversal

Nuestra hoja de ruta hacia una empresa más sostenible con menor impacto ambiental

Mango revisa anualmente su Plan Estratégico de Sostenibilidad para actualizarlo al ritmo de la industria, con compromisos y proyectos ambiciosos para seguir adelante con la transición hacia modelos de negocio más sostenibles y de menor impacto ambiental.

El Plan Estratégico de Sostenibilidad de Mango marca cuatro bloques transversales que afectan a toda la actividad de la empresa y cada uno de ellos establece un objetivo general a largo plazo:

BLOQUE 1

COLECCIÓN SOSTENIBLE

OBJETIVO

Reducir el impacto ambiental de la colección Mango desde el diseño de prendas hasta la selección de materiales y sus procesos de producción.

BLOQUE 3

CLIMA, BIODIVERSIDAD Y AGUA

OBJETIVO

Reducir el impacto de nuestras operaciones en el medio ambiente incluyendo la huella de carbono, la eliminación al máximo del uso de plástico y contribuir a la protección de los ecosistemas y su biodiversidad.

BLOQUE 2

ECONOMÍA CIRCULAR

OBJETIVO

Introducir criterios de diseño circular en la colección Mango y optimizar el ciclo de vida de todos nuestros materiales/residuos.

BLOQUE 4

TRAZABILIDAD Y TRANSPARENCIA

OBJETIVO

Trabajar hacia la trazabilidad de nuestra cadena de producción incluyendo el uso de materiales y comunicar de manera clara y transparente nuestro impacto. La trazabilidad y transparencia es un bloque clave ya que es la base de cualquier estrategia de sostenibilidad, tanto ambiental como social.

Por otro lado, el Plan Estratégico de Sostenibilidad cuenta con acciones y proyectos, tanto a corto como a largo plazo, que involucran a todas las áreas necesarias dentro de la empresa para su implementación y seguimiento.

En 2021, Mango ha concentrado sus esfuerzos en siete áreas de trabajo:

1. Colección sostenible (reducir el impacto ambiental de nuestra colección).
2. Instalaciones y tiendas.
3. Cambio climático: estrategia reducción emisiones.
4. Estrategia del agua.
5. Relación con la biodiversidad.
6. Reducción de residuos y plástico.
7. Economía circular.

Con los proyectos y acciones planteados en este plan, Mango pone en práctica el principio de precaución tomando medidas concretas para controlar el impacto ambiental de su actividad.

El planteamiento y seguimiento de los proyectos y acciones más destacadas que dan respuesta a estas áreas de trabajo y objetivos se encuentran descritas en las próximas secciones de este capítulo.



Committed to Planet

Colección sostenible

100% de materiales más sostenibles en 2030 en prenda

43.579 t

de materiales utilizados 2021

(2020: 38.754 t)

ORIGEN DE LOS MATERIALES DE NUESTRAS COLECCIONES:

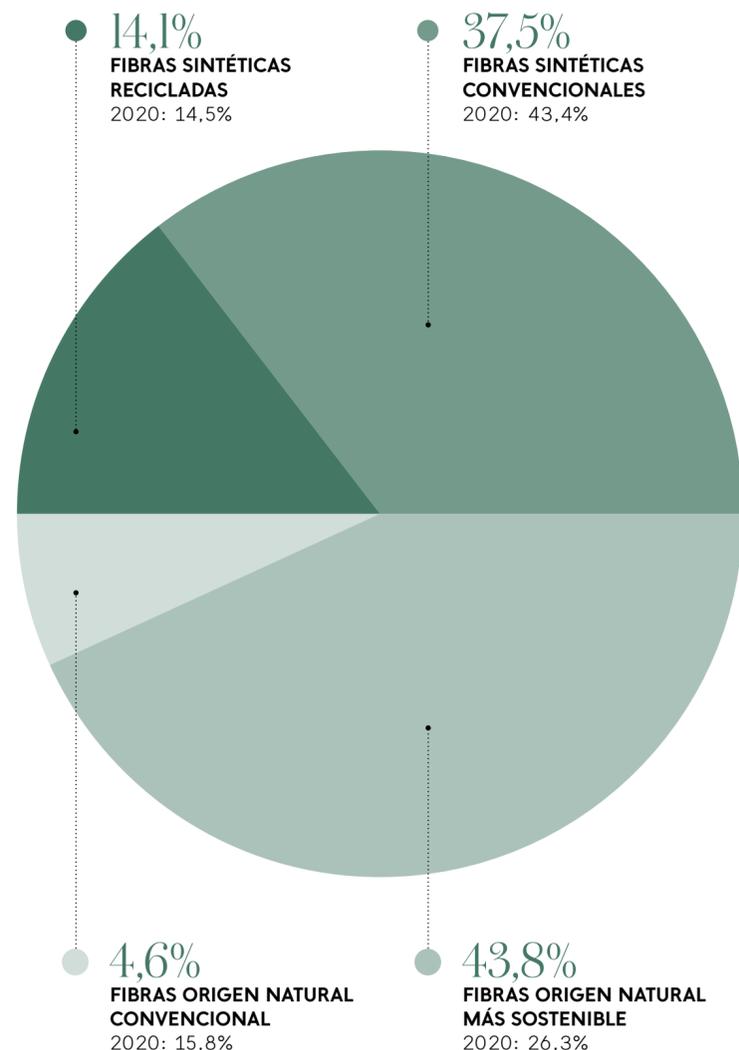
48,34% Natural 51,66% Sintético

42,04% VEGETAL 39,27% COMBUSTIBLES FÓSILES

6% ANIMAL 12,18% VEGETAL

0,30% OTROS 0,21% OTROS

USO DE FIBRAS CONVENCIONALES VS. ALTERNATIVAS MÁS SOSTENIBLES:



HACIA UN PRODUCTO MÁS SOSTENIBLE

Siendo conscientes del impacto ambiental de nuestro producto, y alineados con los objetivos y compromisos internacionales, 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 de menor impacto ambiental.

Mango reconoce tres puntos clave para trabajar hacia una colección más sostenible:

1. Diseño con criterios de ecodiseño.
2. Priorización de materiales más sostenibles.
3. Procesos de producción de menor impacto ambiental.

Mango visibiliza este compromiso a través de la colección Committed. Todas las prendas Mango con menor impacto ambiental (en comparación con sus alternativas convencionales) se etiquetan bajo el nombre Committed. Mango lanzó la primera cápsula Committed en 2017. A día de hoy, lo que comenzaron siendo colecciones cápsula de campaña se han convertido en un criterio de sostenibilidad aplicable a toda la colección general en todas las líneas Mango.

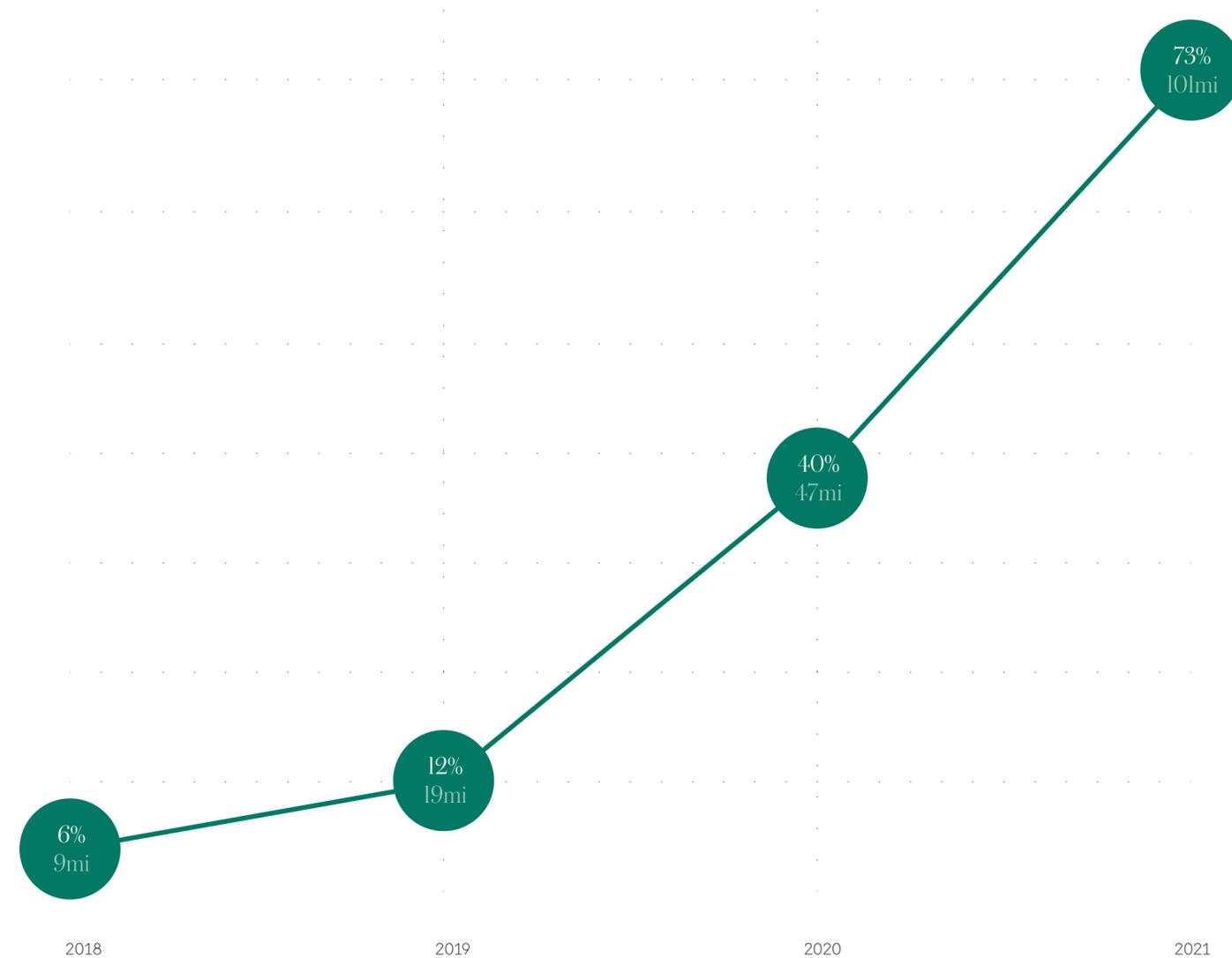
Nuestro objetivo es que todos los materiales utilizados en la colección sean más sostenibles y de menor impacto ambiental para 2030. Además, todos nuestros tejidos están libres de PVC. Existe actualmente, no obstante, un pequeño porcentaje de complementos que aún utilizan este material.

Committed to Planet | Línea sostenible

¿Qué es Committed?

Evolución de la línea

- Millones de unidades
- Porcentaje del total



2021

73%

De todos nuestros artículos tienen características más sostenibles e incorporan el sello Committed.

Todos los artículos Mango con menor impacto ambiental se etiquetan bajo el nombre Committed.

Estas prendas y accesorios deben haber sido producidas en fábricas con auditoría social y cumpliendo con la normativa de seguridad en producto, siendo estos dos requerimientos obligatorios para todas las colecciones Mango. Para etiquetar una prenda o accesorio como Committed, debe contener un mínimo del 30% de fibras más sostenibles y/o haber sido fabricada mediante un proceso de producción más sostenible.

Las fibras más sostenibles incluyen fibras como el algodón orgánico, algodón reciclado, apoyo a algodón de producción sostenible BCI, poliéster reciclado, lana reciclada o TENCEL™, entre otras. Todas las fibras más sostenibles utilizadas en colecciones Mango cuentan con certificaciones según estándares internacionales para acreditar su origen y características sostenibles. Los certificados más utilizados para fibras y procesos sostenibles son el Global Organic Textile Standard (Gots), Organic Content Standard (OCS), Global Recycled Standard (GRS), Responsible Down Standard (RDS), Responsible Wool Standard (RWS), Leather Working Group (LWG), Lenzing, FSC®, European Flax® y Jeanologia®, entre otros.

En el caso de los procesos más sostenibles durante la producción, estos pueden ser ahorro de agua, uso de energías renovables y menor uso de químicos, entre otros, que también cuentan con certificados que verifican estos tipos de producciones.

En 2021, el 73% de todos nuestros artículos tienen características más sostenibles y forman parte de la línea Committed.

Committed to Planet | Colección sostenible

Nuestros nuevos objetivos de fibras sostenibles

En línea con nuestro compromiso de reducir el impacto ambiental de nuestras colecciones, en Mango nos hemos marcado el objetivo de utilizar un cien por cien de materiales más sostenibles en 2030.

Mango tiene, a su vez, objetivos intermedios que priorizan el uso de alternativas sostenibles para las tres fibras más utilizadas en las colecciones de la empresa: algodón, poliéster y fibras celulósicas (viscosa, lyocell, modal etc.).

Gracias al trabajo que se ha realizado durante los últimos años por parte de todos los departamentos y proveedores de Mango, estamos llegando a cumplir estos objetivos de fibras antes de lo previsto. Por este motivo, y en línea con nuestro objetivo global de reducir el impacto ambiental de la colección, se ha aumentado la ambición de los objetivos de poliéster reciclado y fibras celulósicas.

NUESTROS NUEVOS OBJETIVOS

100%

Algodón más sostenible antes de 2025

100%

Poliéster reciclado antes de 2025

100%

Fibras celulósicas de origen controlado antes de 2025

Committed to Planet | Colección sostenible

Algodón sostenible

OBJETIVO

100%

Algodón más sostenible
antes de 2025

2021

91%

Algodón más
sostenible

2020

64%

Algodón más
sostenible

Mango considera algodón más sostenible el algodón orgánico, el algodón reciclado y el algodón BCI.

A finales de 2021, el 91% 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.

En línea con este objetivo, Mango forma parte del Better Cotton Initiative (BCI) desde 2018 para fortalecer su compromiso de dar apoyo al cultivo de algodón sostenible a escala 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, en 2020, Mango apoyó el cultivo de algodón BCI a través de más de 15.492 toneladas de algodón BCI. Los principales países de donde provienen los créditos de algodón BCI son Bangladesh, Turquía y Pakistán. En proximidad destaca el algodón procedente de España y Marruecos.

ALGODÓN ORGÁNICO

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

ALGODÓN RECICLADO

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

ALGODÓN BCI

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

Committed to Planet | Colección sostenible

Poliéster reciclado

OBJETIVO

100%

Poliéster reciclado antes de 2025

Mango se compromete a aumentar el uso de poliéster reciclado. De esta manera se reduce la presión en recursos no renovables y a la vez contribuimos a una economía circular reduciendo residuo textil.

En 2021 el 54% del poliéster del tejido principal de las prendas Mango fue poliéster reciclado.

2021

54%

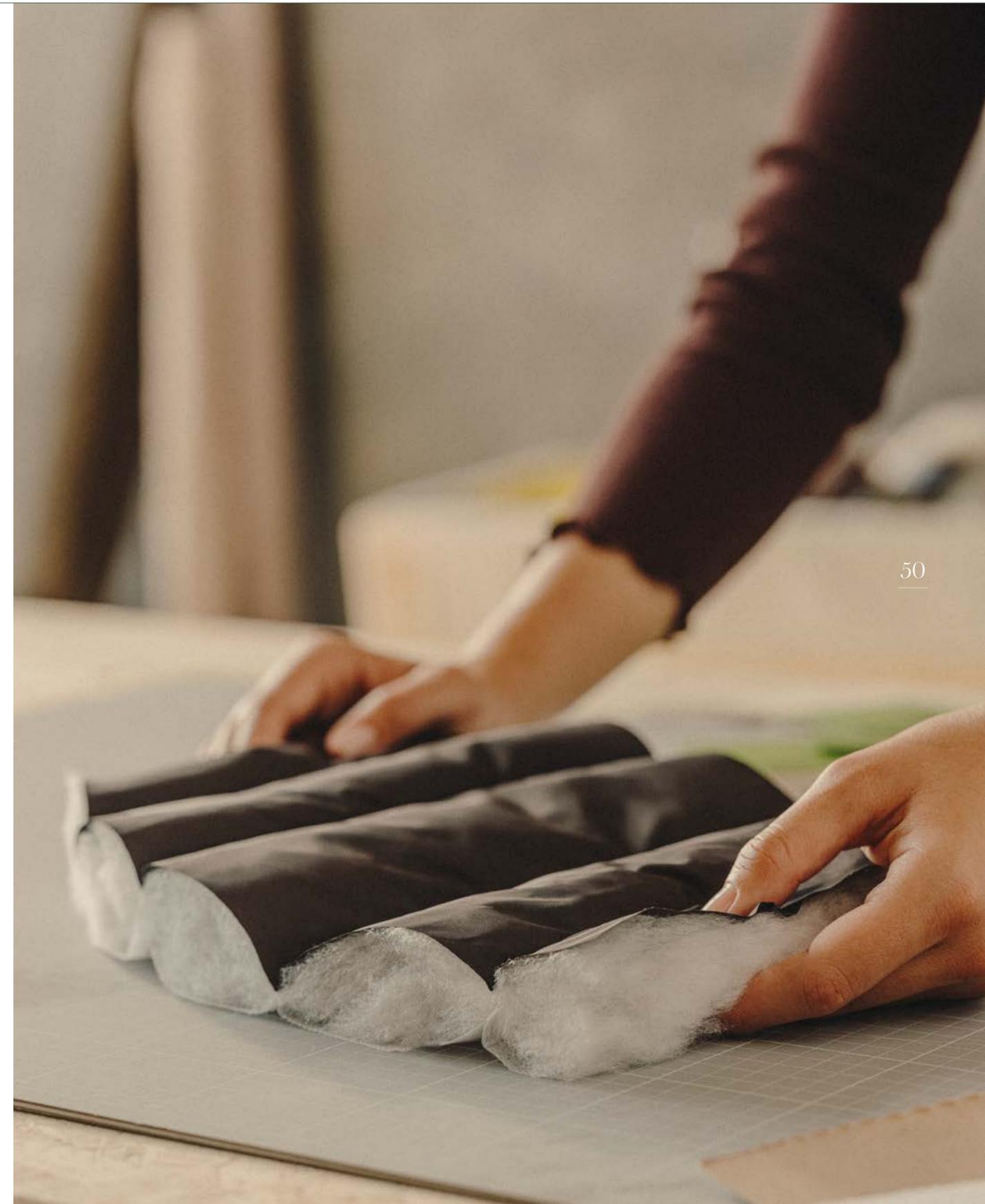
Poliéster reciclado

2020

19%

Poliéster reciclado

MANGO



Committed to Planet | Colección sostenible

Fibras celulósicas

OBJETIVO

100%

Fibras celulósicas de origen controlado antes de 2025

2021

59%

Fibras celulósicas de origen controlado

2020

13%

Fibras celulósicas de origen controlado

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 de árboles. En 2021, Mango formalizó su política de fibras celulósicas, papel y embalaje en línea con los criterios de la iniciativa internacional Canopy Style.

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.

En 2021, el 59% de las fibras celulósicas de Mango eran de origen controlado a través de certificados de trazabilidad como Forest Stewardship Council (FSC) o de marca registrada como Lenzing.



Committed to Planet | Colección sostenible

Avanzamos para medir nuestro impacto con la SAC

¿Qué miden las herramientas del Higg Index?

HIGG PRODUCT TOOLS

Higg MSI

MEDICIÓN DE IMPACTO

Medición del impacto de nuestros materiales.

Higg Product Module

MEDICIÓN DE IMPACTO

Medición del impacto de nuestro producto final teniendo en cuenta todo su ciclo de vida.

HIGG FACTORY TOOLS

Higg FEM

MEDICIÓN DE IMPACTO

Herramienta de evaluación del desempeño ambiental de fábricas de producción.

Higg FSLM

MEDICIÓN DE IMPACTO

Herramienta de evaluación del desempeño social de fábricas de producción.

Como miembros de la Sustainable Apparel Coalition (SAC), Mango ha integrado el uso de las Higg Index Tools para la medición del impacto ambiental de la cadena de suministro, tanto ambiental como social, y el impacto del uso de materiales y producto final. Estas herramientas, utilizadas por todos los miembros de la SAC, permiten una evaluación estandarizada a escala internacional del impacto social y ambiental de la industria textil.

Las Product Tools del Higg Index nos permiten medir el impacto ambiental de nuestros materiales utilizados y prendas finales. Estas herramientas son clave para medir y marcar objetivos de colección sostenible. Con estas herramientas podemos tomar las mejores decisiones a la hora de diseñar y priorizar materiales en nuestro producto para continuar impulsando la reducción de nuestro impacto ambiental.

Este año el equipo de medio ambiente de Mango ha realizado un estudio comparativo con el Higg Product Module de varias prendas de fibras sostenibles frente a las convencionales. Este estudio pretende ilustrar el gran potencial de impacto que puede tener la priorización de fibras más sostenibles en vez de convencionales.

Además, en 2022 Mango tiene previsto ampliar la evaluación del impacto ambiental de su colección con estas herramientas. Este ejercicio permitirá a Mango analizar y hacer seguimiento de los progresos en sostenibilidad de producto y proporcionará datos para marcar nuevos objetivos y poder comunicar estos impactos de manera clara al consumidor.

Committed to Planet | Colección sostenible

Evalúamos nuestra cadena de suministro con las Higg Facility Tools

A través de las herramientas Higg FEM y Higg FSLM, Mango puede evaluar el desempeño ambiental y social de las fábricas de producción de la cadena de suministro.

Las evaluaciones del Higg FEM y Higg FSLM son autoevaluaciones anuales que completan las fábricas de nuestros proveedores. Estas evaluaciones pueden ser verificadas por auditores externos y permiten identificar puntos fuertes y mejorar en la gestión de asuntos ambientales y sociales. Asimismo, estas herramientas nos permiten obtener de forma estandarizada datos cuantitativos y cualitativos de nuestras fábricas.

Al completar estas evaluaciones, las fábricas obtienen beneficios como comprender los impactos sociales y ambientales de la fábrica; identificar oportunidades para mejorar el desempeño de sus instalaciones; comparar sus resultados con otras fábricas de la industria y compartir fácilmente los resultados de las herramientas con marcas y otros socios de su cadena de valor.

En Mango tenemos el objetivo de lograr que el 100% de nuestra producción se realice en fábricas que hayan realizado y verificado el Higg FEM y Higg FSLM antes de 2025.

En Mango entendemos que no se puede mejorar lo que no se puede medir, y las Higg Index Tools nos permiten obtener datos estandarizados para el desarrollo de nuestras estrategias *#Committedtoplanet*

MANGO

PORCENTAJE DE PRODUCCIÓN* MANGO EN FÁBRICAS CON HIGG FEM O HIGG FSLM:

HIGG FACILITY ENVIRONMENTAL MODULE (FEM)

24,8%

de producción en fábricas con Higg FEM completado y verificado

OBJETIVO HIGG FEM 2021: 10%

HIGG FACILITY SOCIAL & LABOUR MODULE (FSLM)

12,5%

de producción en fábricas con Higg FSLM completado y verificado

OBJETIVO HIGG FSLM 2021: 5%

La colaboración con nuestros proveedores es clave para la consecución de este objetivo. Mango no tiene la intención de dejar de trabajar con las fábricas que a día de hoy no utilizan estas herramientas, sino animarlas y ayudarlas a empezar a utilizarlas para avanzar conjuntamente hacia una cadena de valor más responsable y sostenible tanto en el ámbito social como medioambiental.

* En unidades producidas

Committed to Planet

Instalaciones y tiendas

DATOS DE CONSUMO DE NUESTRA SEDE CENTRAL Y CENTRO DE DISTRIBUCIÓN NACIONAL

SEDE Y CENTRO DE DISTRIBUCIÓN	CONSUMO MWH EN 2021	% ENERGÍA RENOVABLE EN 2021	CONSUMO MWH EN 2020	% ENERGÍA RENOVABLE EN 2020
SEDE CENTRAL	8.210,8	100%	8.355,9	100%
CENTRO DE DISTRIBUCIÓN	11.479,0	100%	9.466,1	100%

DATOS DE CONSUMO DE NUESTRAS TIENDAS PROPIAS Y FRANQUICIAS*

TIENDAS	CONSUMO MWH EN 2021	% ENERGÍA RENOVABLE EN 2021	CONSUMO MWH EN 2020	% ENERGÍA RENOVABLE EN 2020
PROPIAS	113.846,3	51%	96.102	37%
FRANQUICIADOS	101.956,8	-	82.697	-

*Consumos estimados según m² de puntos de venta y patrones de consumo por país. El aumento del consumo en 2021 frente a 2020 es consecuencia del cierre de tiendas decretado en gran parte del mundo en 2020 para contener la expansión de la Covid-19.

Nuestras instalaciones y tiendas son el centro de operaciones de nuestra actividad, donde interactúan nuestros empleados y nuestros clientes y se coordinan todas las actividades de la compañía.

Consecuentemente, y en línea con la estrategia transversal de sostenibilidad de la compañía, Mango integra criterios de sostenibilidad en la gestión y operaciones de sus sedes, centros de distribución y tiendas. De esta manera trabajamos para reducir nuestro impacto ambiental con la aplicación de medidas de ecoeficiencia, apuesta por la energía renovable y difusión de buenas prácticas para el reciclaje de residuos y materiales.

Committed to Planet | Instalaciones y tiendas

Compra de energía renovable

77.864MWh
consumo de energía con
garantía de origen renova-
ble en instalaciones y
algunas tiendas propias

En 2021, prácticamente el cien por cien de la energía eléctrica consumida en la sede, almacenes y tiendas propias bajo gestión directa de Mango en España ha sido energía renovable. Esto equivale a unos 54.180,8 MWh con garantía de origen renovable.

Por otro lado, en 2021 el consumo de prácticamente todas las tiendas propias de Austria, Francia, Grecia, Holanda, Italia, Polonia, Reino Unido, República Checa, Suecia y Suiza bajo gestión directa de Mango y oficinas en Francia, también disponen de certificado de garantía de origen renovable. En 2021 el consumo eléctrico de estas tiendas propias y oficinas representa aproximadamente 23.683,0 MWh.

De esta manera, en 2021, se han comprado más de 77.863,8 MWh de energía renovable, lo que supone un 59% del consumo total de energía de la compañía.



Committed to Planet | Instalaciones y tiendas

Nuestra sede: oficinas y centro logístico

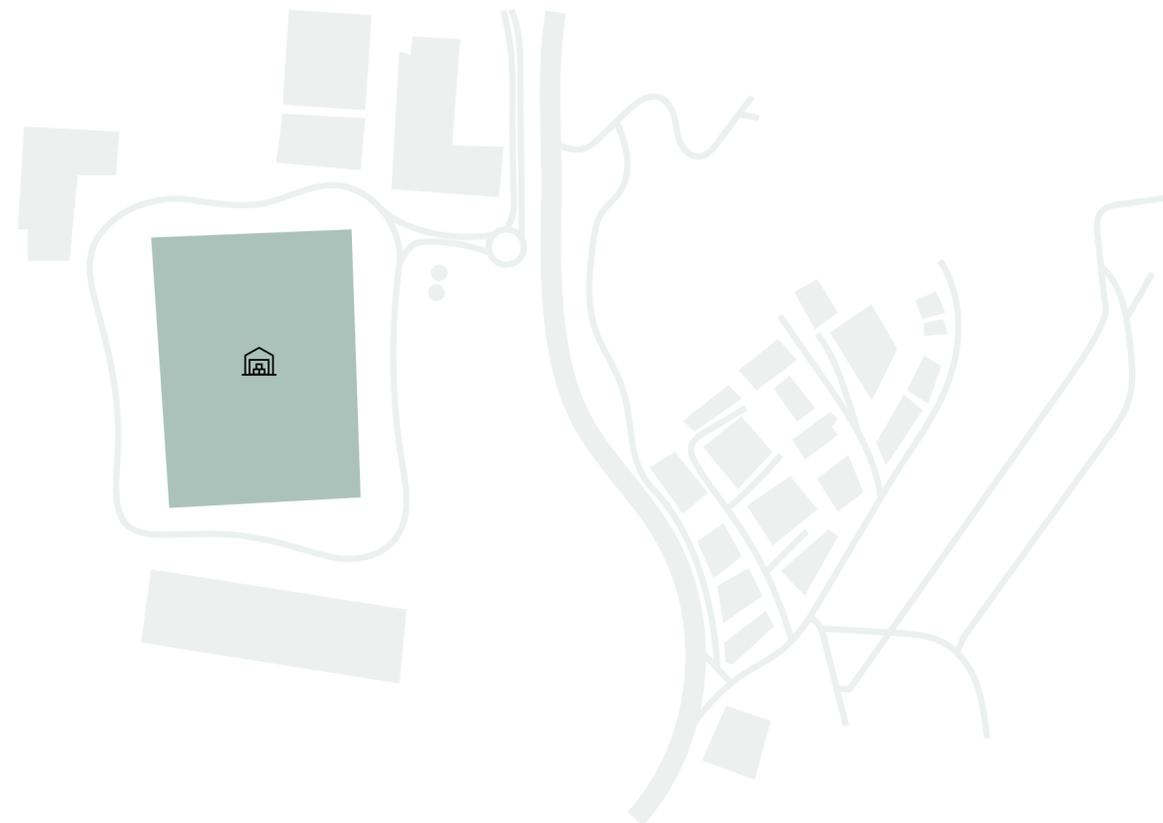
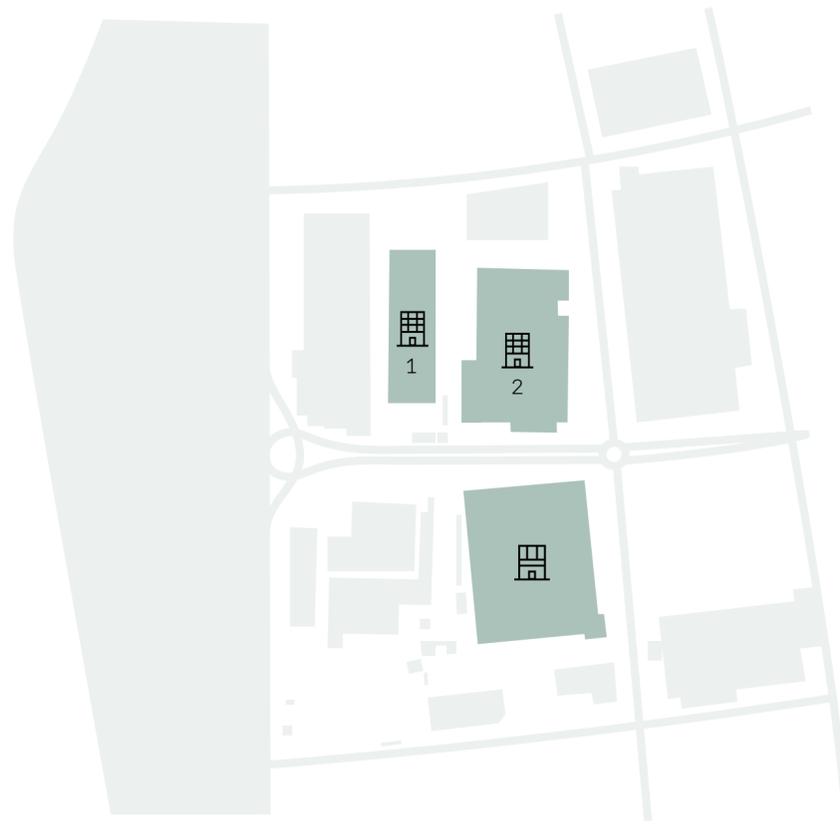
Palau-Solità i Plegamans (Barcelona)

 **HANGAR Y HANGAR 2**
Oficinas y futuro Campus Mango

 **PALAU-OFICINAS**

Lliçà d'Amunt (Barcelona)

 **CENTRO DE DISTRIBUCIÓN**



Mango trabaja para reducir el impacto ambiental de sus oficinas y almacenes implementando buenas prácticas que permiten a sus empleados contribuir a un entorno más sostenible para todos. El compromiso con el medio ambiente también está presente en la planificación y en el diseño de las nuevas instalaciones y remodelaciones.

Las oficinas centrales de Mango se encuentran en Palau-Solità i Plegamans (Barcelona) y cuentan con tres edificios: Palau, Hangar y Hangar 2.

Por otro lado, el gran centro logístico de Mango, Lliçà, se encuentra en Lliçà d'Amunt (Barcelona), a unos 16 kilómetros de la central.

En 2021, todas las oficinas y almacenes propios de Mango localizados en España cuentan con certificado de garantía de origen de energía verde. Además, las instalaciones operan con una variedad de medidas de ecoeficiencia y buenas prácticas para reducir nuestro impacto ambiental. Estas medidas son coordinadas con todos los equipos correspondientes (mantenimiento, obras, comunicación interna, sostenibilidad, etc.).

Committed to Planet | Instalaciones y tiendas

Medidas de ecoeficiencia y buenas prácticas aplicadas en nuestras instalaciones

SEDE CENTRAL: PALAU Y HANGAR			LOGÍSTICA: LLIÇÀ		
ELECTRICIDAD	AGUA	MATERIALES Y RESIDUOS	ELECTRICIDAD	AGUA	MATERIALES Y RESIDUOS
100% Energía renovable.	Grifos con sensores de inyección de agua para reducir nuestra huella hídrica.	Sistema de reciclaje con gestores autorizados para asegurar el correcto reciclaje de los residuos.	100% Energía renovable.	Grifos con sensores de inyección de agua para reducir nuestra huella hídrica.	Sistema de reciclaje con gestores autorizados para asegurar el correcto reciclaje de los residuos.
Cambio del 95% de las luminarias convencionales por LEDs e instalación de sensores de movimiento para el ahorro de energía.	Sistema de filtrado natural de las dunas de la zona ajardinada del Hangar y Hangar 2 para el aprovechamiento de aguas pluviales.	Servicio de catering: • Eliminación de manteles de bandejas y vasos de plástico. • Embalaje <i>take away</i> y tapas de café biodegradables.	Cambio del 100% de las luminarias convencionales por LEDs e instalación de sensores de movimiento para el ahorro de energía.	Riego de los jardines con sistema gota a gota que se autoabastece de un depósito de recuperación de aguas pluviales.	Instalación de fuentes para la reducción de botellas de agua de plástico.
Disponibilidad de 6 estaciones de carga para vehículos eléctricos.		Instalación de fuentes para la reducción de botellas de agua de plástico.	Uso de materiales de baja transmisión térmica para impedir que el calor/frío entre en la edificación.		Eliminación de vasos de plástico.
Transporte gratuito para el personal de las diferentes instalaciones de la sede central*.			Disponibilidad de cuatro estaciones de carga para vehículos eléctricos. Disponibilidad de bicicletas, bicicletas eléctricas y <i>segways</i> para facilitar la movilidad interna de los empleados.		Reutilización del 69% de las cajas de cartón.
			Sistema de recuperación de energía en los robots de la nave.		Proyecto de estandarización de las cajas de cartón de origen para garantizar la trazabilidad más sostenible del material.
			Transporte gratuito para el personal*.		

*El servicio de transporte de empresa gratuito que ofrece Mango 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 al trabajo.

Committed to Planet | Instalaciones y tiendas

Nuestra huella digital

Con el objetivo de mejorar la eficiencia energética de nuestros Centros de Procesamiento de Datos (CPD), hemos mejorado el cerramiento de estas instalaciones para aprovechar al máximo el funcionamiento de los equipos de refrigeración, reemplazamos los antiguos sistemas de alimentación ininterrumpida por unos más eficientes y modernos, y optimizamos el espacio, reduciendo de cuatro a dos las salas donde se encuentran los equipos.

Gracias a la implantación de todas estas medidas estamos registrando una reducción en los consumos relativos de las instalaciones, una mejora de la eficiencia energética medida a través del Power Usage Effectiveness (PUE) y un ajuste más adecuado de las variables temperatura y humedad en las salas. Todo esto se traduce en importantes descensos de costes en mantenimiento y energía.

MANGO



Committed to Planet | Instalaciones y tiendas

Proyecto Campus Mango

Una nueva sede para Mango en 2024

En 2021, hemos continuado con nuestra transformación con la creación de un nuevo parque corporativo en las instalaciones de la compañía, en Palau-solità i Plegamans (Barcelona). El nuevo Campus Mango servirá como motor de transformación y evolución para la organización, alineado con su cultura de empresa.

El proyecto supondrá una inversión total de 42 millones de euros, la mitad de la cual ya se ha ejecutado con la renovación de algunos de los edificios ubicados en la sede de la compañía. El resto de la inversión se destinará a la construcción de un nuevo espacio de oficinas de 20.000 metros cuadrados. Campus Mango, cuyas obras han comenzado en 2021, estará plenamente operativo en 2024.

Campus Mango contará con una superficie total de 93.400 metros cuadrados, 61.000 metros cuadrados de los cuales estarán destinados a oficinas. Está concebido como un centro de I+D que maximice el desarrollo profesional de todos los equipos de Mango y que, además, garantice la flexibilidad necesaria para afrontar las cambiantes necesidades futuras de la compañía.

La nueva sede servirá de pasarela para atraer talento tanto nacional como internacional y potenciarlo mediante las herramientas óptimas que necesiten los profesionales para realizar su trabajo, tanto a través del diseño de los espacios como de la dotación de las últimas tecnologías.

Con este proyecto, Mango pretende crear un ecosistema de referencia e ir un paso más allá en la manera de trabajar. Campus Mango quiere generar una nueva forma de colaborar, conectar, aprender e innovar dentro de la organización.

Los espacios flexibles, abiertos e inclusivos estarán ideados para impulsar la colaboración y la creación de comunidad, a la par que para promover el bienestar de todos los empleados con una cultura integrada y única. Se construirá un entorno en el que convivan lo digital y lo analógico y que, a la vez, inspire a todos los colaboradores para potenciar la creatividad.

El nuevo espacio corporativo incorpora varias medidas de ecoeficiencia para reducir el impacto ambiental asociado al funcionamiento del edificio:

- 01 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.
- 02 INCORPORACIÓN DE ILUMINACIÓN LED Y APROVECHAMIENTO DE LUZ NATURAL.
- 03 CLIMATIZACIÓN CENTRALIZADA ACORDE CON LAS NECESIDADES REALES PARA UN USO OPTIMIZADO DE LOS EQUIPOS DE CLIMATIZACIÓN.

Por otro lado, ya se ha puesto en marcha la instalación y funcionamiento de cargadores para vehículos eléctricos y la adjudicación para la instalación de placas fotovoltaicas en las cubiertas de estos dos edificios. La instalación comenzará a principios de 2022 y en cuanto se finalicen las obras, el Hangar 2 se autoabastecerá en un 30% de su consumo anual previsto y el Hangar 1 en un 12%.

Committed to Planet | Instalaciones y tiendas

Centro logístico de Lliçà d'Amunt

280.000 m²

75.000

prendas por hora

El centro logístico de Mango en Lliçà d'Amunt, puesto en marcha en 2016, de 280.000 metros cuadrados y con capacidad de gestionar 75.000 prendas por hora, se diseñó con criterios de ecoeficiencia con el fin de reducir el impacto ambiental del edificio. Además, nuestro centro logístico es uno de los mayores y con tecnología más avanzada de Europa.

Entre las principales medidas de ecoeficiencia del edificio destaca la recuperación de energía en los robots de la nave, utilización de aguas pluviales para el riego sostenible y el uso de materiales de baja transmisión térmica para impedir que el calor o el frío entren en la edificación.

La nave cuenta con túneles que facilitan la movilidad de los empleados 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 carbono.

Respecto a la jardinería, esta es de bajo mantenimiento y bajo consumo hídrico y está compuesta por vegetación mediterránea y autóctona de la zona.

Durante la fase inicial de construcción del centro logístico se reutilizaron más de 1,5 millones de metros cúbicos 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 forma sostenible evitando así las emisiones asociadas al transporte de las tierras de excavación a vertederos autorizados

OBRAS CENTRO LOGÍSTICO LLIÇÀ D'AMUNT

Actualmente, el centro logístico se encuentra en pleno proyecto de ampliación.

En 2019, Mango firmó el acuerdo para ampliar el centro logístico de Lliçà en 90.000 metros cuadrados adicionales de superficie. La ampliación, que ya estaba proyectada desde el momento en que diseñamos el centro logístico, supondrá una inversión de 88 millones de euros.

Este proyecto tiene como objetivo permitir al centro seguir asumiendo el crecimiento de la logística vinculada al ecommerce para poder enviar pedidos directamente al cliente final y dotar de mayor capacidad y agilidad a la zona de expediciones. El complejo incorporará instalaciones de eficiencia energética como placas solares.

Toda la obra se ha realizado utilizando material siderúrgico reutilizado (byproduct de escorias siderúrgicas de las acerías) en lugar de extraer nuevos materiales. Esta decisión permite evitar la explotación de nuevas canteras y aprovechar un residuo y volver a convertirlo en recurso. De esta manera se aplican criterios de economía circular en la decisión de los materiales de la obra.

UNA CADENA DE SUMINISTRO SIMPLIFICADA Y EFICIENTE

La integración de las áreas de transporte y operaciones y la unificación de canales offline y online ha permitido disponer de una visión completa *end-to-end* de nuestra cadena de suministro alineando aprovisionamiento con la demanda. Esto ha resultado en la reducción de los envíos semanales a tiendas a sólo dos envíos por semana. Este cambio de frecuencia permite una mejor gestión del stock por parte de la tienda y reduce unos 100.000 envíos al año en toda la cadena, en línea con los compromisos de reducción de emisiones adquiridos.

Committed to Planet | Instalaciones y tiendas

Nuestras tiendas

MANGO

En Mango también trabajamos para reducir el impacto ambiental de nuestras tiendas para implementar buenas prácticas que permitan a nuestros equipos y clientes contribuir a un entorno más sostenible. El compromiso con el medio ambiente también está presente en la planificación y en el diseño de las nuevas tiendas y en sus remodelaciones.



TIENDAS PROPIAS

788

2020: 816

FRANQUICIAS

1.659

2020: 1.405

SUPERFICIES DE VENTA

794.731 m²

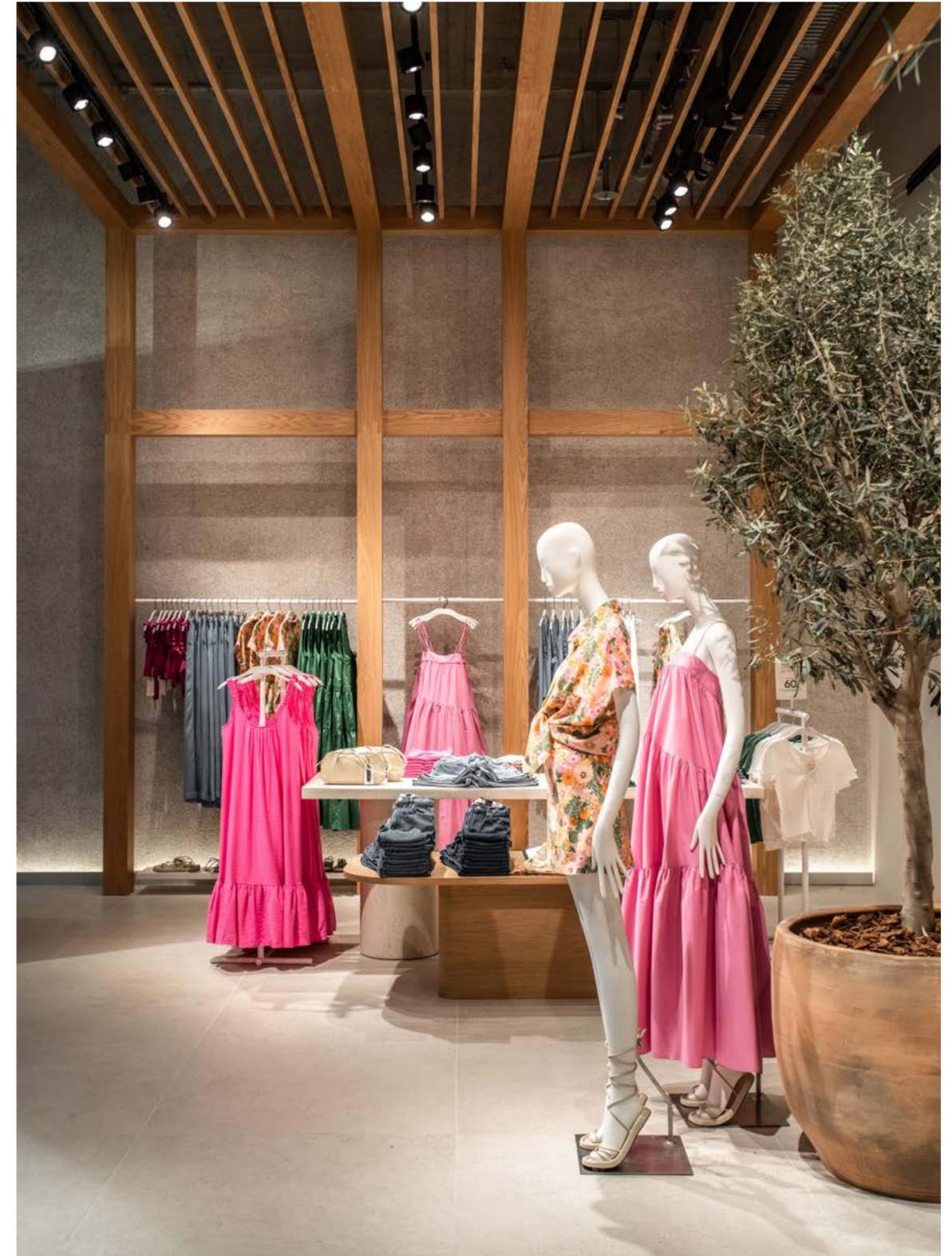
2020: 790.814 m²

Committed to Planet | Instalaciones y tiendas

Reducimos el impacto ambiental en nuestras tiendas

En Mango tenemos el compromiso de gestionar la actividad de las tiendas, ya sean propias o franquicias, de la manera más eficiente y con el menor impacto ambiental posible.

El plan de ecoeficiencia en tiendas, liderado por el departamento de obras, marca los criterios/acciones que se deben implementar en el diseño de tiendas para asegurar la minimización de su impacto ambiental en relación a consumo de energía, agua y uso de materiales.



Committed to Planet | Instalaciones y tiendas

Medidas de ecoeficiencia y buenas prácticas aplicadas

ELECTRICIDAD/AGUA

El 100% de las tiendas nuevas y reformadas ya cuentan con iluminación LED.

Optimización de la iluminación en escaparates y control de esta mediante reloj, así como del logo iluminado exterior.

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.

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.

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

USO DE MATERIALES

Eliminación bolsas comerciales de plástico. El 100% de las bolsas comerciales Mango en todo el mundo son de papel certificado FSC/PEFC.

Posibilidad de ticket digital en ocho países.*

Reutilización de cajas de cartón para todos los trasposos de productos entre puntos de venta, así como las devoluciones a los almacenes centrales.

*El uso del ticket digital está implantado actualmente en Alemania, España, Francia, Irlanda, Luxemburgo, Países Bajos, Reino Unido y Suiza y de cara a 2022 se seguirá expandiendo a más mercados. Esta medida contribuye a reducir el consumo de recursos de papel asociado a las tiendas.

IMPULSANDO LA CIRCULARIDAD DE MATERIALES EN NUESTRAS TIENDAS

En 2021, Mango ha puesto en marcha un proyecto piloto para empezar a incorporar el uso de materiales reciclados en elementos estructurales de tiendas, por ejemplo el uso de falso techo registrable hecho con placas de 100% poliéster reciclado.

Además de tener excelentes valores de aislamiento térmico y acústico, este material nos permite contribuir a la economía circular más allá del uso de materiales reciclados en nuestras colecciones.

A lo largo de 2022 Mango elaborará un plan de transformación de tiendas sostenibles con el objetivo de marcar la hoja de ruta a seguir para los próximos años.

El objetivo de este plan es garantizar la transformación de nuestro parque de tiendas propias no sólo según estándares en términos de eficiencia energética sino también la utilización de todo tipo de materiales más sostenibles como maderas, aislamientos y pinturas más sostenibles. Por otro lado, en cuanto a operaciones revisaremos y definiremos procedimientos para la gestión eficiente de las tiendas y la promoción de la circularidad.

Cambio climático Estrategia de reducción de emisiones

Emisiones de gases de efecto invernadero

En Mango somos conscientes de que todos los procesos y actividades que llevamos a cabo tienen un impacto en el entorno. Por ello, desde 2009 calculamos la huella de carbono de la compañía para conocer cuál es nuestra contribución al cambio climático.

Creemos tener la capacidad de convertirnos en líderes de los cambios que esta industria necesita, y en ese marco nos adherimos a las principales coaliciones internacionales en la materia: The Fashion Pact (2019) y la United Nations Fashion Charter (2020). Como signatarios de estos acuerdos hemos asumido el compromiso de reducir las emisiones de gases de efecto invernadero para 2030 y de alcanzar emisiones netas cero para 2050. Para lograrlo adoptamos a la huella de carbono como un indicador clave para medir el desempeño de nuestro negocio.

Además de medir el impacto de nuestras actividades, divulgar los resultados obtenidos es un paso crítico en la transición hacia un negocio bajo en emisiones. Por ello, en el año de reporte, hemos respondido al cuestionario del Carbon Disclosure Project (CDP) y tomamos el compromiso como miembros de la United Nations Fashion Charter de continuar publicando nuestro progreso en esta plataforma. Utilizar herramientas como el CDP nos permite comparar nuestros logros con el resto de la industria, minimizando riesgos e identificando oportunidades mejora.



Committed to Planet | Cambio climático

Nuestros objetivos de reducción de emisiones

80%
de reducción absoluta de emisiones de alcance (1 + 2) para 2030 respecto a 2019

35%
de reducción absoluta de emisiones de alcance 3 para 2030 respecto a 2019

Para que un objetivo de reducción de emisiones sea válido debe estar alineado con los escenarios definidos en el Acuerdo de París, que buscan limitar el aumento de la temperatura entre 1,5°C y 2°C respecto a los niveles preindustriales. La entidad encargada de aprobarlos es la Science Based Targets initiative (SBTi), ante quien hemos presentado y aprobado nuestros objetivos en 2021.

Un objetivo basado en la ciencia es, por tanto, un objetivo de reducción de gases de efecto invernadero alineado con la ciencia climática más reciente, que define cuánto y con qué rapidez las empresas deben reducir sus emisiones para asegurarse de que contribuyen al esfuerzo global para prevenir un cambio climático drástico. La SBTi brinda a las empresas una visión clara de dónde deben estar en el futuro, desafiándolas a transformar su negocio y a la creación de una economía baja en carbono donde puedan prosperar.

Los objetivos de reducción de emisiones a 2030 han sido aprobados internamente por el Comité de Dirección de Mango y consecuentemente avalados por la SBTi para asegurar que su ambición está alineada con los acuerdos internacionales con los que Mango está comprometido.

Los objetivos se dividen en un primer objetivo de alcance 1 + 2, de ambición alta, que agrupa aquellas emisiones directas e indirectas sobre las cuales Mango tiene mayor poder de influencia directa.

- 80% de reducción absoluta de emisiones de alcance (1 + 2) para 2030 respecto a 2019.

En segundo lugar, Mango ha marcado un objetivo de alcance 3 que incluye todas aquellas emisiones producidas a lo largo de la cadena de valor. La ambición de este objetivo se ajusta a los compromisos internacionales asumidos. La colaboración con nuestros proveedores y toda nuestra cadena de valor y la participación en coaliciones internacionales como el Fashion Pact y el UN Fashion Charter son clave para la consecución de nuestro objetivo de alcance 3.

- 35% de reducción absoluta de emisiones de alcance 3 para 2030 respecto a 2019.

El año base para ambos objetivos es 2019.



Committed to Planet | Cambio climático

Huella de carbono

Metodología

SIGUIENDO EL GHG PROTOCOL AGRUPAMOS LAS EMISIONES DE LA SIGUIENTE MANERA

ALCANCE 1

EMISIONES DIRECTAS ASOCIADAS A LA ACTIVIDAD DE LA EMPRESA

INCLUYE

Emisiones que se generan en fuentes de combustión fijas, móviles, fugitivas fruto del recambio de gases refrigerantes en instalaciones, y otras.

ALCANCE 2

EMISIONES INDIRECTAS ASOCIADAS AL CONSUMO DE ENERGÍA DE LA EMPRESA

INCLUYE

Emisiones vinculadas al consumo energético de oficinas, almacenes y tiendas propias en todo el mundo.

ALCANCE 3

EMISIONES INDIRECTAS A LO LARGO DE TODA LA CADENA DE VALOR Y QUE NO SE ENCUENTRAN BAJO EL CONTROL DE LA EMPRESA

INCLUYE

Adquisición de bienes y servicios. Bienes capitales. Actividades relacionadas con la producción de energía (no incluidas en alcance 1 o alcance 2). Transporte y distribución aguas arriba. Residuos generados durante la operación. Viajes de trabajo. Desplazamientos casa-trabajo-casa de los colaboradores. Activos arrendados por la organización. Transporte y distribución aguas abajo. Uso de productos vendidos por la organización. Residuos derivados de los productos vendidos por la organización. Operación de franquicias.

En 2021, igual que en años anteriores, llevamos a cabo un exhaustivo y riguroso análisis de nuestras actividades utilizando el Protocolo de Gases de Efecto Invernadero (GHG Protocol) como estándar de contabilidad y reporte debido a su amplia aceptación internacional.

Hemos adoptado el más amplio alcance para el análisis del sistema: *cradle to grave*, mediante el cual contabilizamos las emisiones que se generan en fuentes bajo nuestro control y todas las generadas a lo largo del ciclo de vida de los productos que comercializamos.

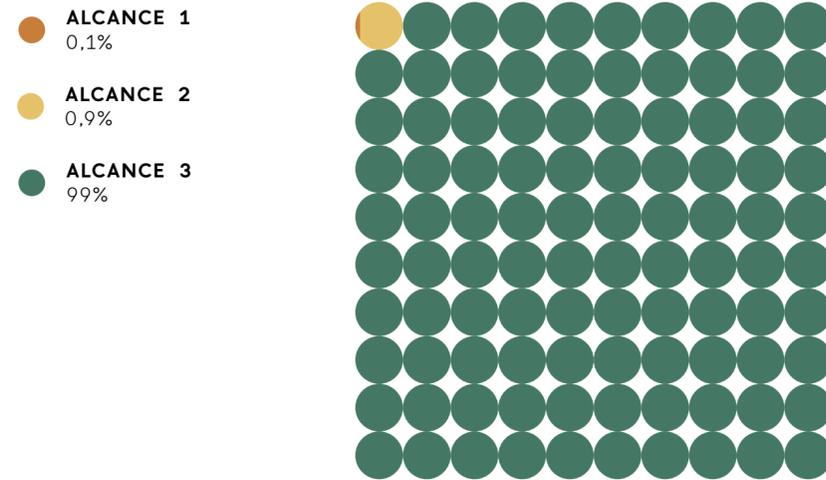
Metodológicamente hemos priorizado siempre los datos primarios, es decir, generados y registrados por la propia organización, y utilizado únicamente secundarios en la eventualidad de que los primeros no se encontraran disponibles. En estos casos se ha recurrido a fuentes de conocida reputación como la Sustainable Apparel Coalition, el Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico (Miteco) y Defra, entre otros.

Committed to Planet | Cambio climático

Resultados 2021

Nuestras emisiones fueron de 2.178.661,5 toneladas de CO₂e y se distribuyeron entre los alcances de la siguiente forma:

MANGO



EVOLUCIÓN HISTÓRICA

ALCANCE	2019 (tn CO ₂ e)	2020* (tn CO ₂ e)	2021 (tn CO ₂ e)
ALCANCE 1	3.096,5	2.290,0	2.812,7
ALCANCE 2	35.219,7	35.062,5	18.589,7
ALCANCE 3	2.488.205,6	2.017.162,9	2.157.259,0
TOTAL	2.526.521,9	2.054.515,3	2.178.661,5

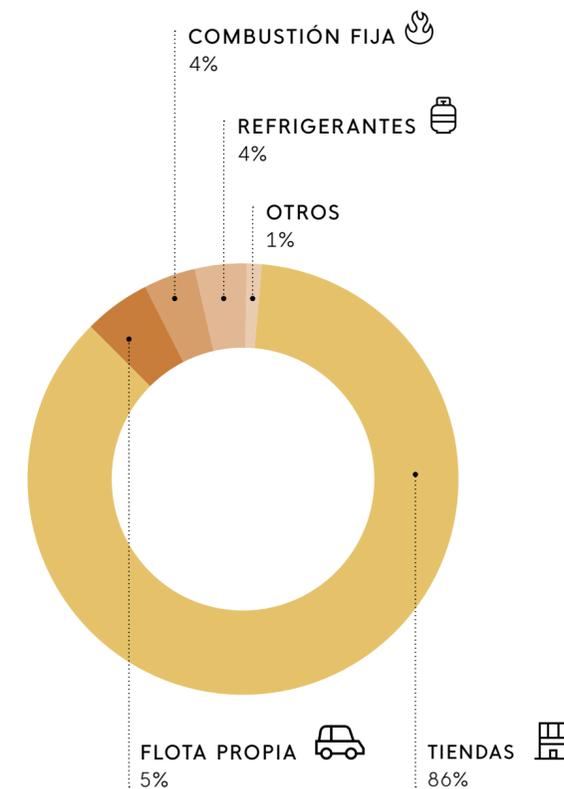
*Año no comparable debido al impacto de la pandemia Covid-19

Los resultados anteriores demuestran la magnitud del desafío que afrontamos. El 99% de las emisiones suceden en alguna instancia de la cadena de valor donde nuestra influencia es indirecta. Por este motivo creemos fundamental la participación en todas las coaliciones y foros de debate en donde se generen herramientas o espacios de trabajo, ya que el éxito de nuestra estrategia de reducción de

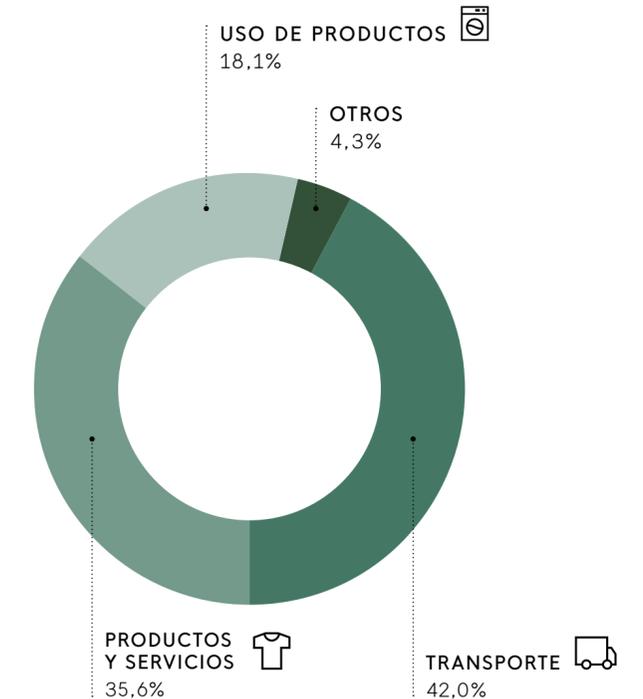
emisiones dependerá del grado de colaboración que construyamos con toda nuestra cadena de valor.

El riguroso estándar que seguimos para la medición de la huella de carbono permite obtener información de calidad respecto al origen de las emisiones, y determinar las áreas de trabajo prioritarias para cumplir los compromisos asumidos.

ALCANCE 1 + ALCANCE 2



ALCANCE 3



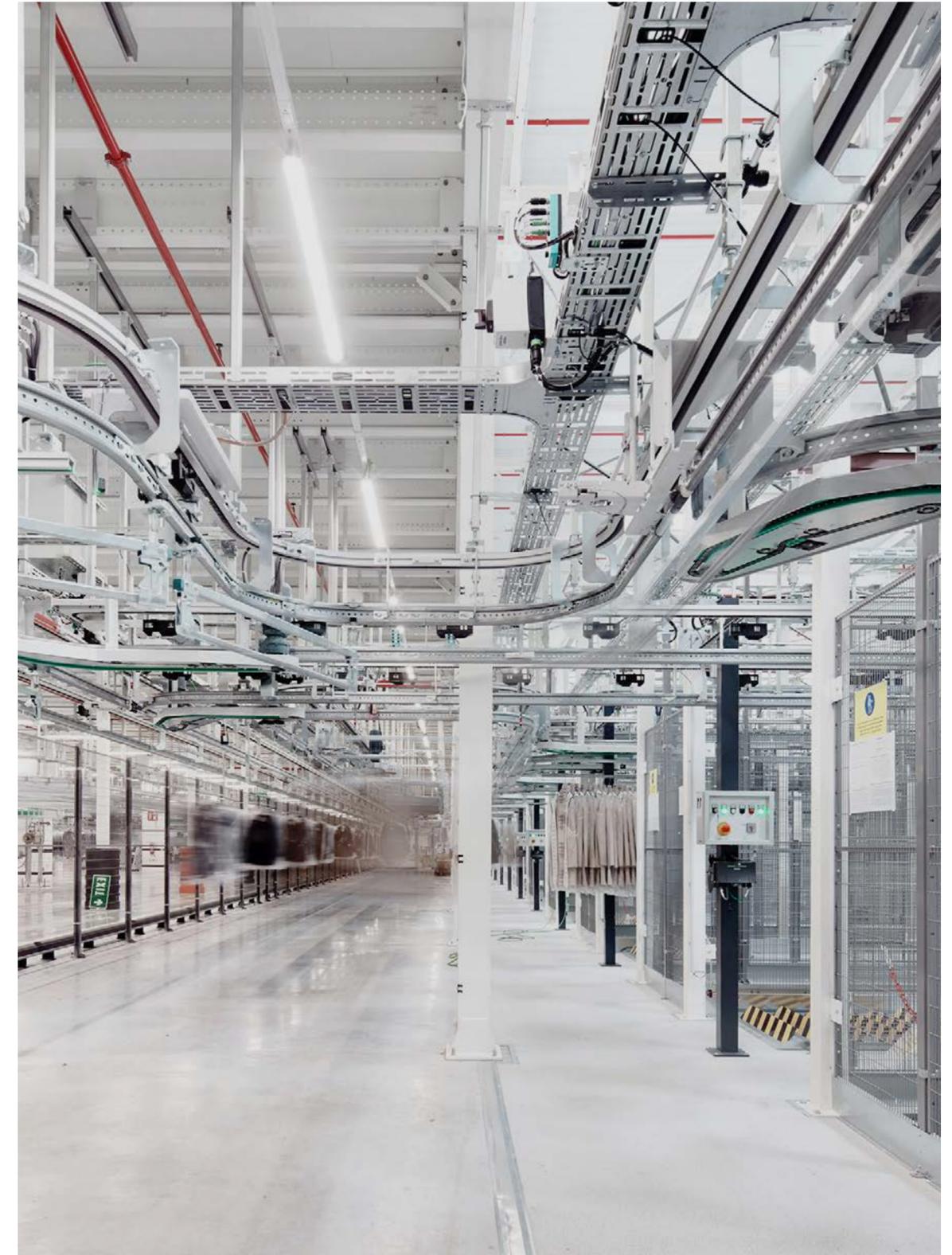
Committed to Planet | Cambio climático

Estrategia de reducción de emisiones

En Mango tenemos claro el enorme desafío que supone alcanzar los objetivos que hemos definido. Por ello, estamos elaborando, en conjunto con las principales áreas de la empresa, un plan de reducción realista y transversal para la compañía.

MANGO

Para la realización de este plan, en 2021 se han constituido mesas de trabajo con las áreas vinculadas a producto, transporte, mantenimiento y obras, en las que trabajamos en la mejora de la calidad de los datos y en el diseño, implementación y seguimiento de acciones de reducción. A continuación, mencionamos algunas líneas de trabajo destacadas.



Committed to Planet | Cambio climático

Líneas de trabajo para la reducción de emisiones

ALCANCE 1+2

EFICIENCIA ENERGÉTICA

Continuamos con el plan de reemplazo de luminarias convencionales por lámparas LED, instalamos sensores de movimiento para el encendido de luces, y medidores fijos y móviles para optimizar el funcionamiento de los nuevos Sistemas de Gestión de Edificios (BMS). Incrementamos la eficiencia de los Centros de Proceso de Datos ajustando los sistemas de climatización y aislamiento, obteniendo una mejora en los factores de consumo y potencia de las instalaciones.

COMPRA DE ENERGÍA RENOVABLE

En 2021 incrementamos el consumo de energía renovable con garantía de origen en un 19,5% hasta llegar a los 77.863,8 MWh. Ya no sólo afecta a nuestras oficinas, almacenes y tiendas propias en España y Reino Unido, sino que hemos trabajado para incorporar las operaciones en Austria, Francia, Grecia, Holanda, Italia, Polonia, República Checa, Suecia y Suiza.

ELECTRIFICACIÓN DE LA FLOTA TERRESTRE

Lanzamos el plan de reemplazo de nuestra flota propia de mantenimiento por vehículos eléctricos, iniciativa que acompañamos con la instalación de las primeras diez electrolineras en los edificios de oficinas de Palau-solità i Plegamans y en el almacén de Lliçà d'Amunt.



Países con contratos de suministro de energía renovable con garantía de origen en 2021

ALCANCE 3

MATERIALES SOSTENIBLES

Con el incremento de prendas con características Committed reducimos directamente las emisiones asociadas a la elaboración de nuestros productos. La preferencia por el consumo de algodón reciclado, algodón orgánico, poliéster reciclado o fibras celulósicas con trazabilidad de origen respecto a sus versiones convencionales nos permite reducir significativamente las emisiones de alcance 3.

COLABORACIÓN CON PROVEEDORES

Con el objetivo de influir de manera positiva en la cadena de valor buscamos desarrollar alianzas estratégicas en un marco de condiciones previsibles que les permita a nuestros proveedores reducir sus emisiones.

LOGÍSTICA

Procuramos el reemplazo de combustibles líquidos y pesados por opciones menos contaminantes, y la selección de diferentes medios de transporte como el tren, que generan menos emisiones.

PRODUCTO

En línea con los objetivos de la UN Fashion Charter nos comprometemos a trabajar para que todas las fábricas que producen para Mango tengan un plan de reemplazo de sus calderas de carbón y de incorporación progresiva de energía renovable en su matriz eléctrica.

Committed to Planet | Cambio climático

Compensación y captación de emisiones

Desde 2009 compensamos parte de las emisiones que generamos y lo hacemos mediante proyectos que cumplan con dos requisitos fundamentales.

- 01 | Que se desenvuelvan en nuestras áreas de mayor influencia, para estimular su desarrollo sostenible.
- 02 | Que se encuentren alineados a los conceptos de la huella de carbono que buscamos compensar.

En el año de reporte se compensaron 24.002 toneladas de CO₂e correspondientes a emisiones directas (alcance 1), las generadas durante el desplazamiento de trabajadores, viajes de trabajo y el consumo eléctrico en oficinas y almacenes.



Committed to Planet | Cambio climático

Proyectos de compensación

EN LÍNEA CON LOS CONCEPTOS PREVIAMENTE MENCIONADOS, COLABORAMOS CON

DELHI METRO RAIL PROJECT

Garantizar una calidad del aire adecuada en las grandes ciudades constituye un enorme desafío. Por eso, a través de este proyecto colaboramos con la tecnificación del sistema de transporte público de Nueva Delhi. Mediante la instalación de sistemas de frenado regenerativo en el metro se permite conservar la energía cinética que se hubiera perdido durante el frenado en forma de fricción, calor y ruido, en electricidad que se almacena en la batería del vehículo.

La energía eléctrica regenerada reduce el consumo desde la red de distribución para el funcionamiento de los trenes en cantidades equivalentes, de esta manera se logra un menor consumo de electricidad y consecuentemente una disminución en las emisiones de gases de efecto invernadero.

Mediante este proyecto de tecnificación, con certificación CDM y Gold Standard compensamos 9.277 toneladas de CO₂.



JINZHU FOREST PROTECTION

El Proyecto Jinzhu se desarrolla en la región rural de Le'an, en la provincia china de Jiangxi, que se caracteriza por su clima subtropical y su riqueza en términos de biodiversidad. Debido al avance del horizonte de deforestación, desde el año 2000 se ha registrado una reducción de un 10% del área forestada total por lo que el proyecto busca convertir en áreas de bosque protegidas una superficie de 7.756,7 hectáreas.

Además de proteger un importante sumidero de dióxido de carbono el proyecto contribuye a la recuperación de la calidad del suelo, la conservación del recurso hídrico en la zona, la preservación de la biodiversidad y la generación de puestos de trabajo para el desarrollo local.

Mediante este proyecto de manejo forestal y preservación de ecosistemas claves, con certificación Verified Carbon Standard, compensamos 9.277 toneladas de CO₂.



DAK MI 4 HYDROPOWER

El proyecto consiste en la construcción de una central hidroeléctrica en un embalse del distrito de Phuoc Son, provincia de Quang Nam en Vietnam, que tiene cuatro turbinas Francis y produce 752,5 GWh al año. Promueve las fuentes y tecnologías de energía renovable, la diversificación de la matriz energética y el crecimiento económico sostenible de Vietnam.

Al desplazar otras fuentes de energía contaminantes como las plantas de carbón reduce la concentración de dióxido de carbono, dióxido de azufre y material particulado en la atmósfera. Además, permitió la creación de 1.464 empleos directos durante su construcción y 65 empleos permanentes para su operación.

Mediante este proyecto de energía asequible, con certificación CDM, compensamos 5.448 toneladas de CO₂.



Committed to Planet | Cambio climático

Proyectos de captación

COLABORACIÓN CON LA FUNDACIÓN GREENOVA

En Mango creemos que reducir y compensar nuestras emisiones no será suficiente para cumplir con los escenarios del Acuerdo de París y que será necesario captar y almacenar CO₂ atmosférico. Por esta razón, en el año de reporte hemos decidido apoyar la investigación y desarrollo de tecnologías que permitan eliminar CO₂ que ya se encuentra en la atmósfera.

La Fundación Greenova, en colaboración con la Universidad de Barcelona, la Universidad Rovira i Virigili de Tarragona y Eurecat (centro tecnológico de Cataluña), se encuentra desarrollando dos proyectos en formato de doctorando industrial para capturar CO₂ del aire mediante el uso de membranas permeables en un caso, y de grafeno + MOF (metal organic frameworks) en el otro, y convertir este CO₂ capturado en compuestos que permitan su posterior aprovechamiento.

Creemos fundamental apoyar la investigación de nuevas tecnologías para obtener en el medio plazo herramientas accesibles para cumplir nuestros objetivos. En este caso, igual que en todos los anteriores, buscamos hacerlo generando un efecto positivo en nuestras zonas de influencia.



Committed to Planet

Impulsamos nuestra estrategia de gestión del agua

MANGO



La industria textil ejerce una enorme presión sobre un recurso hídrico de agua dulce que es finito, ya que muchas de las etapas de producción requieren de agua como recurso clave.

El estrés hídrico es el resultado de la falta de disponibilidad de agua para abastecer la demanda de una región como resultado de una mala gestión de los recursos hídricos disponibles. El cultivo del algodón y los procesos de tintado, lavado y acabo, entre otros, conllevan un gran consumo de agua a lo largo de la cadena de valor y hace que nos enfrentemos a la responsabilidad de abordar los riesgos derivados de la gestión del uso del agua.

Además, los procesos de producción pueden resultar en la contaminación del agua si las aguas residuales no se gestionan correctamente. La mala gestión de las aguas residuales de los procesos de producción puede afectar a la agricultura local, la salud humana, la biodiversidad y a necesidades industriales, entre otros.

Por otro lado, también hay que considerar el efecto del cambio climático en los recursos hídricos. Por ejemplo, las inundaciones y sequías pueden generar limitaciones agrícolas, escasez de suministro, alza de precios, entre otras consecuencias que pueden afectar a la cadena de valor de la industria textil.

En este contexto global, Mango reconoce su impacto sobre el recurso hídrico mundial y consecuentemente identifica la gestión del agua a lo largo de la cadena de valor como punto clave para avanzar hacia un modelo de negocio más sostenible.

Committed to Planet | Nuestra estrategia de gestión del agua

Nuestros compromisos para la gestión del agua

El plan de gestión del agua de Mango se divide en dos grandes bloques

Siendo conscientes del impacto y consecuencias más amplias del uso del agua, Mango ha desarrollado una estrategia de gestión del agua para reducir su consumo y mejorar la eficiencia, tanto en las operaciones propias como en toda nuestra cadena de suministro.

Para elaborar un plan de acción sólido y abordar correctamente la gestión del agua, necesitamos tener un conocimiento profundo de las diferentes variables que afectan este recurso a lo largo de nuestra cadena de suministro. Localizaciones específicas de nuestra actividad y datos de cuantitativos de consumo son puntos clave para la evaluación de nuestro impacto hídrico.

Mango utilizará las herramientas disponibles, por ejemplo el Higg FEM, para la obtención de datos cuantitativos de nuestra cadena de suministro.

La disponibilidad de datos es clave para plantear acciones concretas, que sean efectivas y significativas, dentro de nuestra estrategia de gestión del agua.

En 2021, el consumo de agua en nuestra sede central y en nuestro centro logístico fue de 19.400 metros cúbicos (23.038 metros cúbicos en 2020).

01 | En nuestra central, centros de distribución y tiendas:

- Monitorizar y optimizar el consumo de agua en nuestras instalaciones con la aplicación de criterios de ecoeficiencia (ver apartado instalaciones).
- Concienciar y educar a los colaboradores Mango sobre los riesgos del recurso hídrico y buenas prácticas para un consumo más sostenible del agua.
- Comunicar el consumo de agua anual de nuestras instalaciones.

02 | Gestión del agua a lo largo de nuestra cadena de producción

- Monitorizar y analizar, a través de datos cuantitativos (por ejemplo, Higg FEM, informes proveedores, etc.), nuestro impacto de consumo de agua en procesos húmedos (tintado, lavado, acabado).
- Implementar el listado de sustancias restringidas en procesos de producción (M-RSL) del Zero Discharge of Hazardous Chemicals (ZDHC) a lo largo de toda nuestra cadena de producción.
- Promocionar una correcta gestión de las sustancias químicas y aguas residuales en nuestra cadena de producción para evitar la contaminación de aguas y contribuir al objetivo de vertido cero de productos químicos de la iniciativa ZDHC.
- Priorizar el uso de fibras más sostenibles con menor consumo de agua (por ejemplo, fibras recicladas).

- Priorizar procesos de producción más sostenibles con una mejor gestión del agua (por ejemplo, tecnología Jeanologia®).
- Reducir un 25% el consumo de agua en procesos de acabado y lavado de nuestras prendas antes de 2030.
- Trabajar con socios, proveedores, clientes, otras marcas y otros grupos de interés para colaborar hacia una gestión del agua más sostenible.
- Concienciar y educar a nuestros grupos de interés (proveedores, clientes, etc.) sobre los riesgos del recurso hídrico y buenas prácticas para un consumo y gestión más sostenible del agua.
- Hacer públicos nuestros progresos en la gestión más sostenible del agua.

Committed to Planet | Nuestra estrategia de gestión del agua

Herramientas para la medición de nuestra huella hídrica

MANGO



Como miembros de la SAC y a través de sus herramientas del Higg Index, podemos medir el consumo de agua a nivel de tejido y producto, con las herramientas Higg MSI y Product Module, y a lo largo de nuestra cadena de suministro, con el Higg FEM. Con estas herramientas podemos conocer los consumos de agua en las fábricas en las que producimos y acceder a valores estandarizados de consumo/impacto en el agua por tipo de tejido y tipo de prenda. Asimismo, el análisis de estos datos es clave para nuestra estrategia de gestión del agua para tomar decisiones a la hora de escoger materiales y fábricas con las que producir para reducir nuestro consumo de agua.

Committed to Planet | Nuestra estrategia de gestión del agua

Proyecto Detox y ZDHC

La iniciativa Detox tiene como objetivo desafiar a las mejores marcas textiles a hacer los cambios necesarios, junto a sus proveedores, para eliminar las sustancias nocivas a lo largo de la cadena de suministro. En diciembre 2012 nos comprometimos con esta iniciativa de Greenpeace y desde entonces hemos analizado aguas residuales de nuestros proveedores de procesos de acabado y lavado en seis países (Bangladesh, China, India, Turquía, Pakistán, Vietnam) que representan el mayor volumen de producción de Mango.

En 2021, con la intención de continuar con los compromisos adquiridos a través de la iniciativa Detox de Greenpeace para lograr el vertido cero de productos químicos nocivos a lo largo de la cadena de suministro, Mango se ha unido al programa Roadmap to Zero de ZDHC como colaborador. Esta iniciativa nos ayudará a lograr las mejores prácticas de gestión de químicos en los procesos húmedos a lo largo de nuestra cadena de producción, tanto textil como calzado.

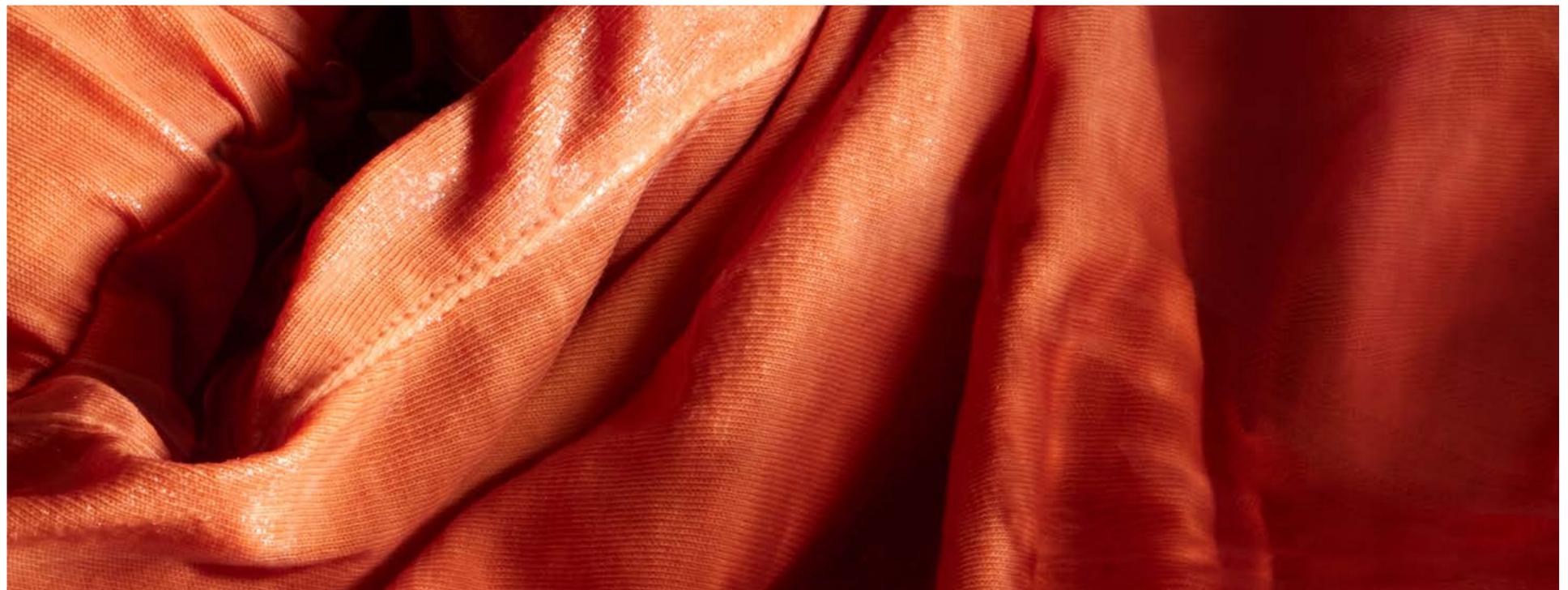
La adhesión a la iniciativa de ZDHC está enmarcada en la nueva estrategia de gestión del agua, con la que se implementarán acciones para la reducción y eficiencia del uso del agua a lo largo de la cadena de suministro.

Con este proyecto, Mango contribuye no sólo a la buena gestión de químicos, sino también a proteger a los consumidores, trabajadores y reducir el impacto de los procesos de producción en el medio ambiente.

En línea con el ODS 17 (alianzas), desde Mango estamos convencidos de que la colaboración con este tipo de iniciativas internacionales es un factor clave para acelerar la transición hacia una gestión más responsable de sustancias químicas en la industria textil.

Nuestro MRSL

Como parte de nuestra adhesión al programa Roadmap to zero del ZDHC, nos comprometemos a mantener e implementar nuestro MRSL (Manufacturing Restrictes Substances List) siempre actualizado y en línea con la lista MRSL del ZDHC. Esta lista, estandarizada y aplicada por todos los miembros del ZDHC, indica qué sustancias químicas no se pueden utilizar durante la producción de prendas y calzado y con qué límites de concentración. Consecuentemente, en 2021 Mango ha actualizado su estándar de sustancias químicas y seguridad en los procesos de producción que debe ser cumplido por todos nuestros proveedores.



Committed to Planet | Nuestra estrategia de gestión del agua

Estudio de huella hídrica de unos vaqueros Mango

En 2021 se ha realizado un estudio sobre la huella hídrica de uno de nuestros pantalones vaqueros con el objetivo de desarrollar una herramienta de cálculo que permita contabilizar la huella hídrica de todos los jeans producidos para Mango.

La herramienta, elaborada con la colaboración de la Cátedra Mango de RSC, considera el consumo de agua de los siguientes procesos de producción: cultivo del algodón, producción del tejido denim y acabado/lavado del vaquero.

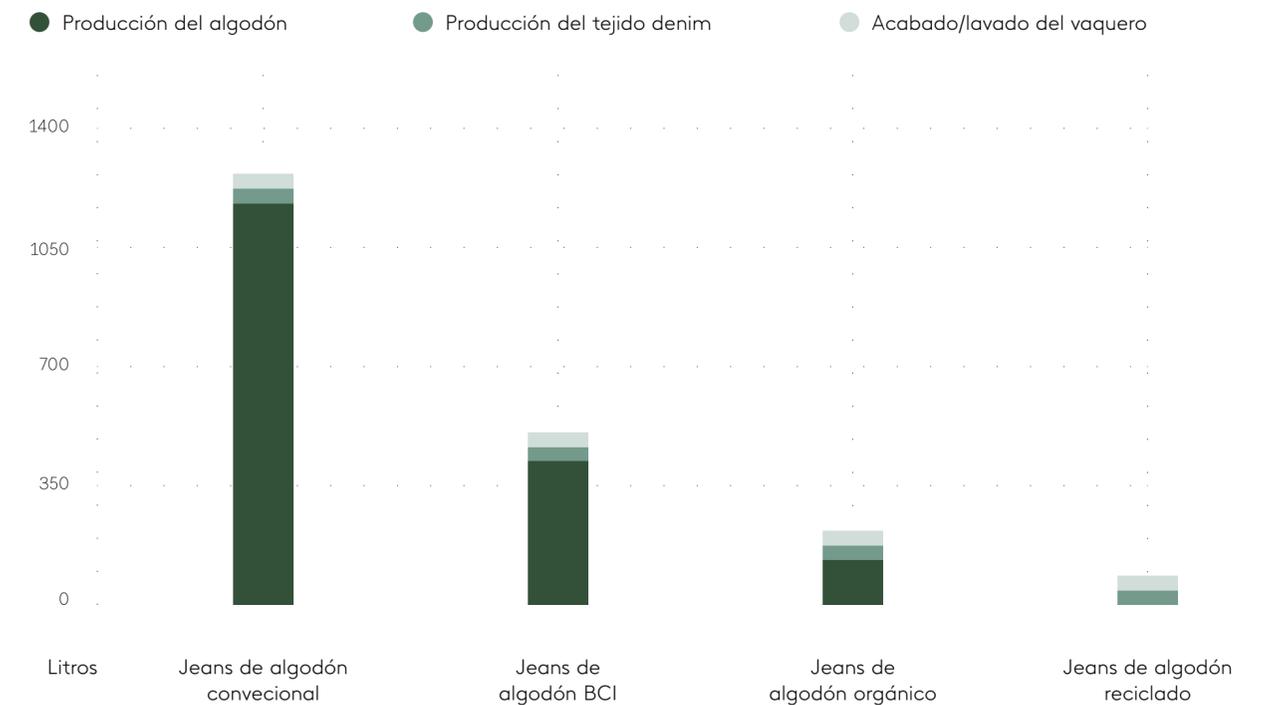
El estudio se ha realizado con datos de producción de 2020 de vaqueros fabricados en Bangladesh, Pakistán, Marruecos y Turquía. Además, se diferencia entre el uso de algodón convencional y el uso de distintas opciones de algodón más sostenible (BCI, orgánico y reciclado), ya que estos últimos requieren un menor consumo de agua.

El siguiente gráfico muestra las diferencias en los consumos promedios de agua de unos jeans estándar Mango elaborados con algodón convencional, algodón BCI, orgánico y reciclado.

Los resultados de este estudio confirman que la apuesta por alternativas de algodón más sostenible tiene un gran potencial de impacto en cuanto el consumo de agua asociado a nuestras prendas. En línea con estos resultados, Mango está comprometido a conseguir que el 100% de su uso de algodón sea de origen más sostenible antes de 2025, objetivo que permitirá reducir notablemente la huella hídrica de nuestras prendas en cuanto a materiales.

Los resultados de este estudio están disponibles en la página web de la Cátedra RSC de Mango.

CONSUMO DE AGUA POR TIPO DE ALGODÓN



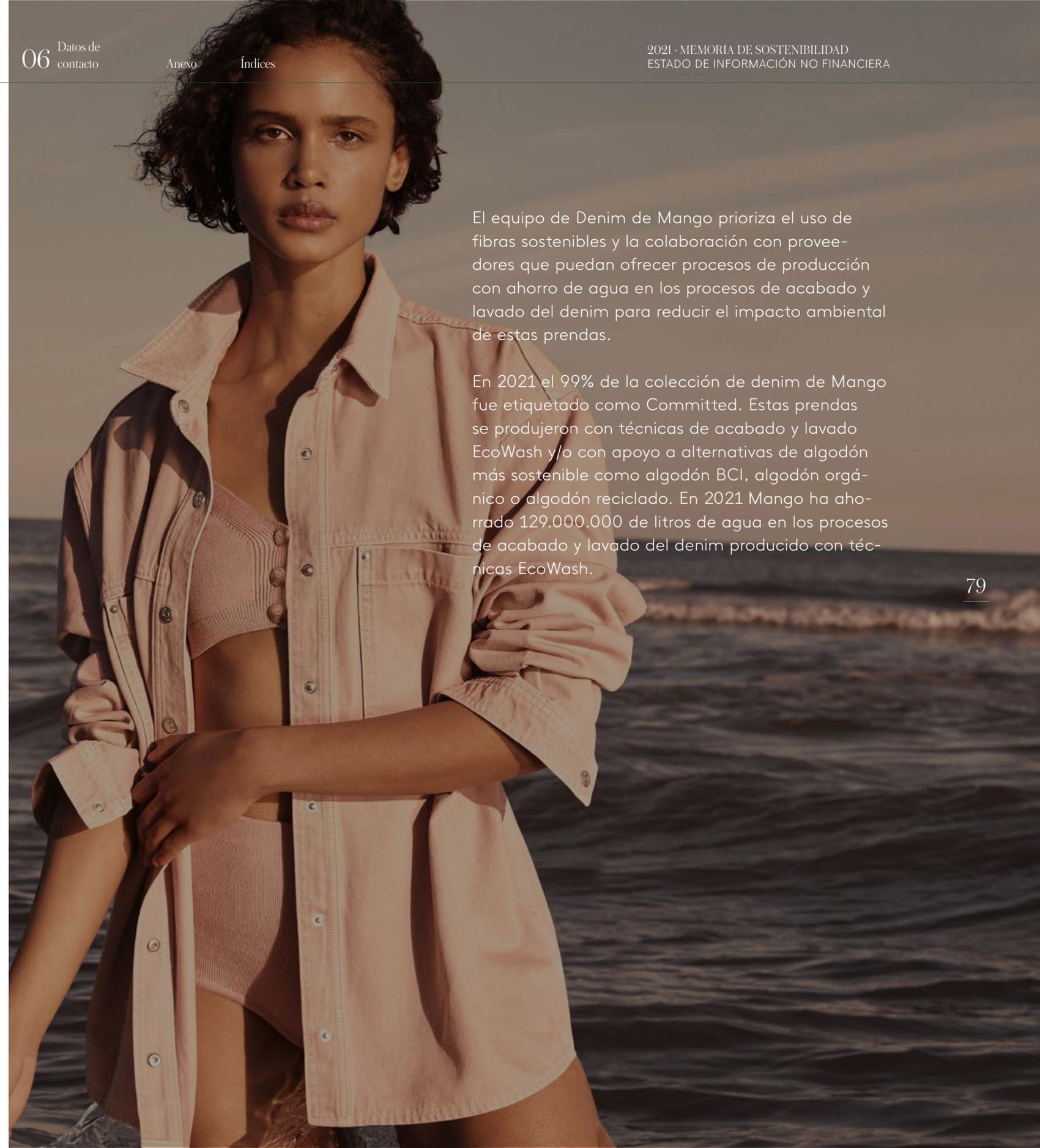
Committed to Planet | Nuestra estrategia de gestión del agua

Reducción del impacto del denim de Mango

99%

de la colección denim es Committed

MANGO



El equipo de Denim de Mango prioriza el uso de fibras sostenibles y la colaboración con proveedores que puedan ofrecer procesos de producción con ahorro de agua en los procesos de acabado y lavado del denim para reducir el impacto ambiental de estas prendas.

En 2021 el 99% de la colección de denim de Mango fue etiquetado como Committed. Estas prendas se produjeron con técnicas de acabado y lavado EcoWash y/o con apoyo a alternativas de algodón más sostenible como algodón BCI, algodón orgánico o algodón reciclado. En 2021 Mango ha ahorrado 129.000.000 de litros de agua en los procesos de acabado y lavado del denim producido con técnicas EcoWash.

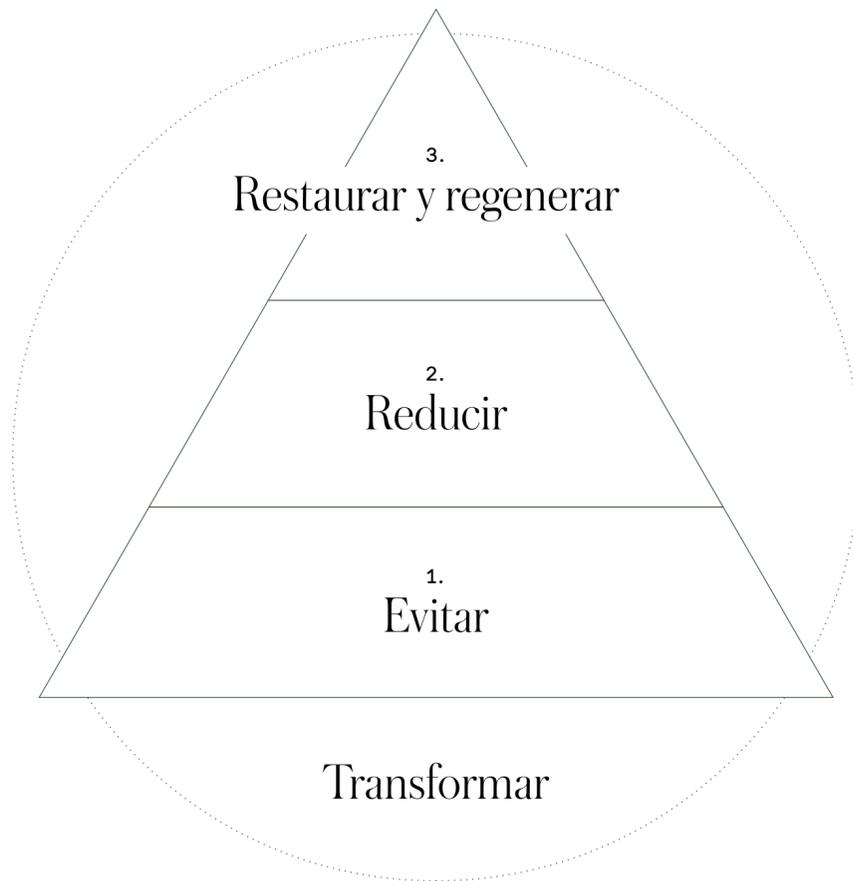
Committed to Planet

Nuestra relación con la biodiversidad

MARCO DE ACTUACIÓN PARA SBTn

NUESTRA ESTRATEGIA DE BIODIVERSIDAD

MANGO



En Mango trabajamos para entender y priorizar nuestra relación con la biodiversidad. Esto supone un cambio de paradigma respecto a cómo percibimos el mundo que ahora demanda que lo hagamos en especies, ecosistemas y con un monitoreo de impacto en múltiples niveles.

Como signatarios del Fashion Pact reconocemos que la pérdida de biodiversidad es uno de los riesgos más importantes de la actualidad, y que debe ser abordada en conjunto con acciones para mitigar los efectos del cambio climático y reducir nuestro impacto negativo en los océanos.

Entendemos que la ventana temporal se estrecha, por lo que estamos desarrollando una estrategia de biodiversidad que se centre en garantizar la trazabilidad de nuestras operaciones y que contemple acciones inmediatas y extensivas. Una estrategia que defina objetivos, alcance, plazos, responsabilidades y recursos para asegurar el cumplimiento de nuestros compromisos.

La metodología que seguimos es la de evitar y reducir la pérdida de biodiversidad, restaurar y regenerar ecosistemas y, finalmente transformar nuestro modelo de negocio hacia uno que evite que la pérdida de biodiversidad se vuelva irreversible. En este marco, alineado con Science Based Targets for Nature (SBTN), definiremos objetivos temporales medibles, basados en la ciencia y en concordancia con los límites que impone la naturaleza y los objetivos de desarrollo sostenible.

Para la construcción de una estrategia corporativa primero se deben identificar los materiales y las ubicaciones que representan un alto riesgo u oportunidad para la biodiversidad.

Para este primer punto, y en términos de materiales, Mango ha identificado al algodón, las fibras celulósicas y la lana como prioritarios ya que representan el 50% de nuestro consumo total en masa, demandan una enorme superficie de suelo para su cultivo, o su propia naturaleza supone un impacto directo en la flora y fauna.

Respecto a la evaluación de ubicaciones, nos encontramos trabajando en el mapeo de la cadena de suministro a través de la colaboración con proveedores y alianzas como The Fashion Pact o Canopy Style, que consideramos un factor clave para la generación de valor en línea con los ODS 15 (Vida de Ecosistemas Terrestres) y 17 (Alianzas).

Una vez tengamos identificadas las áreas críticas de impacto, las priorizaremos y elaboraremos una lista de

temas y localizaciones principales, para las cuales habrá que recolectar información sobre la línea de base, definir objetivos, estimar esfuerzos e identificar socios clave.

Utilizaremos la metodología de la SBTN (evitar, reducir, regenerar, restaurar y transformar) para ejecutar las mejores acciones:

- Evitar actividades en ubicaciones o ecosistemas particulares.
- Evitar determinadas actividades durante un período estacional específico.
- Cambio en los procesos de producción y rediseño de productos.
- Restauración de ecosistemas degradados para llevarlos a condiciones semejantes a las originales.

Finalmente, mediremos y comunicaremos anualmente el progreso a través de canales y documentos verificados por terceros.

En línea con nuestra estrategia de biodiversidad hemos desarrollado las políticas de Bienestar Animal y Protección de Bosques, que forman parte de la estrategia de biodiversidad de la empresa.

Committed to Planet | Nuestra relación con la Biodiversidad

Política de bienestar animal

Como parte del Plan de Sostenibilidad de Mango, nos comprometemos a trabajar para lograr un trato justo y ético en toda la cadena de suministro, rechazando cualquier práctica que implique maltrato o sufrimiento animal, como por ejemplo el *mulesing*. En esta línea, en 2018 nos unimos al compromiso People for Ethical Treatment of Animals (PETA) para dejar de usar lana mohair en 2020 debido a las prácticas crueles hacia los animales para conseguirla.

Todos los materiales animales que utilizamos en prendas y accesorios Mango proceden de animales destinados a la cadena de alimentación humana. Mango prohíbe el uso de pelo de conejo, aunque su origen sea el anteriormente descrito; tampoco permite el uso de lana de angora. Además, Mango prohíbe el uso de materiales derivados de animales exóticos, así como especies en peligro de extinción y vulnerables*.

Además, estamos reduciendo la cantidad de materiales que provienen de origen animal incrementando el uso de fibras recicladas, y apoyando el desarrollo de materiales innovadores de origen no animal que puedan ofrecer las mismas cualidades.

*Como indica la Convention on International Trade in Endangered Species (CITES) y la International Union for Conservation of Nature (IUCN) Red list of Critically endangered; Endangered; or Vulnerable listed species.

En 2021, Mango se ha comprometido con el Programa Fur Free Retailer de la Fur Free Alliance, por la que prohibimos el uso de piel de pelo en todos nuestros productos.

Asimismo, tenemos como objetivo mejorar la trazabilidad y transparencia en toda la cadena de suministro estableciendo objetivos y estándares para asegurarnos de que todos los materiales vírgenes de origen animal provengan de granjas responsables con altos estándares en términos de bienestar.

La política de bienestar animal vigente figura en la página web de la compañía.

Committed to Planet | Nuestra relación con la Biodiversidad

Política de protección de bosques

MANGO



Los bosques funcionan como apoyo para el desarrollo de la biodiversidad, como sumideros de CO₂ por su capacidad para captarlo de la atmósfera y como reguladores de la disponibilidad de agua a nivel local y global. Son un claro ejemplo de la estrecha relación que existe entre los tres pilares que define el Fashion Pact: Clima, Biodiversidad y Océanos.

Con esta política, alineada con los compromisos de la iniciativa internacional Canopy Style, nos comprometemos a proteger los bosques y ecosistemas en peligro mediante:

- El abastecimiento responsable de todos los materiales de celulosa utilizados en nuestras prendas, papel y envases.
- La reducción y reutilización de papel y packaging.
- El apoyo al desarrollo de proveedores que trabajen fibras con menores impactos ambientales y sociales, con especial énfasis en la disminución de residuos agrícolas y la opción por las fibras recicladas.
- La promoción de la investigación sobre nuevas opciones de packaging y papel.

Para alcanzar nuestros compromisos será necesario que todas las fibras, el packaging y el papel que provengan de bosques cuenten con certificaciones internacionales para evitar la tala ilegal y la destrucción de ecosistemas de gran valor.

Committed to Planet | Nuestra relación con la Biodiversidad

Proyectos de educación y restauración

Desde el inicio del proyecto se han conseguido replantar 600 nuevas semillas de Posidonia.

MANGO

POSIDONIA LAB – ASOCIACIÓN VELLMARÍ

Para una marca de origen mediterráneo como la nuestra, el mar es uno de los mayores tesoros. Este año, como parte de nuestro compromiso con la protección de los océanos y su biodiversidad, derivada de la firma del Fashion Pact, hemos comenzado a colaborar con la Asociación Vellmarí. Esta asociación sin ánimo de lucro liderada por Manu San Félix, biólogo marino y explorador de National Geographic, fue fundada en 1993 y tiene su base en Formentera (Baleares). La entidad se dedica a proyectos de comunicación dirigidos a impulsar el conocimiento del Mediterráneo, conservación y recuperación de especies e investigación para potenciar el conocimiento sobre estos ecosistemas.

En concreto, Mango apoya Posidonia Lab, un proyecto pionero de conservación que integra innovación, investigación, educación y concienciación para la protección de la posidonia, una especie endémica del Mediterráneo. En julio, siete de nuestros colaboradores y dos clientes viajaron a Formentera para colaborar con la campaña de plantación de posidonia.



Committed to Planet

Eliminar plásticos y reducir residuos

MANGO



Committed to Planet | Eliminar plásticos y reducir residuos

Reducir nuestro impacto a lo largo de nuestra cadena de suministro

MANGO



En un entorno competitivo y cambiante como el sector de la moda, Mango debe seguir garantizando el flujo desde los puntos de suministro hasta sus clientes con la rapidez requerida a la vez que tomar conciencia del impacto ambiental de nuestras operaciones. Con este propósito, Mango ha estado trabajando en mejorar su cadena de suministro con los siguientes principios como referencia: simplicidad, control, flexibilidad, sostenibilidad, rapidez y escalabilidad.

Nuestra cadena de producción y suministro global no sólo tiene un impacto alto en emisiones de efecto invernadero, sino también tiene un alto impacto en cuanto al uso de materiales y residuos. Con la voluntad de optimizar y reducir el uso de materiales y residuos a lo largo de nuestra cadena de valor, Mango ha puesto en marcha proyectos para la eliminación o sustitución de componentes y embalajes de plástico en base a las siguientes acciones clave:

- Identificación de componentes (papel o plástico) innecesarios que acompañan nuestras prendas.
- Sustitución de componentes de plástico necesarios que acompañan nuestras prendas por alternativas de menor impacto ambiental.
- Optimización de embalajes provenientes de origen.
- Eliminación progresiva de las bolsas de plástico (polybag) por bolsas de papel.
- Optimización de embalajes online.

Committed to Planet | Eliminar plásticos y reducir residuos

Eliminación progresiva de las bolsas de plástico (polybag)

MANGO

En 2020 Mango lanzó su proyecto estratégico de sustitución de las bolsas de plástico (polybags) por bolsas de papel a lo largo de toda la cadena de valor.

Es un proyecto de gran magnitud que implica la colaboración transversal de toda la empresa, desde calidad, logística, centros de distribución, y tiendas, hasta toda nuestra cadena de suministro y sus proveedores.

El objetivo de la empresa es eliminar, de manera progresiva, todas las bolsas de plástico que se utilizan para la distribución de nuestros productos a lo largo de la cadena de suministro desde origen hasta nuestras tiendas o entrega de pedidos online.

Es un proyecto clave para avanzar el compromiso con la sostenibilidad de la empresa que eliminará el uso de alrededor de 160 millones de bolsas de plástico anuales cuando esté implementado al 100%.

Además, este proyecto está perfectamente alineado con los objetivos del pilar de Océanos del Fashion Pact donde los miembros se comprometen a reducir al máximo los embalajes de plástico y

eliminar todos los plásticos de un solo uso antes de 2030.

En 2020, Mango llevó a cabo tres pruebas piloto con bolsas de papel para prenda doblada en Marruecos, Turquía y China. Estas pruebas piloto sirvieron para confirmar que la bolsa de papel cumplía con las necesidades funcionales necesarias para proteger y transportar las prendas a lo largo de la cadena de valor.

Tras el éxito de las tres pruebas piloto, Mango presentó los resultados de estas pruebas al Comité de Dirección, donde se aprobó seguir adelante con el proyecto y empezar la transición de polybags a bolsas de papel a lo largo de 2021.

En 2021, Mango ha afianzado la operativa necesaria para este proyecto y ha lanzado el uso de bolsas de papel para producciones de Turquía, China y Marruecos. Esto significa que las producciones de prendas y accesorios de doblado de estos países tienen disponible el uso de bolsas de papel para su transporte de origen a tiendas en vez de utilizar la tradicional polybag.

¿POR QUÉ UTILIZAR PAPEL?

A diferencia del plástico, el papel proviene de fuentes renovables, lo cual hace que este material sea más sostenible a largo plazo que el plástico.

Las bolsas de papel que se utilizan son de papel tisú, un material hecho de pulpa natural de la celulosa de los árboles que provienen de bosques gestionados de manera sostenible según los requisitos de los estándares internacionales FSC®. De esta manera aseguramos que la producción de estas bolsas de papel no contribuye a la deforestación o tala ilegal de árboles. Además, el papel es un material que se puede reciclar una media de cuatro a seis veces, por lo que al utilizar este material estamos contribuyendo a impulsar una economía circular. Asimismo, este material ofrece menos dudas que otros a la hora de depositarse en los contenedores de recuperación para el reciclaje.

Committed to Planet | Eliminar plásticos y reducir residuos

Eliminación progresiva de la bolsa polybag

2020

Puesta en marcha de pruebas piloto con bolsas de papel para prenda doblada en Marruecos, Turquía y China.

Mayo

Junio

Noviembre

2021

Lanzamiento bolsas de papel en Turquía.

Lanzamiento bolsas de papel en China.

Lanzamiento bolsas de papel en Marruecos.

24,9M

La implementación de este proyecto ha supuesto la eliminación de 24,9 millones de bolsas de plástico, que se han sustituido por bolsas de papel.

1^{er}
Semestre

2^o
Semestre

2022

Lanzamiento en el resto de países proximidad (Europa).

Lanzamiento en el resto de países en Asia.

1 | Estandarización y nominación de cajas en origen

En 2019, Mango lanzó un proyecto de nominación de recolectores de cartón 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, y en línea con el compromiso adquirido en la política de fibras celulósicas, papel y packaging de Mango en colaboración con la iniciativa Canopy Style, este proyecto asegura que todas las cajas de cartón de nuestros proveedores son de origen controlado y sostenible, asegurando que no contribuyen a la deforestación o a la tala ilegal de árboles.

Actualmente, este proyecto está implementado en Bangladesh, Camboya, China, India, Marruecos, Pakistán, Portugal, Turquía y Vietnam.

Con esta estandarización, Mango ha reducido a tres sus tipos de caja, lo cual ha permitido mejorar la eficiencia tanto en la recepción como en la expedición de estas con una mejora de la densidad al aprovechar mejor los contenedores gracias a las medidas optimizadas y estandarizadas de las cajas.

Por otro lado, esta estandarización permite aumentar el reutilizado de cajas recibidas de proveedores para las expediciones a tiendas. En 2021 se reutilizaron el 69% de las cajas provenientes de proveedores en origen para expediciones a tiendas.

2 | 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. De esta manera, Mango avanza hacia reducir su impacto ambiental en cuanto al uso de plástico.

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, y en línea con la política de Mango de fibras celulósicas, papel y embalaje,

aseguramos que el cartón de todas las cajas de pedidos online proviene de plantaciones de gestión sostenible y además contribuimos a una economía circular a través del reciclaje de recursos como el papel/cartón.

Por otro lado, en 2020 se realizó un estudio para optimizar las diferentes medidas y reducir los gramajes de la variedad de cajas para los pedidos online. Así, Mango consigue que se utilice 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 2021, Mango utilizó 4.226 toneladas de embalajes de envío online en todo el mundo, de las cuales menos del 1% representa embalajes de plástico.

3 | Gestión de 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). A través de estos sistemas de gestión, Mango asegura la correcta gestión y reciclaje de todos los embalajes y componentes asociados a los productos puestos en el mercado.

En 2021 la actividad de Mango puso en el mercado aproximadamente 2.057 toneladas de papel/cartón y 1.438 toneladas de plástico, asociados a los

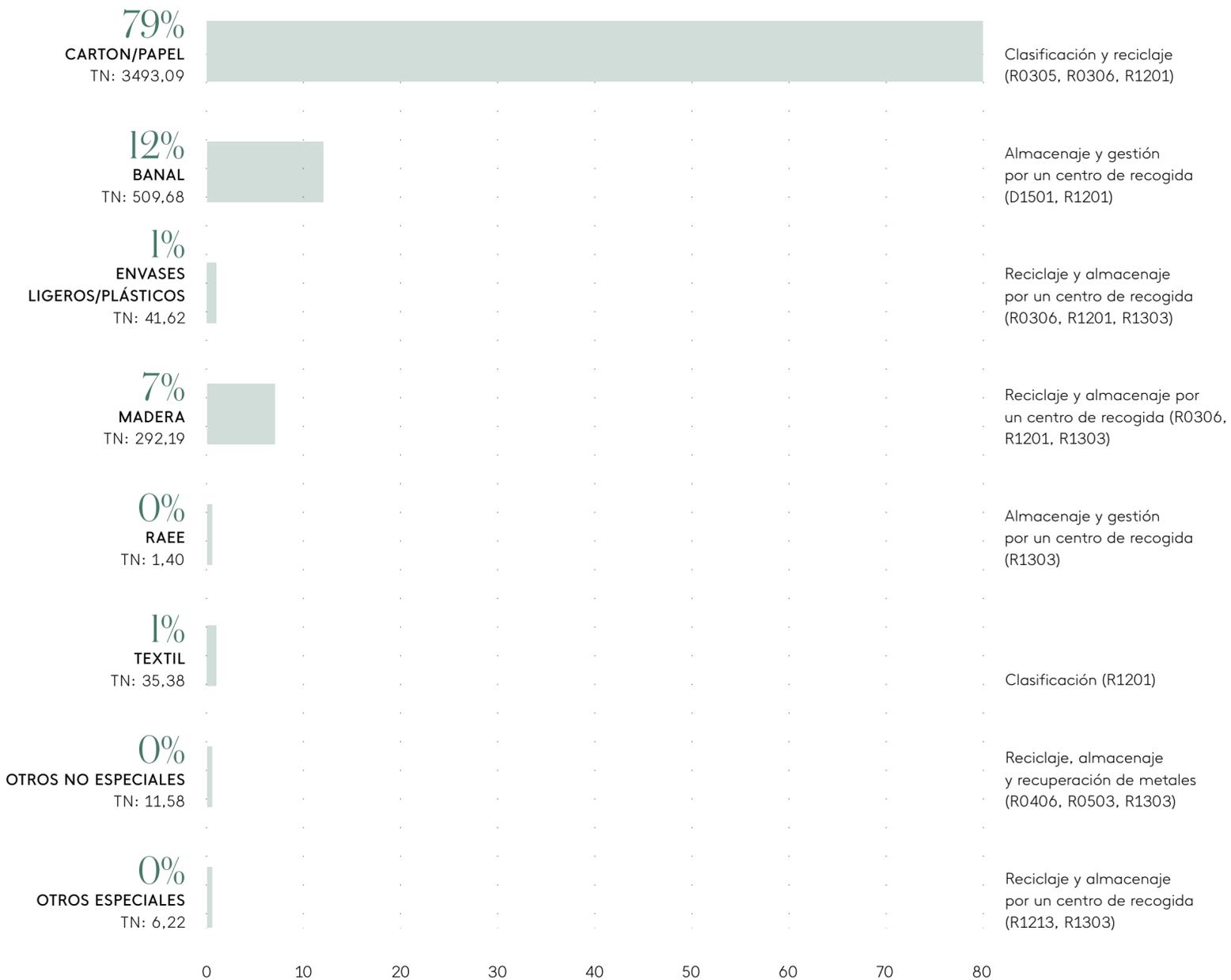
componentes que llevan nuestras prendas (etiquetas, cartones, bolsas de plástico...).

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.

Por otro lado, 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.

RESIDUOS GENERADOS EN NUESTRA SEDE EN 2021
SEGÚN SU TIPOLOGÍA Y TRATAMIENTO DE GESTIÓN



RESIDUOS

VIA DE GESTIÓN

EN NUESTRAS INSTALACIONES

Mango tiene firmado un convenio de colaboración con Ecoembes para la implantación de un sistema de recogida selectiva de residuos de envases en nuestras instalaciones, y para la adecuada gestión del material recuperado.

En paralelo, Mango está comprometido en poner en marcha iniciativas de concienciación social y sensibilización sobre la recogida selectiva de residuos de envases domésticos y su reciclaje, entre el personal y usuarios de las instalaciones. Mango contribuye a la sensibilización de los empleados en materia de residuos mediante la colocación de material divulgativo y señalética adecuada en las instalaciones, además de charlas internas para fomentar buenas prácticas para el reciclaje y reducción de residuos tanto en la central como en casa.

NORMATIVA AMBIENTAL

El cumplimiento normativo en materia ambiental es necesario para garantizar la ausencia de impactos negativos en relación con la sostenibilidad. Con la intención de evitar la generación de dichos impactos negativos, Mango cumple la legislación y la normativa ambiental vigentes. La actividad de operaciones propias de Mango no impacta en hábitats protegidos.

Committed to Planet

Impulsando la economía circular

BLOQUES PRIORITARIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE ECONOMÍA CIRCULAR:

- 1 | Residuo posindustrial
- 2 | Residuo pre y posconsumo
- 3 | Proyecto Close the Loop

Impulsar un modelo de economía circular implica un cambio de mentalidad en la manera de plantear y gestionar nuestra actividad a lo largo de toda la cadena. En 2020, Mango consolidó un equipo de trabajo con el objetivo de identificar todas las oportunidades de economía circular de la empresa. A lo largo de 2021, este equipo ha trabajado para sentar las bases para implementar criterios de economía circular en la empresa con especial atención a nuestra colección, centrándose en tres bloques prioritarios: residuo posindustrial, residuo pre y posconsumo, estrategia *close the loop*.

Committed to Planet | Impulsando Economía Circular

Residuo posindustrial

El objetivo de este bloque es implementar acciones para reducir la generación de residuos y retales asociados a la producción de nuestras prendas y gestionarlos de forma responsable destinándolos a reciclaje y en ningún caso a destrucción o vertederos.

ACCIONES PARA LA GESTIÓN DEL RESIDUO POSINDUSTRIAL:

- Conocer y analizar la gestión del residuo de corte de nuestros proveedores clave.
- Identificar y establecer circuitos por orígenes de producción con nuestros proveedores para gestionar el residuo textil.
- Optimización de procesos de producción minimizando el residuo de corte y optimizando procesos.



Committed to Planet | Impulsando Economía Circular

Residuo pre y posconsumo

MANGO



El objetivo es dar una salida responsable a nuestras taras y stock desvalorizado cumpliendo siempre con la jerarquía de residuos en la que se prioriza la reutilización (venta de segunda mano), a continuación, le sigue el reciclaje (*upcycling* o *downcycling*) y por último aquello que no puede tener estas finalidades se destruye para cogeneración eléctrica.

En 2021 hemos donado nuestro stock no vendible a Fundació i Treball, ONG que destina estas prendas a la venta solidaria (60%) y reciclaje (40%). En línea con la estrategia de economía circular de la empresa, Mango se compromete a asegurar una gestión sostenible de todo el sobrante de stock para asegurar su reutilización o correcto reciclaje para evitar que se convierta en residuo textil.

Este año hemos donado más de 400 millones de prendas y accesorios del stock de Mango para ser reutilizada o reciclada.

Además, este bloque tiene como objetivo potenciar el proyecto Committed Box de recogida ropa usada en tienda de Mango.

Committed to Planet | Impulsando Economía Circular

Close the loop

Este bloque se concentra en el lanzamiento de proyectos y acciones para concienciar internamente sobre cómo generar menos impacto a través de la aplicación de criterios de economía circular, consumo de fibras recicladas y reintroducir nuestros propios residuos textiles en la cadena de producción.

2021

25M

Prendas producidas con fibras recicladas

8M EN 2020

ACCIONES CLAVE PARA IMPULSAR PROYECTOS CLOSE THE LOOP

- Capacitar a nuestros equipos de diseño y compras en ecodiseño y diseño circular.
- Fomentar la cultura interna de economía circular: estableciendo las pautas de circularidad de Mango.
- Definir estrategias de diseño y lanzar cápsulas que contribuyan a la circularidad de nuestras prendas priorizando el uso de monocomposiciones o composiciones fácilmente reciclables al fin de la vida útil de la prenda.



Committed to Planet | Impulsando Economía Circular

Formación en ecodiseño a nuestros equipos

En 2021 hemos cumplido nuestro objetivo de avanzar en la formación de nuestros diseñadores y equipos de compras en criterios de económica circular y sostenibilidad. En colaboración con el Instituto Europeo de Design de Barcelona, a través de Future Innovation Tailor-Made (FITS), diseñadores y compradores de todas las líneas de Mango han recibido una formación combinando sesiones teóricas y prácticas, para conocer procesos de reciclaje, las últimas novedades en innovación de materiales sostenibles y cómo aplicar criterios de circularidad en el diseño de nuestras colecciones para reducir nuestro impacto ambiental. Esta formación es un paso clave para seguir la transición hacia un modelo de negocio más sostenible impactando en las primeras fases de diseño de nuestras prendas.

Mango seguirá ampliando los ciclos de formación en circularidad y sostenibilidad a los equipos de diseño y compras a lo largo de 2022.



Committed to Planet | Impulsando Economía Circular

Committed Box

Nuestro proyecto para el reciclaje textil en tienda

MANGO

Con el propósito de contribuir a la reducción de los residuos textiles y promover la economía circular en la industria textil, en Mango pusimos en marcha el proyecto Second Chances, actualmente convertido en Committed Box. En 2021 hemos modificado el nombre del proyecto para unificarlo con el resto de las acciones #Committed que forman parte de nuestro camino hacia ser una empresa más sostenible.

El proyecto Committed Box empezó en 2015 en forma de proyecto piloto colocando contenedores de reciclaje textil en las principales ciudades de España. Actualmente se pueden encontrar contenedores Committed Box en el cien por cien de tiendas propias de Mango en quince países (Alemania, Andorra, Austria, Bélgica, España, Francia, Irlanda, Italia, Luxemburgo, Países Bajos, Portugal, Reino Unido, Rusia, Suiza, Turquía y tiendas seleccionadas en Croacia). En 2021, el proyecto se ha se

expandido a cinco nuevos países: Austria, Italia, Turquía, Suiza y Rusia, con un total de 105 contenedores nuevos.

Además, todas las tiendas franquiciadas en estos seis países dan el servicio de recogida de ropa usada tengan o no contenedor físico. Croacia también cuenta con contenedores en algunas tiendas seleccionadas.

En 2019, el proyecto Committed Box 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 Committed Box reciben Likes para acumular en su cuenta y canjear por entradas de cine, descuentos o donar para proyectos de acción social. Si la evolución de la Covid-19 lo permite, está previsto que en 2022 se siga expandiendo el proyecto.

16 países con
Committed Box
11 EN 2020

759 contenedores
Committed Box
610 EN 2020

63 toneladas recogidas
en 2021
42 EN 2020

DESTINO DE LAS PRENDAS/CALZADO RECOGIDOS*

75%

Reutilización
internacional
58% EN 202018%
Reutilización
local

38% EN 2020

1%
Reciclaje para
nuevas funciones

1% EN 2020

6%
Valorización
energética

3% EN 2020

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 Committed Box y de esta forma ayudar a cerrar el círculo del residuo textil.

Es muy importante para nosotros poder garantizar trazabilidad y transparencia de la totalidad de los textiles y calzado depositados en los contenedores Committed Box, con tal de asegurar que se les da una segunda oportunidad.

Todo lo recogido es donado y procesado en el centro de recuperación y reciclaje Koopera donde los textiles son debidamente clasificados para poder reutilizarse o reciclarse para volver a convertirse en materia prima o reciclarse para nuevas funciones como aislamiento térmico, alfombrillas de coches o valorización energética entre otros. Koopera forma

parte de Moda Re-, un grupo de cooperativas de iniciativa social y de empresas de inserción laboral no lucrativas impulsadas por Cáritas.

Además de dar empleo a colectivos en situación de exclusión social y dignificar la forma de recibir la ropa de quienes la necesitan, Koopera está vinculada al cuidado del medio ambiente, al promover el aprovechamiento máximo de todas las materias primas. De esta manera el proyecto Committed Box no sólo 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.

Además, actualmente Mango está en conversaciones con posibles partners locales, para contribuir de forma local en cada país donde se encuentra implementado el proyecto Committed Box.

*Datos de Koopera extrapolados a Mango

4.2

Committed to Value Chain

Hitos y Alianzas

Hitos

484

Proveedores de prendas, complementos y artículos de Home.

31,7%

De fábricas con la máxima calificación en auditoría social (nota A).

1.009

Fábricas declaradas de nivel 1 y 2.

75,5

Nota en desempeño social en la verificación del Brand Retail Module (BRM) de la SAC.

297

Auditorías sociales realizadas.

100%

De fábricas declaradas de nivel 1 y nivel 2 según Transparency Pledge, siendo la primera empresa española del sector en hacerlo.

39,1%

De fábricas en proximidad.

2021

Firma del International Accord for Health and Safety in the Textile and Garment Industry.

Participación en el programa de Alianza 8.7 en el Año Internacional por la erradicación del trabajo infantil.

Hitos y Alianzas

Alianzas



Objetivos



Committed to Value Chain

Perfil de nuestros proveedores

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

Dentro de Mango, el departamento de sostenibilidad participa, junto con otros departamentos, en la selección de nuevos proveedores. Esto se realiza mediante un análisis y una verificación previa de las auditorías sociales vigentes de los centros de producción, asegurando que se cumplen los requisitos de Mango antes del inicio de la producción.

En Mango fomentamos las relaciones a largo plazo con los proveedores de manera que se consoliden sobre una base firme y duradera. Una de las claves está en el diálogo constante como grupo de interés clave.

Los proveedores están alineados con nuestra estrategia y participan activamente aportando su opinión, datos e información relevante para establecer objetivos ambiciosos en la compañía. En este sentido, todos los proveedores tuvieron la oportunidad de participar en la elaboración de la matriz de materialidad.

Los proveedores pueden trabajar con más de una fábrica para la producción de nuestras colecciones; estas fábricas pueden, además, utilizarse de forma discontinua en el tiempo en función de las características del producto. Asimismo, ninguno de los proveedores trabaja en exclusiva para nuestra organización.



Committed to Value Chain | Perfil de nuestros proveedores

Evaluación de proveedores

Con el objetivo de optimizar y fidelizar a nuestra cartera de proveedores, los proveedores de Mango son evaluados cada temporada por las diferentes áreas de la compañía con las que están implicados en mayor o menor medida. En el marco del proyecto Best, los criterios de valoración se refieren a calidad, capacidad de innovación, cumplimiento de los requisitos exigidos por Mango y aportación a los objetivos de sostenibilidad, entre otros.

A partir de estos criterios elaboramos un ránking que nos permite identificar a aquellos proveedores con los que priorizar relaciones a largo plazo, establecer planes de colaboración y mejora continua. Estos proveedores obtienen ciertos incentivos respecto al resto ya que pasan a formar parte del Plan Partner, por el cual se realiza un plan personalizado para cada uno de ellos con indicadores de desempeño que permitan hacer un seguimiento más preciso.

Estas iniciativas contribuyen a mejorar el proceso de compra y añaden valor a las estrategias comerciales por ambas partes.

Mango trabajó con un total de 484 proveedores en el ejercicio 2021.

PROVEEDORES POR CATEGORÍA DE PRODUCTO 2021*

372

Prenda

61

Complemento

26

Calzado

25

Home

*Estos datos no son comparativos con los de 2020 puesto que en 2021 se incluyen los proveedores de las nuevas líneas de negocio.

Committed to Value Chain

Sourcing y calidad

La misión del departamento de Sourcing es asegurar que se apueste por la mejor estrategia posible que facilite la consecución de los objetivos de calidad y rentabilidad establecidos por la compañía. Asimismo, vela por que los equipos de compras sigan las buenas prácticas en el ejercicio de sus funciones, asegurando la máxima eficiencia de la cadena de suministro.

MANGO

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

Dentro del área de Sourcing, el equipo de *quality analyst* y los inspectores de calidad en origen son los responsables de asegurar que el producto que recibirán los clientes de Mango cumple con sus necesidades y con el estándar marcado por la compañía. Se trata de un equipo profesional con dedicación exclusiva para Mango que tiene como único objetivo formar a los proveedores sobre los procedimientos y requerimientos y a todos los equipos involucrados en el desarrollo, gestión y monitorización de las producciones.

El trabajo de estos equipos está avalado por sus años de experiencia en el sector y tienen formación especializada en tejidos, patronaje y maquinaria textil industrial y conocen el funcionamiento de una fábrica para asegurar que el resultado de las producciones sea óptimo.

En 2021 hemos incrementado un 10% el equipo de inspectores, un ejemplo más del compromiso en la mejora de la calidad. Este crecimiento ha permitido realizar alrededor de 16.000 inspecciones de calidad anuales, dando cobertura a todas las familias de producto, de manera que aseguramos que las producciones se hacen según las indicaciones y estándares establecidos por los equipos de calidad en las oficinas centrales.

Asimismo, los inspectores en origen evalúan bajo criterios Mango las fábricas de producción mediante auditorías técnicas, que proporcionan métricas sobre sus capacidades técnicas,

organización, especialidad, etc. Esta evaluación orienta al equipo de *sourcing* en la elección de las fábricas más preparadas para cada tipo de producto y necesidad. El conocimiento y familiaridad con el país por parte de los inspectores aporta también un valor adicional en la elección de las fábricas.

En el avance hacia la transformación digital se han implementado herramientas que permiten medir el desempeño de los proveedores a través de evaluaciones a sus centros productivos. Estas herramientas aportan una completa visibilidad de su gestión interna, lo cual permite impulsar planes de mejora que repercutirán en sus resultados y productividad.

Para asegurar la salud de los equipos en origen y de los proveedores, durante 2021, debido a la evolución de la pandemia de la Covid-19, ha sido necesario adaptar los procedimientos delegando en ocasiones la tarea de análisis de las producciones a los equipos locales. Gracias a su conocimiento de los estándares de calidad y a una activa comunicación diaria, el producto entregado cumplió satisfactoriamente con nuestras exigencias.

En aras de seguir avanzando en el control de calidad, en 2022 el objetivo es la creación de un equipo de inspectores interno en el centro logístico de Lliçà d'Amunt, el cual supondrá un control adicional previo a la distribución del producto, para así garantizar la satisfacción plena de los clientes de Mango.

16.000
Inspecciones de calidad/año

Committed to Value Chain

Manual de compra responsable

MANGO

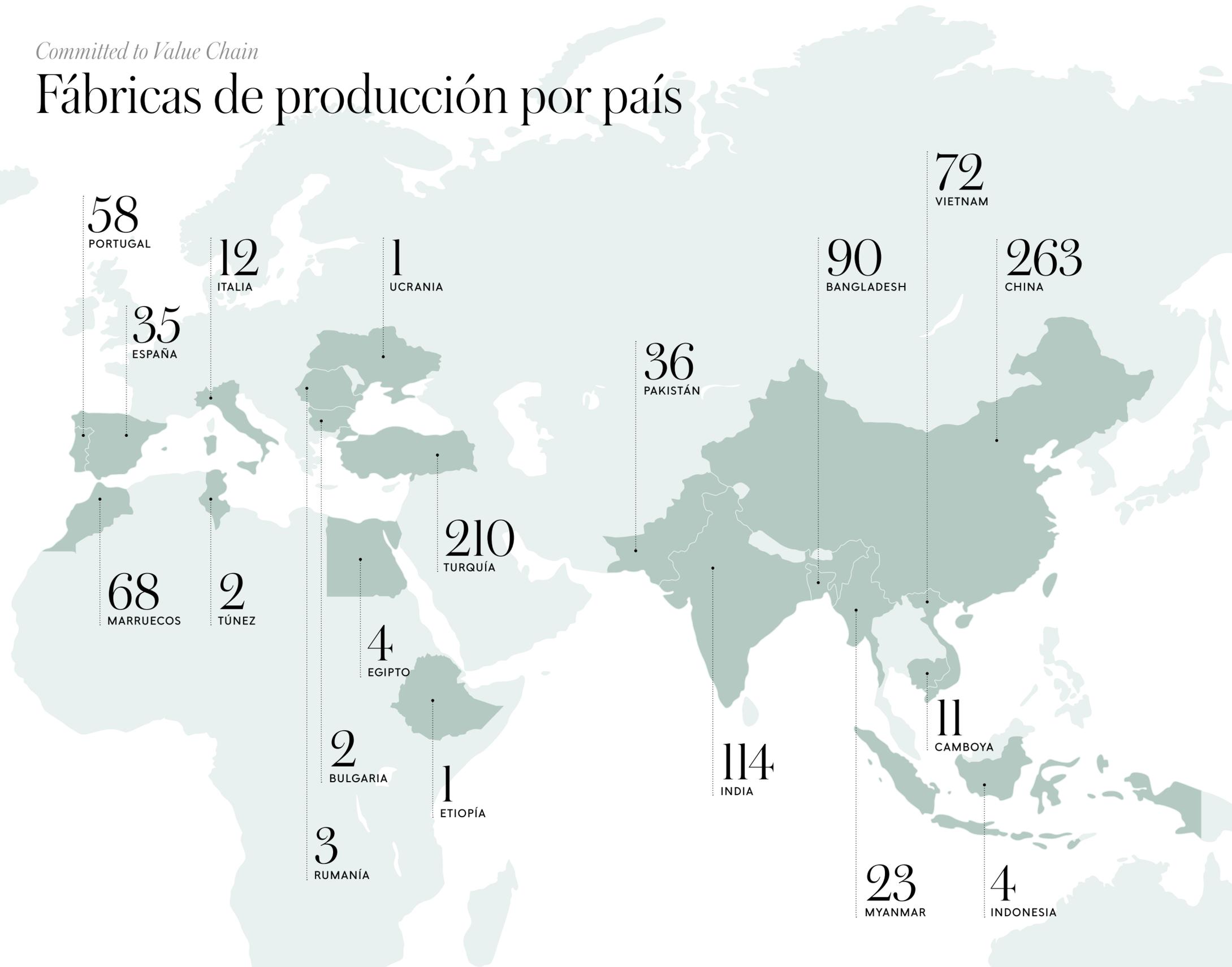
Para principios de 2022, Mango tiene previsto ampliar la política de compras, en la que se incluirán principios que integren aspectos sociales y ambientales en todo el proceso de aprovisionamiento. En ella se definirán los procedimientos a seguir en el momento de la selección de proveedores, así como en el momento de la compra y formalización de los pedidos.



Committed to Value Chain

Fábricas de producción por país

MANGO



En 2021 hemos avanzado en la trazabilidad de nuestra cadena de valor. El número de fábricas reflejadas en el siguiente mapa incluye las fábricas de primer nivel (tier 1), así como las fábricas de segundo nivel (tier 2). Estos datos no son comparables con 2020, ya que hace un año sólo incluían las fábricas de nivel 1.

El listado completo con datos del nombre de la fábrica, dirección, número de empleados y tipo de producto está publicado en la página web de Mango.

139.527.535
unidades producidas
(2020: 126.554.938)

1.009
fábricas declaradas de nivel 1 y 2

395
fábricas en proximidad

Considerando el volumen de producción, el principal mercado proveedor continúa siendo Asia, mayoritariamente China, seguido de Bangladesh. A continuación figuran Turquía, Marruecos y Vietnam. España y Portugal se encuentran dentro de los diez principales países de producción.

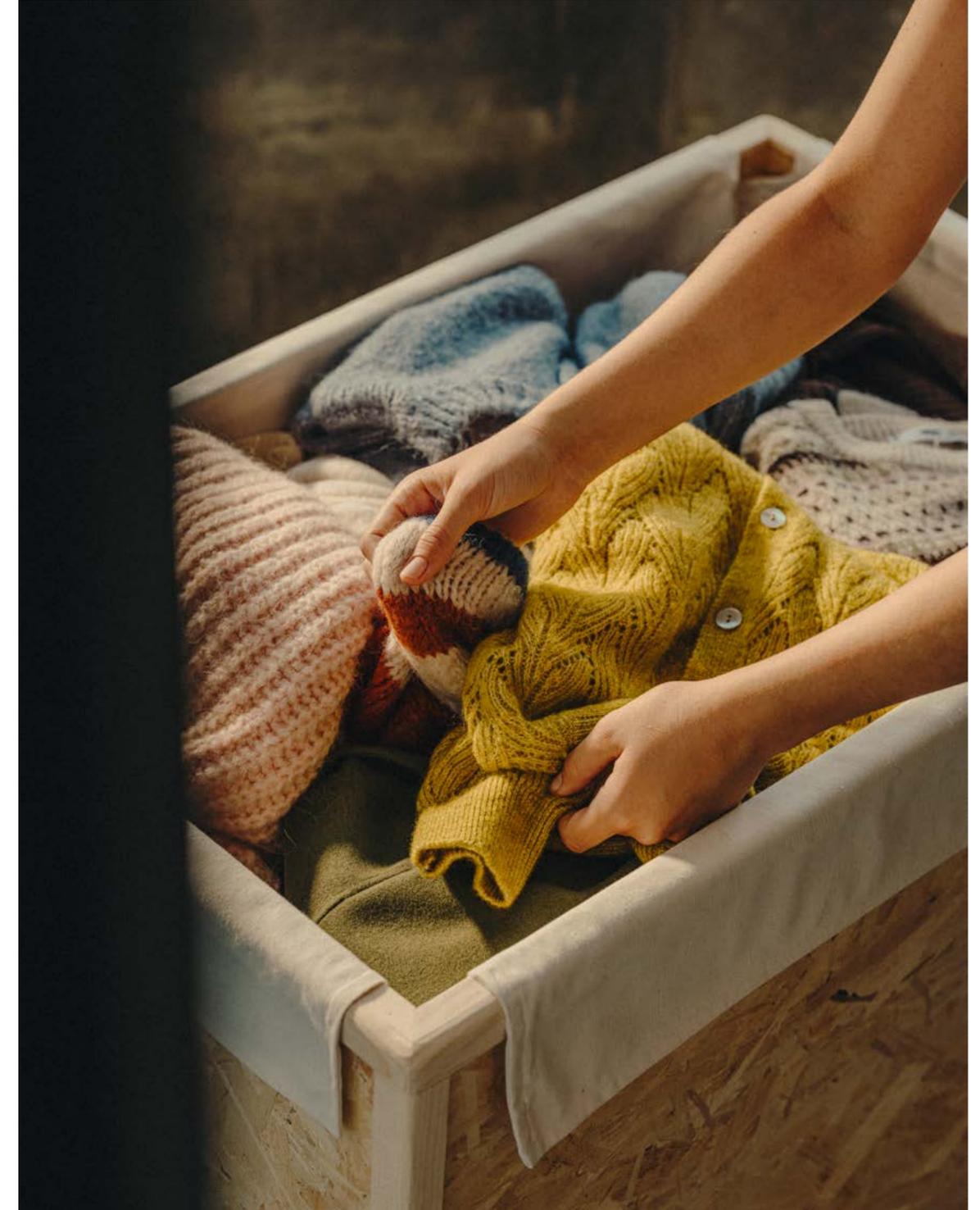
Committed to Value Chain

Trazabilidad de la cadena

Año tras año, en Mango seguimos mejorando las 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.

En 2021 se desarrolló una nueva herramienta para la gestión de los datos aportados por los proveedores en relación con la trazabilidad de nuestra cadena de producción. En esta plataforma los proveedores proporcionan información más exhaustiva sobre las fábricas implicadas en el proceso de producción de los productos de Mango, como certificaciones de auditorías sociales, datos de empleados, producción y tipos de procesos.

La 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 proveedores sin autorización de Mango. A pesar de que la mayoría de los proveedores tienen unificado el proceso de producción, 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 o lavado. En estos casos, estas producciones y fábricas son conocidas y autorizadas por Mango.



Committed to Value Chain | Trazabilidad de la cadena

Transparency Pledge Standard

Como parte fundamental del compromiso de Mango con la sostenibilidad, resulta esencial establecer una gestión responsable de la cadena de suministro que, junto con la participación de determinados grupos de interés, contribuye a la transparencia y es clave en la debida diligencia hacia los proveedores.

En Mango priorizamos una relación de confianza con nuestros proveedores, asegurando que están alineados con los compromisos de la compañía, contribuyendo así a asegurar los derechos humanos de los trabajadores y a fortalecer a la industria textil a escala global.

Conscientes de la importancia de ser transparentes y de facilitar el acceso a la información para asegurar este compromiso, en diciembre de 2021 publicamos, a través de la página web de la compañía, la lista de fábricas declaradas de nivel 1 y 2 (tier 1 y 2) que produjeron nuestros productos durante el año, convirtiéndonos en la primera gran empresa del sector de la moda en España en hacerlo.

Mango da respuesta así al compromiso adquirido con CCOO Industria en el Acuerdo Bilateral Global para garantizar las normas internacionales en la cadena de suministro de Mango y a los requerimientos del Transparency Pledge Standard.

Esta iniciativa, lanzada por una coalición de nueve organizaciones laborales y de derechos humanos, aboga por la transparencia en las cadenas de suministro de la industria de la confección y el calzado e insta a las marcas a hacer público el nombre, dirección y otros detalles de las fábricas de producción.

La publicación del listado se produce en el marco del Acuerdo Bilateral entre Mango y CCOO de

Industria firmado en 2018. Este importante avance en la transparencia de la cadena de valor de Mango supone, tanto para Mango como para CCOO Industria, una poderosa herramienta para el fortalecimiento de los derechos de las personas que trabajan en la fabricación de nuestros productos, así como para promover la responsabilidad en las cadenas de suministro globales dentro del sector de la moda.

Mango no posee ninguna fábrica en propiedad y ninguna trabaja en exclusiva para nuestra organización. Algunas de ellas pueden utilizarse de forma discontinua en el tiempo en función de las características del producto, por lo que la lista se

actualizará un mínimo de dos veces al año y se irán ampliando progresivamente los datos aportados.

Para seguir avanzando en nuestro compromiso con la transparencia en nuestra cadena de suministro, uno de los objetivos fijados por el equipo de Social Compliance de Sostenibilidad para finales de 2022 es ampliar la información aportada del nivel 1 y 2 (tier 1 y 2), así como publicar la lista de fábricas de nivel 3 (tier 3). Está previsto avanzar en la trazabilidad de la cadena de valor, incluyendo el nivel 4 (tier 4), en 2024.

Asimismo, en 2022 prevemos avanzar en las auditorías de trazabilidad en Turquía, China e India.

Committed to Value Chain | Trazabilidad de la cadena

Open Apparel Registry (OAR)

Open Apparel Registry (OAR) es una organización neutral, sin ánimo de lucro, en la que participan múltiples partes interesadas del sector. Es una herramienta que muestra un mapeo de fábricas de producción textil y asigna un número de identificación único a cada una de ellas. Su objetivo principal es convertirse en el recurso de referencia en el momento de identificar los centros de producción y reunir en una sola plataforma las distintas listas de proveedores del sector.

La lista de fábricas declaradas en 2021 por Mango se encuentra registrada en OAR.



Committed to Value Chain | Trazabilidad de la cadena

Debida diligencia en nuestra cadena de valor

En Mango creemos que 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 tanto medioambientales como sociales.

El denominado Marco Ruggie de proteger, respetar y remediar ha sido la base fundamental de las empresas para incorporar aspectos sobre derechos humanos en su gestión interna. En gran medida, contribuyeron a despertar la conciencia de que era necesario desarrollar herramientas de medición y evaluación en la aplicación de los derechos humanos en todos los ámbitos de actuación, tanto internos como externos.

El Marco Ruggie ha derivado en las políticas de debida diligencia que actualmente están pendientes de aprobación por parte de la Unión Europea, si bien es cierto que muchos países ya han empezado a regular el comportamiento de las empresas en este sentido. Está previsto para 2022 hacer pública nuestra política de debida diligencia.

Como parte de nuestro compromiso por trabajar en la defensa y el respeto de los derechos humanos universales, en 2014 nos unimos al grupo de trabajo de Empresas y Derechos Humanos de la Red Española del Pacto Mundial.

Una de nuestras responsabilidades en Mango es garantizar el respeto a la protección de los derechos humanos dentro de nuestro ámbito de influencia. Esta 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.



Committed to Value Chain

Código de conducta

MANGO

Mango reconoce el riesgo significativo que puede darse dentro de la cadena de suministro. Somos conscientes de la importancia de asegurar los derechos humanos de los trabajadores involucrados en el proceso de producción y, por tanto, establecemos cláusulas relativas a salarios y horarios, no discriminación, trabajo forzoso y libertad de asociación, entre otros aspectos, en nuestro 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 Mango es un requisito indispensable de obligado cumplimiento y se incluye en el contrato comercial.

Este documento, alineado con el ODS 8 (Trabajo decente y desarrollo económico), 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 los artículos producidos para 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 control del trabajo infantil se basa en el convenio de Naciones Unidas sobre los Derechos del Niño.

2 | Trabajo forzado y obligatorio

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

3 | Salud y seguridad en el trabajo

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

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

4 | Libertad de asociación

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

5 | Discriminación

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

6 | Medidas disciplinarias, acosos y abusos

Los fabricantes no harán uso de castigos corporales, así como de abusos físicos o psicológicos y/o cualquier otra tipología de acoso.

7 | Horario de trabajo

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

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



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 desarrollar sistemas de gestión, políticas y procesos necesarios para una adecuada gestión interna y de su propia cadena de suministro.

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

Committed to Value Chain

Otros aspectos

CANAL DE DENUNCIAS
EN RELACIÓN CON ESTE
CÓDIGO DE CONDUCTA:

LG_RSC@MANGO.COM

COMUNICACIÓN

Una copia de este Código de Conducta 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 de 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 sí mismo o por medio de terceros, revisiones para el seguimiento de la aplicación de este Código.

Además, facilitarán a los supervisores el acceso a la documentación y a todos los medios necesarios para este fin. Estas auditorías se podrán realizar de forma programada o sin previo aviso.

ACEPTACIÓN Y COMPROMISO POR PARTE DE LOS FABRICANTES

Todos los fabricantes aceptarán y se comprometerán a cumplir todos los puntos especificados en este Código de Conducta, 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 de Conducta en las diferentes fábricas e instalaciones de los proveedores de forma interna y externa, dicha verificación se podrá realizar juntamente 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, Mango cancelará cualquier relación con el referido fabricante.

Committed to Value Chain

Procedimiento de las auditorías sociales

Para controlar la implementación del Código de Conducta, en Mango tenemos implantado desde hace años un procedimiento de auditorías sociales realizadas por auditores externos en los centros de producción de los proveedores. Estas auditorías pueden ser iniciales (en caso de una fábrica nueva), de seguimiento (para la revisión de no conformidades específicas) o de mantenimiento (cada uno o dos años dependiendo del resultado inicial).

Para llegar a una conclusión sobre el cumplimiento del Código de Conducta, se llevan a cabo varias fases durante el proceso de auditoría que aportan la evidencia suficiente y necesaria en este sentido.



LAS ÁREAS DE DESEMPEÑO QUE SE AUDITAN SON LAS SIGUIENTES:

- 01 TRABAJO INFANTIL Y JUVENIL
- 02 TRABAJOS FORZOSOS Y OBLIGATORIOS
- 03 SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO
- 04 LIBERTAD DE ASOCIACIÓN
- 05 DISCRIMINACIÓN
- 06 MEDIDAS DISCIPLINARIAS, ACOSOS Y ABUSOS
- 07 HORARIO DE TRABAJO
- 08 REMUNERACIONES
- 09 SUBCONTRATACIÓN
- 10 ASPECTOS AMBIENTALES TALES COMO GESTIÓN DE RESIDUOS, USO DE SUSTANCIAS QUÍMICAS, ETC.
- 11 CUMPLIMIENTO DE LA NORMATIVA VIGENTE
- 12 GOBERNANZA (POLÍTICAS INTERNAS Y ÓRGANOS DE GOBIERNO)

La auditoría social se desarrolla en las siguientes fases:

01

Se compilan referencias legislativas y normativas generales internacionales y específicas, aunque siempre prevalecerá la legislación establecida en cada país o zona geográfica donde esté ubicada la fábrica. En todos aquellos casos donde la citada legislación sea inexistente o esté insuficientemente desarrollada, se tomará como referencia mínima a aplicar la normativa internacional establecida en los convenios y recomendaciones de la OIT.

02

Entrevista con la dirección de la fábrica acerca de todos los aspectos de sostenibilidad establecidos en el Código de Conducta mediante un exhaustivo cuestionario. Se comentan los procedimientos y políticas internas en cuanto a aspectos sociales y laborales, así como las medidas disciplinarias aplicables y canales de comunicación con los trabajadores. Dependiendo del tipo de producto, aspectos como la subcontratación de procesos o *homeworking* son relevantes a tratar.

03

Inspección completa de las instalaciones. Se inspeccionan en su totalidad, incluyendo zona de producción, almacenes, servicio médico, comedor, aseos además de los dormitorios o guardería, si fuese el caso.

Los aspectos de salud y seguridad laboral son también una parte fundamental durante la revisión visual: se comprueba que existan señales de emergencia correctas, medidas antiincendios apropiadas y planes de evacuación actualizados.

Se toman fotografías de aquellos puntos destacables y mejorables, como referencia para los informes y que evidencien algún incumplimiento del Código de Conducta.

04

Selección aleatoria de trabajadores y representantes de trabajadores o sindicatos para entrevistas, tanto desde los listados de personal (aleatoria) como al realizar la inspección de las instalaciones (dirigida).

Se realiza una entrevista individualizada y anónima con cada uno de los trabajadores seleccionados, acerca de las políticas y procedimientos de la fábrica en cuanto a la aplicación del Código de Conducta, poniendo especial énfasis en los aspectos de contratos, nóminas, horas trabajadas, permisos y vacaciones, entre otros.

Por otro lado, en caso de existir representantes de los trabajadores o representantes sindicales se realiza una entrevista con ellos y están presentes durante el proceso de auditoría.

05

Revisión documental para verificar la información aportada durante las entrevistas a la dirección y a los trabajadores. Se revisan las condiciones laborales expuestas en los contratos de los trabajadores y se comprueba que se detalle información sobre los siguientes aspectos:

- Edad del trabajador que permita comprobar que cumple con la edad mínima permitida.
- Categoría profesional y salario percibido, así como posibles incentivos tales como bonus por antigüedad y subsidios. Posteriormente debe comprobarse en los registros salariales o nóminas correspondientes que se aplican correctamente y proporcionan un salario digno. Días y forma de pago también han de especificarse.
- Nacionalidad, comprobando que no suponga motivo de discriminación o impedimento a la hora de la contratación.
- Horario laboral y política de horas extraordinarias.
- Días de descanso, vacaciones y permisos retribuidos (baja maternal, baja por enfermedad, visitas médicas, etc).

- Proceso de despido y medidas disciplinarias.
- Deducción a la seguridad social o servicios médicos alternativos.

El contrato debe estar debidamente firmado por el trabajador como conformidad al mismo.

De no encontrarse todos los detalles mencionados en los informes personales de los trabajadores, se debe asegurar que el trabajador está informado a través de otros medios (como por ejemplo el tablón de anuncios) sobre las políticas internas de la fábrica, en idioma local, o que ha recibido la formación pertinente por parte de sus responsables directos.

Se coteja también información sobre planes de formación, evidencias sobre simulacros de evacuación, actas de reuniones de los diferentes comités establecidos en la fábrica, etc.

06

Una vez realizados todos los pasos previamente mencionados, se recopila toda la información aportada y se procede a la reunión de cierre de auditoría con la dirección, donde se comentan todos los aspectos relevantes observados y las conclusiones que posteriormente aparecerán en el informe de auditoría.

El informe de auditoría recoge una valoración general de la fábrica en cuanto al cumplimiento del Código de Conducta y especifica los puntos fuertes detectados, así como las posibles no conformidades y recomendaciones.

Para la gestión de las no conformidades, se establece un plan de acciones correctivas con responsables asignados y un cronograma definido para cada acción con el fin de que queden todas implantadas en el tiempo estipulado para ello.

En función de los resultados de auditoría, se califican las fábricas.

Committed to Value Chain

Alianzas para la gestión responsable de nuestra cadena de valor

En 2017 nos adherimos a amfori, la principal asociación comercial global dedicada al comercio abierto y sostenible. Con amfori Business Social Compliance Initiative (BSCI) trabajamos conjuntamente en la mejora del 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 el camino para seguir trabajando con aliados estratégicos en nuestra cadena de suministro, en 2018 nos adherimos a Sedex Global para colaborar en la mejora del rendimiento social de nuestra cadena, consiguiendo así un mayor control y alcance en todos nuestros países de producción.

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 miembro 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 centrar la atención en trabajar los planes de corrección y hacer un seguimiento más exhaustivo de los progresos.



Committed to Value Chain

Resultados de las auditorías sociales

El equipo de *social compliance* del departamento de Sostenibilidad de Mango se encarga de verificar y comprobar que todas las fábricas con las que trabajamos 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 de *social compliance* de Sostenibilidad se une a las auditorías externas o realiza por su parte el seguimiento de algún aspecto en concreto del Código de Conducta.

Para los casos en los que el acceso físico a una fábrica no es posible debido a la situación específica de cada país por las restricciones de movilidad ocasionadas por la Covid-19, se ha optado por la auditoría online, que se realiza con tecnología de vídeo y voz y en la cual el auditor entrevista en remoto a los trabajadores para evaluar las condiciones de su fábrica en presencia física de una persona del equipo auditor, asegurando así la libertad de expresión de los trabajadores entrevistados y verificando in situ cada una de las áreas de cumplimiento del Código de Conducta de Mango.

En 2021 se realizaron un total de 297 auditorías sociales. Todas las fábricas de nivel 1 y nivel 2 declaradas por nuestros proveedores tienen un certificado de auditoría social.

Las no conformidades más frecuentes detectadas en las auditorías sociales están relacionadas con

salud y seguridad, gobernanza y sistemas de remuneración. Cuando se detectan incumplimientos 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. 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 trabajadores, trabajadores extranjeros en situación irregular o comportamiento poco ético (corrupción). En el caso de que se detecte una situación de este tipo, siguiendo el Código de Conducta, se cancela la relación comercial con el fabricante.

Todas estas acciones que implementamos desde Sostenibilidad contribuyen a combatir cualquier forma de esclavitud moderna. Las alianzas establecidas con los grupos de interés, los progresos realizados en la trazabilidad de nuestra cadena y el compromiso que hemos adquirido con la transparencia en la comunicación son herramientas para combatirlo. Fomentar una conciencia colectiva dentro de la industria de la moda que abarque esta situación es también fundamental para erradicarlo. Somos muy consciente de ello y por eso, junto con representantes de los sindicatos (CCOO), centramos los esfuerzos en aspectos como la libertad de asociación y en establecer comités de trabajadores en las fábricas de nuestra cadena de valor que puedan garantizar un comportamiento ético.

Formar en estos aspectos y establecer mecanismos de denuncia fiables y eficaces son también asuntos prioritarios dentro de nuestro plan de acción hacia la cadena de proveedores.

Sin duda, el mapa de riesgos en la cadena de valor, elaborado por la Cátedra de RSC de Mango, ha sido un punto de partida imprescindible para detectar los factores de riesgo por país de producción y contribuye a priorizar acciones según necesidad.

Adicionalmente, el Código de Conducta de Mango facilita una dirección de correo electrónico para canalizar denuncias o incumplimientos de algunos de sus puntos. En 2021 no se ha recibido ninguna denuncia por este canal. Con el fin de mejorar su eficacia, estamos participando en un proyecto piloto para establecer un mecanismo de denuncia anónimo para los trabajadores y proporcionar un plan de actuación más eficaz que la que existe actualmente.

La vía habitual de alerta de incumplimientos en las fábricas de producción de nuestra cadena es a través de los sindicatos locales u organizaciones no gubernamentales defensoras de los derechos humanos. En estos casos, la resolución se realiza de forma conjunta entre Mango, representantes sindicales de CCOO en el marco de nuestro acuerdo bilateral y otras posibles partes implicadas.

En 2021 no se han detectado casos que supusieran conflictos graves en materia de derechos humanos o ambientales ni de tolerancia cero.

Committed to Value Chain

Evaluación de las fábricas

Tras haber realizado la auditoría social, se evalúan los resultados siguiendo el protocolo de homologación de centros de producción de Mango.

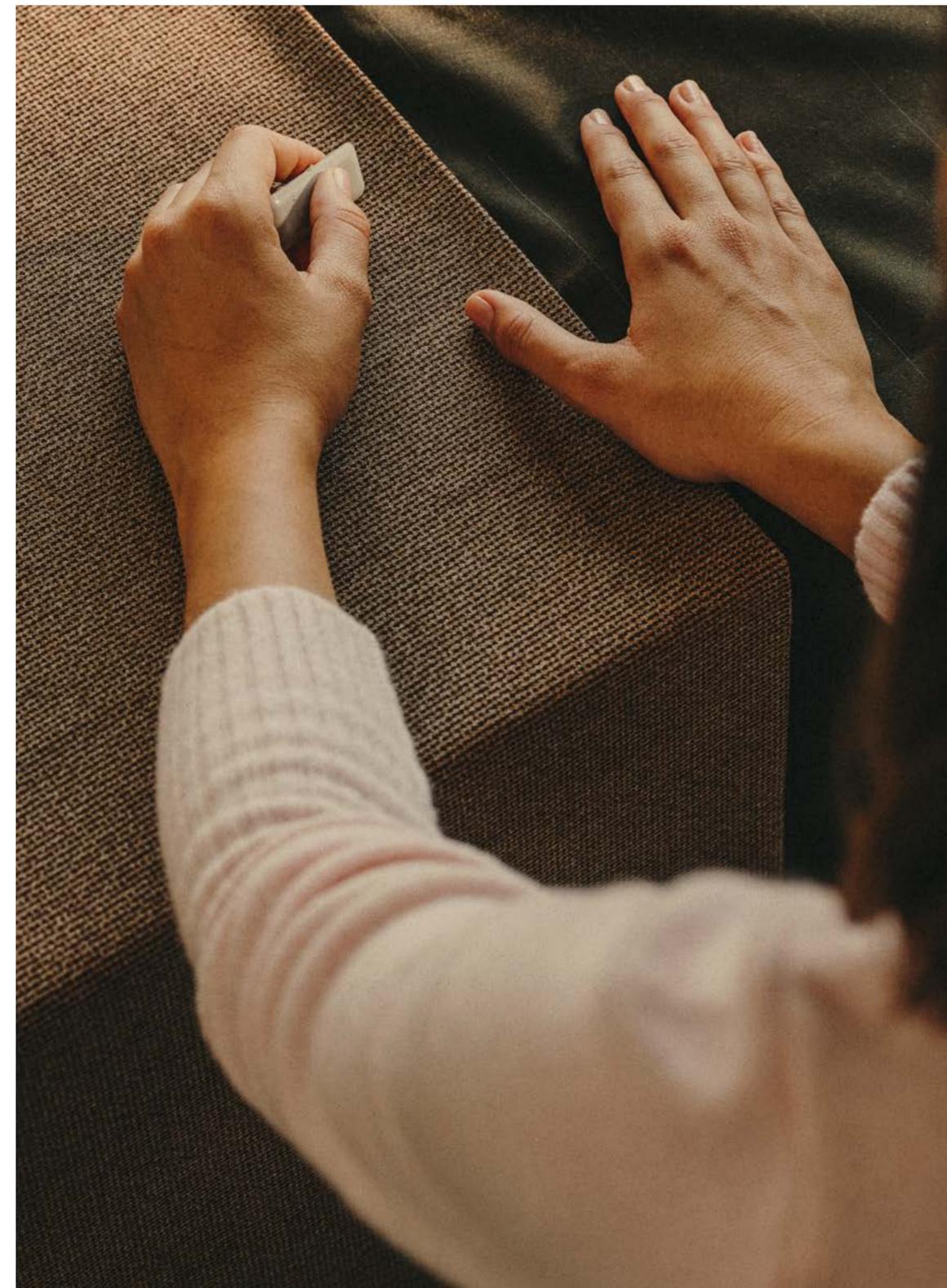
En 2018 se implantó un nuevo sistema de calificación de fábricas en línea con el estándar de resultados de amfori. Este otorga calificaciones desde la A (como calificación más alta) hasta la D, en función de las no conformidades encontradas de acuerdo con el Código de Conducta de Mango. Este es el mismo criterio de calificación que sigue el departamento de Calidad de Mango, facilitando así la homologación de fábricas desde los diferentes aspectos.

A cierre de 2021, el cien por cien de las fábricas de producción declaradas de Mango han sido calificadas según este criterio: Categoría A (31,7%), Categoría B (24,7%), Categoría C (38,3%), Categoría D (3,6%).

En el proceso de evaluación, dieciocho fábricas fueron descartadas por incumplimientos del Código de Conducta de Mango.

Al incluir y publicar las fábricas declaradas de nivel 2 en el análisis, los datos de 2021 no son comparables con los datos extraídos en 2020, que sólo incluían fábricas de nivel 1.

El ejercicio 2021 ha continuado siendo un año afectado por la pandemia global, que ha continuado impactando en Mango y en su cadena de producción. En algunos países, como India o Vietnam, se registraron diariamente casos positivos, que han impedido la libre circulación de los auditores entre regiones, imposibilitando volver a la agilidad de auditorías de 2019.



Committed to Value Chain

Higg Index como herramienta de medición de impacto social y laboral

MANGO



A principios de 2020, Mango se adhirió a la Sustainable Apparel Coalition (SAC), que es la principal alianza de la industria textil, del calzado y de la indumentaria para la producción sostenible. La SAC ha desarrollado el Índice Higg, un conjunto de herramientas que estandariza la medición de la sostenibilidad de la cadena de valor para todos los participantes de la industria. Estas herramientas miden los impactos ambientales, sociales y laborales en toda la cadena de valor. Con estos datos, la industria puede identificar puntos críticos, puntos de mejora continua en el desempeño de la sostenibilidad y lograr así la transparencia a todos los niveles, tal y como nuestros socios y consumidores exigen.

En Mango buscamos proveedores alineados con nuestros objetivos. Por ello, al ser miembros de la SAC y estar verificados en el BRM, buscamos que ellos cumplan también con los mismos estándares teniendo un Facility Social & Labor Module (Higg FSLM) verificado.

Desde 2021, consideramos el módulo social y laboral de Higg Facility (Higg FSLM) como un estándar de auditoría social válido por parte del departamento de Sostenibilidad de Mango, puesto que implica el cumplimiento de todos los aspectos reflejados en nuestro Código de Conducta. Los centros de producción pueden utilizar la evaluación puntuada del Higg FSLM para comprender los puntos críticos y, de esta manera, dedicar recursos a realizar cambios sistémicos duraderos en lugar de centrarse únicamente en el cumplimiento.

Mango tiene el objetivo de lograr que el cien por cien de la producción se concentre en fábricas que hayan realizado y verificado el Higg FSLM antes de 2025.

Utilizando esta herramienta, Mango se propone contribuir al esfuerzo realizado por toda la industria para promover mejoras significativas de las condiciones sociales y laborales en las cadenas de suministro globales.

Committed to Value Chain

Alianzas

Para Mango, la creación de alianzas con otras organizaciones es clave para asegurar una gestión sostenible de la cadena de suministro. La estrategia es continuar apostando por las alianzas para la consecución de nuestros objetivos, en línea con el Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) 17.

El valor añadido de estas alianzas es que contribuyen a seguir avanzando en la mejora del cumplimiento de nuestro Código de Conducta y, en consecuencia, a fomentar la gestión ética y responsable de nuestra cadena de suministro. Debemos asegurar que el impacto social de nuestra actividad tiene un efecto positivo en el desarrollo de las comunidades locales. La ayuda de expertos profesionales y de iniciativas internacionales propias del sector son la clave del progreso en este sentido.



Committed to Value Chain

Alianzas

ACUERDO CON CCOO DE INDUSTRIA PARA LA MEJORA DE LAS CONDICIONES EN LA CADENA DE SUMINISTRO DE MANGO

Mango firmó en 2018 un acuerdo pionero con la Secretaría General de CCOO de Industria (que formalizó la colaboración entre ambos en los años anteriores) para fortalecer y proteger los derechos de los trabajadores que confeccionan nuestros productos y avanzar en alianza hacia una industria del textil y de la confección más sostenible. Esta colaboración centra la atención, principalmente, en aspectos como la libertad sindical, el derecho a la salud y a la seguridad social, promover salarios dignos y erradicar la discriminación en las fábricas de producción de nuestra cadena de suministro.

Además, establece un plan de trabajo con objetivos y acciones concretas que se actualiza periódicamente en función del progreso conseguido. Asimismo, desde hacía años, Mango facilitaba a CCOO la lista de fábricas de producción con las que trabajamos, lo cual culminó con la publicación de las fábricas de nivel 1 y 2 (Tier 1 y 2) en la página web de Mango en diciembre de 2021.

2021, AÑO INTERNATIONAL PARA LA ERRADICACIÓN DEL TRABAJO INFANTIL

Cumpliendo con la Agenda 2030, Mango hace públicos los compromisos de acción en la campaña para la contribución a la erradicación del Trabajo Infantil, lanzada por la Alianza 8.7 como alianza mundial oficial para la consecución de la meta 8.7 de los ODS.

La elaboración y publicación de un mapa de riesgos de la cadena de suministro, formación y sensibilización con los proveedores y un programa educativo enfocado a la reducción de la pobreza infantil en Turquía son algunos de los compromisos de acción que Mango desarrolló con el objetivo de promover la debida diligencia y la sensibilización sobre el trabajo Infantil a lo largo de la cadena de suministro.

PROYECTO NO LOST GENERATION · SAVE THE CHILDREN

Mango se compromete a promover la debida diligencia y la conciencia sobre el trabajo infantil en toda su cadena de suministro a través del apoyo al proyecto No Lost Generation, de Save the Children, en Turquía. Este proyecto tiene como objetivo mejorar las oportunidades educativas de más de 2.839 niños en la región de Hatay que corren un riesgo significativo de trabajo infantil.

ACUERDO INTERNACIONAL DE SALUD Y SEGURIDAD EN LA INDUSTRIA TEXTIL Y LA PRENDA ACABADA

Mango firmó en 2013 el Acuerdo sobre Seguridad en la Construcción de Edificios y de Instalaciones contra Incendios en Bangladesh (Accord), para mejorar las condiciones de seguridad de los trabajadores en las fábricas de confección en este país tras el colapso del edificio Rana Plaza. A lo largo de estos años, se ha logrado un progreso significativo hacia una industria de la confección más segura y saludable en Bangladesh. A través del Acuerdo de Transición de 2019 se ha logrado mantener este progreso y seguir avanzando y en mayo de 2020 el Ready-Made-Garments Sustainability Council (RSC) tomó el relevo para convertirse en un organismo de control de seguridad permanente.

El 1 de setiembre de 2021, Mango firmó el nuevo Acuerdo Internacional para la Salud y Seguridad en la Industria Textil, ratificando el compromiso adquirido con el acuerdo de 2013 a la hora de establecer medidas de salud y seguridad en las fábricas. Este acuerdo se distingue por expandir a otros países y mercados los conocimientos y logros en Bangladesh relacionados con la salud, la seguridad y el respeto de los derechos humanos.

Committed to Value Chain

Alianzas

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. Se trata de un proyecto lanzado por el gobierno holandés con fondos de la Organización Internacional del Trabajo (OIT).

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.

United Work ha brindado acceso al mercado laboral a miles de refugiados con permiso de trabajo y seguridad social en Turquía, capacitarlos o facilitarles a establecer sus negocios.

PROGRAMA SPEAK FOR CHANGE – AMFORI

En 2017 nos adherimos a amfori, la asociación empresarial líder en el mundo por el comercio abierto y sostenible, para reforzar el compromiso de responsabilidad y cumplimiento social y medioambiental en nuestra cadena de proveedores.

En 2021 hemos iniciado nuestra participación en el programa piloto Speak for Change para reforzar la herramienta del canal de denuncias, con el objetivo de complementar la información aportada durante las entrevistas en el proceso de auditorías en las fábricas. Se trata de un mecanismo de reclamación adicional que permite a los trabajadores denunciar anónimamente cualquier incumplimiento del Código de Conducta, y ayuda a los miembros de amfori a proporcionar una solución más eficaz y con recursos compartidos.



Committed to Value Chain

Foro social de la industria de la moda

MANGO



En abril de 2019 se presentó públicamente el Foro social de la industria de la moda, organismo al que Mango se unió como miembro promotor. El Foro está formado por sindicatos, ONGs, diversos medios académicos, así como multinacionales españolas de la industria de la moda, junto con organizaciones empresariales españolas del sector de la moda.

El Foro pretende ser un punto de encuentro de diferentes grupos de interés que pone su foco de atención principalmente en la sostenibilidad en el proceso de globalización de la industria de la moda, la defensa del trabajo decente, el medioambiente, el consumo o la fiscalidad sostenible como ejes fundamentales.

Como objetivo para el próximo año, Mango acordará nuevas alianzas externas con el objetivo de mejorar las condiciones laborales de los trabajadores en las fábricas de producción, especialmente en cuestiones como salario digno, trabajo en casa (*homeworking*) e igualdad de género, entre otras.

Committed to Value Chain

Formación a proveedores

Después de los buenos resultados de las formaciones realizadas en China e India en 2017, Bangladesh y Turquía en 2018 y España y Portugal en 2019, Mango apuesta por dar continuidad a su programa de formaciones en origen, adaptándose a las nuevas circunstancias y trasladando estas formaciones presenciales al formato online hasta que la situación global de restricciones permita realizar las formaciones en origen. Estas formaciones fueron impartidas directamente por el equipo de RSC y por el de Calidad junto con algunos de nuestros aliados estratégicos locales.

CAPACITY BUILDING

El objetivo principal es la creación de capacidades (*capacity building*) para mejorar las condiciones laborales, 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 escala 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 continuarán realizando en otros países, aumentando el enfoque de los asuntos tratados.

Además, los nuevos proveedores de Mango realizan formaciones online específicas de todos los departamentos implicados en el proceso de producción de las colecciones a través de la herramienta interna de formación Plataforma Mango Hub e-learning, lanzada en enero de 2020. A través de esta nueva plataforma, los nuevos proveedores dados de alta en el sistema reciben una formación específica que incluye contenido interactivo y multimedia del training de proveedores, basado en el nuevo Manual de Calidad y Procesos y conteniendo novedades como vídeos explicativos y ejercicios interactivos.

Con anterioridad a las restricciones derivadas de la Covid-19, nuestros proveedores visitaban nuestra sede central para recibir formación por parte de todos los departamentos implicados y, en concreto, el departamento de Sostenibilidad les impartía directamente formación sobre la implementación y seguimiento del Código de Conducta.

La capacitación de la cadena de suministro contribuye a fomentar la debida diligencia y a reducir el número de incumplimientos durante las auditorías sociales, reforzando así nuestro compromiso de mejora de las condiciones en los centros de producción.

Siguiendo con este compromiso, a finales de 2021 Mango organizó el segundo Vendors Day, un punto de encuentro online para informar a todos nuestros

proveedores de los proyectos que Mango tiene implantados y de los que ellos son también parte importante para su consecución. Cabe destacar la participación de la alta dirección, que detalló los compromisos y objetivos de Mango a seguir dentro de los próximos años involucrando de esta manera para su éxito a todos los proveedores de nuestra cadena de valor. Diferentes departamentos involucrados en el producto tuvieron la ocasión de exponer las novedades de cada área, así como los nuevos cambios hacia la transformación digital de Mango. Entre los departamentos que participaron destacan Sostenibilidad, Proyectos Sourcing, Supplier Performance, Calidad, Etiquetado, Producto y Logística, entre otros.

Como parte del contenido de esta formación, además de los avances en algunos de los proyectos clave en el área de medioambiente, se incluyeron aspectos tan relevantes como el objetivo de Mango para 2022 en relación con la trazabilidad y transparencia a lo largo de la cadena de suministro. Asimismo, se resaltó la importancia del cumplimiento del Código de Conducta de Mango, con especial foco en trabajo infantil, libertad de asociación y salarios dignos. En esta edición, se recordó también la relevancia que tienen los ODS de la Agenda 2030 para Mango a la hora de establecer relaciones con sus grupos de interés y que sirven como marco de referencia en la estrategia de Sostenibilidad.

4.3

Committed to Community



Committed to Community

Cuestiones sociales y personas

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

*Entre todos, soñamos con INSPIRAR al mundo
COMPARTIENDO nuestra pasión por el ESTILO
y la CULTURA MEDITERRÁNEA.*

En Mango apostamos por ser 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.

Tratamos como una familia a todas las personas que componen Mango. Somos humildes y así fomentamos las relaciones saludables.

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

Committed to Community | Cuestiones sociales y personas

Perfil de nuestro equipo

PLANTILLA MEDIA 2021*

Por sexo, edad, país y clasificación profesional.

TOTAL

11.641

Personas

♀ 9.152

♂ 2.489

EDAD

◀ 30 AÑOS

5.356

ENTRE 30 Y 50 AÑOS

5.911

▶ 50 AÑOS

374

CLASIFICACIÓN PROFESIONAL

DIRECTIVOS Y MANDOS INTERMEDIOS

1.952

STAFF TIENDA

7.484

STAFF CENTRAL

1.627

STAFF LOGÍSTICA

578

PLANTILLA 30/12/2021

Por sexo, edad, país y clasificación profesional.

TOTAL

12.762

Personas

♀ 10.048

♂ 2.714

EDAD

◀ 30 AÑOS

6.240

ENTRE 30 Y 50 AÑOS

6.113

▶ 50 AÑOS

409

CLASIFICACIÓN PROFESIONAL

DIRECTIVOS Y MANDOS INTERMEDIOS

2.028

STAFF TIENDA

8.370

STAFF CENTRAL

1.696

STAFF LOGÍSTICA

668

Mango cuenta con un equipo formado por 12.762 personas, un equipo joven y entusiasta con una media de edad en torno a los 32 años y formado en un 78,6% por mujeres.

Para una correcta interpretación de los datos comparativos es necesario mencionar la situación excepcional de 2020 a causa de la pandemia mundial de la Covid-19. En 2020, como el resto de actividades no esenciales, nos vimos obligados a cerrar temporalmente gran parte de nuestras tiendas, lo que impidió que la compañía y sus equipos desarrollasen su actividad de forma estable.

Más de un año después del inicio de la pandemia la situación ha mejorado en todo el mundo. Aun así, es necesario tener en cuenta que durante 2021 algunos colectivos de distintos países se han seguido viendo afectados por cierres temporales debido a restricciones impuestas en algún momento del año en diferentes geografías. Los colaboradores afectados por medidas de suspensión temporal de empleo a todos los efectos siguen contabilizándose como parte de la plantilla de Mango.

Todos los datos contenidos en este capítulo se refieren al grupo consolidado; en caso contrario se especifica el alcance del dato.

*Criterio utilizado para el cálculo del promedio: Número de colaboradores a último día de cada mes dividido entre el número de meses. No incluye becarios. En relación a los empleados afectados por un ERTE a todos los efectos siguen contabilizándose como parte de la plantilla de Mango.

Committed to Community | Cuestiones sociales y personas

Perfil de nuestro equipo

PLANTILLA MEDIA 2020*

Por sexo, edad, país y clasificación profesional.

TOTAL

12.592

Personas

♀ 9.951

♂ 2.641

EDAD

◀ 30 AÑOS

6.240

ENTRE 30 Y 50 AÑOS

5.941

▶ 50 AÑOS

411

CLASIFICACIÓN PROFESIONAL

DIRECTIVOS Y MANDOS INTERMEDIOS

2.019

STAFF TIENDA

8.504

STAFF CENTRAL

1.592

STAFF LOGÍSTICA

477

PLANTILLA 30/12/2020

Por sexo, edad, país y clasificación profesional.

TOTAL

11.318

Personas

♀ 8.884

♂ 2.434

EDAD

◀ 30 AÑOS

5.114

ENTRE 30 Y 50 AÑOS

5.782

▶ 50 AÑOS

422

CLASIFICACIÓN PROFESIONAL

DIRECTIVOS Y MANDOS INTERMEDIOS

2.006

STAFF TIENDA

7.233

STAFF CENTRAL

1.563

STAFF LOGÍSTICA

516

La evolución de los datos de plantilla media muestra una tendencia positiva en el conjunto del ejercicio, con una progresiva recuperación de los niveles de estructura prepandemia a medida que ha avanzado el ejercicio.

En cuanto a los colectivos, se puede observar una tendencia al alza en los perfiles de staff central. Esta evolución está motivada por la apuesta de Mango por reforzar perfiles más técnicos y digitales.

Al mismo tiempo, los datos desvelan un ligero aumento en la estructura de logística, propulsado por la continua expansión del canal online.

En 2021 se modificó el criterio de clasificación profesional: en la categoría de directivos y mandos intermedios englobamos todos los puestos con responsabilidad de gestión de equipos, tanto de estructura como de tienda. El resto de staff que no gestiona equipos se distribuyen entre el colectivo de tienda, central y logística. Asimismo se ha reexpresado la información de 2020 con el mismo criterio.

Committed to Community | Cuestiones sociales y personas

Política de remuneraciones y brecha salarial

MANGO

La política retributiva de Mango garantiza la igualdad de salarios y derechos para todos los colaboradores, rechazando cualquier tipo de discriminación, directa o indirecta, independientemente de la edad, género, raza, religión, orientación sexual, condición social, estado civil, nacionalidad, opinión política o responsabilidades familiares. En consecuencia, en Mango seguimos el principio de igualdad entre género, no habiendo diferencias entre el salario percibido por una mujer y el percibido por un hombre, dentro de un puesto del mismo nivel.

En caso del personal de estructura, la remuneración fija se establece en base a mercado y al nivel de competencias y experiencia aportadas al puesto. La remuneración variable se establece en base a un sistema de objetivos anuales junto con la participación de los resultados de Mango.

Las revisiones salariales se hacen de forma anual en base al desarrollo y a la posición del salario del empleado dentro de la banda salarial.

En cuanto al equipo de puntos de venta, el sistema se basa en un sueldo fijo definido por convenio colectivo o, en su defecto, tablas salariales internas y otro variable en función de las ventas.

Está previsto completar la auditoría retributiva ligada con la aprobación y negociación del Plan de Igualdad y Diversidad en el primer semestre de 2022. Nuestra compañía mantiene el compromiso de seguir trabajando en el Plan de Igualdad salarial para que el sexo no sea un factor diferencial a la hora de definir la compensación en Mango.

La remuneración media incluye el total bruto percibido durante el año (salario fijo y variable) de los colaboradores activos a fecha de cierre.

Para el resto de países agrupados, por la dificultad que supone extrapolar el salario realmente percibido a jornada y año completo trabajado (afectación de los distintos mecanismos y medidas de suspensión aplicadas en cada país), los meses en los que ha habido cierres temporales hemos utilizado el salario teórico, incluyendo conceptos variables realmente percibidos en el periodo.

Committed to Community | Cuestiones sociales y personas

Remuneración media

2021 (€)

◀ 30 AÑOS	DIRECTIVOS Y MANDOS INTERMEDIOS
17.892 €	43.858 €
ENTRE 30 Y 50 AÑOS	STAFF TIENDA
30.276 €	18.211 €
▶ 50 AÑOS	STAFF CENTRAL
48.437 €	36.499 €
	STAFF LOGÍSTICA
	22.467 €

Para una correcta interpretación de los datos cuantitativos de remuneraciones medias, es importante remarcar que en la base de la pirámide de Mango el género femenino representa un 76,2% sobre el total de empleados. En organizaciones cuya base de la pirámide está compuesta en su mayor parte por mujeres, el resultado es más proclive a arrojar una diferencia entre la media de salarios de hombres y mujeres, en favor del primero cuando se analiza el dato de forma global.

2020 (€)

◀ 30 AÑOS	DIRECTIVOS Y MANDOS INTERMEDIOS
17.592 €	40.040 €
ENTRE 30 Y 50 AÑOS	STAFF TIENDA
29.013 €	17.695 €
▶ 50 AÑOS	STAFF CENTRAL
45.184 €	35.626 €
	STAFF LOGÍSTICA
	23.186 €

Cabe destacar que esta información agrupa 35 países y posiciones de distinto peso, por lo que se mezclan distintas divisas con un tipo de cambio aplicado a fecha cierre. Además, hay factores como el coste de vida y posicionamiento de cada país en el mercado que hacen que las cifras globales no sean representativas en cuanto a diferencias salariales por género. No obstante, el salario promedio de mujeres es de 22.929 euros en 2021 frente a 22.840 euros en 2020. El salario promedio de hombres en 2021 es de 30.889 euros, frente a 30.288 euros en 2020.

El cálculo de la brecha salarial ajustada se ha realizado en base a una metodología homologada para poder comparar correctamente los puestos de igual valor de acuerdo con la nueva arquitectura de puestos que se inició en 2020 en Mango, que nos permite cumplir con los requisitos de adecuación, totalidad y objetividad dispuestos en el artículo 4 del Real Decreto 902/2020.

En 2021 se ha completado el ejercicio, valorando y agrupando los puestos de igual naturaleza y valor. Adicionalmente, se ha hecho una revisión de los puestos en 2021 para ajustar y mejorar la calibración ya realizada en 2020. Habiéndose recalculado la brecha ajustada del año anterior de acuerdo con la nueva valoración y metodología completa.

Así pues, el cálculo de la brecha salarial ajustada para España en 2021 es de 2,7%, versus 2,9% en 2020.

La brecha global bruta, calculada como la diferencia de retribución entre hombres y mujeres /retribución hombres, en 2021 es de 25,7% versus 24,6% en 2020. Es necesario remarcar que este dato no es representativo en cuanto a diferencias salariales de género porque no compara puestos del mismo nivel de responsabilidad. El dato engloba 35 países, por lo que el aumento en la brecha salarial se debe a diversas casuísticas tales como variación en plantilla de un país a otro y salidas/entradas de personas con salarios altos que impactan directamente en el promedio (outliers). Al haber recuperado los niveles de plantilla en tienda en consecuencia al aumento

de las ventas podemos observar cómo se incrementan los puestos con salarios de convenio, en su mayoría ocupados por mujeres. Esta casuística se refleja directamente en el incremento de la brecha.

El promedio de remuneraciones refleja un ligero aumento respecto a 2020, justificado por las variaciones en la plantilla de un año a otro, así como el aumento del peso del variable realmente percibido ligado a la recuperación de las ventas. El colectivo más impactado ha sido el de directivos y mandos intermedios, seguido de staff central y staff tienda.

En cuanto al colectivo del área logística, se ha visto reducido ligeramente por el aumento de la contratación temporal, aumentando el número de perfiles con categoría de convenio inferior.

En cuanto al colectivo de directivos y mandos intermedios, cabe destacar que al estar incluidas posiciones del área de retail y tienda, donde el variable está directamente vinculado a la venta, podemos ver un mayor aumento de las percepciones variables, lo que propicia un mayor aumento de la remuneración respecto al año anterior en comparación al resto de colectivos.

En 2021, la remuneración media de las mujeres directivas fue de 359.165 euros (377.734 euros en 2020) y la de hombres se situó en 458.563 euros (528.408 euros en 2020), incluyendo variables y salarios en especie. La remuneración media del consejo de administración (formado por cuatro hombres) ascendió a 1.102.739 euros (1.076.735 euros en 2020).

Committed to Community

Organización del tiempo de trabajo

MANGO



Committed to Community | Organización del tiempo de trabajo

Cómo se organiza el tiempo de trabajo en central

MANGO



En Mango velamos por el cumplimiento de los tiempos de trabajo y descanso, siguiendo la normativa legal de cada país y convenio colectivo. En Mango hemos apostado por la flexibilidad horaria en central, empoderando a las personas y aludiendo a la responsabilidad y confianza, fomentando la igualdad interna. Además, esta política nos permite posicionarnos en el mercado para atraer y retener talento, fomentando la inclusión y diversidad.

Con el objetivo de dotar de una mayor autonomía y flexibilidad a las personas respecto al tiempo de trabajo, el horario de entrada y salida es flexible (de 8.00 a 9.30 y de 17.00 a 18.30), con un tiempo de descanso para comer de una hora que puede ser acortado a 30 minutos reduciendo así la hora de salida.

En cuanto al calendario laboral, en función de las horas que establece el convenio colectivo aplicable, el exceso de jornada anual se acumula en un saldo de horas a disfrutar a lo largo del año a elección del trabajador. Esto permite fijar en el calendario laboral que el horario en vísperas de festivos sea intensivo además de reducido y, de esta manera, tener otra fórmula de conciliación. Concretamente, en 2021 se fijaron en el calendario laboral seis días de jornada intensiva reducidas en vísperas de festivo; estos días, el horario laboral es de 8:00 a 14:00 horas.

Respecto a la presencialidad en nuestras oficinas, hasta octubre de 2021 se apostó por fomentar el teletrabajo en la medida de lo posible como medida de seguridad para hacer frente a la situación de pandemia. A medida que las condiciones sanitarias lo han permitido, Mango ha recuperado la presencialidad en su sede central.

Committed to Community | Organización del tiempo de trabajo

¿Cómo es el nuevo modelo de trabajo?

Nuestro objetivo es encontrar un equilibrio para que el nuevo modelo de trabajo sea compatible con las necesidades del negocio y las personas que formamos Mango.

Nuestro modelo de trabajo debe ayudarnos a poner en valor la diversidad de perfiles profesionales que componen Mango. Por ello, hemos definido la política en base a los distintos colectivos que tenemos en nuestras oficinas, centros logísticos y tiendas de todo el mundo.

Gracias a esta división de perfiles de trabajo, podemos construir un modelo que se adapte mejor a las características y necesidades de cada puesto de trabajo y negocio.

En Mango tenemos como objetivo desarrollar un nuevo protocolo, acompañado de campañas de sensibilización para los diferentes colectivos, en especial a los que teletrabajan y que pueden ver desdibujadas las franjas entre vida personal y profesional.

EQUIPO DE TIENDAS Y LOGÍSTICA

100%

Presencial

DISEÑO

100%

Presencial

SERVICIOS GENERALES

100%

Presencial

ÁREAS DE CENTRAL

1-2

Días a la semana (hasta un 30%)

ÁREA TECNOLÓGICA:

2-3

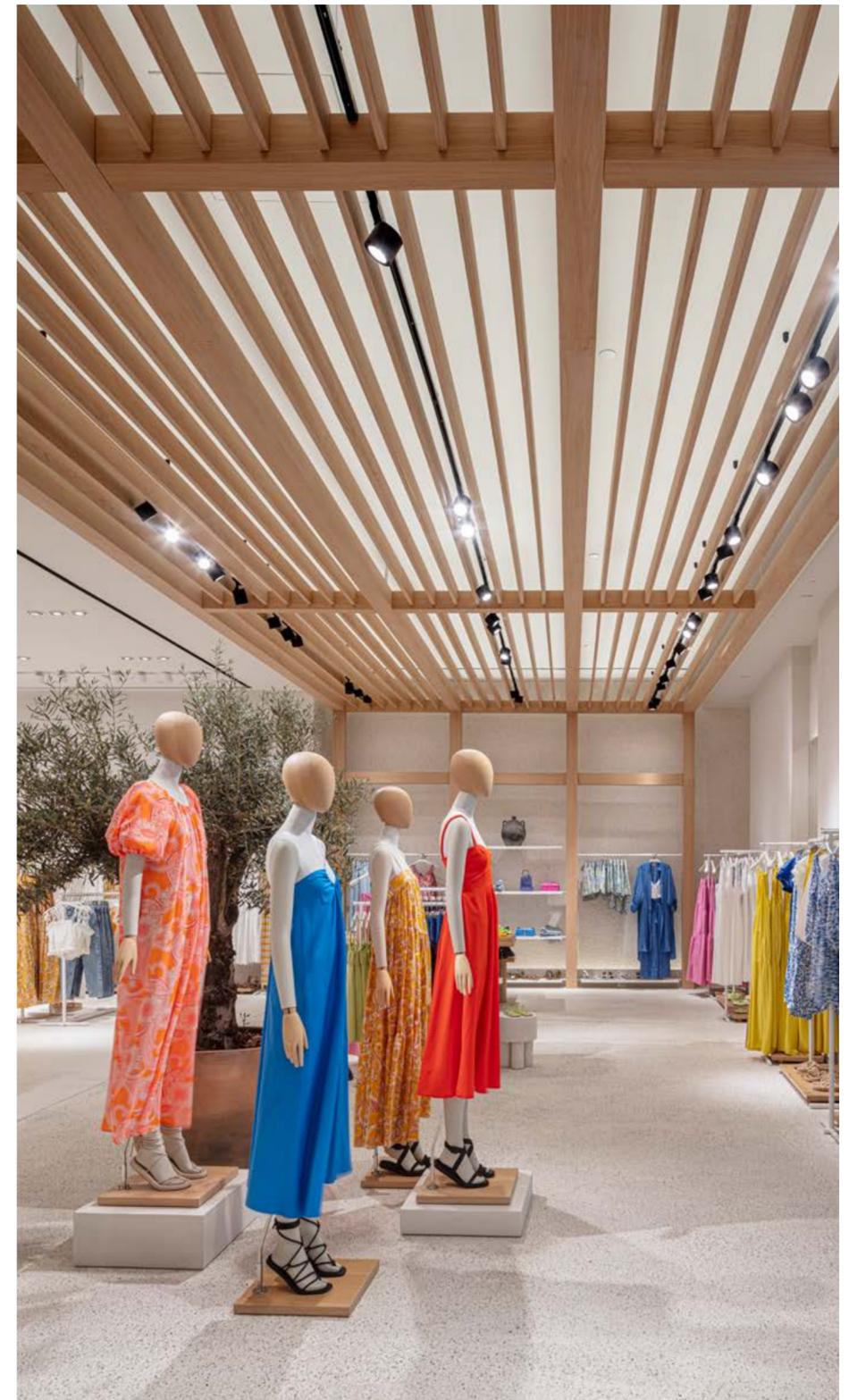
Días a la semana de teletrabajo (hasta un 50%)

Committed to Community | Organización del tiempo de trabajo

Cómo se organiza el tiempo de trabajo en tiendas

EN LO QUE SE REFIERE AL EQUIPO DE TIENDAS, DE CARA A PLANIFICAR EL TIEMPO DE TRABAJO, SE TIENEN EN CUENTA LOS SIGUIENTES FACTORES:

- 01 LA PLANTILLA Y SUS CONTRATOS (Nº DE HORAS SEMANAL/PERSONA).
- 02 DÍAS PICO DE LA SEMANA.
- 03 HORAS PICO DE CADA DÍA.
- 04 NORMATIVA DEL PAÍS.
- 05 DISTRIBUCIÓN POR PERIODOS DEL AÑO (FECHAS DE AUMENTO DE VENTAS, COMO REBAJAS, VERANO EN ZONAS TURÍSTICAS O NAVIDAD, Y ÉPOCAS DE MENOR FACTURACIÓN).
- 06 DIFERENTES ACCIONES COMERCIALES (SHOPPING DAY, BLACK FRIDAY, ETC.).
- 07 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).
- 08 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)



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

Committed to Community | Organización del tiempo de trabajo

Medidas destinadas a la conciliación y otros beneficios para los colaboradores

El modelo de retribución se complementa con distintas ventajas y beneficios que contribuyen a mejorar el bienestar de las personas.

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

- Ofrecemos horario flexible en central.
- Jornada intensiva los viernes y vísperas de festivos en central.
- Teletrabajo para los colectivos aplicables.
- Atendemos necesidades personales o circunstancias especiales mediante la adaptación de jornada u horarios, así como suspensiones de contrato o permisos, más allá de lo que recoge la normativa convencional, en la medida que sea posible según las necesidades organizativas.
- Ofrecemos y mejoramos los permisos establecidos en la normativa para la asistencia a visitas médicas.
- Servicio médico propio en las instalaciones de la central.
- Formación en idiomas, mindfulness y programas de desarrollo personal, entre otros.
- Servicio de comedor y cocina en las instalaciones de la central. La empresa subvenciona parte del menú diario, así como los artículos de cafetería.
- Ticket restaurante para algunos países y/o colectivos.
- Transporte gratuito de empresa desde Barcelona y el Vallès para llegar a nuestras oficinas centrales
- Servicio de fisioterapia en las oficinas centrales, así como sala de fitness y vestuarios.
- Paquete de retribución flexible con ventajas fiscales: seguro médico, formación, descuento comedor, guarderías etc.
- Market interno para renovar tu armario dos veces al año (España). Todo el dinero recaudado por las ventas se destina a acción social.

Committed to Community

Salud y seguridad

MANGO



Committed to Community | Salud y seguridad

Condiciones de salud y seguridad en el trabajo

Nuestro equipo es el valor más importante y por este motivo se desarrollan políticas para garantizar la mejora continua de su seguridad y su salud en el entorno laboral.

El objetivo principal en materia 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.

Para garantizar la correcta adecuación del sistema de gestión de Prevención de Riesgos Laborales se pasan auditorías externas (cada cuatro años) e internas (anualmente) como sistemas de control que permiten detectar posibles No conformidades y corregirlas a través de la implementación de acciones correctoras.

Durante 2021 hemos puesto en marcha un mecanismo de control adicional de autoauditorías que se realizan con carácter cuatrimestral aplicables a todos los colectivos del grupo.

Además, para garantizar una adecuada participación y consulta en materia de seguridad y salud por parte de todos los empleados, se dispone de un canal de comunicación a través de diferentes vías (Teams y Mango Solutions Center). Las principales actividades realizadas para la garantizar la seguridad y salud en el entorno laboral son las siguientes:

EVALUACIONES DE RIESGOS LABORALES

Identificamos y evaluamos los riesgos asociados a los puestos de trabajo como parte del ciclo de mejora continua en la gestión, avanzando en todos los aspectos de salud y seguridad de los trabajadores. Estas evaluaciones se llevan a cabo tanto en oficinas y almacenes de la central como en las tiendas. Del mismo modo se elaboran planes de acción con medidas preventivas y/o correctoras, se gestionan inspecciones de trabajo, planes de emergencia y otros procedimientos.

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 LABORALES

Para implicar a los empleados en la mejora continua, existe de un procedimiento para que estos puedan comunicar cualquier situación que comporte un riesgo o bien cualquier propuesta que mejore las condiciones de trabajo. Ponemos a su disposición un sistema de comunicación de riesgos a través del Mango Solutions Center para ofrecer la posibilidad de reportar cualquier incidencia y así proceder a aplicar medidas para eliminarlo o minimizarlo.

FORMACIÓN EN PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

Trabajamos de forma continua 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 este y se detectan las necesidades formativas para el mismo.

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

Asimismo, realizamos cursos de formación para hacer frente a incendios y primeros auxilios a los equipos de emergencias

COORDINACIÓN DE ACTIVIDADES EMPRESARIALES

Para garantizar la seguridad del personal externo que trabaja en nuestras instalaciones y asegurar que la actividad de empresas externas no genera riesgos a nuestros colaboradores y viceversa, se llevan a cabo diferentes actuaciones (reuniones de coordinación, intercambio de información o instrucciones de seguridad, designación de recursos preventivos,...) con el objetivo de asegurar que los trabajos de empresas concurrentes se encuentran debidamente coordinados para evitar o minimizar riesgos.

GESTIÓN EMERGENCIAS

Con el objetivo de asegurar que, en caso de emergencia, no se producen daños a personas, se llevan a cabo simulacros y procesos de control para identificar y corregir posibles incidencias tanto en la operativa como en los sistemas de protección contra incendios y tener garantías de seguridad en caso de emergencia real. Las principales actividades se centran en asegurar el correcto funcionamiento de los medios de protección contra incendios, la formación continua de equipos de primera intervención y equipos de alarma y evacuación y definir la operativa a seguir en caso emergencia.

VIGILANCIA DE LA SALUD

Las actividades de vigilancia de la salud son realizadas por los Servicio Médico de la empresa, integrado en el departamento de Health&Safety-wellness. En tiendas se realiza a través de una red de centros asistenciales. Además de la atención medica necesaria, reconocimientos periódicos, campañas de vacunación, etc., se realizan actividades personalizadas para la promoción de la salud tales como seguimiento de procesos crónicos o asesoramiento en hábitos saludables.

Como resultado del compromiso de la empresa con la seguridad, salud y bienestar de sus colaboradores, Mango se adhirió a la Declaración de Luxemburgo en 2017 con el objetivo de fomentar el desarrollo individual y promover la participación activa de nuestros colaboradores en el cuidado de su salud y en la mejora de sus condiciones de trabajo.

Fruto de este compromiso nació el programa Take Care, a través del cual impulsamos acciones para promocionar la salud en los tres ámbitos que recoge la OMS: físico, psíquico y social. 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.

Durante 2021, desde el departamento de Health&Safety-wellness se han llevado a cabo distintas acciones para la mejora de las condiciones de seguridad, salud y bienestar de nuestros colaboradores, así como el cumplimiento de nuevos requerimientos legales:

1. PREVENCIÓN COVID-19:

- Monitorización de la pandemia. Se han revisado periódicamente los casos positivos y los protocolos de prevención de contagio por Covid-19 con el objetivo de reducir el riesgo de contagio en nuestras instalaciones y para nuestros clientes (tiendas y sede central).
- Protocolo de viajes en entorno Covid-19. Se ha diseñado el protocolo de prevención contagios para viajes e informado a los trabajadores que deban de viajar.
- Seguimiento de los casos positivos y búsqueda activa de contactos estrechos para garantizar la correcta aplicación de los protocolos establecidos por los servicios de salud pública.

2. SEGURIDAD EN TIENDAS

- Con el objetivo de garantizar unas buenas condiciones de trabajo, además de las visitas periódicas que se realizan a las tiendas por parte de nuestros técnicos de prevención de riesgos laborales, este año se ha lanzado un procedimiento interno para realizar autoevaluaciones por parte de las tiendas (self-audit). Cada cuatro meses, las tiendas deben cumplimentar un check-list que permite detectar posibles riesgos y valorar acciones correctoras.

3. SEGURIDAD DE LA MAQUINARIA EN EL CENTRO LOGÍSTICO DE LLIÇÀ:

- Para verificar que se cumplen los requisitos mínimos de seguridad de las máquinas y valorar sus riesgos tal y como recoge el RD 1215/1997, se ha llevado a cabo un proceso de auditoría y evaluación de la maquinaria del centro logístico de Lliçà. Se han recogido las No conformidades detectadas y establecido un plan de acción para eliminar los riesgos detectados.

4. EVALUACIÓN DE RIESGOS ERGONÓMICOS TIENDAS MANGO:

- Con el objetivo de analizar y detectar las fuentes de riesgo ergonómico y aportar posibles soluciones, se ha llevado a cabo la evaluación ergonómica de los puestos de trabajo de tienda tras la puesta en marcha del nuevo proceso de entrega mercancía en dos ciclos.

5. BIENESTAR Y SALUD (WELLNESS)

- La promoción del bienestar y la salud de nuestros colaboradores es una de las prioridades de Mango. Por este motivo, dentro de nuestro programa Take Care se ha llevado a cabo la creación de un site Wellness donde compartimos todas nuestras iniciativas y servicios orientados a mejorar la salud y bienestar. Se han llevado a cabo charlas, talleres, descuentos y otros servicios con el objetivo de fomentar hábitos saludables y mejorar la calidad de vida de nuestros colaboradores.

Accidentes de trabajo: índice de frecuencia y de gravedad por sexo

2021

TOTAL	ÍNDICE DE FRECUENCIA*
3,79	♀ 3,55
	♂ 4,66

TOTAL	ÍNDICE DE GRAVEDAD*
0,10	♀ 0,10
	♂ 0,11

TOTAL	Nº DE ACCIDENTES CON BAJA**
76	♀ 56
	♂ 20

Accidentes con baja

Durante 2021 no se ha reportado ningún caso de enfermedad profesional.

*Índice de frecuencia= (Nº de accidentes (con baja) *1.000.000) / Horas trabajadas
Índice de gravedad= (Días de baja *1.000) / Horas trabajadas
**No se tienen en cuenta los accidentes in itinere.



2020

TOTAL	ÍNDICE DE FRECUENCIA*
3,39	♀ 3,27
	♂ 3,85

TOTAL	ÍNDICE DE GRAVEDAD*
0,10	♀ 0,10
	♂ 0,12

TOTAL	Nº DE ACCIDENTES CON BAJA**
84	♀ 64
	♂ 20

Accidentes con baja

El total de horas de absentismo en 2021 en Mango ha sido de 730.588 horas (2020: 692.108 horas), incluyendo bajas por enfermedad y accidentes. No incluye permisos ni otros tipo de ausencias.

Committed to Community

Relaciones laborales: organización del diálogo social

MANGO

Estamos comprometidos con la creación de un marco de confianza en el que nuestros 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.

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

Mango pone a disposición de todas las personas que mantienen una relación profesional o comercial con la compañía un canal de comunicación que permite expresar cualquier situación que conlleve un comportamiento no ético o disconforme con el Código Ético de Mango, con la ley o con las normativas internas.

MANGO

Disponemos de canales para fomentar la cohesión del equipo y mantener a los colaboradores constantemente informados. Desde 2020 disponemos de un canal de Teams para estar en contacto con todos los colaboradores que disponen de ordenador.

Además, durante 2021 hemos comenzado la implementación de la nueva herramienta Workday, que nos permite aumentar la transparencia y accesibilidad de todos los colaboradores del grupo en el acceso a la información laboral. Por el momento se encuentra activa en España y Francia, aunque en 2022 y 2023 está previsto su despliegue al resto de países, así como la incorporación de los nuevos módulos de *recruiting*, talento y compensación.

A finales de 2021 hemos lanzado una nueva iniciativa Mango Ambassador, a través de la cual se han escogido a once representantes de Mango y de los colaboradores, que tienen el rol de comunicar, contribuir y ser un agente de cambio dentro y fuera de la organización.

En nuestras filiales, tenemos órganos representativos de los trabajadores en España (3), Francia (7), Italia (1) y Finlandia (1). Concretamente:

- En España tenemos tres delegados de personal.
- En Francia el dialogo social se lleva a cabo por parte del equipo ubicado en la oficina local. El dialogo es continuo, se realizan reuniones periódicas con los órganos representativos 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.
- Tenemos representación sindical en Mango France a través de Comité Social et Économique (CSE) y Delegación Sindical (CDFT).
- En Italia hay un representante Sindical de Unidad Productiva del sindicato CGIL en una de nuestras tiendas. Anualmente se hacen visitas de seguimiento. Previo a esa reunión el delegado sindical convoca una asamblea con los empleados 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 trabajadores sobre las cuestiones que puedan surgir.

Mango Ambassadors

- Nuestros representantes son embajadores de People, tienen un papel muy relevante como agente de cambio. Además, participan activamente en iniciativas de transformación cultural, aportando feedback e ideas.
- Son embajadores de nuestra comunidad. Como embajadores de nuestra marca, comparten con su entorno y en redes sociales lo que está pasando en Mango desde un lugar privilegiado. Por ello, participan en nuestra estrategia, son invitados a inauguraciones de tiendas y eventos de relaciones públicas y prueban antes que nadie prendas de nuestras colecciones, entre muchas más iniciativas.
- Son embajadores de sostenibilidad y acción social.: Conocen de primera mano algunos de los proyectos de acción social y sostenibilidad en los que colaboramos para divulgar internamente nuestra laboral.

Committed to Community | Relaciones laborales: organización del diálogo social

Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país

En Mango aplican actualmente un total de 73 convenios colectivos. De ellos, un total de 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.

En el 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.

En el 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. Estas figuras y responsabilidades están definidas en cada uno de los convenios colectivos.



Committed to Community

Learning & development

En Mango apostamos por el crecimiento y desarrollo profesional de nuestros colaboradores. Para ello definimos, implementamos y medimos el éxito de la formación y el desarrollo de nuestro talento, de acuerdo con la estrategia de la compañía, garantizando de este modo que tenemos los mejores perfiles en cada posición preparados para ofrecer el mejor desempeño.

El papel del líder es fundamental para alcanzar la excelencia profesional y para el desarrollo de las personas, por lo que en 2021 hemos continuado reforzando su rol con nuevos programas de desarrollo de liderazgo, tanto de oficinas corporativas como de nuestra red comercial.

Nuestros programas se desarrollan de forma global, incluyendo las diferentes áreas y países que conforman Mango. El acompañamiento personalizado es una de las herramientas para la adaptación exitosa a los continuos cambios del entorno.

En 2021 hemos mantenido nuestras formaciones de catálogo abiertas en un formato digital y hemos regresado paulatinamente a las formaciones presenciales. Desde inicio de año hemos realizado más de 31 webinars o workshops virtuales con más de 750 participantes y con una satisfacción media de 4,5/5.



+31

Webinars o virtual workshop

+750

Participantes

4,5/5

Evaluación de talleres

Principales proyectos impulsados en 2021

Píldoras formativas retail

Nuestros equipos de tienda tienen una realidad que requiere unas especificaciones diferentes para garantizar el éxito de las acciones de aprendizaje y desarrollo. Con la intención de dar respuesta a sus necesidades, hemos desarrollado microcursos a través de vídeos animados que duran entre tres y cinco minutos, con los que captar la atención de usuario y facilitar el aprendizaje. Además, nos permiten comprimir el temario y centrarnos en objetivos concretos, reducir costes y llegar a todas las tiendas propias y franquicias.

Contamos también con píldoras formativas en formato digital, cursos interactivos donde combinamos teoría y práctica con ejercicios, y casos reales que ayudan a afianzar los contenidos.

Estas píldoras se dividen también en tres grandes áreas: *Connect*, *Perform* y *Lead*.

MANGO SCHOOL CON LA UAM

El programa de Experto en Gestión Retail ayuda a todos nuestros managers a mejorar la gestión del negocio y a potenciar aquellas habilidades necesarias para liderar a los equipos en base a nuestro ADN y valores y conseguir así los mejores resultados.

En total hemos tenido 467 participantes, entre equipo de management de tienda y estructura de zona. Se ha combinado el aprendizaje online con clases virtuales en directo, resolución de casos reales, contenidos actuales y de gran interés, vídeos, actividades y el soporte en todo momento de un formador/tutor durante todo el itinerario.

El programa tiene una duración de dos años y nuestros managers obtienen el título de Experto en Gestión Retail acreditado por la Universidad Autónoma de Madrid (UAM).

Formaciones en central

PROGRAMA DE IDIOMAS

Bajo este programa hemos trabajado varios idiomas: inglés, francés, alemán, italiano, español y portugués. En 2021 se ha desarrollado desde enero hasta noviembre y se ha pasado íntegramente a la modalidad online, adaptándonos así a la nueva realidad. Más de 350 personas han participado en esta iniciativa.

PROGRAMA MANAGEMENT FUNDAMENTALS

El objetivo de este programa es dotar a nuestros nuevos managers de las herramientas básicas de liderazgo que les permitan gestionar sus equipos para alcanzar los objetivos del negocio.

Se trabajan aspectos tan importantes como el autoconocimiento, nuestro estilo relacional y de comunicación, así como las habilidades del líder coach y cómo realizar conversaciones de desarrollo efectivas con cada miembro del equipo.

Esta formación la realizamos de manera presencial para nuestros equipos de central y en un formato online para nuestros managers de tienda. En retail lo hemos impartido en cinco idiomas diferentes, 33 sesiones y con 116 participantes.

PLATAFORMAS DE AUTOFORMACIÓN PARA PERFILES IT

Con el objetivo de que nuestros equipos de IT puedan tener un reciclaje constante, formándose de manera autónoma en inteligencia artificial, operaciones, data y diseño UX, entre otros, les ofrecemos acceso a recursos específicos para su día a día, a través de plataformas como O'reilly o Udemy Business.

DATA ACADEMY

Data Academy TOOLS es un programa de formación de siete horas que tiene como objetivo incorporar nuevas capacidades de análisis de datos en nuestro equipo, mejorando la alfabetización en datos de Mango. Mediante varias píldoras online y sesiones de formación hands-on, aprendemos a analizar los datos que nos ofrecen las herramientas corporativas. No es necesario tener conocimientos previos para realizarlo.

En julio se lanzó como novedad la Data Academy CODE, un programa de cinco horas de duración donde aprendemos a analizar datos mediante código. En este caso sí es necesario tener conocimientos básicos de programación para participar en este programa. El contenido de ambos programas se crea internamente, con la ayuda de nuestros especialistas de negocio y es accesible para el colectivo de central.

PROGRAMA DE VISIÓN GLOBAL DE NEGOCIO

En 2021 hemos iniciado el Programa de Visión de Negocio con el objetivo de fomentar visión 360 grados de la compañía y dar a conocer las áreas clave de nuestra cadena de valor. El programa se construyó conjuntamente entre el área de Talento, Dirección y los ponentes clave de cada área. Hemos realizado dos ediciones de este programa a lo largo del año, con un total de 60 participantes. Cada edición consta de diez sesiones presenciales de dos horas, realizadas una vez por semana.

MANAGEMENT 3.0

Este programa se enfoca en entender y mejorar cómo trabajar en equipos autoorganizados, motivar a las personas, abordar la complejidad de la organización y definir estructuras organizativas ágiles. Hemos formado a los participantes en un nuevo modelo de management que fomenta la alineación por objetivos, compartir experiencias e ir hacia una cultura de delegación, autonomía y gestión del cambio. La formación, que ha durado 20 horas repartidas en cuatro sesiones, ha contado con más de 20 participantes.

GESTIÓN POR PROYECTOS

Con esta acción hemos podido capacitar a nuestros equipos de coordinación de obras y ventas de material de tienda con nuevas herramientas y metodologías que les ayuden a gestionar proyectos comunes de manera más eficiente y coordinada, fomentando la comunicación continua entre ellos. Las tres sesiones partieron de casos reales, donde los participantes pudieron poner en práctica los aprendizajes adquiridos como, por ejemplo, el ciclo de vida de un proyecto, planificación de fases, gestión de costes, tiempo, riesgos y cierre de proyecto.

SOSTENIBILIDAD Y ECONOMÍA CIRCULAR

Sostenibilidad y economía circular cada vez son temas más clave en nuestro sector, y en Mango especialmente. Así pues, desde el área de Talento ofrecemos diferentes acciones formativas como la realizada en 2021 para diseñadores y compradores en la que profundizar más sobre estos conceptos y ver posibles ejemplos prácticos para mejorar en el diseño y producción de las prendas.

También estamos incorporando nueva tecnología de patronaje en 3D y estamos formando a nuestros patronistas en su uso y aprovechamiento máximo.

TALLERES DE COHESIÓN DE EQUIPOS Y TEAMBUILDINGS

Estos talleres tienen el objetivo de crear planes de acción concretos que nos ayuden en la mejora de la cohesión de equipos y el refuerzo del sentimiento de pertenencia a Mango de nuestros colaboradores. En 2021 hemos continuado impartiendo estas acciones tomando como base del modelo Bridge de estilo relacional y hemos incorporado diferentes teambuildings en la naturaleza con pintura, barro, etc. buscando nuevas maneras de conectar con nuestra creatividad, tan clave hoy en día en nuestro éxito.

TALENTHUB

Es la primera plataforma de formación online corporativa integrada con los sistemas de Mango (LMS). Esta plataforma recoge contenidos de formación de varias temáticas, con el objetivo de hacerlos llegar a cualquier parte facilitando su consumo en cualquier momento.

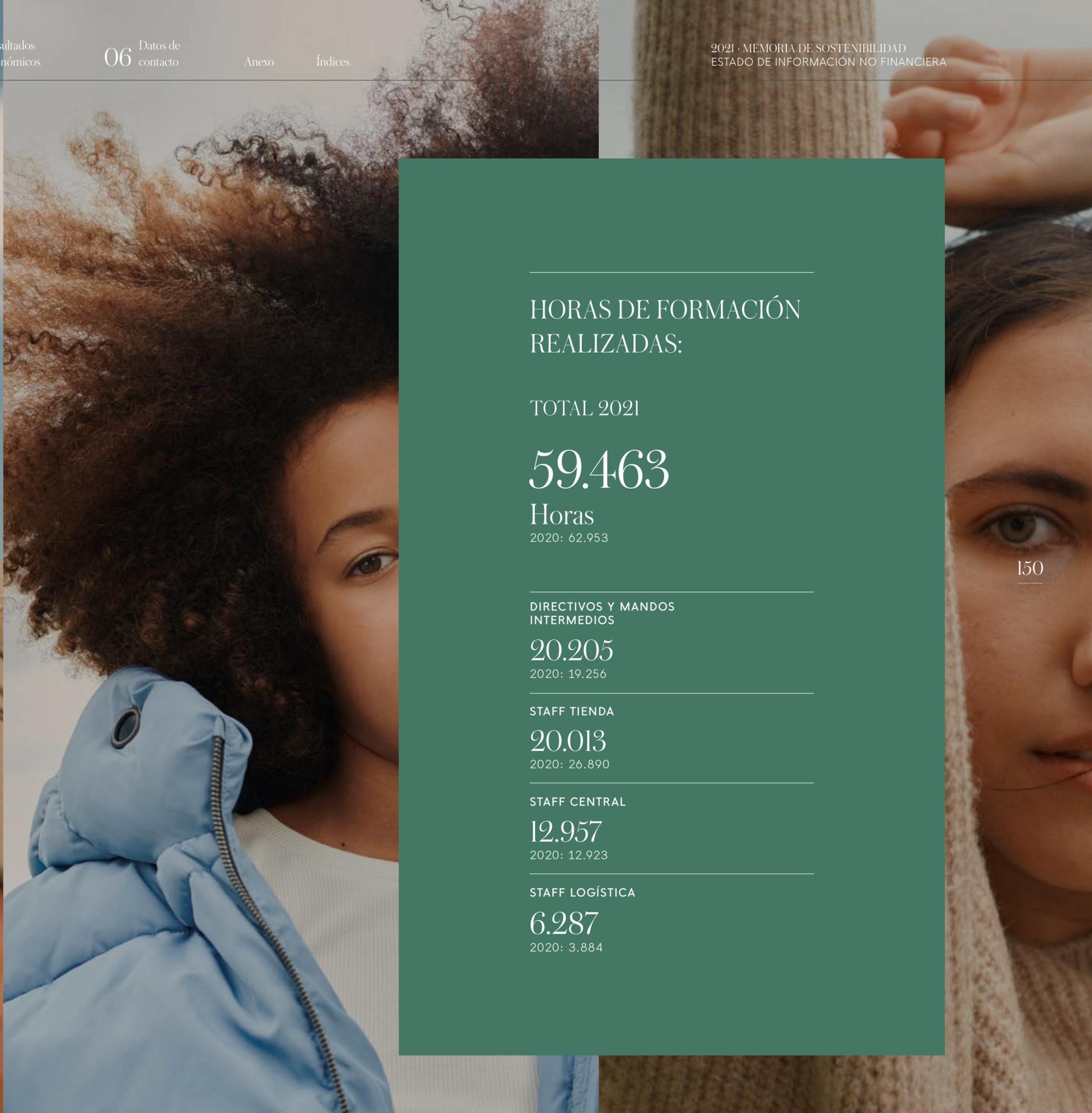
Durante 2021 se lanzaron diez acciones de aprendizaje que suman más de 1.800 accesos, para los colectivos de central y logística. Algunas de las temáticas han sido ciberseguridad, prevención de la Covid-19, data, política de compras y onboarding.

PROCESOS DE COACHING EXTERNO

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 asuntos 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.

En 2021 hemos realizado unos diez procesos de coaching externo para puestos directivos y un proceso de coaching de equipos. Como novedad, el coaching de equipos lo incluimos como una dinámica fundamental para desarrollar equipos de alto rendimiento. En estas sesiones se trabaja bajo el paradigma de que al generar confianza y mayores vínculos entre los componentes del equipo conseguimos mejores resultados.

MANGO



HORAS DE FORMACIÓN
REALIZADAS:

TOTAL 2021

59.463

Horas

2020: 62.953

DIRECTIVOS Y MANDOS
INTERMEDIOS

20.205

2020: 19.256

STAFF TIENDA

20.013

2020: 26.890

STAFF CENTRAL

12.957

2020: 12.923

STAFF LOGÍSTICA

6.287

2020: 3.884

Committed to Community

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.

MANGO



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. Por este motivo, 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 empleados, 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.
- Contribuimos a generar un impacto positivo en la sociedad a través de nuestra acción social.



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

Mango pone a disposición de todas las personas que mantienen una relación profesional o comercial con la compañía, un canal de comunicación que permite poder expresar cualquier situación que conlleve un comportamiento no ético o disconforme con el presente Código, con la ley o con las normativas internas.

Mango garantiza que todas las denuncias serán tratadas con la máxima confidencialidad y respeto hacia las personas involucradas.

Queremos continuar poniendo a las personas en el foco principal y para ello crear una cultura corporativa inclusiva que atienda a la diversidad y que la misma sea una representación de la pluralidad de la sociedad. Por ello una de nuestras prioridades en 2022 es continuar trabajando en un ambicioso Plan de Igualdad e Inclusión.

En 2021 hemos comenzado a trabajar en la elaboración de un nuevo Plan de Igualdad para sustituir el vigente.

Hemos finalizado una prueba del diagnóstico cualitativo y cuantitativo sobre datos provisionales de 2020 y que nos van a servir de base para que a inicios de 2022 tengamos finalizada la fase de diagnóstico cualitativo y cuantitativo con los datos definitivos con el cierre de 2021. Tras esta fase inicial de diagnóstico procederemos a la negociación del nuevo plan y la implantación de las nuevas medidas acordadas que impulsen y fomenten la igualdad real y plena de las personas trabajadoras de Mango.

Committed to Community

Accesibilidad universal de las personas con discapacidad

MANGO

157

Personas vulnerables con contratos estables

84,02%

Personas con discapacidad y/o en riesgo de exclusión

44,15%

Pertenecen a colectivos con especial dificultad de inserción laboral

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 tiene lugar una nueva apertura de un punto de venta 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.

Respecto al empleo, cumplimos la Ley General de Discapacidad (LGD) mediante dos vías, contratación directa y medidas alternativas.

Hemos seguido desarrollando el proyecto socio-laboral Mango cares about you, diseñado entre Mango y Fundación Cares, centro especial de empleo sin ánimo de lucro cuya misión es la inserción laboral de personas con discapacidad y/o en riesgo de exclusión.

A pesar de la pandemia, cerramos el año manteniendo todos los puestos de trabajo, con una media de 157 personas vulnerables con contratos estables que realizan una fase del proceso logístico del e-commerce de Mango: gran parte del fit in de los pedidos online que, desde Barcelona, se distribuyen a todo el mundo.

De ellos, un 84,02% son personas con discapacidad y/o en riesgo de exclusión, y de entre las personas con discapacidad, un 44,15% de ellas pertenecen a colectivos con especial dificultad de inserción laboral. Durante las campañas de Black Friday, Navidad y Rebajas, la plantilla de Fundación Cares alcanzó las 192 personas contratadas y seis de estos

profesionales, gracias a la experiencia laboral adquirida en el proyecto, se han insertado con éxito en el mercado laboral ordinario.

En uno de los momentos con mayor volumen de pedidos, cuando la logística requiere de la máxima eficiencia y optimización, la labor de estos profesionales prueba la importancia de confiar en las capacidades de todas y cada una de las personas para lograr un servicio de excelencia, responsable y sostenible. Además, en 2021 hemos alcanzado un acuerdo para colaborar con la fundación Asociación Catalana de Integración y Desarrollo Humano (Acidh). Se trata de una entidad que trabaja para la atención a las personas con funcionamiento intelectual límite y discapacidad intelectual leve, la principal función de la cual es la prestación de servicios para cubrir sus necesidades sociales, laborales y formativas, dedicada a mejorar su calidad de vida. A través de esta organización impulsamos proyectos de acción social e incorporamos perfiles en logística a través de contratación directa.

Committed to Community

Acción social

MANGO

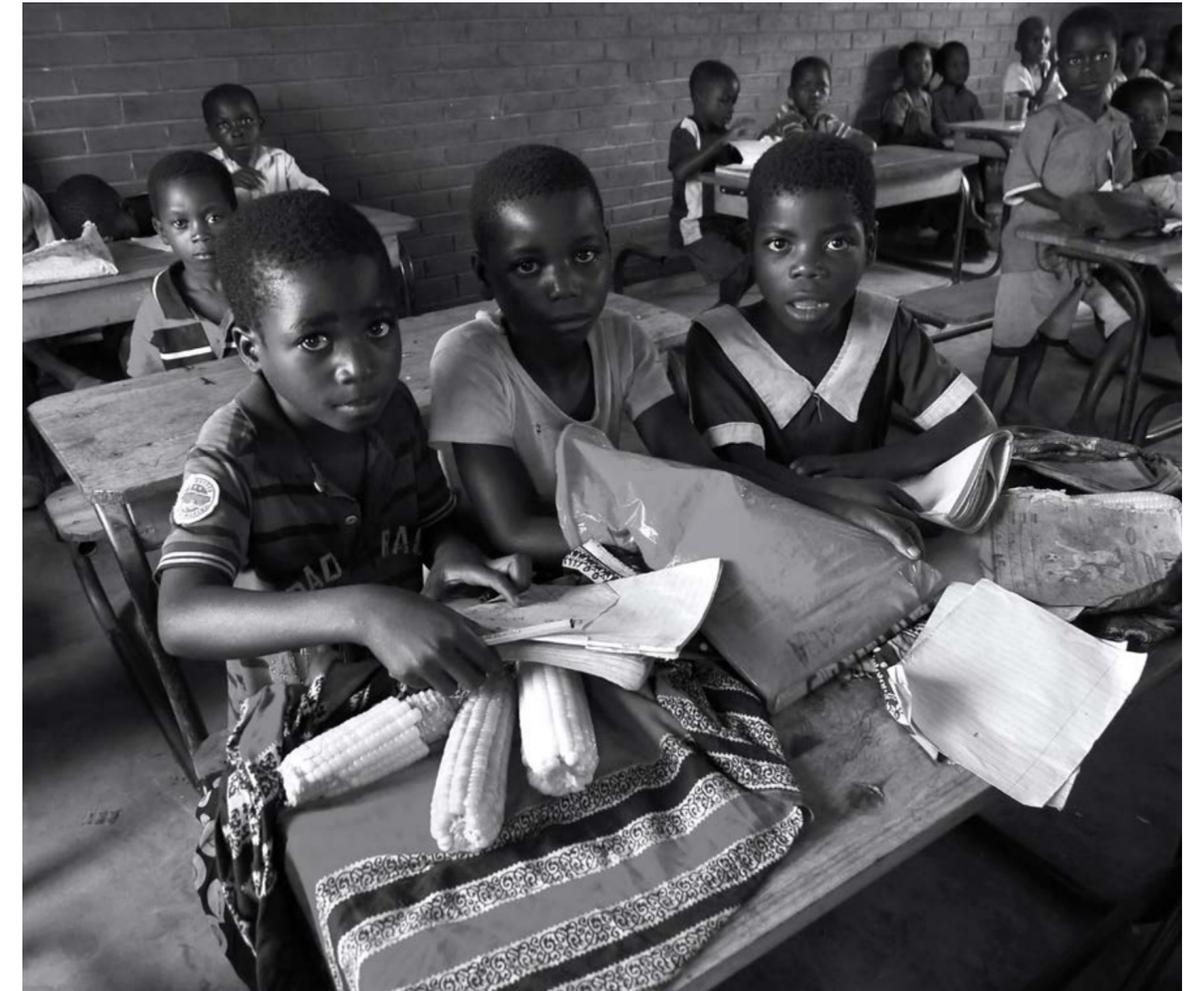
ACCIÓN SOCIAL

El término acción social se refiere a las actividades voluntarias en que la empresa se involucra, poniendo a disposición sus recursos humanos, técnicos y financieros para ayudar a las personas más desfavorecidas de la sociedad.

En Mango estamos comprometidos con nuestro entorno y tratamos de generar un impacto positivo en todos los colectivos que nos rodean, especialmente con aquellos que más lo necesitan. Desde el departamento de Acción Social de Mango apoyamos a entidades (fundaciones, asociaciones y ONGs) centradas en el ámbito social y de la cooperación y cuyos valores están en línea con los nuestros.

En cada una de nuestras aportaciones tenemos como objetivo asegurar la trazabilidad completa y la gestión transparente, de manera que buscamos que nuestras inversiones sean, principalmente, finalistas y dedicadas a proyectos concretos.

En 2021, Mango ha colaborado con una veintena de proyectos desde el área de Acción Social, divididos en cuatro grandes ámbitos de actuación: salud, social, sociolaboral y educación. Por territorios, Mango actuó en España, India, Kenia y Malawi, Mozambique, Tanzania y Turquía.



Colaboraciones económicas

FUNDACIÓN FERRO (FUNDACIÓ D'ESTUDIS I RECERCA ONCOLÒGICA)

Mango apoya a la start-up del Dr. César Serrano, el laboratorio de Investigación Traslacional en Sarcomas del Vall d'Hebron Instituto de Oncología (VHIO), que se ha especializado en el tumor del estroma gastrointestinal (GIST). Esta unidad está designada como Centro Nacional de Referencia por el Ministerio de Sanidad.

Ubicación: Barcelona (España)

FUNDACIÓN JOSEP CARRERAS CONTRA LA LEUCEMIA

Mango participa en el programa Registro de Donantes de Médula Ósea (Redmo), gestionado de forma directa por la Fundación Josep Carreras. El objetivo de este programa es lograr que pacientes con leucemia (u otras enfermedades de la sangre) que precisen de un trasplante de médula ósea para su curación y carezcan de un donante familiar compatible puedan acceder al mismo mediante una donación de médula ósea procedente de un donante voluntario.

Ubicación: Barcelona (España)

FUNDACIÓ BANC DE ALIMENTS

La compañía colabora con la compra de alimentos en el proyecto Más proteínas, para distribuir a través de las entidades sociales adscritas al Banc dels Aliments y así poder distribuirlo a las personas más vulnerables de la sociedad.

Ubicación: Barcelona (España)

HOSPITAL SAN JUAN DE DIOS

Mango financia la compra de un ecógrafo con portabilidad con el fin de poder hacer las pruebas en de alta precisión a pie de cama en la habitación del paciente.

Ubicación: Barcelona (España)

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA CONTRA EL CÁNCER (AECC)

Mango financia una beca otorgada por la asociación, en concreto al 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.

Ubicación: Barcelona (España)

FUNDACIÓN ARED

Mango participa en un itinerario de formación y una final inserción sociolaboral en un curso de formación en el ámbito textil dirigido a mujeres privadas de libertad.

Ubicación: Barcelona (España)

ASSOCIACIÓ ASSIS

Mango participa en el proyecto Dones Amb Llar, que acompaña y empodera a las mujeres sin hogar.

Ubicación: Barcelona (España)

ASOCIACIÓN ACIDH

Mango colabora con Acidh, asociación que atiende a personas con inteligencia límite y discapacidad intelectual ligera. La aportación de Mango se dirige a la bolsa solidaria de su centro de psicología y logopedia con el fin de atender a personas con dificultades económicas.

Ubicación: Barcelona (España)

FUNDACIÓN PORT AVENTURA

Mango apoya el trabajo de PortAventura Dreams y financia estancias de familias con niños con enfermedades en el village dentro del parque temático de PortAventura.

Ubicación: Tarragona (España)

FUNDACIÓN VITA MUNDI

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

Ubicación: India

FUNDACIÓN PABLO HORSTMANN

Mango financia la colaboración de especialistas españoles en un hospital pediátrico en Lamu, para dar calidad a la asistencia pediátrica y financia una expedición de cirujanos para operar otras patologías.

Ubicación: Kenia

FUNDACIÓN ACTIVE ÁFRICA

Mango financia la construcción de una canalización que distribuirá el agua potable de un pozo ya existente, mediante el bombeo activado por energía solar. En Malawi se financian programas de alimentación para colectivos necesitados (ancianos y huérfanos) del que se ocupan unas misioneras y la construcción de una biblioteca en una escuela de secundaria. En el área sanitaria, se continúa apoyando el Hospital de Likuni, mediante la construcción de la ampliación de la maternidad.

Ubicación: Kenia y Malawi

FUNDACIÓN INVESTFORCHILDREN

Mango colabora en la implementación de un instrumento para la formación online de las personas con discapacidad Intelectual.

Ubicación: Barcelona (España)

MÉDICOS SIN FRONTERAS

Mango es socio estratégico de la ONG y los fondos destinados apoyan directamente a las actividades la Unidad de Emergencias:

Ubicación: Barcelona (España)

MISIONERAS COMBONIANAS

Mango financia becas de estudio, un proyecto de promoción para la mujer, una bolsa asistencial para los más necesitados y apoyos a familias y mujeres desplazadas a causa del terrorismo de las guerrillas.

Ubicación: Cabo Delgado (Mozambique)

FUNDACIÓN VICENTE FERRER

Mango ha financiado en 2021 la fase dos de la construcción de una escuela para niñas y niños con discapacidad intelectual en Dornala, región de Srisailam, India.

Ubicación: India

FUNDACIÓN AGH

Mango colabora con esta fundación en dos proyectos ubicados en la misión de Brazani, Mangola, en Tanzania, para el desarrollo de un centro de formación textil para mujeres y el mantenimiento de parvulario infantil.

Ubicación: Tanzania (África)

FUNDACIÓN INTEGRAL

Mango apoya a esta fundación, centrada en personas en exclusión social y personas con discapacidad para que retomen las riendas de su vida a través de la inserción laboral.

Ubicación: Madrid (España)

Mango y la academia

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 (ESCI-UPF)

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.

La principal actividad de la Cátedra Mango son los proyectos de investigación sobre diferentes aspectos de la RSC, poniendo un especial énfasis en el contexto internacional. Los resultados de estos proyectos se publican en forma de documentos de trabajo y en revistas académicas especializadas. Por otro lado, la Cátedra participa en todos aquellos trabajos, actos y jornadas organizados por empresas e instituciones en las que se solicita su colaboración.



Los proyectos y actividades de la Cátedra Mango de RSC pueden consultarse en su página web: <http://mango.esci.upf.edu/>

Entre los proyectos realizados durante 2021 cabe resaltar los siguientes

MAPA DE RIESGOS SOCIALES Y AMBIENTALES DE PAÍSES PRODUCTORES

La Cátedra Mango de RSC ha elaborado un mapa de riesgos sociales y ambientales con el objetivo de clasificar los países productores según su nivel de riesgo desde una perspectiva de gestión responsable de la cadena de suministro.

El mapa, que está disponible en la página web de Mango, se revisará cada año y se evaluará la idoneidad de incluir nuevas fuentes de datos disponibles y de adaptar las escalas de clasificación de riesgos.

ENCUENTROS DE CÁTEDRAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

Tras organizar el II Encuentro de Cátedras de Responsabilidad Social a finales de 2020, en 2021 la Cátedra Mango de RSC ha participado en el III Encuentro de cátedras universitarias de RS y se ha adherido al manifiesto de La Rábida “Responsabilidad Social y Desarrollo Sostenible: Aportaciones para un papel activo de la Universidad”. Asimismo, la Cátedra Mango ha liderado un grupo de trabajo para desarrollar una herramienta para calcular el valor social aportado por las actividades de las cátedras de responsabilidad social.

HERRAMIENTA PARA CALCULAR LA HUELLA HÍDRICA DE TEJANOS

En colaboración con Mango, la Cátedra ha desarrollado una herramienta simplificada para calcular la huella hídrica de la producción de vaqueros. La herramienta se centra en los principales procesos de consumo de agua en la cadena de suministro de los jeans, los países donde se llevan a cabo estos procesos y los distintos tipos de algodón utilizado (convencional, de la Better Cotton Initiative, orgánico y reciclado).

Este proyecto es una ampliación del estudio realizado en el año 2017 sobre la huella hídrica de un pantalón vaquero estándar. Más adelante, se prevé extender el cálculo de la huella hídrica a otras prendas con alto impacto hídrico en los procesos de producción.

CONSEJO ASESOR

El objetivo del consejo asesor es asesorar a la Cátedra Mango de RSC en sus actividades. Este consejo está compuesto por personas relevantes en el ámbito de la RSC vinculadas a entidades representativas del ámbito 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.

MANUAL DE AUDITORÍA SOCIAL

En 2015 la Cátedra Mango de RSC 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.

Durante 2021 se ha actualizado, como cada año, la información recogida en todas las fichas elaboradas hasta la fecha: Marruecos, Turquía, Vietnam, China y Portugal.

El total aportado en 2021 en contribución a la sociedad a través de los diferentes proyectos e iniciativas mencionados asciende a 2.368.155,61€ (2020: 2.210.887€)

Colaboraciones no económicas y voluntariado

Durante 2021 Mango donó ropa no comercializable a diferentes organizaciones, con fines solidarios. Además, a lo largo del año, se dio la oportunidad a los empleados de Mango de participar activamente en diferentes campañas sociales, eventos solidarios y otro tipo de colaboraciones con fines sociales como la campaña de recogida de juguetes en Navidad.

Committed to Community

Comprometidos con nuestros clientes

Hacia una visión customer centric

MANGO

Uno de los principales pilares estratégicos de Mango es orientar la compañía hacia el cliente. Es un reto en el que Mango lleva trabajando desde hace varios años con la creación de equipos dedicados a recoger datos e insights de cliente y a través de potenciar la cultura customer centric de equipos tan estratégicos como producto, online, retail, etc.

Uno de nuestros principales objetivos es potenciar una relación emocional y más humana con nuestros clientes. Asegurar que, independientemente del canal con el que el cliente interactúa con nosotros (ya sea enviando un comentario a través de Instagram, visitando nuestras tiendas o inspirándose a través de nuestra app) pueda disfrutar de una experiencia única, diferencial y memorable.

Para ello, es necesario acercarse a nuestros clientes, interactuar y conversar con ellos, entender cuáles son sus necesidades, preferencias y expectativas. Comprender mejor su contexto vital, sus inquietudes,

sus hobbies y su relación con la moda nos ayudará a definir colecciones más adaptadas a su estilo de vida y diseñar experiencias diferenciales, personalizadas y alineadas con nuestros valores de marca.

¿Cómo involucramos a nuestros clientes en nuestros procesos de decisión?

Trabajamos cada día para involucrar a nuestros clientes en nuestras dinámicas de trabajo. Conocer sus opiniones sobre nuestros productos, campañas y experiencias se ha convertido en un elemento esencial de nuestros procesos de trabajo.

Para ello, hemos implementado nuevas herramientas que nos permiten captar insights de cliente de forma recurrente.

Committed to Community | Comprometidos con nuestros clientes

01 | Fuentes de información

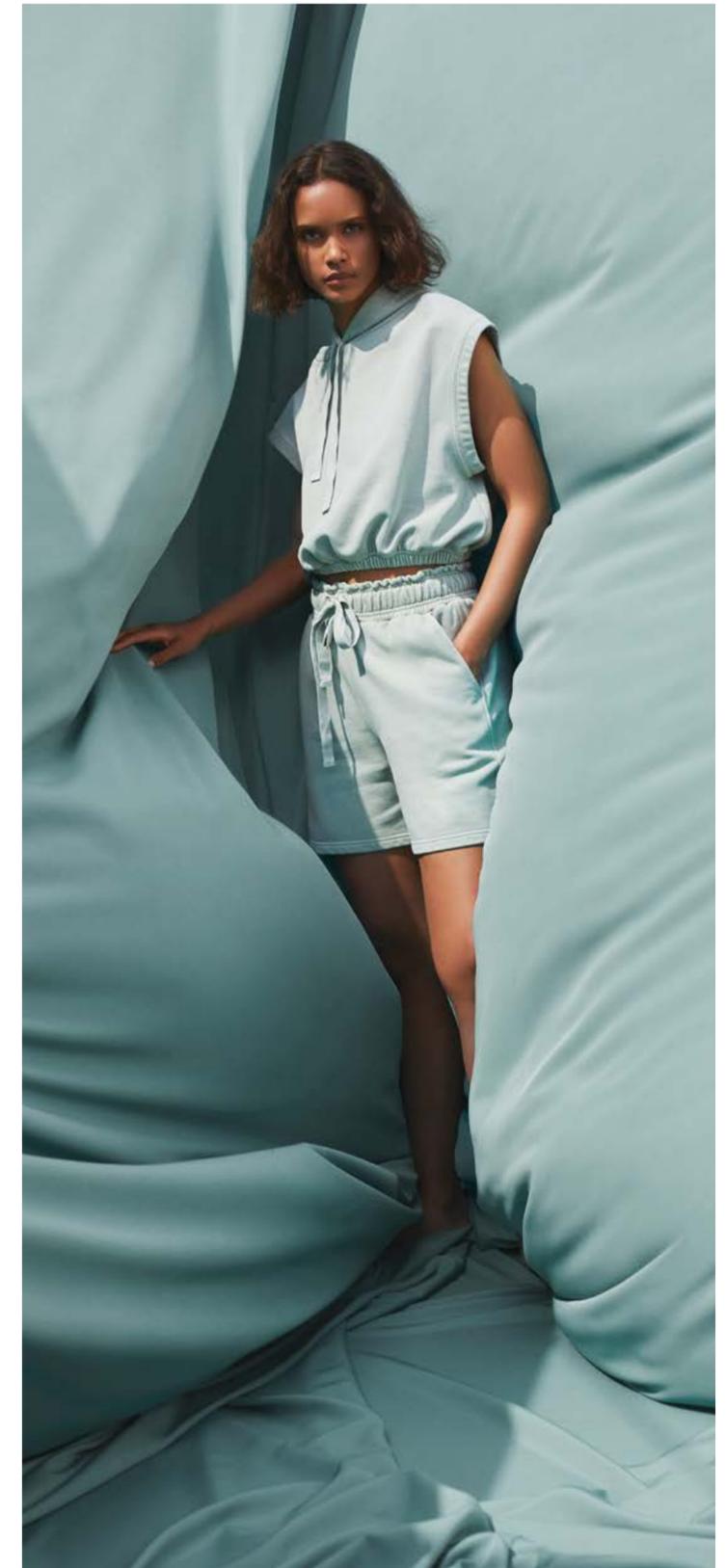
Voz de Cliente

Gracias a este programa damos la oportunidad a nuestros clientes de opinar a través de encuestas sobre la experiencia vivida en nuestras tiendas físicas, en nuestra página web o APP y haciendo uso de nuestros productos. Esto nos permite detectar puntos de mejora constantes, alinear los equipos de trabajo, detectar nuevas oportunidades o priorizar iniciativas con impacto en la experiencia de cliente.

Redes sociales

Las redes sociales son el principal canal a través del cual los usuarios se ponen en contacto con nosotros de manera espontánea para compartir sus puntos relevantes de conexión con la marca. Por tanto, la escucha en las mismas es un tema prioritario para Mango. Por un lado, gracias a su instantaneidad, nos permiten detectar de manera precoz posibles crisis reputacionales y activar a los equipos correspondientes en cada situación para solucionar la inquietud del cliente. Por otro, gracias al engagement que generan, podemos crear contenidos interactivos que entretienen al usuario mientras nos dan información sobre los mismos, como la serie de Instagram Stories “This or That” en la cual la comunidad puede elegir sus prendas favoritas mediante simples encuestas; o la serie “Med Academy”, en la cual pueden realizar cuestionarios para testar su conocimiento del mediterráneo. Todo ello sin olvidarnos de otros muchos insights como prendas que se han hecho virales en Instagram por ser las favoritas de los looks “User Generated Content” de la temporada.

En 2021 Mango ha alcanzado más de 28 millones de seguidores en todas sus redes sociales. La cuenta de Instagram de @mango, con 13 millones seguidores, es la que mayor comunidad tiene y también más interacciones y engagement con la comunidad genera. Otras redes sociales relevantes para la compañía son Facebook (12M), Twitter (770K), LinkedIn (620K), Pinterest (424K), Youtube (61K) o Tiktok. Este último canal, creado a finales de 2020, ya alcanza 166K followers y se posiciona como la red social con más ER.



Comunidad de Innovación Co-Lab

Es un foro creado durante la coyuntura social generada por la pandemia que nos ha permitido crear un espacio de diálogo directo y sin intermediarios en el que participan consumidores y clientes de Mango de forma proactiva. En la comunidad se generan conversaciones entre clientes y colaboradores de Mango, fomentando así una conexión real, en la que los miembros de la comunidad tienen la oportunidad de poner cara a las personas que conforman el equipo de Mango y opinar sobre productos, servicios y campañas durante el mismo proceso de creación.

El Co-Lab es un foro de diálogo directo con nuestros empleados Mango que nace a raíz de poner en marcha nuestra Comunidad de Innovación. Gran parte de nuestros empleados son también fieles clientes de Mango, por lo que esta iniciativa nace con el fin de tener también un espacio de conversación mucho más directo y ágil que nos permitan incluir su voz como empleado y cliente de Mango, en la mejora de productos y servicios que diseñamos.

¿Qué perseguimos creando esta relación?

Nuestro objetivo es crear una experiencia única, memorable y que logre sorprender a nuestros clientes. Para ello, ponemos en marcha iniciativas que buscan potenciar una compra fluida, cómoda y ágil y que tratan de enriquecer a nuestros clientes a través de contenidos inspiradores, personalizados y que contribuyen a crear un lifestyle en el que la cultura, el estilo y la comunidad ocupan un espacio privilegiado.



Committed to Community | Comprometidos con nuestros clientes

02 | Iniciativas

Mango likes you

El programa Mango likes you, lanzado en 2019, contaba a cierre de 2021 con 25,4 millones de usuarios. En 2021, Mango Likes you ha sumado 9,1 millones de clientes y se ha introducido en Turquía, Rusia, Italia, Austria, Suiza, Irlanda y Andorra, alcanzando un total de quince países. Entre 2022 y 2023, el programa Mango likes you se ampliará al resto de países donde tenemos operaciones.

Este programa tiene como propósito crear un mayor vínculo con los clientes a través de experiencias relacionadas con los territorios de marca: sostenibilidad, cultura y comunidad.

Gracias a los Likes (puntos) acumulados por el cliente durante el proceso de compra o, por ejemplo, cuando entrega prendas para reciclar en nuestras tiendas a través de las Committed Boxes, el cliente tiene a su disposición multitud de servicios de los que puede disfrutar. Desde la opción de disfrutar de descuentos en futuras compras, acceder a servicios relacionados con el lifestyle o la cultura como entradas de cine, e-books en Rakuten Kobo, suscripciones Premium a Spotify o HBO o incluso donar likes a ONGs o proyectos solidarios con las que Mango colabora como la Fundación Vicente Ferrer o Médicos sin Fronteras.

Personalización

Otra de las áreas fundamentales es crear experiencias únicas y adaptar el contenido y recomendaciones para cada cliente con el fin de ofrecerle las cápsulas y productos más afines a sus gustos. Nuestros clientes pueden experimentar esta personalización tanto durante su proceso de compra gracias a recomendaciones de producto, comunicaciones sobre el estado de pedidos en curso, recomendaciones de tallas, etc.

Mejora de la experiencia de compra

Nuestra intención es ofrecer una experiencia seamless y phygital en la que el mundo online y offline estén conectados y el cliente experimente sus beneficios. Proponemos brindar al cliente el producto de su interés, en el momento y lugar más adecuados. En los últimos años, Mango ha desarrollado servicios encaminados a mejorar esta experiencia de compra y optimizar la gestión de stock.

Si un cliente compra online y desea recoger su pedido en tienda, gracias al sistema de Click&Collect analizaremos si ese producto ya está disponible en su tienda seleccionada agilizando la recogida al mismo día.

En Londres, gracias al servicio de Ship from Store los clientes de online tienen la posibilidad de recibir su pedido en el mismo día o al día siguiente si la tienda tiene disponibilidad en su almacén.

En este sentido, el cliente de tienda física también puede realizar la compra online de productos que no estén disponibles en tienda física. Nuestros dependientes podrán asistir a nuestros clientes a través de nuestro servicio de iPads en tiendas.

En julio de 2020 Mango lanzó un proyecto de Chatbot para automatizar algunos servicios y que funciona como una extensión del equipo de Atención al Cliente. Este nuevo servicio permite responder a las preguntas relacionadas con el estado del pedido, la disponibilidad de productos en nuestras tiendas, nuestra política de envíos y devoluciones, etc., todos los días de la semana y a cualquier hora. Más recientemente, destaca la puesta en marcha de Iris, nuestro asistente virtual con inteligencia artificial que responde a las peticiones y dudas más frecuentes de nuestros clientes ya sea a través de voz o texto.

Comprometidos con la seguridad del producto y la salud de nuestros clientes

La utilización de sustancias químicas a lo largo del proceso de producción puede provocar un importante impacto tanto en el medio ambiente como en la salud de las personas. Por ello, Mango aplica, con la colaboración del laboratorio español Aitex y en línea con su compromiso social y medioambiental, un exigente estándar de sustancias químicas y seguridad de producto, que debe ser cumplido obligatoriamente por todos los proveedores que forman la cadena de suministro.

El laboratorio Aitex, con reconocido prestigio internacional, forma parte de la organización suiza Oeko-Tex, que garantiza mediante sus certificados, la seguridad del producto y la ausencia de sustancias nocivas. Aitex cuenta con acreditaciones y reconocimientos del más alto nivel, además de equipos tecnológicamente avanzados con el fin de ofrecer servicios de laboratorio e I+D+I en el ámbito nacional e internacional.

Para garantizar que el 100% de nuestras colecciones (prenda, complementos y calzado) son analizadas y cumplen con la calidad y seguridad exigida, una muestra de cada prenda es enviada al laboratorio Aitex, donde se realizan todos los análisis para asegurar la homogeneización de los métodos de ensayo y facilitar la supervisión y gestión de resultados.

Todas las colecciones son analizadas según el estándar de Mango en todas las fases del proceso de producción, desde el desarrollo del concepto de los artículos a la compra de materiales y la fabricación hasta el consumo.

Este estándar, revisado periódicamente de acuerdo con la legislación vigente y de obligatorio cumplimiento en todos los países donde comercializamos nuestros productos, es un manual sobre cada una de las sustancias que se analizan. En él, se detallan los métodos de ensayo, toxicología y legislaciones aplicables, así como los correspondientes parámetros legales para la seguridad de las colecciones infantiles. Además, se incluye, entre otros, el reglamento Reach y el anexo de Sustancias Extremadamente Preocupantes (SVHC).

La adquisición de materias primas para la producción es un factor clave en la seguridad y calidad final de nuestros productos, motivo por el cual nos aseguramos de que todos nuestros proveedores reciban el estándar actualizado y tengan conocimiento de los aspectos clave del procedimiento.



ESTÁNDAR DE QUÍMICOS DE MANGO (P-RSL)

PARÁMETROS	LÍMITES APLICABLES	ÁREA DE APLICACIÓN	LÍMITES OBJETIVO	MÉTODOS DE ENSAYO
Alquifenoles (1)	100 ppm	Textiles y piel	0.2 ppm	Solvent Extraction. GC-MS (AP) & LC-MS (APEO) analysis.
Colorantes azolcos (Arlaminas) (2)	20 ppm	Todos los productos	0.1 ppm	EN 14362-1:2017. ISO 17234-1:2010; ISO 17234-2:2011 @ Leather. EN 14362-3-GB/T 17592- GB/T 23344 (4-aminobenzene)
Benzenos y toluenos-carriers (3)	1.0 ppm	Textiles de poliéster, seda y lana	0.1 ppm	Solvent Extraction & GC-MS analysis
Biocidas (4)	No detectado (1.0 ppm)	Fibras textiles naturales	1.0 ppm	Extraction/ Derivation followed by GC-MS analysis.
Cadmio	5 ppm	Textiles, excluyendo cuero sintético	1.0 ppm	EN 1122-2001/ Acid Digestion followed by ICP analysis. (Total)
	75 ppm	Piel sintética natural, productos de metal		
Cromo (VI) ^{VI}	0.5 ppm	Productos de piel para bebé	0.5 ppm	DIN 53314-1996 UNE EN 17075:2017
	3 ppm	Productos de piel		
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
Formaldehído	16 ppm	Todos los productos textiles y de piel para bebés	5 ppm	Textiles: JIS L1041: 2000/ EN ISO 14184-1:2011 Leather: ISO 17226-1
	75 ppm	Todos los productos textiles y de piel, en contacto directo con la piel		
	300 ppm	Todos los productos textiles y de piel que no están en contacto directo con la piel		
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		
Níquel	No detectado (0.2 µg/cm ² /week)	Metales que puedan introducirse en el cuerpo humano	0.2 µg/cm ² /week	UNE-EN 12472:2006 + A1: 2010 1811:2011+A1:2015 UNE-EN 16128:2015
	0.5 µg/cm ² /week	Para otros productos de metal		
Compuestos orgánicos de estaño (TBT, DBT, TPhT, DOT)	No detection (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-MSMS and HPLC-MSMS analysis
PFCs (Perfluorocarbons)	1 µg/m ² PFOS	Productos textiles	0.001 ppm	Solvent Extraction & HPLC-MSMS and GM-MS-CI analysis
	Others: ⁽⁷⁾ 0.025 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		
Ftalatos (8)	One: 500 ppm ^{VI} 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 (9)	1 ppm	Fibras sintéticas, artículos de plástico y materiales con recubrimiento	0.5 ppm	Solvent Extraction & GC-MSMS analysis
	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)	Textiles y piel	0.3 ppm	Solvent Extraction & GC-CE analysis
Residuos de disolventes	Bencene: 5 ppm	Textiles y piel	Bencene: 5 ppm	Solvent Extraction & GC-MS analysis
	Others ⁽¹⁰⁾ : 3000 ppm		Others: 3000 ppm	
Metales pesados extraíbles	Sb: 5 ppm As: 0.06 ppm Hg: 0.02 ppm Ba: 1000 ppm Se: 500 ppm Cr: 60 ppm Cd: 1 ppm Pb: 1 ppm	Textiles, piel, plásticos y recubrimientos	Sb: 5 ppm As: 0.06 ppm Hg: 0.02 ppm Ba: 1000 ppm Se: 500 ppm Cr: 60 ppm Cd: 1 ppm Pb: 1 ppm	UNE-EN 16711-2 :2016

Incidencias finales detectadas del total de la colección de Mango

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

MANGO

SUSTANCIA	2021	2020
Alquifenoles	0	1
Arilaminas	7	1
Cadmio	6	0
Compuestos fenólicos	0	3
Compuestos organoestánicos	0	3
Cromo (VI)	2	1
Ftalatos	9	7
Formaldehído	3	29
Níquel	0	1
Perfluorocarbonos	1	0
Plomo	25	22

CONTROL DE QUÍMICOS EN EL PROCESO PRODUCTIVO

El uso de sustancias químicas empieza en la producción de materias primas, pero continúa a lo largo del proceso productivo, por lo que es imprescindible también 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 (ver más detalle en el apartado de Cuestiones Medioambientales).

ETIQUETADO

Cumpliendo con la normativa vigente y con el propósito de facilitar información sobre el producto a nuestros clientes, 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.

E-commerce, canal integrado en el ecosistema Mango

MANGO

El ejercicio 2021 ha supuesto el año de la consolidación del canal digital. Después del fuerte crecimiento experimentado en 2020 por la irrupción de la pandemia, el negocio online ha seguido evolucionando con un crecimiento del 21% en 2021, llegando a una facturación de 942 millones de euros, manteniendo el peso del 42% sobre el total del negocio de la compañía. Estos datos reflejan, por un lado, la consolidación del canal tanto desde el punto de vista del cliente como en el aspecto operativo dentro de la compañía. Un año más, se afianzan Mango como empresa que se posiciona en la vanguardia de la transformación digital.

De entre los múltiples proyectos de mejora de los dispositivos digitales que se han llevado a cabo destacan algunas iniciativas que han supuesto un paso hacia adelante en la evolución de la plataforma digital de Mango: el uso extensivo de la personalización en la navegación, que ha impactado muy positivamente en la navegación y conversión a venta; el desarrollo de la omnicanalidad, con la expansión de funcionalidades de click&collect en Rusia y en Europa del Este; la expansión del modelo

de Mango online integrado en países como Arabia Saudi, Emiratos o Indonesia, y el paso conseguido para dotar a la plataforma digital de Mango de capacidades para vender producto de marcas terceras, lanzado en España, Francia y Holanda en el último cuatrimestre.

El último año ha sido muy positivo en el ámbito digital, un ejercicio en el que Mango ha recogido los frutos del trabajo que se ha realizado en la compañía desde hace años para liderar dicha transformación digital del retail.



Committed to Community | Comprometidos con nuestros clientes

Atención al cliente, una escucha constante

3.082.314

total de consultas

2020: 3.489.469

97,7%

consultas resueltas

2020: 95%

SOLICITUD DE INFORMACIÓN

1.462.034

47%

RECLAMACIONES Y QUEJAS

Nº DE CONSULTAS

1.105.814

36%

PETICIONES

Nº DE CONSULTAS

471.275

15%

OTROS

Nº DE CONSULTAS

43.191

1%

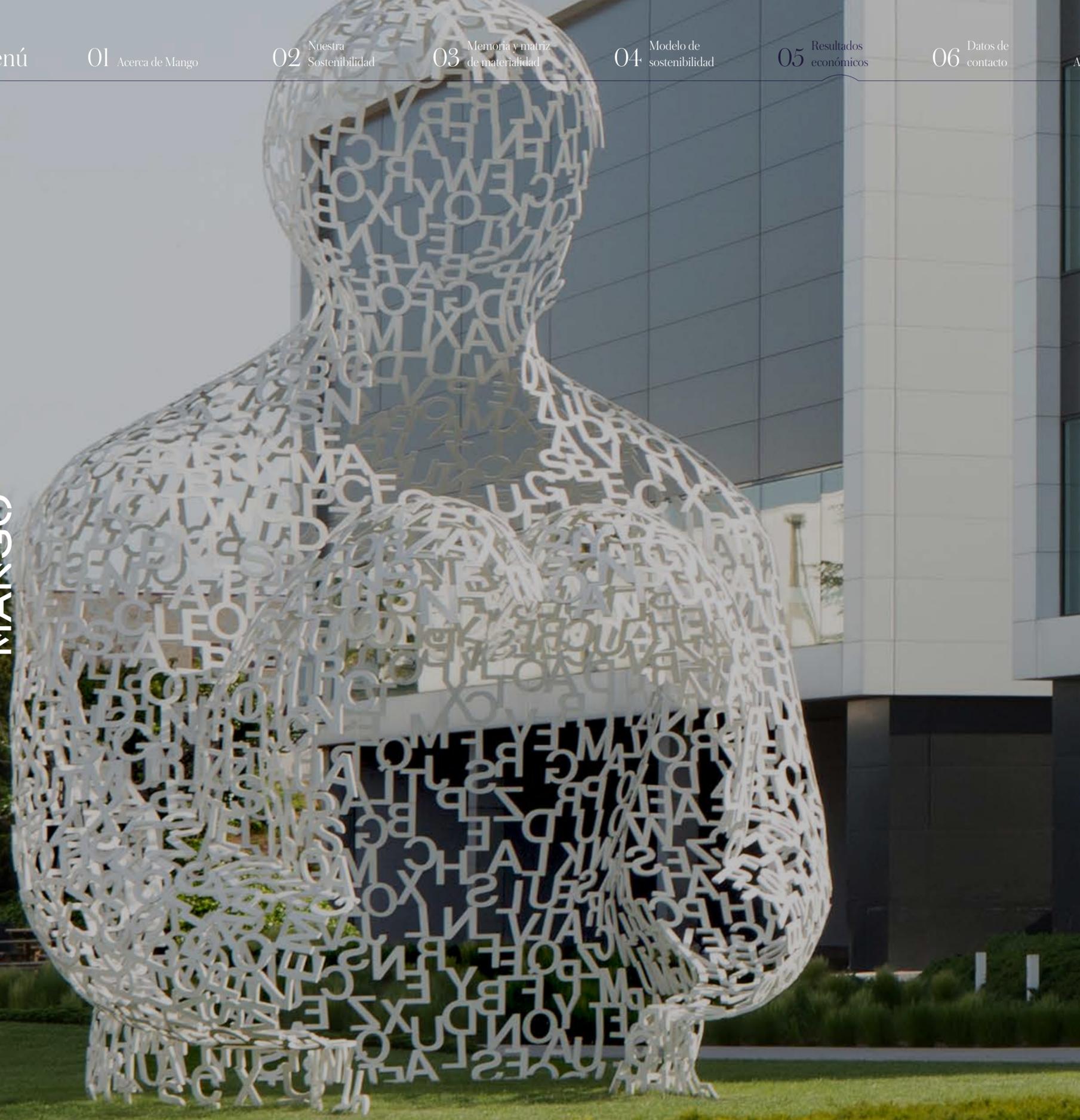
En definitiva, nuestra intención es que la escucha activa de nuestros clientes nos permita tener en consideración sus ideas y propuestas con el fin de crear nuevos productos y servicios de valor, y que nos encaaminen a crear una comunidad internacional de personas que tengan en común su pasión por el estilo, la cultura, el mediterráneo y la sostenibilidad.

Uno de nuestros principales interlocutores es nuestro equipo de atención al cliente que, de forma constante, atiende a las preguntas, dudas y recomendaciones de nuestros clientes a través de múltiples canales ya sea por email, teléfono o redes sociales. Se trata de una fuente muy valiosa de información que nos mantiene conectados con la realidad del consumidor y nos permite detectar puntos de mejora para ofrecer una experiencia cada día mejor.

Nuestro reto en este ámbito es fomentar la escucha y atención en todos los puntos de contacto con el cliente, ya sea a través de una atención cercana y asesoramiento en nuestras tiendas físicas o a través de la agilidad que requiere atender cualquier consulta que pueda surgir antes, durante o después de la compra.

Nuestra presencia en diferentes mercados potencia también la atención en más de veinte idiomas para conectar con el cliente en su propio idioma y fomentar también la interculturalidad e internacionalización de nuestros equipos.

En este entorno, la privacidad es una de nuestras principales prioridades. Además de cumplir con lo estipulado en las distintas legislaciones y reglamentos en relación con la protección de datos personales, consideramos la privacidad como una muestra de respeto, transparencia y compromiso hacia las personas que han confiado en nuestra compañía, por lo que todos nuestros colaboradores han sido formados y están involucrados en la protección de datos de nuestros clientes y potenciales clientes.



Resultados económicos

05

Resultados económicos

Con una vocación de empresa sostenible, velamos por la rentabilidad económica, la solidez y la solvencia.

RESULTADOS	2021	2020
Importe neto de la cifra de negocios	2.234.343	1.842.001
EBITDA	422.573	192.876
Resultado bruto	81.855	(144.788)
Resultado neto	67.420	(207.184)
BALANCE	2021	2020
Fondos propios	415.835	321.195
Total balance	2.525.233	2.470.553
% de fondos propios sobre total balance	16,5%	13,0%
VALOR ECONÓMICO DIRECTO GENERADO Y DISTRIBUIDO	2021	2020
Valor económico creado	2.275.722	1.880.602
Valor económico distribuido	1.926.002	1.787.742
Valor económico retenido	349.720	92.860

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 MNG HOLDING, S.A.U. (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 auditado por dos sociedades de auditoría PricewaterhouseCoopers Auditores, S.L. con el objetivo de mostrar una mayor transparencia.

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 económicos

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 TOTALES	2021	2020
Venta de bienes	2.197.143	1.799.381
Otras ventas y prestación de servicios	37.200	42.620
TOTAL	2.234.343	1.842.001

VENTAS DE BIENES POR TIPO DE NEGOCIO	2021	2020
Wholesale	398.397	312.911
Retail	856.311	720.534
Online	942.435	765.936
TOTAL	2.197.143	1.799.381

VENTAS DE BIENES POR ÁREAS GEOGRÁFICAS	2021	2020
Nacional	451.840	364.477
Extranjero	1.745.303	1.434.904
TOTAL	2.197.143	1.799.381

PROVEEDORES DE CAPITAL	2021	2020
Deudas con entidades financieras a corto plazo	(107.706)	(96.500)
Deudas con entidades financieras a largo plazo	(278.542)	(490.967)
TOTAL DEUDA	(386.248)	(587.467)
Tesorería e inversiones financieras a corto plazo	394.070	430.587
TOTAL DEUDA NETA	7.822	(156.880)
TOTAL BALANCE	2.525.233	2.470.553
DEUDA NETA / BALANCE (%)	0,3%	(6,34%)

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	100%	Comercio Moda	MANGO HONG KONG LIMITED (*)	29.10.2003	Hong Kong	100%	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	100%	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	100%	Comercio Moda	TEXDIS USA INC (*)	03.03.2005	Nueva York	100%	Comercio Moda
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					

SOCIEDAD DEPENDIENTE	FECHA DE CONSTITUCIÓN	DOMICILIO	% DE CAPITAL	ACTIVIDAD	SOCIEDAD DEPENDIENTE	FECHA DE CONSTITUCIÓN	DOMICILIO	% DE CAPITAL	ACTIVIDAD
MANGO (CZ) S.R.O. (*)	29.12.1999	Praga	100%	Comercio Moda	DARDANELOS INVERSIONES, S.A.	07.10.2011	Barcelona	100%	Gestión Activos
MANGO MERITXELL, S.L.	19.06.1998	Escaldes Engordany	100%	Comercio Moda	TOPKAPI INVERSIONES, S.A.	30.06.2011	Madrid	100%	Gestión Activos
MNG MANGO BELGIQUE SPRL. (*)	29.01.1999	Bruselas	100%	Comercio Moda	FOURSOME, S.A.	15.07.2011	Madrid	100%	Gestión Activos
MANGO STERREICH HANDELS, GMBH (*)	31.08.1999	Viena	100%	Comercio Moda	INVESTMENT AKNAM, S.A.	10.06.2011	Barcelona	100%	Gestión Activos
CONSOLIDATED ARTIST, B.V.	27.01.1998	Rotterdam	100%	Comercio Moda	INVESTMENTS ANSAVE, S.A.	15.07.2011	Barcelona	100%	Gestión Activos
MANGO SUISE, S.A. (*)	10.06.1999	Lausanne	100%	Comercio Moda	KAYSERI INVERSIONES, S.A.	15.07.2011	Madrid	100%	Gestión Activos
MANGO ITALIA S.R.L. (*)	26.09.2005	Milan	100%	Comercio Moda	DEREK INVESTMENT, S.A.	29.09.2011	Barcelona	100%	Gestión Activos
MANGO HUNGARY KFT (*)	11.10.1999	Budapest	100%	Comercio Moda	INVERSIONES GIRALDA, S.A.	16.11.2012	Madrid	100%	Gestión Activos
MANGO POLSKA SP. Z.O.O. (*)	08.11.1999	Varsovia	100%	Comercio Moda	AFYON INVESTMENTS, S.A.	16.11.2012	Barcelona	100%	Gestión Activos
MANGO DANMARK APS (*)	28.02.2000	Copenhagen	100%	Comercio Moda	MANGO KOREA LTD	03.04.2012	Seoul	100%	Comercio Moda
MANGO NORGE, AS (*)	11.05.2000	Oslo	100%	Comercio Moda	MANGO MODA D.O.O.	24.01.2013	Zagreb	100%	Comercio Moda
MANGONOR COMER.DE VESTUAR, S.A (*)	20.12.2007	Lisboa	100%	Comercio Moda	MANGO SRB D.O.O BEOGRAD	30.04.2013	Belgrado	100%	Comercio Moda
MANGO SLOVENSKO, S.R.O (*)	26.02.2007	Bratislava	100%	Comercio Moda	MANGO LUXEMBOURG, S.A.R.L.	13.05.2013	Luxemburgo	100%	Comercio Moda
MANGO GARMENTS HELLAS, S.A	28.02.2007	Atenas	100%	Comercio Moda	MANGO UKRAINE TOV	06.08.2013	Kiev	100%	Comercio Moda
MANGO RUSSIA (*)	15.03.2007	Moscú	100%	Comercio Moda	MANGO OPERACIONES MEXICO S DE RL DE CV	06.02.2014	Registro DF	100%	Comercio Moda
S.A.S MANGO HAUSSMAN (*)	23.03.2007	París	100%	Comercio Moda	MEXDIC SERVICIOS DE GESTION S DE RL DE CV	26.02.2014	Registro DF	100%	Comercio Moda
MANGO SUOMY OY (*)	25.04.2007	Helsinki	100%	Comercio Moda	VLT MODA TEKSTIL IC VE DIS TIC	10.02.2014	Estambul	100%	Comercio Moda
MNG MANGO IRELAND, LTD (*)	26.11.2007	Dublín	100%	Comercio Moda	MANGO BULGARIA EOOD	19.02.2014	Sofia	100%	Comercio Moda
MANGO GARMENTS RUMANIA, SRL	17.07.2008	Bucarest	100%	Comercio Moda	MANGO ON LINE CANADA CORPORATION	14.03.2017	Montreal	100%	Comercio Moda
MANGO GARMENTS AND ACCESSORY (CHINA) LTD (*)	12.01.2011	Shanghai	100%	Comercio Moda	KDS MODA TEKSTIL TICARET, LTD	18.03.2019	Estambul	100%	Comercio Moda
MANGO SINGAPORE GARMENTS PTE. LTD (*)	27.07.2011	Singapur	100%	Servicios de gestión y consultoría	ALTER MADE S.L.U.	12.04.2021	Barcelona	100%	Comercio Moda

* Sociedades auditadas

Resultado, impuestos y subvenciones recibidas

2021

MANGO

PAÍS	RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS 2021 SIN AJUSTES DE CONSOLIDACIÓN	IMPUESTOS SOCIEDADES PAGADOS 2021	SUBVENCIONES RECIBIDAS 2021	SUBVENCIONES AL PERSONAL (€)	PAÍS	RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS 2021 SIN AJUSTES DE CONSOLIDACIÓN	IMPUESTOS SOCIEDADES PAGADOS 2021	SUBVENCIONES RECIBIDAS 2021	SUBVENCIONES AL PERSONAL (€)
ALEMANIA	1.718.024,74	-114.327,21	10.500.000,00	1.427.701,76	IRLANDA	-25.568,85	-2.475,38	190.025,30	-9.944,31
ANDORRA	411.485,96	-4.109,28	-	-	ITALIA	1.333.972,21	-	-	-
AUSTRIA	-199.637,42	1.750,00	585.391,99	657.011,24	LUXEMBURGO	-12.904,81	-	59.862,50	3.623,46
BÉLGICA	281.263,28	-	-	-	MÉXICO	-358.132,63	410.535,67	-	-
BULGARIA	95.093,49	19.035,93	-	97.581,83	NORUEGA	976.001,48	156.151,13	-	-
CANADA	2.531.579,64	272.399,08	-	-	PAÍSES BAJOS	2.938.822,05	-286,00	-	1.067.791,00
CHINA	-2.658.928,02	-	36.333,77	-	POLONIA	-252.622,55	-	-	164.158,40
COREA DEL SUR	-402.474,70	-64,12	-	-	PORTUGAL	580.097,74	5.200,11	171.342,76	548.090,11
CROACIA	-697,17	-	-	51.863,82	REINO UNIDO	3.510.058,67	-281.023,73	391.113,68	1.130.235,87
DINAMARCA	-158.331,65	-	177.697,89	121.102,17	REPÚBLICA CHECA	-161.324,85	-	469.161,39	318.452,64
ESLOVAQUIA	27.950,58	-	84.643,46	91.755,82	RUMANÍA	-580.647,75	-	-	-
ESPAÑA	110.015.500,51	11.466.706,21	372.328,52	-	RUSIA	8.487.171,02	2.387.185,32	-	-
ESTADOS UNIDOS	2.681.718,35	-236.281,47	-	-	SINGAPUR	-413.104,50	-	521.249,30	184.695,34
FINLANDIA	-250.572,70	-	162.023,56	199.029,62	SUECIA	101.174,60	-	890.972,45	-
FRANCIA	2.938.243,00	-	7.123.895,04	51.124.439,63	SUIZA	2.876.309,14	2.415,48	-	498.864,19
GRECIA	223.532,33	-	-	-	TURQUÍA	5.238.407,52	30.749,64	-	-
HONG KONG	-2.951.714,64	-	-	-	UCRANIA	2.027.074,30	420.217,74	-	-
HUNGRÍA	11.680,89	3.940,00	-	19.655,74	TOTAL GENERAL	140.578.502,26	14.537.719,13	21.736.041,62	11.696.108,33

Resultado, impuestos y subvenciones recibidas

2020

PAÍS	RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS 2020 SIN AJUSTES DE CONSOLIDACIÓN	IMPUESTOS SOCIEDADES PAGADOS 2020	SUBVENCIONES RECIBIDAS 2020	SUBVENCIONES ERTE (€)	PAÍS	RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS 2020 SIN AJUSTES DE CONSOLIDACIÓN	IMPUESTOS SOCIEDADES PAGADOS 2020	SUBVENCIONES RECIBIDAS 2020	SUBVENCIONES ERTE (€)
ALEMANIA	-26.645.498,90	-61.628,84	-	1.170.699,71	IRLANDA	-171.144,67	15.240,00	64.613,64	120.659,02
ANDORRA	259.646,75	44.811,62	-	-	ITALIA	-4.649.019,65	322.904,00	547.905,18	-
AUSTRIA	-1.865.630,19	27.282,00	-	494.442,44	LUXEMBURGO	-65.518,70	6.570,00	-	34.868,24
BÉLGICA	-1.005.013,38	469,55	-	137.878,93	MÉXICO	1.367.974,88	532.603,15	-	-
BULGARIA	36.999,84	-	-	28.284,12	NORUEGA	858.141,19	82.327,85	42.446,74	-
CANADA	598.703,10	133.018,61	-	-	PAÍSES BAJOS	-9.376.505,67	192,00	4.000,00	1.257.870,00
CHINA	-5.544.156,51	-	61.964,92	-	POLONIA	-1.332.377,10	-	-	256.373,57
COREA DEL SUR	-1.081.338,72	5.268,39	-	-	PORTUGAL	-1.812.039,06	7.653,20	-	571.699,39
CROACIA	-1.124.983,20	-	-	225.302,98	REINO UNIDO	-4.794.114,17	-	-	2.232.951,17
DINAMARCA	-90.514,70	-	24.795,41	48.320,06	REPÚBLICA CHECA	-279.454,83	33.811,49	90.732,27	125.356,10
ESLOVAQUIA	-109.054,95	562,67	40.552,44	33.622,12	RUMANÍA	-1.304.135,46	4.738,56	-	191.767,77
ESPAÑA	-176.100.328,11	4.191.981,16	207.961,54	4.406.638,32	RUSIA	4.986.347,66	131.277,10	-	-
ESTADOS UNIDOS	-4.454.750,25	28.932,75	-	-	SINGAPORE	65.569,98	29.062,52	-	179.729,12
FINLANDIA	-535.704,93	-	290.030,00	82.791,00	SUECIA	-330.388,96	0,00	142.183,80	-
FRANCIA	-10.277.277,24	-	116.823,02	5.149.473,71	SUIZA	-876.485,01	68.743,30	1.117,32	863.272,39
GRECIA	-121.420,93	-3.606,42	-	-	TURQUÍA	-2.482.420,00	131.331,33	-	-
HONG KONG	-5.563.705,30	-52.414,17	8.984,63	46.465,79	UCRANIA	684.597,04	-	-	11.666,08
HUNGRÍA	-380.090,36	6.566,51	-	-	TOTAL GENERAL	-253.515.090,53	5.686.573,00	1.644.110,90	17.670.132,04

Datos de contacto

06

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 de Sostenibilidad o sobre aspectos relacionados con nuestra responsabilidad social corporativa puede hacerse a través de las siguientes direcciones de contacto:

- 01 PARA ASUNTOS GENERALES DE SOSTENIBILIDAD (SUGERENCIAS, DUDAS, QUEJAS, ETC.):
LG_RSC@MANGO.COM
RESPONSABLE DE SOSTENIBILIDAD:
BEATRIZ BAYO
- 02 PARA ASUNTOS RELACIONADOS CON SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL:
RSC.COMMITTED@MANGO.COM
- 03 PARA ASUNTOS RELACIONADOS CON SOSTENIBILIDAD SOCIAL:
EQP.SOCIALCOMPLIANCE@MANGO.COM

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

Fecha de firma de este documento: 25 de febrero de 2022

MANGO



Anexo: cuestiones sociales y de personas

07





PAÍS	PLANTILLA MEDIA 2021	PLANTILLA 30.12.2021	PLANTILLA MEDIA 2020	PLANTILLA 30.12.2020
España	5.032	5.564	5.167	4.666
Francia	1.544	1.600	1.648	1.568
Turquía	942	1.038	1.156	1.017
Rusia	725	811	820	764
Alemania	737	782	865	741
Reino Unido	346	405	429	344
Portugal	332	377	359	295
Italia	281	325	287	217
Polonia	189	210	198	188
Holanda	143	154	178	142
Croacia	121	144	129	116
Suiza	114	124	125	118
Bélgica	106	123	110	109
Rumanía	113	117	114	105
Ucrania	98	107	105	109
Estados Unidos A.	65	93	31	34
Irlanda	65	89	79	65
Austria	98	87	136	112
República Checa	68	87	91	71
Grecia	81	81	88	81
Singapur	54	60	38	45
Suecia	50	56	55	49
Finlandia	62	55	76	72
China	53	44	69	62
Hungría	43	42	51	40
Andorra	32	39	33	31
Dinamarca	28	31	22	29
Noruega	24	27	24	25
Bulgaria	27	26	31	29
Eslovaquia	19	19	19	19
México	18	14	22	22
Corea Del Sur	13	12	15	13
Luxemburgo	10	9	10	9
Hong Kong	8	8	9	8
Emiratos Árabes Unidos	3	2	3	3
TOTAL	11.641	12.762	12.592	11.318

Plantilla a cierre por tipología de contrato

Contrato indefinido

2021 (30.12.2021)

Por género, edad, clasificación profesional y tipo de contrato

TOTAL

9.776

Personas

♀ 7.621
♂ 2.155

EDAD

◀ 30 AÑOS

3.938

ENTRE 30 Y 50 AÑOS

5.471

▶ 50 AÑOS

367

CLASIFICACIÓN PROFESIONAL

DIRECTIVOS Y MANDOS INTERMEDIOS

1.963

STAFF TIENDA

5.901

STAFF CENTRAL

1.614

STAFF LOGÍSTICA

298

2020 (30.12.2020)

Por género, edad, clasificación profesional y tipo de contrato

TOTAL

9.882

Personas

♀ 7.742
♂ 2.140

EDAD

◀ 30 AÑOS

4.105

ENTRE 30 Y 50 AÑOS

5.391

▶ 50 AÑOS

386

CLASIFICACIÓN PROFESIONAL

DIRECTIVOS Y MANDOS INTERMEDIOS

1.938

STAFF TIENDA

6.204

STAFF CENTRAL

1.467

STAFF LOGÍSTICA

273

Contrato temporal

2021 (30.12.2021)

Por género, edad, clasificación profesional y tipo de contrato

TOTAL

2.986

Personas

♀ 2.427
♂ 559

EDAD

◀ 30 AÑOS

2.302

ENTRE 30 Y 50 AÑOS

642

▶ 50 AÑOS

42

CLASIFICACIÓN PROFESIONAL

DIRECTIVOS Y MANDOS INTERMEDIOS

65

STAFF TIENDA

2.469

STAFF CENTRAL

82

STAFF LOGÍSTICA

370

2020 (30.12.2020)

Por género, edad, clasificación profesional y tipo de contrato

TOTAL

1.436

Personas

♀ 1.142
♂ 294

EDAD

◀ 30 AÑOS

1.009

ENTRE 30 Y 50 AÑOS

391

▶ 50 AÑOS

36

CLASIFICACIÓN PROFESIONAL

DIRECTIVOS Y MANDOS INTERMEDIOS

68

STAFF TIENDA

1.029

STAFF CENTRAL

96

STAFF LOGÍSTICA

243

Promedio anual de plantilla a cierre por tipología de contrato

Contrato indefinido

2021

Por género, edad, clasificación profesional y tipo de contrato

TOTAL

9.552

Personas

♀ 7.456
♂ 2.096

EDAD

◀ 30 AÑOS

3.791

ENTRE 30 Y 50 AÑOS

5.425

▶ 50 AÑOS

336

CLASIFICACIÓN PROFESIONAL

DIRECTIVOS Y MANDOS INTERMEDIOS

1.887

STAFF TIENDA

5.849

STAFF CENTRAL

1.542

STAFF LOGÍSTICA

274

2020

Por género, edad, clasificación profesional y tipo de contrato

TOTAL

10.415

Personas

♀ 8.163
♂ 2.252

EDAD

◀ 30 AÑOS

4.629

ENTRE 30 Y 50 AÑOS

5.408

▶ 50 AÑOS

378

CLASIFICACIÓN PROFESIONAL

DIRECTIVOS Y MANDOS INTERMEDIOS

1.943

STAFF TIENDA

6.686

STAFF CENTRAL

1.506

STAFF LOGÍSTICA

280

Contrato temporal

2021

Por género, edad, clasificación profesional y tipo de contrato

TOTAL

2.089

Personas

♀ 1.696
♂ 393

EDAD

◀ 30 AÑOS

1.566

ENTRE 30 Y 50 AÑOS

486

▶ 50 AÑOS

37

CLASIFICACIÓN PROFESIONAL

DIRECTIVOS Y MANDOS INTERMEDIOS

64

STAFF TIENDA

1.635

STAFF CENTRAL

85

STAFF LOGÍSTICA

305

2020

Por género, edad, clasificación profesional y tipo de contrato

TOTAL

2.176

Personas

♀ 1.787
♂ 389

EDAD

◀ 30 AÑOS

1.610

ENTRE 30 Y 50 AÑOS

533

▶ 50 AÑOS

33

CLASIFICACIÓN PROFESIONAL

DIRECTIVOS Y MANDOS INTERMEDIOS

76

STAFF TIENDA

1.817

STAFF CENTRAL

86

STAFF LOGÍSTICA

197

Plantilla a cierre por tipología de jornada

Jornada completa

2021 (30.12.21)

Por género, edad, clasificación profesional y tipo de contrato

TOTAL

7.391

Personas

♀ 5.346
♂ 2.045

EDAD

◀ 30 AÑOS

2.784

ENTRE 30 Y 50 AÑOS

4.251

▶ 50 AÑOS

356

CLASIFICACIÓN PROFESIONAL

DIRECTIVOS Y MANDOS INTERMEDIOS

1.861

STAFF TIENDA

3.307

STAFF CENTRAL

1.663

STAFF LOGÍSTICA

560

2020 (30.12.2020)

Por género, edad, clasificación profesional y tipo de contrato

TOTAL

6.931

Personas

♀ 5.040
♂ 1.891

EDAD

◀ 30 AÑOS

2.458

ENTRE 30 Y 50 AÑOS

4.111

▶ 50 AÑOS

362

CLASIFICACIÓN PROFESIONAL

DIRECTIVOS Y MANDOS INTERMEDIOS

1.819

STAFF TIENDA

3.135

STAFF CENTRAL

1.529

STAFF LOGÍSTICA

448

Jornada parcial

2021 (30.12.21)

Por género, edad, clasificación profesional
y tipo de contrato**TOTAL**

5.371

Personas

♀ 4.702

♂ 669

EDAD

◀ 30 AÑOS

3.456

ENTRE 30 Y 50 AÑOS

1.862

▶ 50 AÑOS

53

CLASIFICACIÓN
PROFESIONALDIRECTIVOS Y MANDOS
INTERMEDIOS

167

STAFF TIENDA

5.063

STAFF CENTRAL

33

STAFF LOGÍSTICA

108

2020 (30.12.2020)

Por género, edad, clasificación profesional
y tipo de contrato**TOTAL**

4.387

Personas

♀ 3.844

♂ 543

EDAD

◀ 30 AÑOS

2.656

ENTRE 30 Y 50 AÑOS

1.671

▶ 50 AÑOS

60

CLASIFICACIÓN
PROFESIONALDIRECTIVOS Y MANDOS
INTERMEDIOS

187

STAFF TIENDA

4.098

STAFF CENTRAL

34

STAFF LOGÍSTICA

68

Promedio anual de plantilla a cierre por tipología de jornada

Jornada completa

2021 (30.12.21)

Por género, edad, clasificación profesional y tipo de contrato

TOTAL

6.793

Personas

♀ 4.927

♂ 1.866

EDAD

◀ 30 AÑOS

2.415

ENTRE 30 Y 50 AÑOS

4.057

▶ 50 AÑOS

321

CLASIFICACIÓN PROFESIONAL

DIRECTIVOS Y MANDOS INTERMEDIOS

1.767

STAFF TIENDA

2.950

STAFF CENTRAL

1.591

STAFF LOGÍSTICA

484

2020

Por género, edad, clasificación profesional y tipo de contrato

TOTAL

7.086

Personas

♀ 5.155

♂ 1.931

EDAD

◀ 30 AÑOS

2.696

ENTRE 30 Y 50 AÑOS

4.031

▶ 50 AÑOS

359

CLASIFICACIÓN PROFESIONAL

DIRECTIVOS Y MANDOS INTERMEDIOS

1.846

STAFF TIENDA

3.255

STAFF CENTRAL

1.556

STAFF LOGÍSTICA

429

Jornada parcial

2021

Por género, edad, clasificación profesional y tipo de contrato

TOTAL

4.849

Personas

♀ 4.225
♂ 624**EDAD**

◀ 30 AÑOS

2.942

ENTRE 30 Y 50 AÑOS

1.854

▶ 50 AÑOS

53

CLASIFICACIÓN PROFESIONAL

DIRECTIVOS Y MANDOS INTERMEDIOS

185

STAFF TIENDA

4.534

STAFF CENTRAL

36

STAFF LOGÍSTICA

94

2020

Por género, edad, clasificación profesional y tipo de contrato

TOTAL

5.505

Personas

♀ 4.795
♂ 710**EDAD**

◀ 30 AÑOS

3.543

ENTRE 30 Y 50 AÑOS

1.910

▶ 50 AÑOS

52

CLASIFICACIÓN PROFESIONAL

DIRECTIVOS Y MANDOS INTERMEDIOS

173

STAFF TIENDA

5.248

STAFF CENTRAL

35

STAFF LOGÍSTICA

49

Empleados con discapacidad

2021

71

Personas

2020

59

Personas

Desvinculaciones

2021

586

Personas

♀ 480

♂ 106

2020

794

Personas

♀ 631

♂ 163



Índices

08

P. 189 | Índice de contenidos GRI/EINF/Pacto Mundial

P. 197 | Índice de contenidos ODS

Índice contenidos GRI Standards / EINF / PACTO MUNDIAL

INDICADOR	DESCRIPCIÓN INDICADOR	APARTADO	PÁGINA	PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL
1. PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN				
102-1	Nombre de la organización	Acerca de Mango: El Grupo	9	
102-2	Actividades, marcas, productos y servicios	Acerca de Mango: El Grupo	9	
102-3	Ubicación de la sede	Acerca de Mango: El Grupo	9	
102-4	Ubicación de las operaciones	Acerca de Mango: El Grupo	9	
102-5	Propiedad y forma jurídica	Acerca de Mango: El Grupo	9	
102-6	Mercados servidos	Acerca de Mango: El Grupo	10	
102-7	Tamaño de la organización	Datos relevantes 2021 / Cuestiones sociales y personas / Resultados económicos / Anexo	7, 130-131, 170-175, 179-187	
102-8	Información sobre empleados	Cuestiones sociales y personas / Anexo	130-131, 179-187	Principio 6
102-9	Cadena de Suministro	Acerca de Mango: El Grupo	7, 20	
102-10	Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro	Acerca de Mango: El Grupo / Acerca de la memoria y Matriz de materialidad	7, 20, 30, 32-34	
102-11	Principio o enfoque de precaución	Committed to Planet	45	
102-12	Iniciativas externas	Nuestra Sostenibilidad / Committed to Planet / Committed to Value Chain / Acción Social	26-28, 37, 42-43, 101, 123-126, 154-159	
102-13	Afiliación a asociaciones	Nuestra Sostenibilidad / Committed to Planet / Committed to Value Chain / Acción Social	26-28, 37, 42-43, 101, 123-126, 154-159	
2. ESTRATEGIA (Tema material: Gestión de riesgos)				
102-14	Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	Carta del Consejero Delegado	4,5	
102-15	Principales impactos, riesgos y oportunidades	Nuestra Sostenibilidad / Committed to Planet / Committed to Community	23-25, 39-40, 140-142, 164-166	
3. ÉTICA E INTEGRIDAD (Tema material: Ética e integridad)				
102-16	Valores, principios, estándares y normas de conducta	Buen gobierno	16, 18-19	Principio 10
4. GOBERNANZA (Tema material: Gobernanza)				
102-18	Estructura de gobernanza/ Organigrama	Gobierno corporativo	15	
5. PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS (Tema material: Compromiso con los grupos de interés)				
102-40	Lista de grupos de interés	Nuestros grupos de interés y Matriz de materialidad	32-34	Principio 3
102-41	Acuerdos de negociación colectiva	Committed to Community	144-146	
102-42	Identificación y selección de grupos de interés	Nuestros grupos de interés y Matriz de materialidad	32-34	
102-43	Enfoque para la participación de los grupos de interés	Nuestros grupos de interés y Matriz de materialidad	32-34	
102-44	Temas y preocupaciones clave mencionados	Nuestros grupos de interés y Matriz de materialidad	32-34	

Índice contenidos GRI Standards / EINF / PACTO MUNDIAL

INDICADOR	DESCRIPCIÓN INDICADOR	APARTADO	PÁGINA	PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL	
6. PRÁCTICAS PARA LA ELABORACIÓN DE INFORMES					
102-45	Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	Información económica	170-175		
102-46	Definición de los contenidos del informe y las coberturas del tema	Nuestros grupos de interés y Matriz de materialidad	30, 32-34		
102-47	Lista de temas materiales	Nuestros grupos de interés y Matriz de materialidad	32-34		
102-48	Reexpresión de la información	Alcance de la memoria y Matriz de materialidad	30		
102-49	Cambios en la elaboración del informe	Alcance / Nuestros grupos de interés y Matriz de materialidad	30, 32-34		
102-50	Periodo objeto de informe	Alcance de la memoria y Matriz de materialidad	30		
102-51	Fecha del último informe	Alcance de la memoria y Matriz de materialidad	30		
102-52	Ciclo de elaboración de informes	Alcance de la memoria y Matriz de materialidad	30		
102-53	Punto de contacto para preguntas sobre el informe	Datos de contacto	177		
102-54	Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI	Carta del Consejero Delegado / Alcance de la memoria y Matriz de materialidad	4-5, 30-31		
102-55	Índice de contenidos GRI	Índice contenidos GRI Standards / EINF / PACTO MUNDIAL	189-196		
102-56	Verificación externa	Alcance de la memoria y Matriz de materialidad	30-31		
7. TEMAS MATERIALES					
		TEMA MATERIAL	¿DÓNDE SE PRODUCE EL IMPACTO?	IMPLICACIÓN DE MANGO EN EL IMPACTO	
103-1 b)	Cobertura del tema material y su impacto e implicación	Gobernanza	Dentro y fuera de la organización	Directa e indirecta	
		Ética e integridad	Dentro y fuera de la organización	Directa e indirecta	Principio 10
		Gestión de riesgos	Dentro y fuera de la organización	Directa e indirecta	
		Capacidad de resiliencia	Dentro y fuera de la organización	Directa e indirecta	
		Compromiso con los GG.II.	Dentro y fuera de la organización	Directa e indirecta	Principio 17
		Transparencia en la comunicación	Dentro y fuera de la organización	Directa e indirecta	
		Gestión de la innovación	Dentro de la organización	Directa e indirecta	Principio 9
		Valor generado y distribuido	Dentro y fuera de la organización	Directa e indirecta	
		Estrategia del cambio climático	Dentro y fuera de la organización	Directa e indirecta	Principio 7
		Minimización del impacto medioambiental	Dentro y fuera de la organización	Directa e indirecta	Principio 8
		Uso sostenible de los recursos	Dentro y fuera de la organización	Directa e indirecta	Principio 8
		Diseño de productos sostenibles	Dentro y fuera de la organización	Directa	Principio 9
		Circularidad	Dentro y fuera de la organización	Directa e indirecta	Principio 9
		Gestión de las relaciones con los clientes	Dentro y fuera de la organización	Directa	
		Compras responsables	Dentro y fuera de la organización	Directa e indirecta	
		Protección de los derechos humanos	Dentro de la organización	Directa	Principio 1
		Compromiso con las comunidades locales	Dentro y fuera de la organización	Directa	
		Calidad en el empleo	Dentro de la organización	Directa	
		Diversidad, igualdad e inclusión	Dentro de la organización	Directa	Principio 6
		Seguridad y salud	Dentro de la organización	Directa	
Desarrollo del capital humano	Dentro de la organización	Directa			
103-1 c)	Limitación relativa a la cobertura del tema	No ha habido limitaciones relativas a la cobertura de los temas materiales			

Índice contenidos GRI Standards / EINF / PACTO MUNDIAL

INDICADOR	DESCRIPCIÓN INDICADOR	APARTADO	PÁGINA	PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL
CAPACIDAD DE RESILIENCIA				
103-1a	Explicación del tema material	Carta del Consejero Delegado	4-5	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Carta del Consejero Delegado	4-5	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Carta del Consejero Delegado	4-5	
TRANSPARENCIA EN LA COMUNICACIÓN				
103-1a	Explicación del tema material	Alcance de la memoria y matriz de materialidad	30-32	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Alcance de la memoria y matriz de materialidad	30-32	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Alcance de la memoria y matriz de materialidad	30-32	
GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN				
103-1a	Explicación del tema material	La estrategia de Mango	21	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	La estrategia de Mango	21	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	La estrategia de Mango	21	
VALOR GENERADO Y DISTRIBUIDO				
103-1a	Explicación del tema material	Resultados económicos	170-175	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Resultados económicos	170-175	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Resultados económicos	170-175	
201-1	Valor económico directo generado y distribuido	Resultados económicos	170	
ESTRATEGIA DEL CAMBIO CLIMÁTICO / MINIMIZACIÓN DEL IMPACTO MEDIOAMBIENTAL				
103-1a	Explicación del tema material	Huella de carbono	66-73	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Huella de carbono	66-73	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Huella de carbono	66-73	
305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1)	Huella de carbono	67	
305-2	Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	Huella de carbono	67	
305-3	Emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	Huella de carbono	67	
USO SOSTENIBLE DE LOS RECURSOS / DISEÑO DEL PRODUCTOS SOSTENIBLES				
103-1a	Explicación del tema material	Committed to Planet	39-98	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Committed to Planet	39-98	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Committed to Planet	39-98	
301-1	Materiales utilizados	Committed to Planet	46	
CIRCULARIDAD				
103-1a	Explicación del tema material	Committed to Planet	39-98	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Committed to Planet	39-98	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Committed to Planet	39-98	
306-2	Residuos generados	Committed to Planet	92-98	

Índice contenidos GRI Standards / EINF / PACTO MUNDIAL

INDICADOR	DESCRIPCIÓN INDICADOR	APARTADO	PÁGINA	PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL
GESTIÓN DE LAS RELACIONES CON LOS CLIENTES				
103-1a	Explicación del tema material	Committed to Community - Comprometidos con nuestros clientes	164-166	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Committed to Community - Comprometidos con nuestros clientes	164-166	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Committed to Community - Comprometidos con nuestros clientes	164-166	
417-1	Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	Committed to Community - Comprometidos con nuestros clientes	166	
COMPRAS RESPONSABLES				
103-1a	Explicación del tema material	Committed to Value Chain	100-127	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Committed to Value Chain	100-127	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Committed to Value Chain	100-127	
414-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales	Committed to Value Chain	103-104, 107	
PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS HUMANOS				
103-1a	Explicación del tema material	Committed to Value Chain	100-127	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Committed to Value Chain	100-127	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Committed to Value Chain	100-127	
412-1	Operaciones sometidas a revisiones o evaluaciones de impacto sobre derechos humanos	Committed to Value Chain	112-122	
414-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales	Committed to Value Chain	103-104, 107	
COMPROMISO CON LAS COMUNIDADES LOCALES				
103-1a	Explicación del tema material	Acción social	154-159	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Acción social	154-159	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Acción social	154-159	
413-1	Participación de la comunidad local y programas de desarrollo	Acción social	154-159	
CALIDAD EN EL EMPLEO				
103-1a	Explicación del tema material	Committed to Community - Cuestiones sociales y personas	128-153	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Committed to Community - Cuestiones sociales y personas	128-153	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Committed to Community - Cuestiones sociales y personas	128-153	
401-2	Beneficios para los empleados a tiempo completo	Committed to Community - Cuestiones sociales y personas	138	
DIVERSIDAD, IGUALDAD E INCLUSIÓN				
103-1a	Explicación del tema material	Committed to Community - Cuestiones sociales y personas	128-153	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Committed to Community - Cuestiones sociales y personas	128-153	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Committed to Community - Cuestiones sociales y personas	128-153	
405-2	Remuneración de mujeres frente a hombres	Committed to Community - Cuestiones sociales y personas	132	

Índice contenidos GRI Standards / EINF / PACTO MUNDIAL

INDICADOR	DESCRIPCIÓN INDICADOR	APARTADO	PÁGINA	PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL
SEGURIDAD Y SALUD				
103-1a	Explicación del tema material	Committed to Community-Cuestiones sociales y personas	128-153	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Committed to Community-Cuestiones sociales y personas	128-153	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Committed to Community-Cuestiones sociales y personas	128-153	
403-1	Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	Salud y seguridad	139-143	
403-2	Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes	Salud y seguridad	139-143	
403-3	Trabajadores con alta incidencia o alto riesgo de enfermedades relacionadas con su actividad	Salud y seguridad	139-143	
403-4	Participación de los trabajadores, consultas y comunicación	Salud y seguridad	139-143	
403-5	Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo	Salud y seguridad	139-143	
403-6	Fomento de la salud de los trabajadores	Salud y seguridad	139-143	
403-7	Prevención y mitigación de los impactos en la salud y la seguridad de los trabajadores directamente vinculados con las relaciones comerciales	Salud y seguridad	139-143	
403-8	Cobertura del sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	Salud y seguridad	139-143	
403-9	Lesiones por accidente laboral	Salud y seguridad	139-143	
403-10	Dolencias y enfermedades laborales	Salud y seguridad	139-143	
DESARROLLO DEL CAPITAL HUMANO				
103-1a	Explicación del tema material	Committed to Community-Cuestiones sociales y personas	128-153	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Committed to Community-Cuestiones sociales y personas	128-153	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Committed to Community-Cuestiones sociales y personas	128-153	
404-2	Programas para mejorar las aptitudes de los empleados	Learning & development	147-150	

Índice contenidos GRI Standards / EINF / PACTO MUNDIAL

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	El Grupo	9
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	El Grupo Nuestra Sostenibilidad Modelo de sostenibilidad	9,22-28
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 Principales impactos, riegos y oportunidades	Nuestra Sostenibilidad Committed to Planet Committed to Value Chain Committed to Community	22-28, 39-98, 100-127, 128-168
	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	Committed to Planet	39-98
	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	Committed to Planet	39-98
	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 / 306-2 Residuos por tipos	Committed to Planet	39-98
	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	Committed to Planet	39-98
	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	Committed to Planet	39-98
	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	Committed to Planet	39-98
	Las medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático;	103 Enfoque de gestión de Emisiones	Committed to Planet	39-98
	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	Committed to Planet	39-98
	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	Committed to Planet	39-98

Índice contenidos GRI Standards / EINF / PACTO MUNDIAL

ÁMBITO	CUESTIONES DEL ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA	ESTÁNDARES GRI RELACIONADOS	APARTADO	PÁGINA
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	Cuestiones sociales y personas / Anexo	128-153
	Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo,	102-8	Cuestiones sociales y personas / Anexo	128-153
	Promedio anual de contratos indefinidos, de contratos temporales y de contratos a tiempo parcial por sexo, edad y clasificación profesional,	102-8 / 405-1	Cuestiones sociales y personas / Anexo	128-153
	Número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional;	401-1	Cuestiones sociales y personas / Anexo	128-153
	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	C. to Community-Cuestiones sociales y personas	128-153
	Brecha salarial, la remuneración de puestos de trabajo iguales o de media de la sociedad,	405-2	C. to Community-Cuestiones sociales y personas	128-153
	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	C. to Community-Cuestiones sociales y personas	128-153
	Implantación de políticas de desconexión laboral	103 Enfoque de gestión de Empleo	C. to Community-Cuestiones sociales y personas	128-153
	Empleados con discapacidad	405-1	Cuestiones sociales y personas / Anexo	128-153
	ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO			
	Organización del tiempo de trabajo	103 Enfoque de gestión de Empleo	C. to Community-Cuestiones sociales y personas	128-153
	Número de horas de absentismo	403-9 / 403-10	C. to Community-Cuestiones sociales y personas	128-153
	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	C. to Community-Cuestiones sociales y personas	128-153
	SALUD Y SEGURIDAD			
	Condiciones de salud y seguridad en el trabajo	103 Enfoque de gestión de Salud y Seguridad en el trabajo /403-1 al 403-8	C. to Community-Cuestiones sociales y personas	128-153
	Accidentes de trabajo, en particular su frecuencia y gravedad, Enfermedades profesionales, desagregado por sexo	403-9 / 403-10	C. to Community-Cuestiones sociales y personas	128-153
	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	C. to Community-Cuestiones sociales y personas	128-153
	Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país;	102-41	C. to Community-Cuestiones sociales y personas	128-153
	El balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y la seguridad en el trabajo	403-4	C. to Community-Cuestiones sociales y personas	128-153
	Mecanismos y procedimientos para promover la implicación de los trabajadores en la gestión de la compañía en términos de información consulta y participación	103 Enfoque de gestión de Relaciones trabajador - empresa	C. to Community-Cuestiones sociales y personas	144-146
	FORMACIÓN			
Las políticas implementadas en el campo de la formación;	103 Enfoque de gestión de Formación y enseñanza 404-2	C. to Community-Cuestiones sociales y personas	128-153	
La cantidad total de horas de formación por categorías profesionales.	404-1	C. to Community-Cuestiones sociales y personas	128-153	
Accesibilidad universal de las personas con discapacidad	103 Enfoque de gestión de Diversidad e igualdad de oportunidades y No discriminación	C. to Community-Cuestiones sociales y personas	128-153	

Índice contenidos GRI Standards / EINF / PACTO MUNDIAL

ÁMBITO	CUESTIONES DEL ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA	ESTÁNDARES GRI RELACIONADOS	APARTADO	PÁGINA
	IGUALDAD			
	Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres;		C. to Community-Cuestiones sociales y personas	128-153
	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	C. to Community-Cuestiones sociales y personas	128-153
	La política contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad.		C. to Community-Cuestiones sociales y personas	128-153
	DERECHOS HUMANOS			
	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	Committed to Value Chain	100-127
	Denuncias por casos de vulneración de derechos humanos;	406-1	Committed to Value Chain	100-127
	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	Committed to Value Chain	100-127
	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	Committed to Value Chain	100-127
	CORRUPCIÓN Y SOBORNO			
	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	Nuestra Sostenibilidad	22-28
	Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro.	413-1	Acción Social	154-159
	COMPROMISOS DE LA EMPRESA CON EL DESARROLLO SOSTENIBLE			
	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	Acción Social	154-159
	Las relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos;	102-43	Acción Social	154-159
	Las acciones de asociación o patrocinio.	102-12 / 102-13	Nuestra Sostenibilidad Committed to Planet Committed to Value Chain Acción Social	22-28, 39-98, 100-127, 154-159
	SUBCONTRATACIÓN Y PROVEEDORES			
	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	Acerca de Mango/Committed to Value Chain	8-21, 100-127
	Sistemas de supervisión y auditorías y resultados de las mismas.		Committed to Value Chain	100-127
	CONSUMIDORES			
	Medidas para la salud y la seguridad de los consumidores;	103 Enfoque de gestión de Seguridad y Salud de los productos. 416-1	Committed to Community - Comprometidos con nuestros clientes	164-168
	Sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de las mismas.	103 Enfoque de gestión de Marketing y etiquetado y Privacidad del cliente	Committed to Community - Comprometidos con nuestros clientes	164-168
	INFORMACIÓN FISCAL			
	Beneficios obtenidos país por país. Impuestos sobre beneficios pagados	103 Enfoque de gestión de Desempeño económico y Fiscalidad	Resultados económicos	170-175
	Subvenciones públicas recibidas	201-4	Resultados económicos	170-175

Índice de objetivos de desarrollo sostenible (ODS)

PÁGINA

01. Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo

154-159

02. Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible

154-159

03. Garantizar una vida sana y promover el bienestar en todas las edades

139-143, 164-166, 154-159

04. Garantizar una educación inclusiva equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos

147-150

05. Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas

153

07. Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas

55-56

08. Promover el crecimiento económico sostenido e inclusivo, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos

172-173

12. Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles

39-98

13. Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos

66-73

17. Revitalizar la alianza mundial para el desarrollo sostenible

26-28, 37, 123-126, 154-159

MANGO

Gracias