

MANGO

MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD

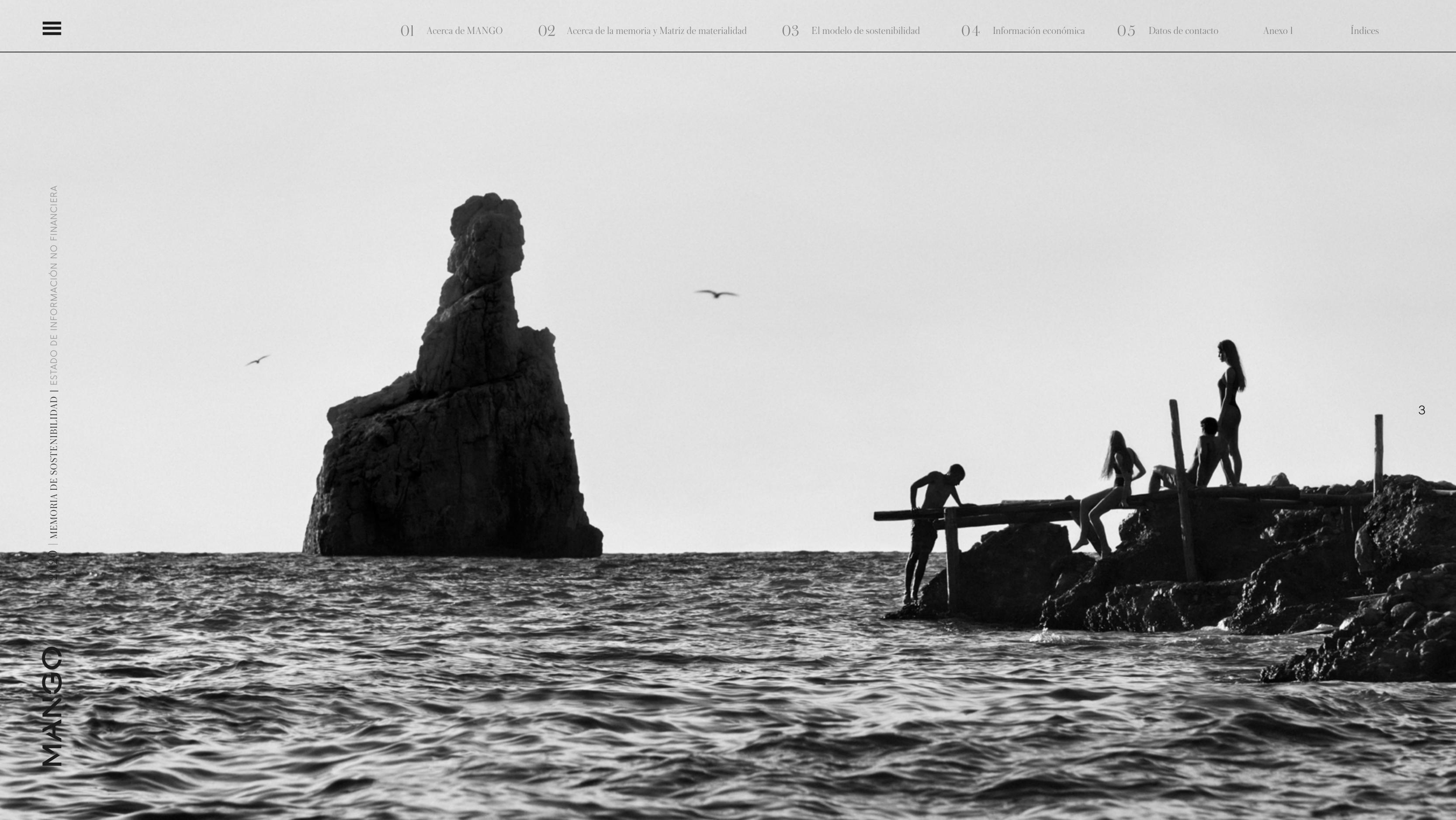
ESTADO DE INFORMACIÓN
NO FINANCIERA

2020



Índice de contenidos

Carta del Consejero Delegado	04
Datos relevantes 2020	07
01 Acerca de MANGO	08
1.1 EL GRUPO	09
1.2 GOBIERNO CORPORATIVO	10
1.3 VALORES	12
02 Acerca de la memoria y Matriz de materialidad	14
2.1 ALCANCE	15
2.2 NUESTRA RSC	17
2.3 GRUPOS DE INTERÉS Y MATRIZ DE MATERIALIDAD	20
03 El modelo de sostenibilidad	26
3.1 CUESTIONES MEDIOAMBIENTALES	28
3.2 CUESTIONES SOCIALES Y PERSONAS	61
3.3 DERECHOS HUMANOS Y CADENA DE SUMINISTRO	83
3.4 SOCIEDAD	99
04 Información económica	123
05 Datos de contacto	130
Anexo I:	131
Cuestiones sociales y Personas	
Índices	151
ÍNDICE CONTENIDOS GRI STANDARDS / EINF / PACTO MUNDIAL	152
ÍNDICE CONTENIDO ODS	161



Carta del Consejero Delegado

En las siguientes páginas encontraréis la nueva Memoria de Sostenibilidad de MANGO de 2020, que integra los estándares de GRI con el Estado de Información no financiera y se incluye en las Cuentas Anuales Consolidadas de la compañía. En ella reportamos los resultados del último ejercicio, así como los hitos conseguidos y nuestra hoja de ruta para los próximos años.

2020 ha sido seguramente uno de los años más complejos e intensos de nuestra vida. Estamos pasando por un tiempo de grandes desafíos, pero es en los momentos difíciles cuando la confianza en los equipos, la perseverancia y el esfuerzo colectivo se convierten en los mejores aliados para seguir adelante y continuar con la transformación que habíamos iniciado en años anteriores.

Así, gracias al esfuerzo de todos hemos conseguido acabar el año con una facturación de 1.842 millones de euros; un resultado razonable teniendo en cuenta el contexto. Nuestro canal online ha crecido enormemente, superando el 40% de la facturación total, un porcentaje muy superior al 24% de 2019. Y también hemos crecido en el número de tiendas físicas, hasta los 2.221 puntos de venta en más de 110 países.

Debemos estar satisfechos del trabajo que hemos hecho durante este año tan complicado, en el que nos hemos ido adaptando a las circunstancias en los diferentes países donde operamos. El esfuerzo y la capacidad de respuesta de todos los equipos de MANGO ha sido, y sigue siendo, admirable. Especialmente destaco la de los equipos de tiendas físicas y su personal, que han sufrido en primera persona los cierres de tiendas, reaperturas, afectaciones de todo tipo y sobre todo, la falta de contacto con nuestros clientes.

La nueva coyuntura ha precipitado nuevos hábitos de consumo: nuevas formas de comprar, nuevos perfiles de cliente, nuevos productos, etc y todo ello tiene un impacto fundamental en nuestra empresa y en nuestro modelo de compañía. Seguimos manteniendo una cultura de trabajo orientada al cliente, atentos siempre a sus nuevas necesidades. Y para ello seguiremos ampliando nuestro programa de fidelización MANGO *Likes you*, que ya cuenta con más de 5,5 millones de clientes activos. También seguimos con nuestro modelo de trabajar al lado de nuestros franquiciados como socios fundamentales de MANGO.



Carta del Consejero Delegado

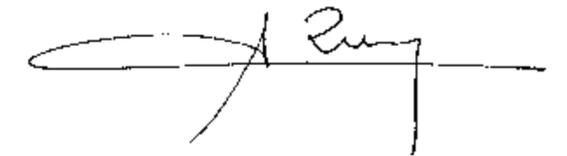
La transformación tecnológica, la omnicanalidad, el e-commerce, han sufrido una aceleración un tanto forzosa así como los criterios de sostenibilidad que han adquirido aún más relevancia en el último año. Todo ello marcará la tendencia de los próximos años e irá evolucionando de forma paralela a una mayor innovación de nuestro sector.

Nuestro compromiso con la sostenibilidad es a largo plazo. En 2020 revisamos el plan estratégico de sostenibilidad con objetivos más ambiciosos que nos permitirán alcanzar el propósito empresarial de ser una empresa comprometida y dispuesta a contribuir al cambio dentro de nuestra industria. El año pasado comunicamos nuestros objetivos de fibras sostenibles para los próximos años y cada vez crece más el número de prendas y complementos con características sostenibles, nuestra colección Committed. Estamos trabajando también en alternativas para eliminar el plástico de nuestra cadena de suministro, por fomentar criterios de circularidad con el residuo textil que recogemos en nuestros contenedores en tienda y hemos realizado por primera vez el cálculo de nuestra huella de carbono siguiendo estándares internacionales (SBTi). En este sentido, en octubre del pasado año firmamos 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.

Por otro lado, seguimos comprometidos en la mejora de los estándares sociales a lo largo de nuestra cadena de valor. El año pasado fuimos la primera gran multinacional de moda en publicar la totalidad de fábricas de nivel 1 que confeccionan nuestros productos, siguiendo los requerimientos del *Transparency Pledge Standard* y bajo el acuerdo bilateral que tenemos con CCOO de Industria. El objetivo para los próximos dos años es seguir avanzando en la trazabilidad de nuestra cadena y continuar trabajando en alianza para fortalecer la debida diligencia en materia de derechos humanos y promover la responsabilidad en las cadenas de suministro globales dentro del sector de la moda.

Continuamos dando apoyo al Pacto Mundial de Naciones Unidas actuando en la línea de sus 10 Principios Universales y de los Objetivos del Desarrollo Sostenible. Si hay algo que nos ha enseñado el 2020 es la importancia de colaborar en alianza como motor transformador de la sociedad. Por eso, hemos continuado colaborando con entidades dedicadas al ámbito social y al de la cooperación y, especialmente este año, con acciones de carácter social y sanitario para ayudar a paliar los efectos de la pandemia.

Por último, quiero dar de nuevo las gracias a todo el equipo MANGO por todos los sacrificios realizados este año, por su compromiso y dedicación. Despedimos un año absolutamente atípico, en el que hemos sido capaces de asegurar la competitividad y el liderazgo de la compañía sin renunciar a avanzar todavía más rápido en su transformación. Por ello, salimos reforzados y comenzamos 2021 con una gran cantidad de proyectos muy ilusionantes. Estoy convencido de que los vamos a conseguir juntos.



Toni Ruiz
Consejero Delegado



Datos Relevantes 2020

VENTAS



1.842

millones de €
de facturación

42%

facturación
en venta online

79%

venta en
mercados
fuera de España

MERCADO



+110

países en los que
estamos presente

+2.200

puntos de venta

+790.000

m² superficie
de venta

COLABORADORES



11.318

personas
en plantilla

32

años de media
de edad de la
plantilla

78%

mujeres
en plantilla

MEDIOAMBIENTE



+47 M

de prendas
COMMITTED

100%

energía renovable
en central, almacenes
y tiendas propias
en España

↓ 24%

reducción media
de consumo de agua
del denim

PROVEEDORES



455

proveedores
de prendas y
complementos

892

fábricas utilizadas

+126 M

de unidades
fabricadas



01

Acercade MANGO

P. 09 | 1.1 EL GRUPO

P. 10 | 1.2 GOBIERNO CORPORATIVO

P. 12 | 1.3 VALORES

El Grupo

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 productos relativos a la decoración, menaje y utensilios del hogar.

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

En 2008 lanzamos la colección masculina con la marca MANGO Man, en 2013 MANGO Kids y en 2014 VIOLETA by MANGO con un patrón más amplio y rango de tallas más grandes y, a principios de 2015, la línea de BABY de cero a tres años. En 2020 MANGO lanzó una nueva línea, Teen, destinada a adolescentes. Comercializamos nuestros productos a través de MANGO Online y de la red de tiendas, incluida MANGO Outlet.

En 2020, el volumen de negocio ascendió a 1.842 millones de euros, de los cuales el 79% corresponde a venta en mercados fuera de España. Asimismo, las ventas en el canal online ascendieron al 42% de la facturación total. A 30 de diciembre de 2020, MANGO estaba presente en 112 países a través de 2.221 tiendas, de las cuales 816 eran propias y 1.405 franquicias, con una superficie total de venta de 790.814 m². Contamos con 11.318 colaboradores en todo el mundo.

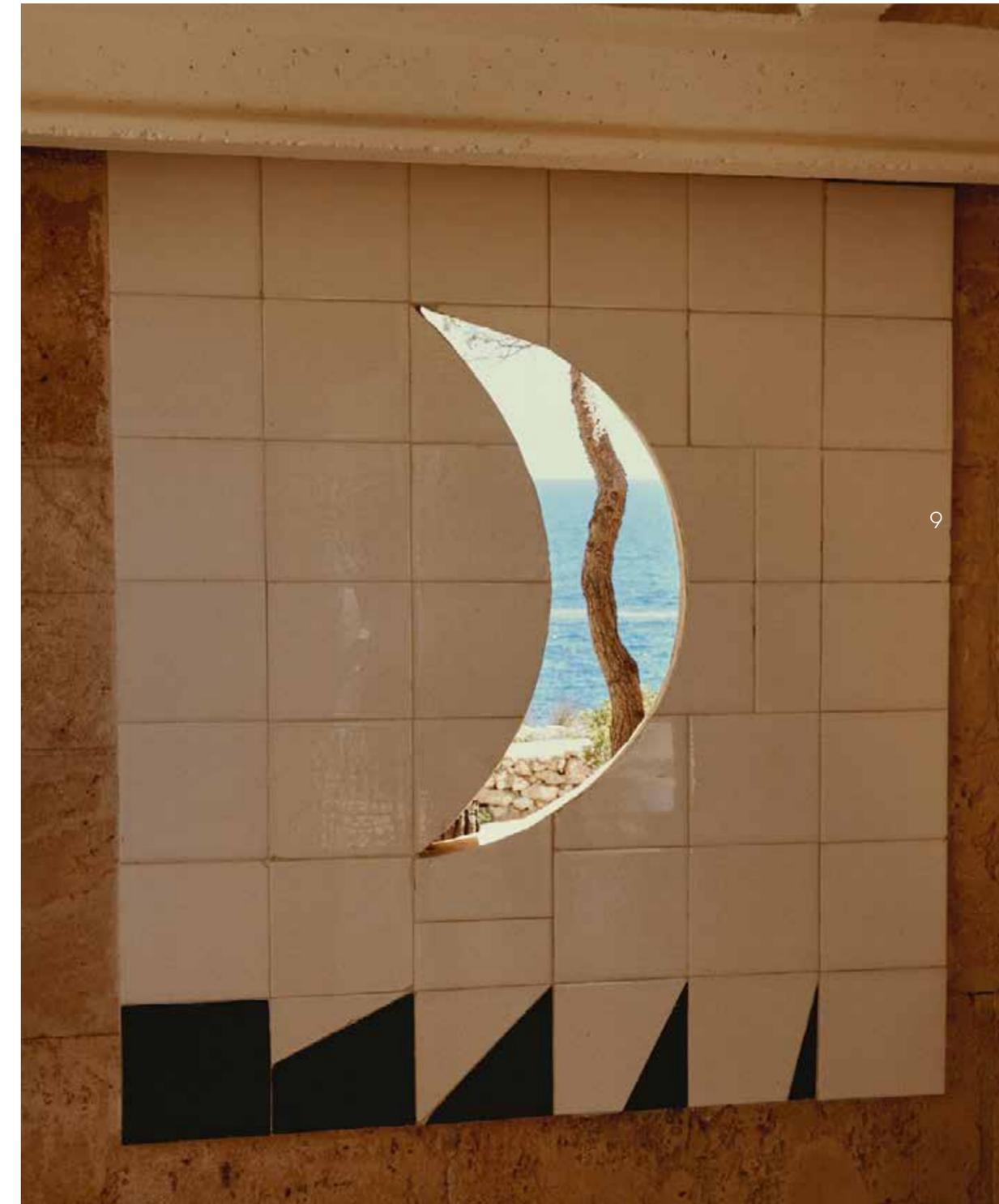
MANGO es el grupo textil español más internacional y el segundo exportador del sector, creando más de 11.000 modelos por año y produciendo 126.554.938 unidades al año.

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

Además, existe una compleja actividad logística de distribución de nuestros artículos y materias, que se complementa con la logística inversa y el eCommerce.

Los centros desde los cuales se lleva a cabo esta actividad son mayoritariamente instalaciones ubicadas en localidades próximas a Barcelona: el parque logístico de Lliçà d'Amunt, los centros de distribución en Palau-Solità i Plegamans, Parets del Vallés, A Coruña y el almacén de Terrassa para materiales.

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





Gobierno Corporativo

COMITÉ DE DIRECCIÓN

Isak Andic
PRESIDENTE NO EJECUTIVO

Toni Ruiz Tubau
CONSEJERO DELEGADO

Jonathan Andic
DIRECTOR DE MAN, IMAGEN & COMUNICACIÓN

Elena Carasso Batlle
DIRECTORA DE ONLINE & CLIENTE

Luis Casacuberta Bausili
DIRECTOR DE WOMAN & KIDS
Mujer, Kids, Compras, Sourcing, Pricing

David Gutiérrez
DIRECTOR DE PERSONAS

Daniel López García
DIRECTOR DE EXPANSIÓN & FRANQUICIAS

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

Antonio Pascual Barroso
DIRECTOR DE SUPPLY CHAIN

Margarita Salvans Puigbó
DIRECTORA FINANCIERA

César de Vicente Sandoval
DIRECTOR DE RETAIL

COMITÉ EJECUTIVO

Cristina Belil Roger
MANGO Man

Guillermo Corominas Palomar
Cliente & Relaciones Institucionales

Sezai Eren
Turquía

Benito Escalada Romero
Director Comercial de Producto (Woman)

Núria Font Benito
Firmes

Huseyin Golcuk Sakarya
Retail Turquía, Middle East & Asia

Roger Graell Solé
e-Commerce

Sara Levy-Lang
Retail Francia

Luis Maseres Ghiloni
Complementos

Berta Moral Cebrián
Kids

Alejandra Mur Domenech
Compras Woman

Eva Rello Yubero
Fábrica

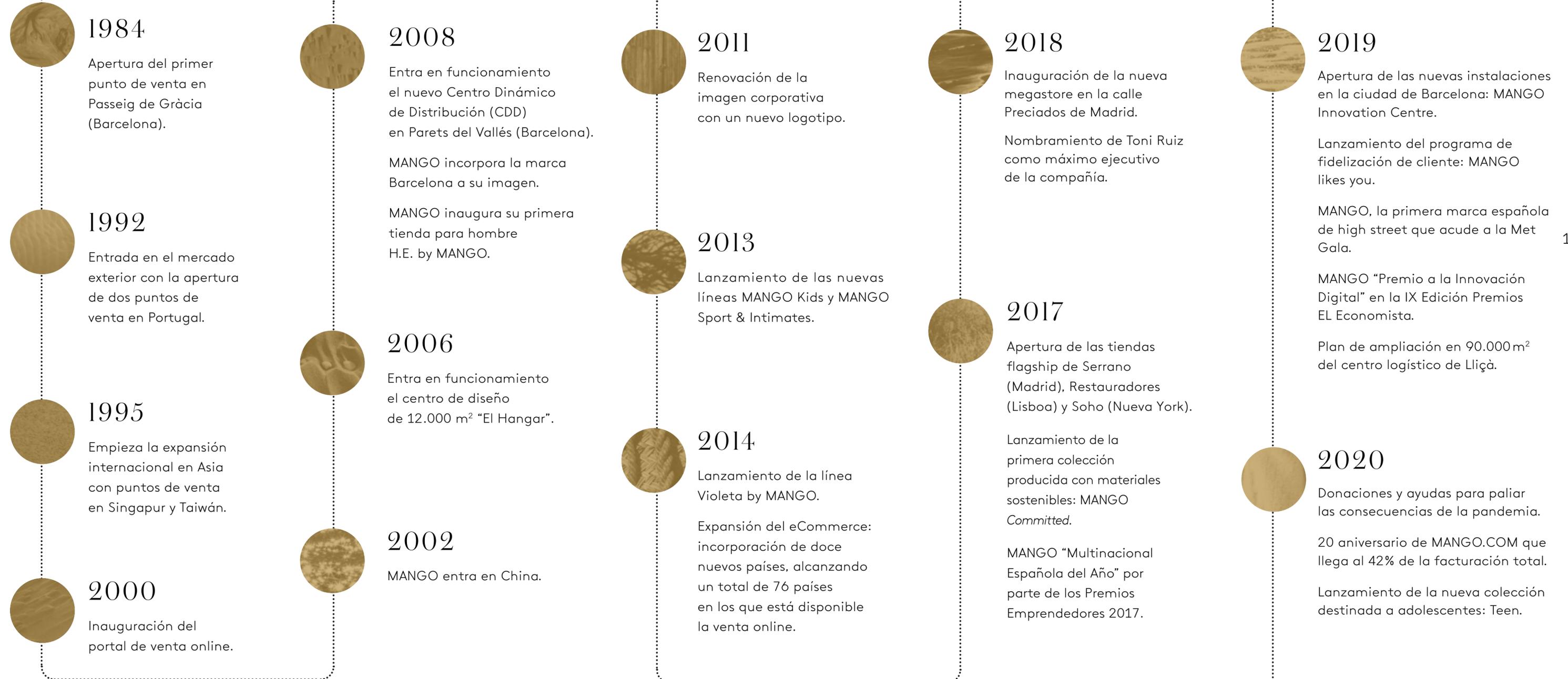
Joan David Rivera Bosch
Imagen

Encarnación Justicia Ruano
Diseño Woman

Laura San Martín Souto
Violeta

Enric Soler Morata
Personas & Organización Central

Cronología y trayectoria histórica



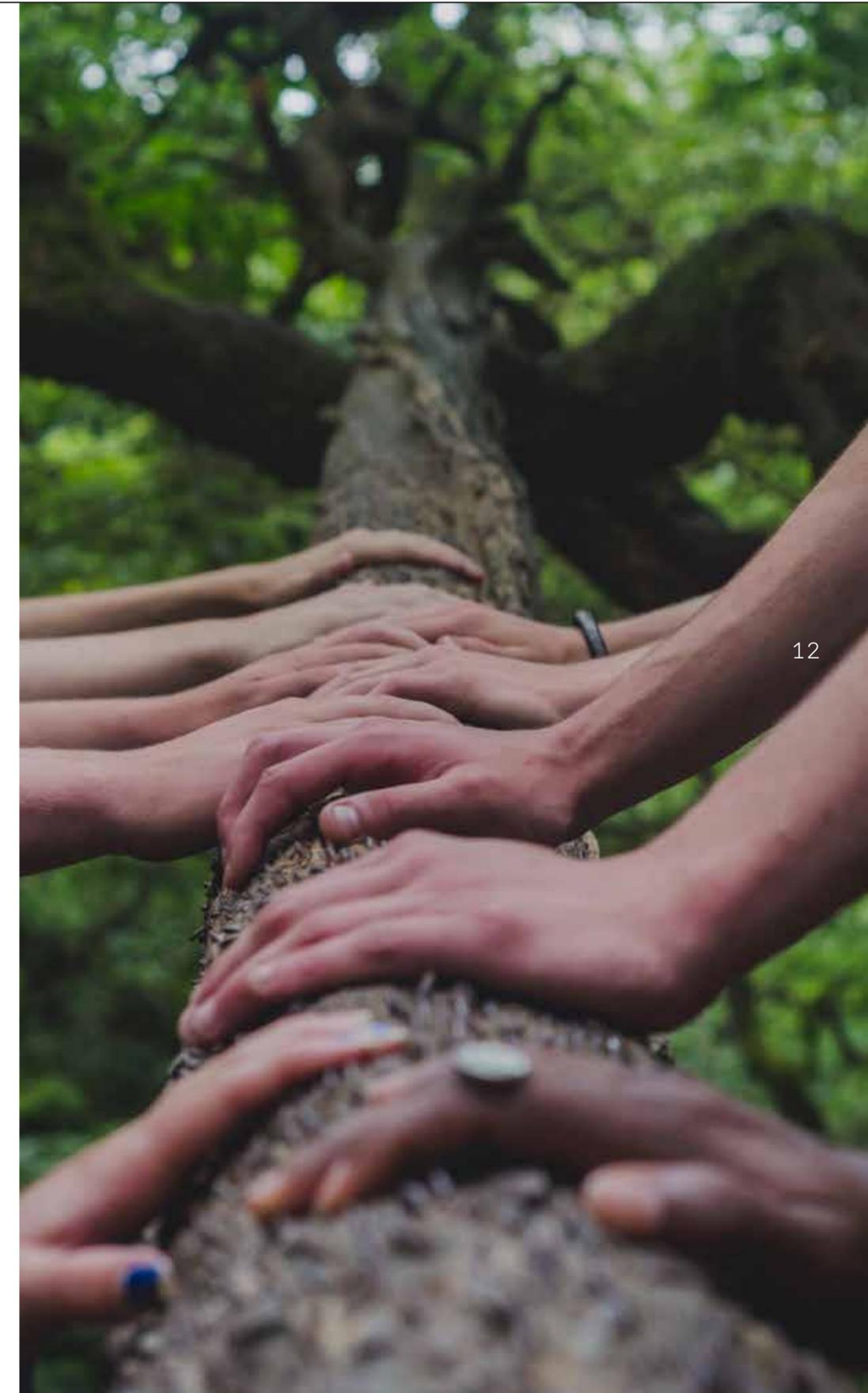
Valores

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

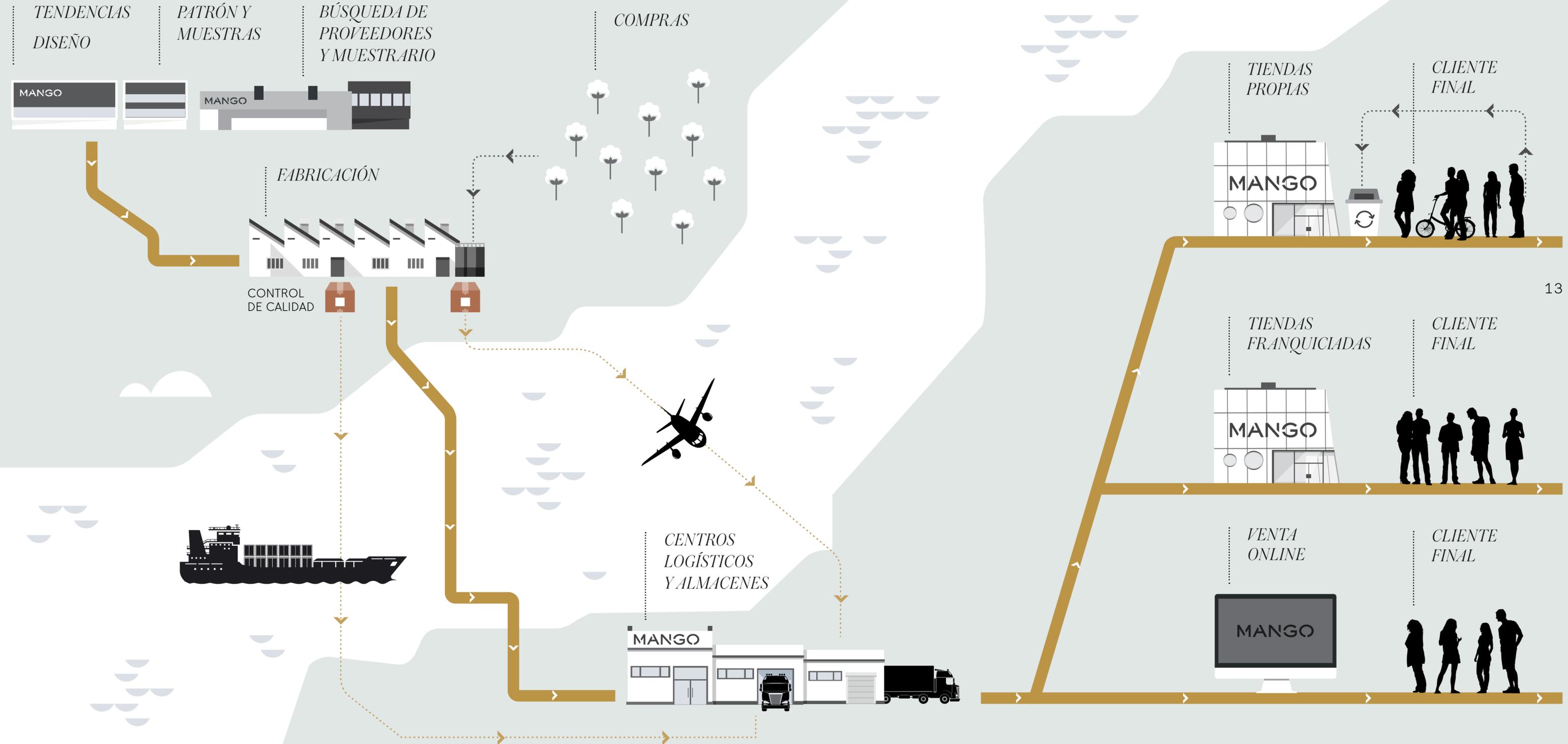
Nuestra voluntad es la de desarrollar y aplicar estos valores en todos nuestros ámbitos de influencia, tanto internos como externos.

El pasado año 2020, renovamos los valores de la compañía que reflejan nuestra esencia mediterránea, cómo queremos ser como comunidad, qué actitudes son las que más valoramos e integrarlos en nuestros procedimientos internos y en nuestra relación con nuestros colaboradores externos. Estos 5 valores son: Caring, Committed, Entrepreneurial mindset, Authentic, Culturally curious.

Todos los colaboradores han podido participar en la creación y definición de los comportamientos asociados a cada valor con actividades interactivas y focus groups. Recibimos más de 12.000 propuestas de comportamientos de colaboradores de todo el mundo en los que estamos trabajando. El objetivo es que el resultado de este trabajo se vea reflejado en todos los procesos del ciclo de vida de un colaborador: desde la atracción, pasando por la selección, su evaluación y su desempeño.



Nuestra cadena de valor





02

Acerca de la memoria y Matriz de materialidad

P. 15 | 2. 1 ALCANCE

P. 17 | 2. 2 NUESTRA RSC

P. 20 | 2. 3 GRUPOS DE INTERÉS Y MATRIZ DE MATERIALIDAD

Alcance

El periodo cubierto en la presente memoria corresponde al ejercicio 2020 cerrado a 30 de diciembre de 2020. La información corresponde al grupo consolidado MANGO formado por MANGO MNG HOLDING, S.A.U. y sociedades dependientes.

En el capítulo de "Información económica" se incluye una tabla donde se detallan todas las sociedades que conforman el perímetro de consolidación de la Memoria de Sostenibilidad 2020; por otro, lado al final del documento, se incluye un Anexo con el detalle de algunas magnitudes sobre Personas a nivel consolidado para todo el Grupo que requiere la Ley 11/2018 y que no aparecen en el apartado de "Cuestiones Sociales y Personas" de la presente memoria.

La presente memoria, es el resultado del trabajo conjunto de un gran número de profesionales de diversas áreas de la compañía y da respuesta a la Ley 11/2018 en materia de información no financiera y diversidad. Sigue las directrices de la Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad de *Global Reporting Initiative GRI Standards*, según la opción "De conformidad – Esencial". Asimismo, da respuesta a los principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas e indica los Objetivos de Desarrollo Sostenible a los cuales contribuimos con las acciones descritas.

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

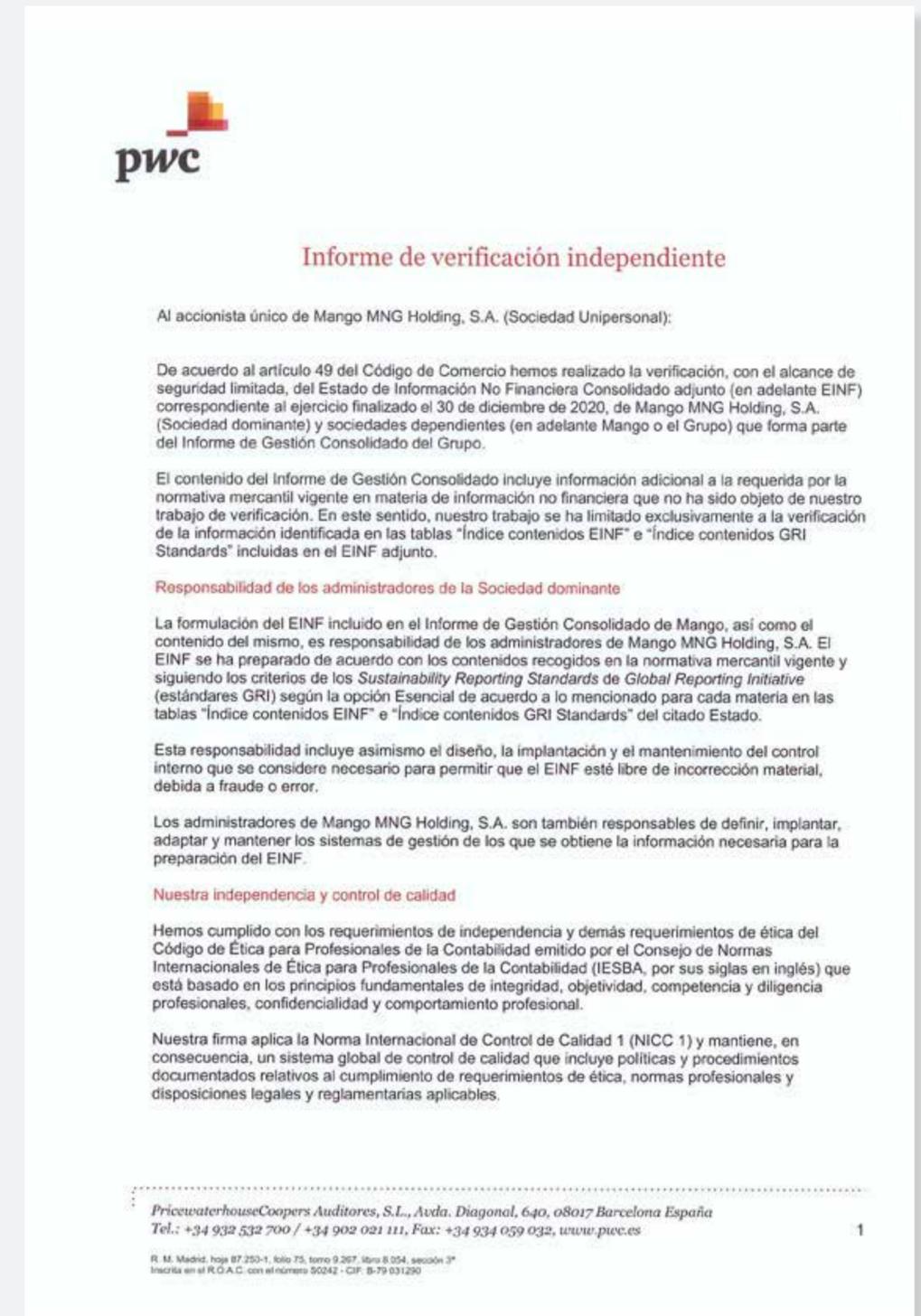
Hemos tomado la estructura marcada en la Ley 11/2018 a lo largo de los diferentes capítulos que engloba todas nuestras políticas y acciones sostenibles y medioambientales, nuestro compromiso con las personas, las acciones para asegurar los derechos humanos en nuestra cadena de valor, así como nuestro compromiso con la sociedad que marca nuestro camino hacia un desarrollo sostenible de nuestra actividad.

Todos los temas materiales para el desempeño sostenible de nuestra organización se encuentran reflejados en esta memoria, así como los indicadores establecidos en la referida guía y otros que se han desarrollado en función de las características de la compañía y las expectativas de nuestros grupos de interés. Asimismo, en el índice final de este documento, se identifican los principales ODS relacionados con las acciones expuestas en la memoria.

PricewaterhouseCoopers Auditores, S.L. ha sido la empresa externa seleccionada para llevar a cabo la verificación de la información contenida en la memoria preparada para dar respuesta a la Ley 11/2018 en materia de información no financiera y diversidad y de conformidad con los GRI Standards, según la opción "Esencial". 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 la última Memoria de Sostenibilidad/EINF de MANGO es febrero de 2020.

El informe de verificación se puede consultar a continuación:





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

Nuestra responsabilidad

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

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

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

- Reuniones con el personal de Mango para conocer el modelo de negocio, las políticas y los enfoques de gestión aplicados, los principales riesgos relacionados con esas cuestiones y obtener la información necesaria para la revisión externa.
- Análisis del alcance, relevancia e integridad de los contenidos incluidos en el EINF del ejercicio 2020 en función del análisis de materialidad realizado por Mango y descrito en el apartado "Grupos de interés y matriz de materialidad", considerando los contenidos requeridos en la normativa mercantil en vigor.
- Análisis de los procesos para recopilar y validar los datos presentados en el EINF del ejercicio 2020.
- 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 2020.
- Comprobación, mediante pruebas, en base a la selección de una muestra, de la información relativa a los contenidos incluidos en el EINF del ejercicio 2020 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 2020 de Mango correspondiente al ejercicio anual finalizado el 30 de diciembre de 2020 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

4 de marzo de 2021



Nuestra RSC

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

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

En 2020 fue aprobado el nuevo Plan de RSC 2021 como ampliación del Plan de RSC 2019, que marca fundamentalmente la hoja de ruta en relación a la sostenibilidad de la compañía y a nuestro compromiso con la cadena de suministro. En este nuevo plan se marcan proyectos y objetivos ambiciosos alineados con los pilares del Fashion Pact así como de otras iniciativas a las que estamos adheridos, para así poder ir avanzando en los objetivos comunes marcados, como empresa pero también como parte de la industria.

Nuestro modelo de sostenibilidad sigue marcado además por los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Organización de las Naciones Unidas. Por ello hemos integrado aquellos objetivos más afines y alcanzables por nuestro tipo de actividad, con la voluntad de contribuir a afrontar los grandes retos económicos, sociales y ambientales.

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

Garantizar un comportamiento ético y responsable dentro de la organización es un aspecto integral de MANGO. Con este objetivo, los distintos órganos de dirección evalúan de forma permanente los riesgos derivados de los diferentes aspectos de sostenibilidad con impacto en la actividad de MANGO tomando todas las medidas necesarias para su seguimiento y control, realizándolo de forma directa, con diálogo permanente con el resto de departamentos de la compañía. El departamento de Control Interno y Riesgos y los órganos de gobierno también analizan los posibles riesgos en materia de corrupción y trabajan para evitar que se produzcan este tipo de situaciones. Este departamento dispone de controles preventivos y reactivos, con la finalidad de evaluar la situación y poder implementar medidas de control en aquellas áreas que se crea conveniente.

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 medioambiente.



Nuestra RSC

CÓDIGO ÉTICO Y DE CONDUCTAS RESPONSABLES

Todos nuestros compromisos, así como los valores de MANGO, quedan reflejados en el Código Ético y de Conductas Responsables de MANGO y están integrados en la estrategia empresarial, incluyéndose en los objetivos y planes de acción con el fin de velar por la rentabilidad y la sostenibilidad del negocio en el tiempo. En este documento se recogen todos los recursos necesarios para actuar y tomar las decisiones correctas en cada momento, siguiendo los principios y valores que debemos tener presentes en nuestra actividad comercial.

Describe los principios de negocio responsable en cuanto a:

01 CONDICIONES LABORALES

02 SEGURIDAD Y SALUD

03 IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

04 DESARROLLO PROFESIONAL

05 RELACIÓN CON TERCEROS

06 COMPETENCIA LEAL

07 PROPIEDAD INTELECTUAL E INDUSTRIAL

08 RESPETO POR LAS POLÍTICAS Y NORMATIVAS LEGALES

09 PROTECCIÓN DE DATOS Y PRIVACIDAD

10 MEDIOAMBIENTE Y SOSTENIBILIDAD

II 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 del grupo MANGO están comprometidos a mantener y demostrar una conducta ética, transparente e íntegra.

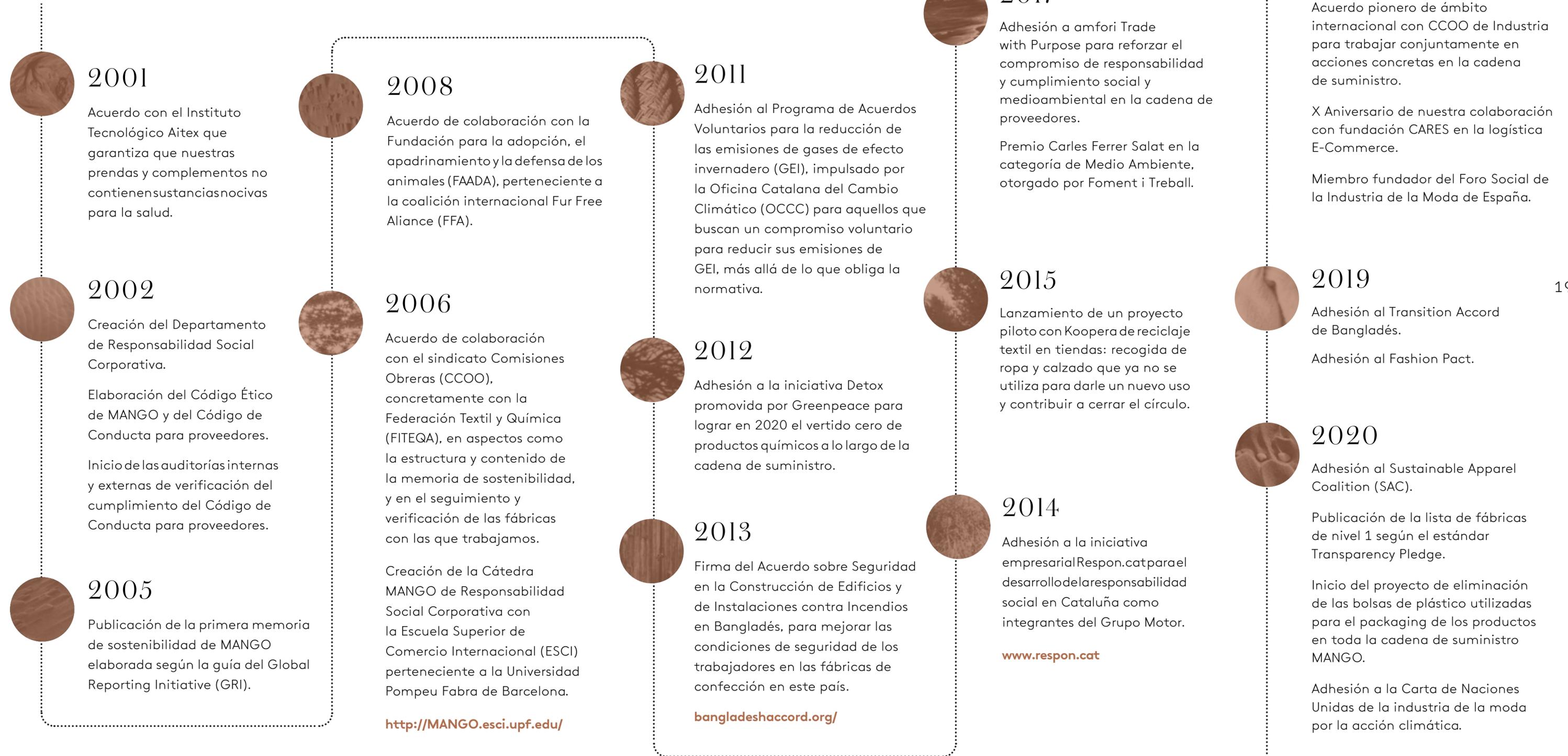
Por este motivo, ante cualquier situación que conlleve un comportamiento no ético o disconforme con el mencionado Código, existe un canal de comunicación para la correcta gestión de las posibles denuncias, dudas o comentarios que puedan surgir. En caso de detectarse un incumplimiento, el incidente se gestiona con el área afectada, y si se precisa, se colabora con el área de Legal.

En 2020 se recibieron 6 consultas (en 2019: 5), relacionadas con temas de políticas internas, desarrollo profesional y comportamientos éticos. Todas ellas fueron gestionadas y resueltas con la colaboración de los departamentos correspondientes.

El Código Ético está a disposición de todos los empleados de la organización, de los colaboradores externos y socios comerciales, que se puede consultar a través de la web corporativa.

Nuestra RSC

NUESTRA RESPONSABILIDAD Y ALIANZAS



Grupos de interés y Matriz de materialidad

GRUPOS DE INTERÉS



CLIENTES

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

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

Ahora más que nunca queremos fomentar la comunicación con nuestros clientes para conocer de primera mano sus necesidades, expectativas e inquietudes.



EMPLEADOS

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

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



FRANQUICIADOS

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

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

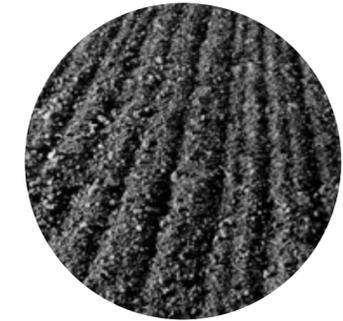
MANGO ha crecido de la mano de sus franquiciados, llegando a ser una de las empresas franquiciadoras de mayor importancia a nivel internacional.



PROVEEDORES

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.

La formación y el apoyo permanente de los diferentes equipos son claves para una adecuada gestión de la cadena, que garantice un producto de calidad y comprometido con la responsabilidad social.



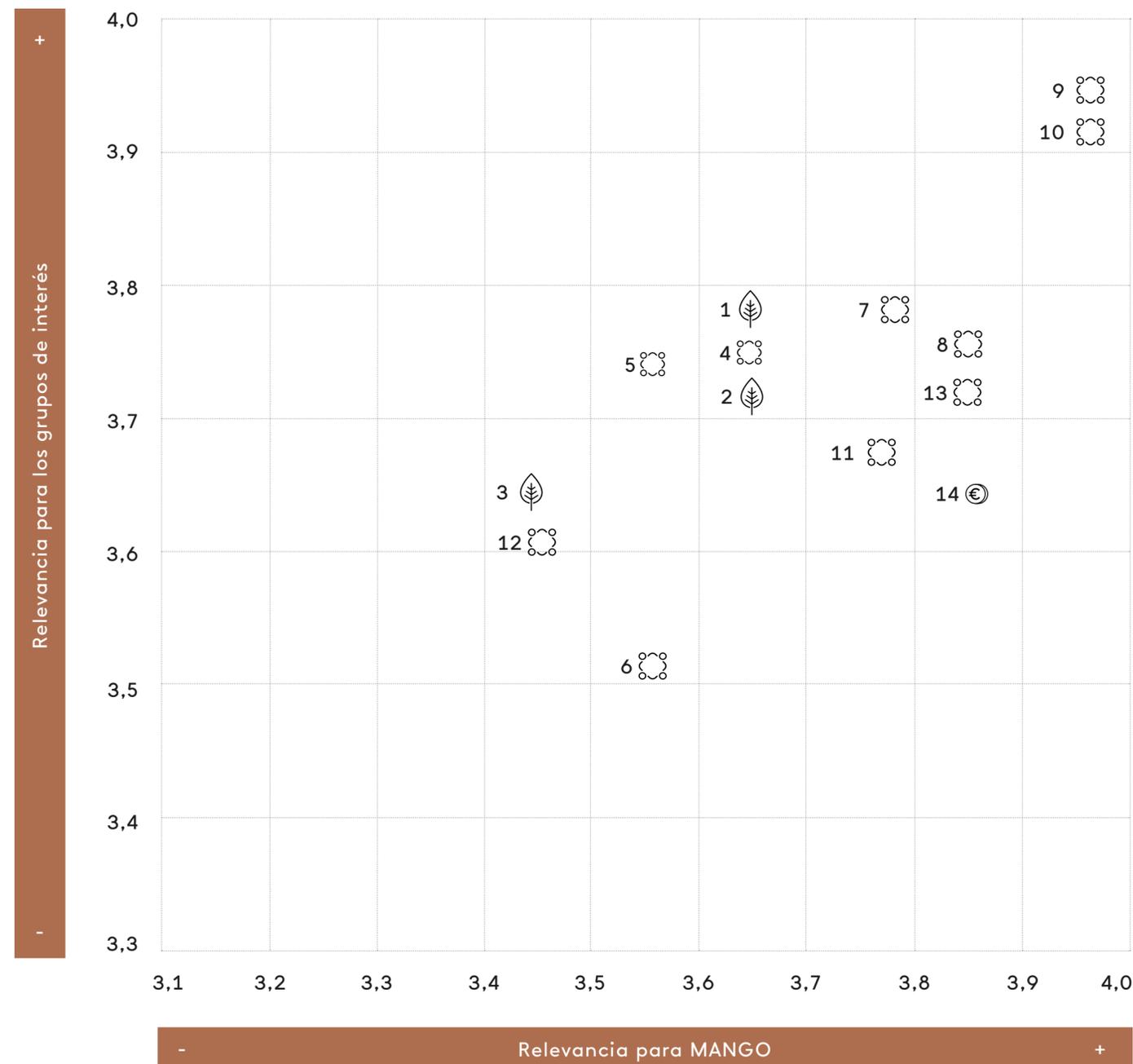
SOCIEDAD Y OTROS AGENTES SOCIALES

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

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

Grupos de interés y Matriz de materialidad

MATRIZ DE MATERIALIDAD



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

DESEMPEÑO SOCIAL Y LABORAL	MANGO	GRUPOS DE INTERÉS ¹
⚙️ 4 Empleo/Ocupación	3,64	3,72
⚙️ 5 Salud y seguridad en el trabajo	3,50	3,74
⚙️ 6 Formación y enseñanza	3,57	3,50
⚙️ 7 Diversidad e igualdad de oportunidades	3,79	3,79
⚙️ 8 No discriminación	3,86	3,78
⚙️ 9 Trabajo infantil	3,93	3,92
⚙️ 10 Trabajo forzoso u obligatorio	3,93	3,92
⚙️ 11 Evaluación de los derechos humanos	3,79	3,67
⚙️ 12 Evaluación social de los proveedores	3,43	3,60
⚙️ 13 Salud y seguridad de los clientes	3,86	3,74

TEMAS ECONÓMICOS Y DE BUEN GOBIERNO	MANGO	GRUPOS DE INTERÉS ¹
€ 14 Anticorrupción	3,86	3,62

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

Grupos de interés y Matriz de materialidad

La materialidad es el resultado de la evaluación de las demandas y expectativas de los grupos de interés de la organización. Es un concepto clave, no sólo de cara al reporte sino de cara a 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 temas que reflejen los impactos significativos económicos, ambientales y sociales de la organización, y que influyan sustancialmente en las valoraciones y decisiones de los grupos de interés. Es decir, el principio de materialidad determina cuáles son los temas y sus respectivos indicadores que debe incluir el informe y en los cuales se debería focalizar la empresa para su gestión e información. El principio de inclusión de los grupos de interés establece que la organización informante debe identificar sus grupos de interés y explicar cómo ha dado respuesta a sus expectativas e intereses. El análisis de materialidad permite cumplir ambos principios.

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

La metodología y las acciones desarrolladas están alineadas con los Estándares GRI y las normas AA1000 APS 2998 y AA1000SES 2015.

Procedimiento:

1. Encuesta online a los grupos de interés:

La encuesta online se envió a los siguientes grupos de interés: empleados/as, clientes, proveedores y empresas subcontratadas y equipo directivo.

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

Para el análisis estadístico se han ponderado las respuestas según grupo de interés para dar una visión de conjunto más coherente y acorde con la realidad de MANGO. El peso de cada grupo viene determinado por la influencia que el grupo ejerce en el desempeño económico, social y ambiental de MANGO, y el nivel en el que se ve afectado por el desempeño de la organización.

2. Identificación, Priorización y Validación de los resultados.

Dadas las características especiales acontecidas a lo largo de 2020 y en vista a los cambios que presumiblemente van a darse dentro de la industria y del sector textil en particular, se procederá a la elaboración de una nueva matriz a mediados del próximo año que es cuando se supondrá una situación más estable que permita establecer nuevos aspectos materiales para la estrategia y acción empresarial de la compañía. Así pues, en la presente memoria se ha reportado sobre los aspectos materiales que ya establecimos en la anterior.

Grupos de interés y Matriz de materialidad

01. Identificación

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

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

FUENTES DE INFORMACIÓN *EXTERNAS*

Estándares GRI del Global Reporting Initiative.

Sustainability Topics for Sectors: What do stakeholders want to know? del Global Reporting Initiative.

Sustainability — what matters? de Governance & Accountability Institute, INC.

Sustainability Accounting Standards Board. Materiality Map.

Robeco Sam: The Sustainability Yearbook 2019.

Estudio de benchmarking de otras empresas del sector.

FUENTES DE INFORMACIÓN *INTERNAS*

Resultados de anteriores análisis de materialidad.



Grupos de interés y Matriz de materialidad

02. Priorización

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

PERSPECTIVA INTERNA

(PERSONAS INFLUYENTES EN LA TOMA DE DECISIONES DE MANGO)

PERSPECTIVA EXTERNA

(GRUPOS DE INTERÉS)

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



Grupos de interés y Matriz de materialidad

03. Validación

En esta fase se evaluaron todos los temas materiales identificados previamente de acuerdo con el principio de exhaustividad.

Para asegurar que la materialidad refleja de manera razonable y equilibrada el desempeño de MANGO en materia de sostenibilidad, tanto de sus impactos positivos como negativos, se analizó en detalle los resultados obtenidos y se consideró añadir como temas materiales los siguientes:

- › Reducción y uso razonable de los productos químicos” está incluido dentro del tema de “Salud y seguridad de los clientes” (29), que es un tema material para la compañía.
- › En el tema material “Emisiones” se reportará también la información cuantitativa relativa a consumos energéticos, dando respuesta además al contenido que requiere la Ley.
- › Más allá de los temas materiales, se dará información cualitativa sobre la Huella hídrica de los productos, sobre Bienestar animal y sobre Comunidades locales (Acción Social y Cátedra RSC)
- › Con relación al desempeño económico, se reportarán las magnitudes económicas para dar respuesta al indicador GRI 102-7 sobre tamaño de la organización, pero no los indicadores GRI específicos en este ámbito.





03 El modelo de sostenibilidad

P. 28 |
3.1. CUESTIONES
MEDIOAMBIENTALES

P. 61 |
3.2. CUESTIONES
SOCIALES Y PERSONAS

P. 83 |
3.3 DERECHOS HUMANOS
Y CADENA DE SUMINISTRO

P. 99 |
3.4. SOCIEDAD

El mundo actual está en proceso de cambio hacia modelos de negocio más transparentes, sostenibles y responsables, y MANGO también.

Esta transición la tomamos como una oportunidad para adaptarnos hacia un modelo de negocio más sostenible de manera transversal en todas las áreas de influencia de la empresa. Trabajar hacia este compromiso y ser una compañía “Committed” forma parte de nuestra filosofía de empresa.

Cuestiones medioambientales

MANGO es consciente de los riesgos climáticos e impactos ambientales vinculados a su negocio y producto y reconoce la importancia de tener en cuenta estos riesgos tanto a corto, medio y largo plazo en todos los países donde tiene actividad. Consecuentemente, MANGO trabaja para incorporar estos aspectos en los proyectos y estrategia de sostenibilidad de la empresa.

MANGO cuenta con un sistema de gestión ambiental interno que centraliza la gestión de cuestiones ambientales y de sostenibilidad a través del departamento de Responsabilidad Social Corporativa (RSC). El departamento de RSC actúa como eje central para la coordinación de estos temas de manera transversal en la empresa con la coordinación y colaboración de todos los departamentos necesarios. MANGO cuenta con un equipo de siete personas que trabajan para el seguimiento y evaluación de los objetivos de sostenibilidad de la empresa y la implantación de los proyectos correspondientes. Además, este equipo se encarga de identificar los riesgos ambientales asociados a la actividad de la empresa en toda la cadena de valor y de gestionarlos. Los riesgos ambientales se identifican a través de la monitorización de indicadores de rendimiento y sostenibilidad de la empresa, 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.



Cuestiones medioambientales

POLÍTICA DE SOSTENIBILIDAD

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



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



Cumplimiento de legislación.



Fomentar proyectos de desarrollo sostenible en todos los ámbitos de actuación de la empresa (materiales, procesos de producción, ecoeficiencia en instalaciones, emisiones, etc.).



Establecer procedimientos de evaluación e indicadores de desempeño ambiental.



Mantener vías de comunicación y colaboración con todos los grupos de interés y comunicar de manera transparente, interna y externamente, las prácticas y resultados de proyectos de sostenibilidad de la empresa.

Cuestiones medioambientales

HACIA LA TRANSFORMACIÓN DE LA INDUSTRIA TEXTIL

AVANZAMOS CON EL FASHION PACT

En octubre 2019, MANGO reafirmó su compromiso con el medio ambiente y la sostenibilidad al unirse al Fashion Pact. El Fashion Pact es el primer gran movimiento global en la industria de la moda para unir fuerzas y trabajar conjuntamente para afrontar el cambio climático y la ruta hacia una industria textil más sostenible. La coalición, de la que ya forman parte más de 60 compañías de la industria textil, tiene como objetivo trabajar de manera colectiva para minimizar el impacto ambiental de la industria textil y de la moda. La pandemia del Covid-19 ha reforzado la evidencia de que el trabajo y la acción colectiva son más importantes que nunca.

El Fashion Pact se centra en tres pilares: Clima, Biodiversidad y Océanos. Estos tres pilares están integrados en los 4 pilares del Plan Estratégico de RSC y Sostenibilidad a 2021. De esta manera MANGO alinea los objetivos a corto plazo del Plan Estratégico de RSC y Sostenibilidad con los objetivos a largo plazo de industria textil marcados por el Fashion Pact.

En este primer año del Fashion Pact se han asentado las bases de conocimiento y marcos de trabajo para los tres pilares y consecuentemente se han marcado objetivos con KPIs tangibles para seguir el progreso de esta gran coalición.

La biodiversidad se ha identificado como un pilar crítico que hay que priorizar y trabajar. Para avanzar en este área se organizaron fórums y webinars con los signatarios y expertos líderes en temas de biodiversidad para asegurar una base común de conocimiento entre todos los miembros.

PILARES DEL FASHION PACT

CLIMA

Implementar objetivos basados en la ciencia (SBTi) para alcanzar cero neto emisiones 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% energía renovable en operaciones propias en 2030.

BIODIVERSIDAD

Desarrollar e implementar estrategias y objetivos basados en la ciencia (SBTi) para la naturaleza, para marcar planes individuales de biodiversidad que protejan los ecosistemas y apoyen la gestión sostenible de los bosques y la cero 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.

Cuestiones medioambientales

**COMPROMETIDOS CON LA CARTA DE LA INDUSTRIA DE LA MODA PARA LA ACCIÓN CLIMÁTICA DE LAS NACIONES UNIDAS**

En línea con los compromisos adquiridos por el Fashion Pact, en octubre 2020 MANGO firmó la Carta de la Industria de la Moda para la Acción Climática de las Naciones Unidas, que concentra 16 principios para avanzar de manera conjunta para reducir el impacto de esta industria en el cambio climático. Estos principios, enfocados a la lucha contra el cambio climático, incluyen objetivos como la reducción de un 30% de las emisiones GEI en 2030 o la priorización del uso de materiales de bajo impacto ambiental.

Cuestiones medioambientales

NUESTRA HOJA DE RUTA HACIA UNA EMPRESA MÁS SOSTENIBLE CON MENOR IMPACTO AMBIENTAL

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

Este plan a corto plazo, de 2020-2021, marcó la hoja de ruta y las directrices a seguir para afianzar criterios de sostenibilidad de manera transversal en toda la empresa. A pesar de los contratiempos del año 2020 debido a la pandemia mundial del Covid-19, la sostenibilidad se ha seguido priorizando como pilar estratégico del negocio y se hizo una ampliación hacia un plan más ambicioso. Con los proyectos y acciones planteados en este nuevo plan, MANGO pone en práctica el principio de precaución tomando medidas concretas para controlar el impacto ambiental de su actividad.

Con esta última ampliación, el Plan RSC de Sostenibilidad 2021 se ha concentrado en 4 pilares. Estos bloques son transversales y aplican a toda la actividad de la empresa desde el diseño y producción de prendas, hasta la logística de éstas y su canal de venta, sea tienda física u online. Cada bloque consta de un objetivo general y una serie de proyectos e iniciativas para avanzar hacia dicho objetivo:

PLAN DE SOSTENIBILIDAD 2021

PILAR 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.

PILAR 3

ECONOMÍA CIRCULAR

OBJETIVO

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

PILAR 2

CLIMA Y BIODIVERSIDAD

OBJETIVO

Reducir nuestro impacto 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.

PILAR 4

TRAZABILIDAD Y TRANSPARENCIA

Trabajar hacia la trazabilidad de nuestra cadena de producción incluyendo el uso de materiales y comunicar de manera clara y transparente nuestro impacto.

Cuestiones medioambientales

PILAR I: COLECCIÓN SOSTENIBLE

PILAR 1

COLECCIÓN SOSTENIBLE

Trabajamos prenda a prenda, hacia un futuro de la moda más responsable y sostenible fomentando en nuestra colección el uso de fibras y procesos productivos de menor impacto ambiental. El objetivo de la empresa es ir aumentando la proporción de fibras sostenibles en todas sus colecciones y líneas.

En línea con este compromiso, MANGO tiene 3 objetivos de fibras sostenibles que se concentran en las fibras más utilizadas en sus colecciones: algodón, poliéster y fibras celulósicas (viscosa, Lyocell, etc.).

OBJETIVOS DE FIBRAS

100%

ALGODÓN SOSTENIBLE
ANTES DE 2025

50%

POLIÉSTER RECICLADO
ANTES DE 2025

100%

*FIBRAS CELULÓSICAS
DE ORIGEN CONTROLADO*
ANTES DE 2030

Cuestiones medioambientales

PILAR I: COLECCIÓN SOSTENIBLE

ALGODÓN SOSTENIBLE

OBJETIVO

100%

ALGODÓN SOSTENIBLE ANTES DE 2025

2019

20%

ALGODÓN SOSTENIBLE

2020

64%

ALGODÓN SOSTENIBLE

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

A finales de 2020, el 64% de las prendas MANGO con composición principal de algodón provienen de fuentes de origen sostenible. Esto incluye el uso de algodón orgánico, algodón reciclado y el apoyo a algodón BCI (Better Cotton Initiative). Esto significa cumplir previsiones y triplicar el dato con respecto al de 2019.

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 nivel global. Al unirse a esta iniciativa, MANGO se compromete a apoyar las buenas prácticas dentro del sector algodonero y promover la adquisición de algodón cultivado de manera más sostenible.

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

ORÍGENES DE ALGODÓN BCI

Como miembro de BCI, en 2020, MANGO apoyó el cultivo de algodón BCI a través de más de 5.200 toneladas de algodón BCI.

Los principales países de donde provienen los créditos de algodón BCI son Pakistán, Turquía y China. En proximidad destaca algodón procedente de España y Portugal.

ALGODÓN ORGÁNICO

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

ALGODÓN RECICLADO

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

34

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.

Cuestiones medioambientales

PILAR I: COLECCIÓN SOSTENIBLE

POLIÉSTER RECICLADO

OBJETIVO

50%

POLIÉSTER RECICLADO
ANTES DE 2025

2019

3%

*POLIÉSTER
RECICLADO*

2020

19%

*POLIÉSTER
RECICLADO*

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

En 2020 el 19% del poliéster en el tejido principal de las prendas MANGO fue poliéster reciclado. De esta manera MANGO aumentó exponencialmente el uso de poliéster reciclado en comparación con 2019.



Cuestiones medioambientales

PILAR I: COLECCIÓN SOSTENIBLE

FIBRAS CELULÓSICAS

OBJETIVO

100%

FIBRAS CELULÓSICAS DE ORIGEN CONTROLADO

ANTES DE 2030

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

En 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 2020 el 13 % de las fibras celulósicas en el tejido principal de MANGO eran de origen controlado a través de certificados de trazabilidad como FSC (Forest Stewardship Council) o de marca registrada como LENZING. El uso de fibras celulósicas de origen controlado casi dobló en 2020.

2019

7%

FIBRAS
CELULÓSICAS
DE ORIGEN
CONTROLADO

2020

13%

FIBRAS
CELULÓSICAS
DE ORIGEN
CONTROLADO



Cuestiones medioambientales

PILAR I: COLECCIÓN SOSTENIBLE

MATERIALES DE LA COLECCIÓN MANGO

2020

38.754 T

*MATERIALES UTILIZADOS**

(2019: 39.591T)

FIBRAS NATURALES VS. SINTÉTICAS

14,5%

FIBRAS SINTÉTICAS RECICLADAS

15,8%

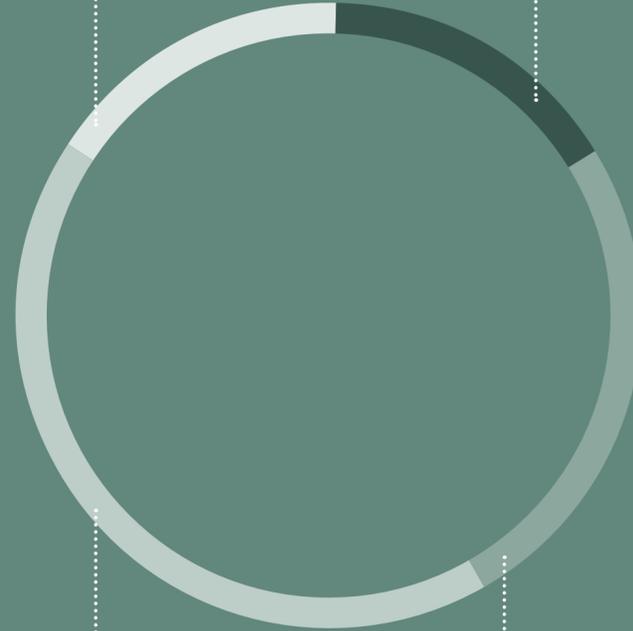
FIBRAS ORIGEN NATURAL

43,4%

FIBRAS SINTÉTICAS

26,3%

FIBRAS ORIGEN NATURAL SOSTENIBLE



* Tejidos, fornituras, materiales de calzado, metales, etc. de todas las colecciones y líneas MANGO

Cuestiones medioambientales

PILAR I: COLECCIÓN SOSTENIBLE

MANGO COMMITTED

El lanzamiento de la primera colección de moda MANGO Committed en 2017 representó el primer paso de MANGO hacia el compromiso de ir avanzando hacia una moda más sostenible y reducir el impacto ambiental de nuestra colección.

Lo que empezó siendo colecciones cápsula de campaña se ha convertido en criterio global en la colección general con el objetivo de ir aumentando la presencia de todo tipo de fibras sostenibles en todas sus líneas.

¿QUÉ ES UNA PRENDA COMMITTED?

Todas las prendas MANGO producidas con un mínimo de características sostenibles se etiquetan bajo el nombre Committed.

Para que una prenda se etiqueta como Committed se tiene que cumplir como mínimo una de las siguientes dos opciones:

01 Contiene un mínimo de 30% de fibras de menor impacto ambiental en su tejido principal. El contenido de fibra sostenible está certificado según estándares internacionales.

02 Se ha producido con procesos de producción de menor impacto ambiental dentro de una de las siguientes categorías reportando ahorro de agua, ahorro de emisiones/energía o bien reducción en el uso de sustancias químicas.

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

En 2020 MANGO produjo 47 millones de prendas con características sostenibles que se etiquetaron como Committed. Esto supone un 40% de toda la producción MANGO incluyendo todas sus líneas.

Todas las prendas MANGO con características sostenibles se etiquetan bajo el nombre



EVOLUCIÓN DEL PESO DE LA COLECCIÓN COMMITTED SOBRE EL TOTAL DE UNIDADES

2018



6%

9 MILLONES DE UNIDADES

2019



12%

19 MILLONES DE UNIDADES

2020



40%

47 MILLONES DE UNIDADES

Cuestiones medioambientales

PILAR I: COLECCIÓN SOSTENIBLE

MANGO SE UNE AL SUSTAINABLE APPAREL COALITION (SAC)

En 2020 MANGO se unió al Sustainable Apparel Coalition (SAC). Con esta nueva colaboración MANGO se compromete a evaluar el impacto ambiental de su cadena de suministro utilizando el conjunto de herramientas de medición de sostenibilidad del SAC: el Higg Index.

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

Con la implementación y uso de las herramientas del Higg Index, MANGO pretende ampliar la evaluación de su colección sostenible y las fábricas de estas colecciones para seguir identificando áreas de mejora para reducir el impacto ambiental de la colección. En 2021 MANGO espera poder evaluar un mínimo de 25% de las fábricas de producción de su cadena utilizando las herramientas del Higg Index.

Por otro lado, las herramientas del Higg Index también proporcionan a MANGO la oportunidad de estimar el impacto ambiental de sus prendas a través del nuevo "Product Module". Con esta nueva herramienta MANGO espera poder evaluar el impacto ambiental de familias clave de su colección para poder marcar objetivos de reducción de impacto ambiental.



Cuestiones medioambientales

PILAR I: COLECCIÓN SOSTENIBLE

ESTUDIO DE LA HUELLA HÍDRICA DE UN PANTALÓN DENIM ESTÁNDAR MANGO

Según el estudio de la Cátedra MANGO de RSC, Cálculo de la Huella Hídrica de pantalón denim, con la colaboración de la Cátedra UNESCO de Ciclo de Vida y Cambio Climático en 2017, la producción de un pantalón denim estándar MANGO en Marruecos consume 1,71 m³ (1.700 L) de agua teniendo en cuenta desde el cultivo del algodón hasta la llegada del pantalón a tienda.

En 2021 MANGO retomará el estudio y en esta ocasión se realizará el cálculo y la comparación de la huella hídrica de un pantalón denim convencional con la huella hídrica de uno producido con materiales de menor impacto ambiental, como por ejemplo algodón orgánico. Según el estudio inicial, el mayor consumo de agua para la producción de un pantalón denim proviene de la fase de cultivo de algodón a quien se le atribuye alrededor de un 69% de la huella hídrica; en segundo lugar, los procesos de acabado y lavado del proceso de producción de unos pantalones denim son responsables por aproximadamente el 21% de su huella hídrica. El resto del consumo viene dado por la producción del tejido, el corte y empaquetado.

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



CÁTEDRA DE MANGO



Cuestiones medioambientales

PILAR I: COLECCIÓN SOSTENIBLE

REDUCCIÓN DEL IMPACTO DEL DENIM DE MANGO

El equipo de Denim de MANGO prioriza el uso de fibras sostenibles y la colaboración con proveedores que pueda 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 2020 el 96% 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 algodón sostenible como algodón BCI, algodón orgánico o algodón reciclado. Con el uso de estas técnicas MANGO ha reducido de media un 24% el consumo de agua en los procesos de acabado y lavado del denim.

2020

96%

DENIM DE MANGO
ETIQUETADO
COMO COMMITTED

↓ 24%

REDUCCIÓN MEDIA DE CONSUMO DE AGUA EN LOS PROCESOS DE ACABADO Y LAVADO DEL DENIM

COMPROMISO DETOX

La iniciativa DETOX de Greenpeace tiene como objetivo desafiar a las mejores marcas textiles para hacer los cambios necesarios, junto a sus proveedores, para eliminar las sustancias peligrosas a lo largo de la cadena de suministro de su producto antes de 2020. MANGO está comprometido con esta iniciativa desde diciembre 2012.

MANGO seguirá implementando el estándar de sustancias nocivas en sus productos y continuará con el muestreo de aguas de procesos húmedos en los procesos de producción de su cadena de suministro.



Cuestiones medioambientales

PILAR 2: CLIMA Y BIODIVERSIDAD

PILAR 2

CLIMA Y BIODIVERSIDAD

EMISIONES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO (GEI)

Dada la actividad de MANGO a nivel mundial, y conocedores de nuestro impacto ambiental, calculamos anualmente la huella de carbono de la empresa, incluyendo tanto las emisiones directas como indirectas.

Con el objetivo de alinear nuestro compromiso con el medioambiente y el clima a los objetivos internacionales, MANGO se unió al Fashion Pact en 2019 en el que se establece que los signatarios se comprometen reducir un 30% las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) para 2030. Por otro lado, en 2020, MANGO también firmó el Fashion Charter for Climate Action de la UNFCCC donde se establece alcanzar las cero emisiones netas para 2050. Ambas iniciativas indican el uso de los Science Based Targets (SBTi) para alcanzar dichos objetivos.

Por lo tanto, enmarcado en estas dos iniciativas, en 2020 MANGO ha llevado a cabo una exhaustiva revisión de la herramienta de cálculo de emisiones a través de una consultora externa y a principios de 2021 marcará objetivos de reducción de emisiones GEI en base a la metodología del protocolo de gases de efecto invernadero (GEI) y los SBTi.

CÁLCULO DE LA HUELLA DE CARBONO Y LA INICIATIVA SBT (SCIENCE BASED TARGETS)

La Science Based Targets Initiative es una iniciativa conjunta de Carbon Disclosure Project, United Nations Global Compact, World Resources Institute, World Wild Fund nacida en 2015 cuyo objetivo es aumentar la ambición corporativa en la acción climática cambiando la conversación sobre el establecimiento de objetivos de reducción de emisiones de GEI con la expectativa de que el sector privado establezca objetivos coherentes con el nivel de descarbonización requerido por la ciencia para limitar el calentamiento a menos de 1,5 °C / WB 2 °C en comparación con las temperaturas preindustriales.

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. Los SBT brindan a las empresas una visión clara de dónde deben estar en el futuro, desafiándolas a transformar su negocio y ayudar a crear una economía baja en carbono donde puedan prosperar.

Para este año de reporte, MANGO ha llevado a cabo un exhaustivo análisis y cálculo de todas las posibles fuentes de emisión asociadas a su negocio incluyendo alcances 1, 2, y 3.

ALCANCE 1

Emisiones directas asociadas a la actividad de la empresa.

ALCANCE 2

Emisiones indirectas asociadas al consumo de energía de la empresa.

ALCANCE 3

Emisiones indirectas a lo largo de toda la cadena de valor que no emite la empresa directamente.

Cuestiones medioambientales

PILAR 2: CLIMA Y BIODIVERSIDAD

Para el cálculo de los tres alcances se han utilizado datos primarios en la medida de lo posible y se ha optado por datos secundarios (económicos) y/o estimaciones siempre que fuera necesario, para poder conocer el peso de cada categoría y que esto permita definir áreas de foco en las que centrar los esfuerzos de reducción a futuro. Se han utilizado fuentes de conocida reputación para la selección de los factores de emisión como la IEA para el caso de la energía, SAC MSI para las emisiones asociadas a tejidos y manufactura de prendas, CEDA 5.0 para la adquisición de bienes y servicios, DEFRA, MITECO o Ecoinvent.



Las categorías de Alcance 1, 2, y 3 relevantes a la actividad de MANGO son las siguientes:

ALCANCE 1

FUENTES DE EMISIÓN

Gas natural, combustión móvil, flota propia de vehículos y gases refrigerantes en oficinas almacenes y tiendas propias

ALCANCE 2

FUENTES DE EMISIÓN

Consumo de electricidad en oficinas, almacenes y tiendas propias

43

ALCANCE 3

FUENTES DE EMISIÓN

- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> Adquisición de bienes y servicios Bienes Captales Actividades relacionadas con la producción de energía (no incluidas en alcance 1 ó 2) Transporte y distribución aguas arriba Residuos generados durante la operación Viajes de trabajo | <ul style="list-style-type: none"> Desplazamientos casa-trabajo-casa de los empleados 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 Franquicias |
|---|---|



Cuestiones medioambientales

PILAR 2: CLIMA Y BIODIVERSIDAD

RESULTADOS DE EMISIONES GEI (TCO₂E)

Conviene señalar que, si bien las emisiones totales del Alcance 3 aumentan muy notablemente con respecto años anteriores es debido al aumento de la cobertura de categorías descritas en la tabla de Fuentes y Categorías de Emisión según el GHG Protocol. Las emisiones de Alcance 2 se ven reducidas al haberse recategorizado las emisiones provenientes de tiendas franquiciadas (principalmente debido al uso de luz y aire acondicionado) como Alcance 3 a fin de alinearlos con lo indicado en el GHG Protocol siguiendo un enfoque operacional. Debido a esto, no es posible comparar los datos de emisiones de CO₂e entre los años 2019 y 2020.

EMISIONES GEI 2020 TCO₂E*

2020

ALCANCE 1

2.290

ALCANCE 2

31.216

ALCANCE 3

1.511.696

*TOTAL
EMISIONES
GEI*

1.545.202

* Los datos de 2019 (Alcance 1: 1.650 TCO₂E, Alcance 2: 98.414 TCO₂E, Alcance 3: 279.203 TCO₂ E, total 2019: 379.267 TCO₂E), no son comparables a los de 2020 debido al aumento de la cobertura de las categorías descritas según la nueva metodología utilizada (GHG Protocol y SBTi).

Cuestiones medioambientales

PILAR 2: CLIMA Y BIODIVERSIDAD

COMPRA DE ENERGÍA RENOVABLE

Este año 2020, el 100% de la energía eléctrica consumida en la sede, almacenes, y tiendas propias en España de MANGO ha sido energía renovable. Esto equivale a unos 62.780 MWh con garantía de origen renovable.

Por otro lado, en 2020, el consumo de la mayoría de las tiendas propias del Reino Unido también disponían de certificado de origen renovable. En 2020 el consumo eléctrico de tiendas propias en el Reino Unido representa aproximadamente 2.377 MWh de electricidad con garantía de origen renovable.

Además, se ha realizado la compra de energía verde para el 2021 en los países europeos donde MANGO dispone de más tiendas y/o más volumen de consumo de energía. De esta manera, se han comprado más de 90 GWh (90.000 MWh) de energía verde para 2021 en más de una docena de países.

COMPENSACIÓN DE EMISIONES

Desde 2009, compensamos las emisiones generadas en nuestras oficinas y derivadas del transporte de personal. Escogemos proyectos de compensación cercanos a nuestras áreas de producción para así estimular el desarrollo sostenible en nuestras zonas de influencia.

Las últimas emisiones compensadas corresponden al cálculo de la huella de carbono de 2019 realizada en 2020. Las emisiones compensadas ascienden a 17.449,63 tCO₂e. Estas fueron compensadas colaborando en el proyecto descrito a continuación:

17.450

TCO₂E

EMISIONES COMPENSADAS

(2019: 20.990)

100%

*ENERGÍA
ELÉCTRICA
RENOVABLE*

SEDE, ALMACENES
Y TIENDAS PROPIAS
ESPAÑA

CENTRALES HIDROELÉCTRICAS EN SARIGÜZEL, TURQUÍA

Este proyecto consta de dos centrales hidroeléctricas que se encuentran en Sarigüzel, localizado en la provincia de Kahramanmaras, Turquía. Estas centrales tienen una capacidad total de 102,54 MW. Gracias a estas centrales de energía renovable se logrará la reducción de 185.811 tCO₂e que habrían sido emitidas por centrales eléctricas de combustión fósil.

Este proyecto está acreditado con la Certificación de Compensación Clean CO₂ según el Verified Carbon Standard.

Cuestiones medioambientales

PILAR 2: CLIMA Y BIODIVERSIDAD

REDUCIR NUESTRO IMPACTO A LO LARGO DE NUESTRA CADENA DE DISTRIBUCIÓN

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 de ser 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, Escalabilidad.

Nuestra cadena de producción y suministro global no solo 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 de plásticos, optimización de embalajes provenientes de origen y de nuestro canal online, y optimización de envíos y expediciones.

HACIA EL *ZERO WASTE*

ELIMINACIÓN DE LA BOLSA POLYBAG DE PLÁSTICO

Uno de los proyectos estratégicos de 2020 para avanzar en nuestro compromiso con la sostenibilidad es la sustitución de las bolsas (polybags) de plástico por bolsas de papel a lo largo de toda la cadena de suministro.

El objetivo de la empresa es eliminar, de manera progresiva y en colaboración con nuestros proveedores, 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 de empresa transversal y de grandes magnitudes que eliminará progresivamente 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.

¿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 utilizarán 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.

Cuestiones medioambientales

PILAR 2: CLIMA Y BIODIVERSIDAD

ESTANDARIZACIÓN DE CAJAS EN ORIGEN

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

En consecuencia, se optimiza el contenido de las cajas favoreciendo así un transporte más eficiente. De esta manera, aseguramos que no contribuyen a la deforestación o a la tala ilegal de árboles.

La primera fase de este proyecto ya se implantó con éxito en China y Bangladés en 2019, y en 2020 se ha llevado la expansión del proyecto a Turquía, Myanmar, Pakistán y Vietnam.

Con esta estandarización MANGO ha reducido a tres sus tipos de caja lo cual ha conseguido mejorar la eficiencia tanto en la recepción como en la expedición gracias a una mejora de la densidad al aprovechar mejor los contenedores.

Por otro lado, esta estandarización permite aumentar el reutilizado de cajas recibidas de proveedores para las expediciones a tiendas. En 2020 se reutilizaron el 54% de las cajas provenientes de proveedores en origen para expediciones a tiendas.

MANGO prevé seguir con la estandarización de cajas de origen en 2021 en India, Marruecos y resto de países en proximidad.



PERCHAS Y OTROS COMPONENTES

En nuestro Plan de Sostenibilidad 2021 está prevista la eliminación o reducción de componentes que acompañan el producto así como seguir trabajando en optimizar el ciclo de vida de las perchas que nos llegan desde origen.

Cuestiones medioambientales

PILAR 2: CLIMA Y BIODIVERSIDAD

OPTIMIZACIÓN DEL EMBALAJE ONLINE

Con el crecimiento exponencial de la venta 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 aseguramos que el cartón de todas las cajas de pedidos online proviene de plantaciones de gestión sostenible y promovemos una economía circular a través del reciclaje de recursos como el papel/cartón.

Además, se realizó un estudio para optimizar las diferentes medidas y reducir los gramajes de la variedad de cajas para los pedidos online. Así, MANGO consigue que se utilice la mínima cantidad de materiales y reducir los residuos de cartón asociados.

En 2020 MANGO utilizó 3.360 toneladas (en 2019: 3.526) de embalajes de envío online en todo el mundo, del cual solo el 1% representa embalajes de plástico.

INICIATIVAS PARA OPERACIONES MÁS SOSTENIBLES

Estandarización de cajas de origen

Reutilización de cajas de origen para expediciones a tiendas

Transporte de un 28% menos de unidades por transporte aéreo

Puesta en marcha de proyecto para la sustitución de la polybag de plástico por bolsas de papel

Cuestiones medioambientales

PILAR 2: CLIMA Y BIODIVERSIDAD

CRITERIOS DE SOSTENIBILIDAD EN TIENDAS

TIENDAS

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

ILUMINACIÓN

La iluminación mediante LEDs está implementada en el 100% de las tiendas nuevas y reformadas y progresivamente se está aplicando en el resto de las tiendas. Para ello se revisan los niveles de iluminación de las tiendas, rebajándolo en aquellos casos donde se instaló un nivel de iluminación superior al actual especificado por MANGO.

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

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



CONSUMO DE ENERGÍA ELÉCTRICA

	2019	
PUNTOS DE VENTA PROPIOS	37.130 MWH	74.536 MWH
	ESPAÑA	EXTRANJERO*

	2020	
PUNTOS DE VENTA PROPIOS	32.636 MWH	63.466 MWH
	ESPAÑA	EXTRANJERO*

	2019	
PUNTOS DE VENTA FRANQUICIADOS*	17.202 MWH	77.359 MWH
	ESPAÑA	EXTRANJERO

	2020	
PUNTOS DE VENTA FRANQUICIADOS*	9.035 MWH	73.662 MWH
	ESPAÑA	EXTRANJERO

* Consumos estimados según m² de puntos de venta y patrones de consumo por país.

Cuestiones medioambientales

PILAR 2: CLIMA Y BIODIVERSIDAD

CLIMATIZACIÓN

Los equipos de climatización son de alto rendimiento en frío y calor para obtener una mayor potencia con menos consumo. Cuando es aplicable, se instalan cortinas de aire con recuperación de calor en las entradas de las tiendas, generando una barrera térmica con el fin de conservar mejor la temperatura de la climatización.

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

ESTUDIOS DE ECOEFICIENCIA

El departamento de obras realiza diferentes estudios para una mejor optimización de consumos en nuestras tiendas. Algunos de estos estudios son: estudio de comparativa de rendimientos entre unidades con recuperación de calor vs. unidades con bomba de calor, un estudio de monitorización de consumo eléctrico en todos los puntos de suministro a nivel estatal, un estudio de gestión de la cantidad de luz generada en función de la luz exterior disponible, y un estudio de incorporación de puertas automáticas en tiendas.



ELIMINACIÓN BOLSAS COMERCIALES DE PLÁSTICO

El 100% de las bolsas comerciales MANGO en todo el mundo son de papel. Todas las bolsas son de papel certificado PEFC. De esta manera aseguramos que el papel de nuestras bolsas proviene de bosques de gestión sostenible.

TICKET DIGITAL

El ticket digital inició su implantación en 2017 y desde entonces se ha ido implementando en más servicios. contribuye a reducir el consumo de recursos de papel asociado a las tiendas. El uso del ticket digital está implantado actualmente en Alemania, España, Francia, Irlanda, Luxemburgo, Países Bajos, Reino Unido y Suiza y de cara a 2021 se seguirá expandiendo a más mercados. Esta medida contribuye a reducir el consumo de recursos de papel asociado a las tiendas.

REUTILIZACIÓN

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

MAPA DE TIENDAS FÍSICAS PROPIAS Y FRANQUICIAS EN TODO EL MUNDO

EUROPA	○	◐	●
ESPAÑA	233	150	383
ALEMANIA	59	185	244
FRANCIA	113	98	211
RUSIA	59	69	128
TURQUÍA	80	0	80
ITALIA	49	24	73
BÉLGICA	12	58	70
PORTUGAL	30	22	52
SUIZA	9	31	40
REINO UNIDO	35	0	35
HOLANDA	13	16	29
POLONIA	18	6	24
AUSTRIA	9	14	23
CROACIA	15	1	16
RUMANÍA	14	0	14
GRECIA	5	8	13
UCRANIA	7	6	13
LITUANIA	0	10	10
ANDORRA	3	5	8
LETONIA	0	7	7
CHIPRE	0	6	6
FINLANDIA	6	0	6
REP. CHECA	5	1	6
ESTONIA	0	5	5
HUNGRÍA	5	0	5
AZERBAIYÁN	0	4	4
BULGARIA	2	2	4
DINAMARCA	4	0	4
ESLOVAQUIA	3	1	4
GEORGIA	0	4	4
IRLANDA	4	0	4
LUXEMBURGO	1	3	4
ARMENIA	0	3	3
BIELORRUSIA	0	3	3
NORUEGA	2	1	3
SUECIA	3	0	3
ALBANIA	0	2	2
ESLOVENIA	0	2	2
KOSOVO	0	2	2
MACEDONIA	0	2	2
BOSNIA-HERZEGOVINA	0	1	1
CHIPRE-NORTE (RTNC)	0	1	1
MALTA	0	1	1
MOLDAVIA	0	1	1
MONTENEGRO	0	1	1
TOTAL	798	756	1.554

ASIA	○	◐	●
ARABIA SAUDÍ	0	53	53
ISRAEL	0	48	48
FILIPINAS	0	36	36
INDIA	0	28	28
KAZAJISTÁN	0	21	21
TAIWÁN	0	20	20
INDONESIA	0	19	19
TAILANDIA	0	18	18
MALASIA	0	17	17
EMIRATOS ÁRABES	0	16	16
VIETNAM	0	16	16
SINGAPUR	3	12	15
REP. POP. CHINA	5	7	12
QATAR	0	8	8
IRÁN	0	6	6
COREA	2	2	4
JORDANIA	0	4	4
KUWAIT	0	4	4
LÍBANO	0	4	4
PAKISTÁN	0	4	4
SRI LANKA	0	4	4
IRAK	0	3	3
MONGOLIA	0	3	3
KIRGUISTÁN	0	2	2
MYANMAR	0	2	2
OMÁN	0	2	2
BARÉIN	0	1	1
CAMBOYA	0	1	1
HONG KONG	1	0	1
LAOS	0	1	1
MALDIVAS	0	1	1
PALESTINA	0	1	1
SIRIA	0	1	1
UZBEKISTÁN	0	1	1
Total	11	366	377

AMÉRICA	○	◐	●
CHILE	0	46	46
MÉXICO	2	44	46
COLOMBIA	0	44	44
PERÚ	0	36	36
CANADÁ	0	12	12
ECUADOR	0	7	7
ESTADOS UNIDOS	5	0	5
VENEZUELA	0	5	5
GUATEMALA	0	4	4
ARGENTINA	0	3	3
BERMUDAS	0	3	3
BOLIVIA	0	3	3
COSTA RICA	0	3	3
PANAMÁ	0	3	3
CUBA	0	2	2
PARAGUAY	0	2	2
REP. DOMINICANA	0	2	2
ARUBA (ANTILLAS H.)	0	1	1
CURAÇAO (ANTILLAS H.)	0	1	1
EL SALVADOR	0	1	1
PUERTO RICO	0	1	1
SURINAME	0	1	1
TOTAL	7	224	231

ÁFRICA	○	◐	●
SUDÁFRICA	0	24	24
EGIPTO	0	7	7
TÚNEZ	0	5	5
ISLA MAURICIO	0	4	4
NIGERIA	0	4	4
LIBIA	0	3	3
NAMIBIA	0	3	3
COSTA DE MARFIL	0	2	2
GUINEA ECUATORIAL	0	2	2
ANGOLA	0	1	1
BURKINA FASO	0	1	1
KENYA	0	1	1
REP. DEMOCRÁTICA DEL CONGO	0	1	1
SENEGAL	0	1	1
TOTAL	0	59	59

○ **816**
PUNTOS DE VENTA PROPIOS
 (2019: 855)

○ **1.405**
PUNTOS DE VENTA FRANQUICIADOS
 (2019: 1.333)

• **2.221**
TOTAL PUNTOS DE VENTA
 (2019: 2.188)

Cuestiones medioambientales

PILAR 2: CLIMA Y BIODIVERSIDAD

OFICINAS Y CENTROS DE DISTRIBUCIÓN

El compromiso con el medio ambiente también está presente en la planificación y en el diseño de las nuevas instalaciones mediante la aplicación de criterios de ecoeficiencia.

HANGAR 2

El diseño del nuevo edificio, Hangar 2, en la central de Palau Solitá i Plegamans 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.

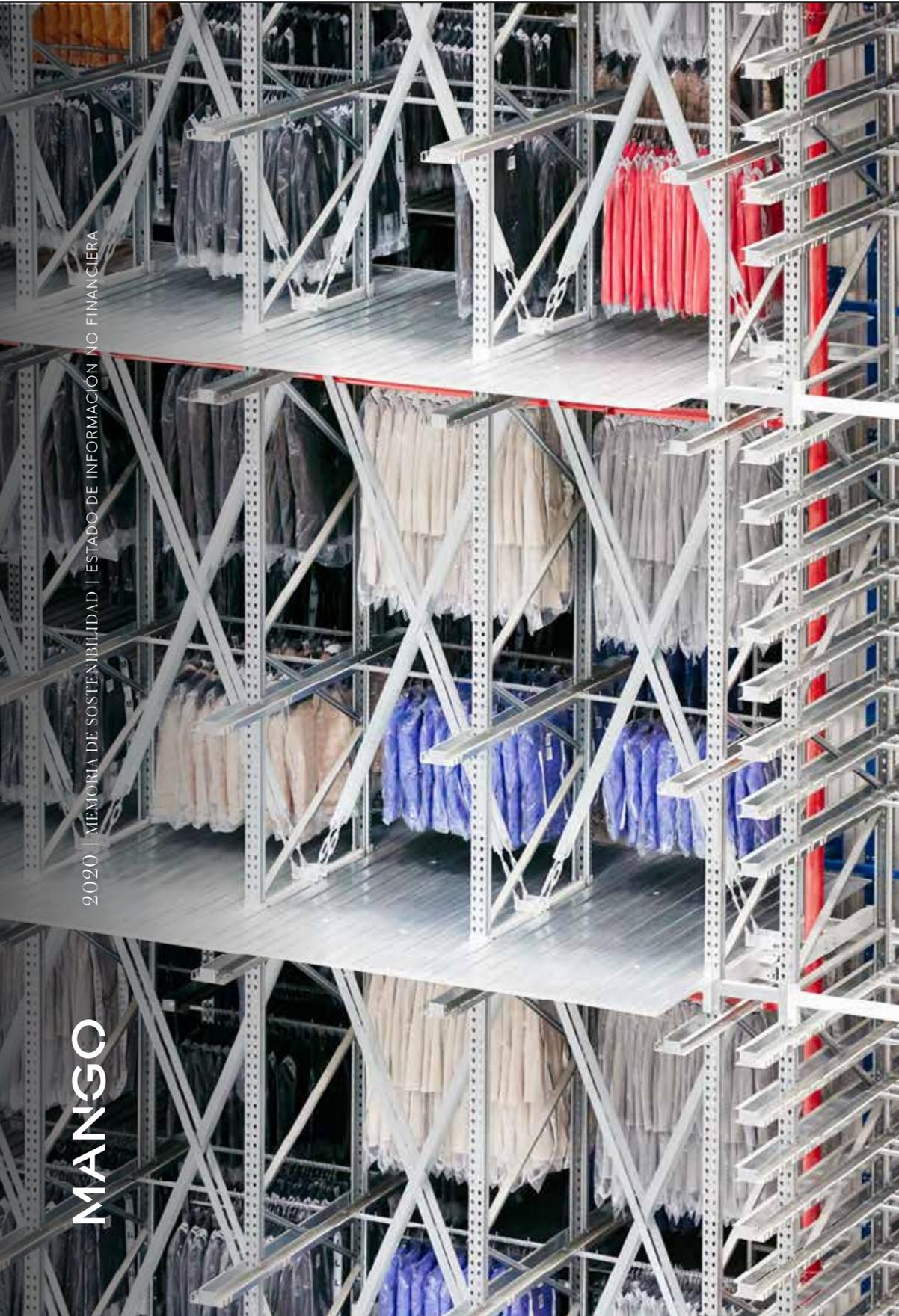
Las obras de este edificio siguen en marcha actualmente.

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

TRANSPORTE DEL PERSONAL

Por otro lado, también ofrecemos un servicio de transporte gratuito para el personal de las diferentes instalaciones de la sede central. El transporte opera desde las ciudades cercanas más importantes y cubre todos los turnos y franjas horarias. Para adaptarnos a las necesidades del personal, se realizaron encuestas internas para consultar cuáles son las rutas y las zonas con más demanda. Este servicio supone un ahorro de emisiones indirectas asociadas al desplazamiento de personal (alcance 3). El 44% de los empleados utilizan el servicio de transporte de empresa gratuito.





CENTRO LOGÍSTICO LLIÇÀ

Entre las principales medidas de ecoeficiencia en el centro logístico de MANGO en Lliçà d'Amunt destaca la recuperación de energía en los robots de las naves, utilización de aguas pluviales para el riego sostenible, y uso de materiales de baja transmisión térmica para impedir que el calor entre en las instalaciones. Por otro lado, la iluminación de la nave incorpora iluminación LED y aprovechamiento de luz natural.

Para los desplazamientos internos del centro logístico se utilizan bicicletas y segways para facilitar la movilidad de los empleados en su interior. 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 CO₂.

Respecto a la jardinería, es de bajo mantenimiento y consumo hídrico, y está compuesto por vegetación mediterránea y autóctona de la zona. Además, el riego de los jardines se realiza con un sistema de goteo que se autoabastece con un depósito de recuperación de aguas pluviales.

Finalmente, cabe destacar que durante la fase inicial de construcción del centro logístico se reutilizaron más de 1.500.000 m³ 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 ya disponibles.

CONSUMOS DE CENTRAL Y ALMACENES NACIONALES

20.683 MWH

CONSUMO DE ELECTRICIDAD

(2019: 21.498 MWh)

2.836 MWH

CONSUMO DE GAS

(2019: 3.627 MWh)

Cuestiones medioambientales

PILAR 2: CLIMA Y BIODIVERSIDAD

BIODIVERSIDAD

Como empresa comprometida con el Fashion Pact, MANGO reconoce la importancia de integrar la protección de la biodiversidad en su estrategia de sostenibilidad. Consecuentemente en 2019 MANGO integró su compromiso con la protección de la biodiversidad como uno de los pilares del plan estratégico de Sostenibilidad 2021.

El Fashion Pact ha ayudado a todas las empresas signatarias a priorizar y visibilizar mejor la compleja relación entre la industria textil y la biodiversidad. Como resultado, el Fashion Pact ha elaborado un "Biodiversity Blueprint" que marca el plan y las bases comunes para que los miembros del Fashion Pact elaboren e implementen objetivos y estrategias para la biodiversidad a lo largo de los próximos dos años.

Una parte de este plan se hará con trabajo colectivo entre empresas adheridas al Fashion Pact y una segunda parte consta de la responsabilidad de cada empresa a elaborar un plan individual para diseñar e implementar su propia estrategia de sostenibilidad.

MANGO desarrollará su propia estrategia de biodiversidad según las pautas colectivas marcadas por el Fashion Pact a lo largo de 2021 y espera implementar dicha estrategia a partir de 2022.

LA ESTRATEGIA DE BIODIVERSIDAD DE LA EMPRESA
PRIORIZARÁ ACCIONES COMO:

Trazabilidad de materiales para evaluar su impacto en la biodiversidad

Priorización de materiales según su impacto ambiental en la biodiversidad

Marcar objetivos basados en la ciencia para la naturaleza según el marco de trabajo de Science Based Targets (SBTi)

Comunicación transparente de impactos, resultados y hoja de ruta establecida

LA Balsa de Can Dunyó en LLIÇÀ D'AMUNT

La balsa de Can Dunyó es una balsa de laminación artificial reconvertida en un espacio natural situada junto al río Tenes. Esta fue construida juntamente con el parque logístico de MANGO en Lliçà d'Amunt. Con 10.000 m³ de capacidad, fue diseñada con criterios técnicos que favorecen la biodiversidad y la creación de microhábitats. Además, la balsa y su zona de bosque adyacente pertenecen a un área de interés por la presencia de especies de aves que utilizan la zona para hacer sus nidos y de las cuales algunas están en peligro de extinción.



Cuestiones medioambientales

PILAR 3: IMPULSANDO LA ECONOMÍA CIRCULAR

PILAR 3

IMPULSANDO LA ECONOMÍA CIRCULAR

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. MANGO ha identificado 3 puntos prioritarias para implementar criterios de economía circular:

01 Diseño de prendas priorizando el uso de composiciones fácilmente reciclables al fin de la vida útil de la vida.

02 Alargar la vida útil de sobrante de stock y taras a través de la reutilización y donaciones.

03 Reciclaje de retales de confección.



El desarrollo de la estrategia de Economía Circular de la empresa se ha consolidado en un plan de acción para 2021 centrado en los siguientes 3 grandes ejes:

01 Reducir y reciclar el residuo de corte: analizando a nuestros proveedores para llegar al objetivo: Zero Waste.

02 Alargar la vida de los productos: trabajando con ONG's e incentivando la recogida de ropa post consumo y empezando a analizar los nuevos modelos de negocio.

03 Fomentar la cultura interna de economía circular: estableciendo las pautas circularidad de MANGO, capacitando a los diseñadores e iniciando el desarrollo de cápsulas de prendas circulares.

Cuestiones medioambientales

PILAR 3: IMPULSANDO LA ECONOMÍA CIRCULAR

RESIDUO TEXTIL

SECOND CHANCES

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

El proyecto SECOND CHANCES empezó en 2015 en forma de proyecto piloto colocando contenedores de reciclaje textil en las principales ciudades nacionales. Actualmente se pueden encontrar contenedores SECOND CHANCES en el 100% de tiendas propias MANGO en 9 países (Alemania, Bélgica, España, Francia, Irlanda, Luxemburgo, Países Bajos, Portugal, Reino Unido). Además, todas las tiendas franquiciadas en estos países dan el servicio de recogida de ropa usada tengan o no contenedor físico. Croacia e Italia también cuentan con contenedores en algunas tiendas seleccionadas.

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

Si la situación del Covid19 lo permite, está previsto que en 2021 se expanda el proyecto a Austria, Italia, Polonia, Turquía, Suiza y Rusia con un total de 234 contenedores nuevos repartidos entre estos 6 países.

2020

11
PAÍSES
CON CONTENEDOR
SECOND CHANCES
(2019: 8)

610
CONTENEDORES
SECOND CHANCES
(2019: 420)

42
*TONELADAS**
RECOGIDAS EN 2020
(2019: 34)

* Peso estimado por bulto recogido en tienda.



Cuestiones medioambientales

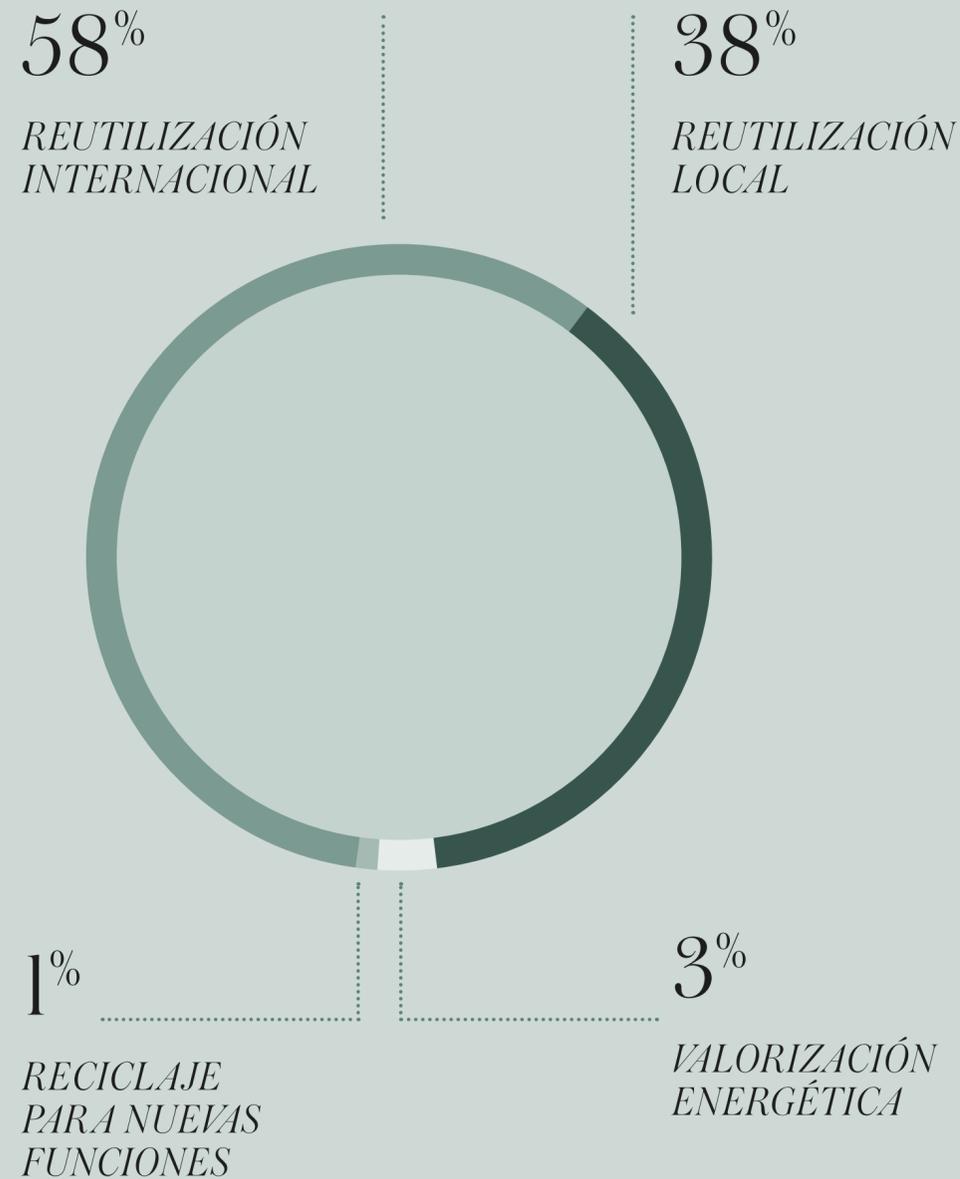
PILAR 3: IMPULSANDO LA ECONOMÍA CIRCULAR

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

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

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

(DATOS KOOPERA EXTRAPOLADOS A MANGO)



PRIMERA COLECCIÓN SECOND CHANCES

En abril de 2020 MANGO lanzó la primera colección cápsula basada en la circularidad, compuesta por fibras recicladas que equivalen a las prendas recogidas en tienda a través del proyecto SECOND CHANCES. Esta colección, que incluye prendas de Man y de Woman, utilizó 6 toneladas de tejido de algodón recuperado de prendas post-consumo que se reciclaron y se han vuelto a convertir en tejido contribuyendo así a reducir el residuo textil y promover una economía circular.

MANGO se compromete a dar continuidad a esta iniciativa y cada año lanzará una colección de fibras recicladas equivalente a todas las prendas recogidas en los contenedores SECOND CHANCES.

Además, en línea con esta iniciativa, MANGO trabajará para aumentar el porcentaje de fibras recicladas en prendas e incorporará el uso de fibras recicladas de nuestros propios residuos textiles (como retales de confección). Actualmente 8 millones de prendas de MANGO contienen fibras recicladas en su tejido principal como poliéster, algodón, lana, acrílico o viscosa reciclada entre otros.

Cuestiones medioambientales

PILAR 3: IMPULSANDO LA ECONOMÍA CIRCULAR

OTRAS POLÍTICAS SOSTENIBLES

SANDBLASTING

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

PVC

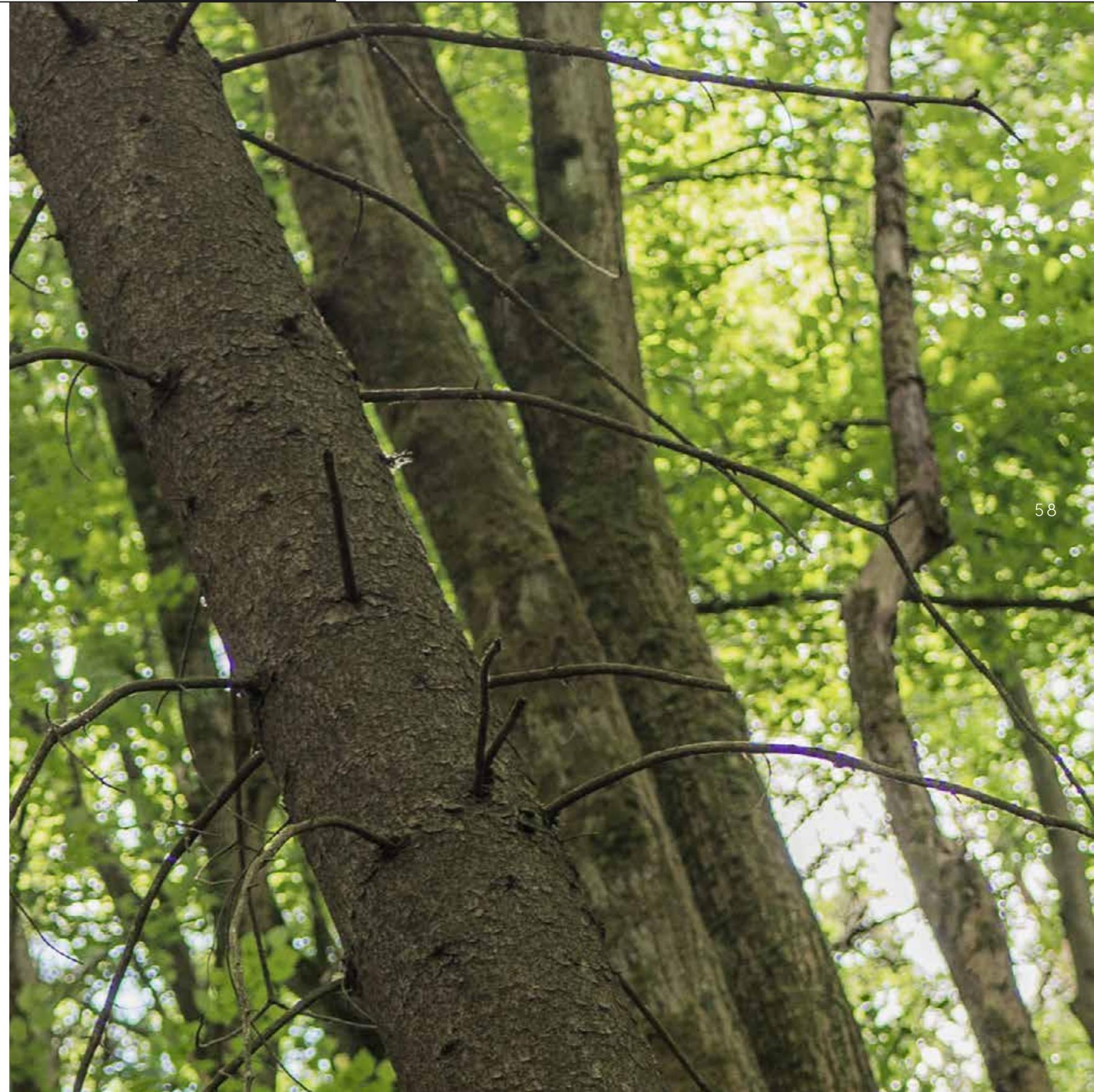
Todos nuestros tejidos están libres de PVC. Existe, no obstante, un porcentaje mínimo de complementos (algunos bolsos, carteras, cinturones y algunas serigrafías) que aún se realizan con este material.

BIENESTAR ANIMAL

MANGO rechaza cualquier práctica que suponga maltrato y sufrimiento animal para la obtención de materiales, como por ejemplo el *mulesing* para la obtención de la lana. Asimismo, en 2018 MANGO se unió al compromiso con PETA (People for Ethical Treatment of Animals) para dejar de usar lana mohair en 2020 debido a las prácticas crueles hacia los animales para conseguirla.

Todas las pieles, plumas y pelos utilizados en prendas y complementos de MANGO provienen de animales destinados a la cadena de alimentación humana. MANGO prohíbe el uso de pelo de conejo, aunque su origen pueda ser el descrito anteriormente; tampoco permite el uso de la lana de angora. Además, prohíbe el uso de pelo, pluma o piel de animales exóticos.

Está previsto ampliar la política de bienestar animal en 2021.



Cuestiones medioambientales

PILAR 3: IMPULSANDO LA ECONOMÍA CIRCULAR

ETIQUETADO

Un correcto etiquetado de los productos es clave para cumplir con el derecho a saber de nuestros clientes garantizando una información precisa. Con esta intención, y cumpliendo con la normativa vigente, todas nuestras prendas y complementos están etiquetados indicando el país de origen en el que han sido confeccionados, así como la composición, recomendaciones de lavado, etc.

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

IMPLANTACIÓN DE TECNOLOGÍA RFID

MANGO ha estado testeando la tecnología RFID desde 2018. A finales de 2020 MANGO empezó a implementar esta tecnología en el etiquetado de prendas de Man y Kids desde origen. Está previsto que esta tecnología se implante en el etiquetado de origen de todas las colecciones MANGO a lo largo de 2021.

¿QUÉ ES LA TECNOLOGÍA RFID?

RFID es una tecnología que identifica y codifica cada prenda de forma única con un chip y antena que se incorporan a la etiqueta de la prenda. Esto permite poder tener cada prenda controlada a través de dispositivos fijos o móviles de manera automática. La tecnología RFID ofrece mayor eficiencia en operaciones y servicio al cliente ya que proporciona datos fiables a tiempo real.

VENTAJAS DE LA TECNOLOGÍA RFID

La tecnología RFID permite una mayor exactitud de los inventarios de stock y eficiencia en la recepción de stock y reposiciones en tiendas.

Asimismo, permite tener una mejor trazabilidad de las prendas a lo largo de la cadena de suministro y una mejora en la precisión de la lectura de los envíos.



Cuestiones medioambientales

PILAR 3: IMPULSANDO LA ECONOMÍA CIRCULAR

MINIMIZACIÓN DEL IMPACTO AMBIENTAL: RESIDUOS

GESTIÓN DE LOS RESIDUOS

Nuestro compromiso con el medio ambiente y con el fomento de la economía circular nos lleva a realizar la recogida selectiva de los residuos generados en todas nuestras instalaciones y puntos de venta para que estos puedan ser valorizados y reciclados.

Los residuos generados son gestionados por gestores autorizados especializados. MANGO está adscrito a los sistemas integrados de gestión de residuos establecidos en determinados países (sistemas punto verde). 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 2020 la actividad de MANGO puso en el mercado aproximadamente 1.638 toneladas de papel/cartón y 1.356 toneladas 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 otra parte, 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.

NORMATIVA AMBIENTAL

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

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

La actividad de MANGO no impacta en hábitats protegidos.

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



Cuestiones sociales y personas

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

Entre todos, soñamos con inspirar al mundo compartiendo nuestra pasión por el estilo y la cultura mediterránea.

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

Tratamos como una familia a todas las personas que componen MANGO. Para garantizar el bienestar de las personas, varios departamentos se centran en la mejora continua de las condiciones de trabajo de nuestros colaboradores, así como velar por su salud y seguridad.



Cuestiones sociales y personas

PERFIL DE NUESTRO EQUIPO HUMANO

La firma cuenta con más de 11.000 empleados, 1.800 de los cuales trabajan en el Hangar Design Center y en la sede de Palau-Solità i Plegamans (Barcelona). Más allá de las cifras hay un equipo joven y entusiasta con una media de edad entorno a los 32 años y formado en un 78% por mujeres.

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

Para una correcta interpretación de los datos comparativos es necesario mencionar la situación excepcional que estamos viviendo a causa de la pandemia mundial de COVID-19.

Durante este último año nos hemos visto obligados a cerrar temporalmente gran parte de nuestras tiendas, provocando un gran perjuicio para nuestra compañía y para todos los que formamos parte de ella, impidiendo a las personas realizar su trabajo en circunstancias normales. En esta situación de fuerza mayor, la prioridad ha sido salvaguardar la supervivencia y el empleo de la compañía. La disminución en la plantilla se debe principalmente a la reducción de la contratación temporal y de las nuevas contrataciones durante el año.

En relación con los empleados afectados por un ERTE, a todos los efectos siguen contabilizándose como parte de la plantilla de MANGO.

Para proporcionar más información al respecto hemos elaborado un apartado especial detallando las medidas adoptadas por parte de MANGO (p.143).

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

1.557

INFORMÁTICOS

242

ADMINISTRATIVOS Y OTRAS POSICIONES

882

DEPENDIENTES Y OPERARIOS

9.911

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

1.534

INFORMÁTICOS

240

ADMINISTRATIVOS Y OTRAS POSICIONES

885

DEPENDIENTES Y OPERARIOS

8.659

* Criterio utilizado para el cálculo de plantilla media: empleados a final de cada mes/núm. meses. No incluye becarios. En relación con los empleados afectados por un ERTE, a todos los efectos siguen contabilizándose como parte de la plantilla de MANGO. La disminución en la plantilla se debe principalmente a la reducción de la contratación temporal y de las nuevas contrataciones durante el año.

Cuestiones sociales y personas

PLANTILLA MEDIA 2019*

Por sexo, edad, país y clasificación profesional.

TOTAL

14.674

PERSONAS

♀ 11.694

♂ 2.980

EDAD

< 30 AÑOS

8.154

ENTRE 30 Y 50 AÑOS

6.152

> 50 AÑOS

368

CLASIFICACIÓN PROFESIONAL

DIRECTIVOS Y MANDOS INTERMEDIOS

1.611

INFORMÁTICOS

249

ADMINISTRATIVOS Y OTRAS POSICIONES

852

DEPENDIENTES Y OPERARIOS

11.962

PLANTILLA 30/12/2019*

Por sexo, edad, país y clasificación profesional.

TOTAL

14.892

PERSONAS

♀ 11.854

♂ 3.038

EDAD

< 30 AÑOS

8.284

ENTRE 30 Y 50 AÑOS

6.217

> 50 AÑOS

391

CLASIFICACIÓN PROFESIONAL

DIRECTIVOS Y MANDOS INTERMEDIOS

1.568

INFORMÁTICOS

245

ADMINISTRATIVOS Y OTRAS POSICIONES

863

DEPENDIENTES Y OPERARIOS

12.216

* Criterio utilizado para el cálculo de plantilla media: empleados a final de cada mes/núm. meses. No incluye becarios.



Cuestiones sociales y personas

POLÍTICA DE REMUNERACIONES

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, color, religión, orientación sexual, condición social, estado civil, nacionalidad, opinión política o responsabilidades familiares. En consecuencia, seguimos el principio de igualdad entre géneros, no habiendo diferencias entre el salario percibido por una mujer y el percibido por un hombre, dentro de un mismo nivel de puestos.

En caso del personal de estructura, la remuneración fija se establece en base a mercado y a la experiencia aportada en el puesto.

Las revisiones salariales se hacen de forma anual en base al desempeño 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.

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 84% sobre el total de empleados y ello, sin duda alguna, tiene impacto en el resultado. En organizaciones cuya base de la pirámide está compuesta en su mayor número 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.

En el año 2020 MANGO ha desarrollado un sistema para medir el nivel de los puestos de la organización desde un punto de vista de impacto del puesto. De esta forma, si analizamos la brecha salarial para puestos del mismo impacto, podemos determinar que no existe brecha salarial significativa entre hombres y mujeres. Para poder obtener un dato global representativo es necesario ponderar la brecha* de cada empleado dentro del nivel que corresponde a su puesto, arrojando un resultado de 1,5% en España (central y puntos de venta).

Conscientes de la necesidad de poder agrupar los puestos en niveles en base al peso de cada puesto, MANGO ha priorizado en 2020 uno de los proyectos core del área de People para, trabajar en un proyecto de arquitectura de puestos que nos permitiera compararlos entre ellos de una forma más tangible y organizada. Dicho proyecto, nos ha dado visibilidad sobre los salarios de la organización por niveles en función del género, para garantizar que el género no es un factor de diferenciación entre salarios.

Dado que en 2019 no existía un sistema de valoración de puestos ni de niveles en MANGO, los datos obtenidos en el análisis de ambos años no son comparables.

En caso del resto de países, la mayor parte de los colaboradores forman parte del colectivo de tienda por lo que presentamos el cálculo a nivel global. Hay que tener en cuenta que agrupamos mercados muy diversos y por lo tanto la cifra no es representativa. El resultado arroja una disminución de la brecha salarial pasando de un 5,2% en 2019 a un -1,2% en 2020. Al tratarse de un cálculo que incluye varios mercados el motivo de la variación se debe a distintas casuísticas, entre las que destaca una reducción del peso masculino en porcentaje, en países con salarios promedios más altos.

Asimismo, nuestra compañía mantiene el compromiso de seguir trabajando el Plan de Igualdad salarial para que el sexo no sea un factor diferencial a la hora de definir la compensación en MANGO.

* La brecha ponderada se calcula con la diferencia de retribución entre hombres y mujeres/retribución hombres, ponderada con el número de empleados de cada categoría profesional.

La brecha global bruta en España, calculada como la diferencia de retribución entre hombres y mujeres/retribución hombres, en 2020 es de 31,2% frente a 35,4% en 2019.

Es necesario remarcar que este dato no es representativo a nivel de diferencias salariales de género porque no compara puestos del mismo nivel de responsabilidad.

Se ha realizado un recálculo sobre la brecha salarial de 2019.

Cuestiones sociales y personas

REMUNERACIÓN MEDIA DE ESPAÑA Y RESTO DE PAÍSES AGRUPADOS

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

Cabe destacar que esta información agrupa posiciones de distinto peso en la organización y que por lo tanto no son representativas a nivel de diferencias salariales. No obstante, el salario promedio de mujeres en España para el año 2020 es de 28.495 € frente a 25.249 € en 2019. El salario promedio de hombres en 2020 es de 41.430 € frente a 39.062 € en 2019.

De la misma forma que en el análisis de ámbito nacional, la remuneración media incluye el total bruto percibido durante el año (salario fijo y variables) de los colaboradores activos a fecha cierre. Sin embargo, para el resto de los 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.

El salario promedio de mujeres en el resto de los países para el año 2020 es de 19.218 € frente a 19.594 € en 2019. El salario promedio de hombres en 2020 es de 18.988 € frente a 20.661 € en 2019.

ESPAÑA 2020 (€)

EDAD

< 30 AÑOS

22.317 €

ENTRE 30 Y 50 AÑOS

34.397 €

> 50 AÑOS

49.104 €

CLASIFICACIÓN PROFESIONAL

DIRECTIVOS Y MANDOS INTERMEDIOS

62.138 €

INFORMÁTICOS

43.526 €

ADMINISTRATIVOS Y OTRAS POSICIONES

34.815 €

DEPENDIENTES Y OPERARIOS

21.174 €

RESTO PAÍSES AGRUPADOS 2020 (€)

EDAD

< 30 AÑOS

15.864 €

ENTRE 30 Y 50 AÑOS

23.212 €

> 50 AÑOS

31.365 €

CLASIFICACIÓN PROFESIONAL

DIRECTIVOS Y MANDOS INTERMEDIOS

31.817 €

INFORMÁTICOS

22.163 €

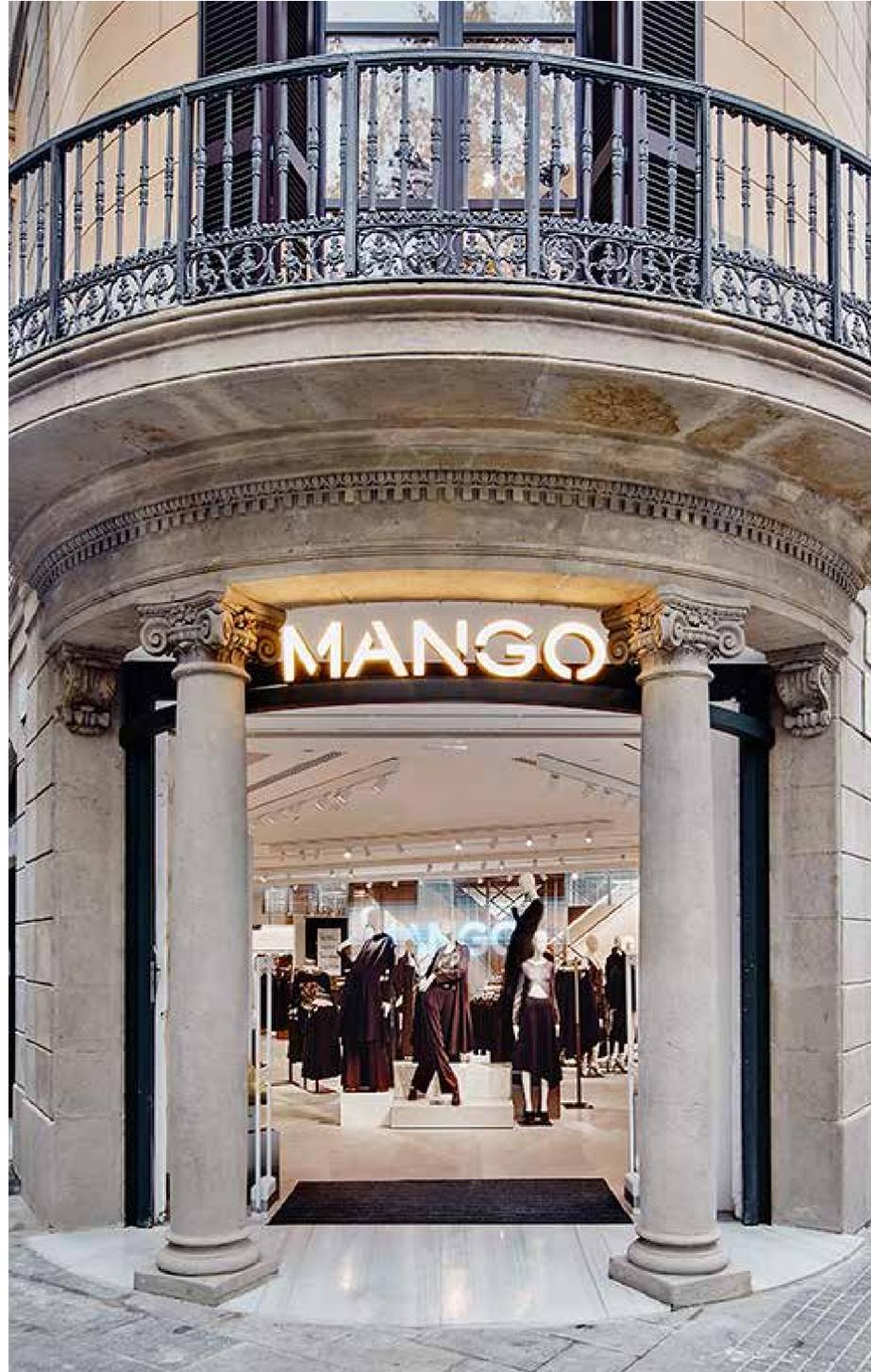
ADMINISTRATIVOS Y OTRAS POSICIONES

26.296 €

DEPENDIENTES Y OPERARIOS

17.564 €

Cuestiones sociales y personas



ESPAÑA 2019 (€)*

EDAD

< 30 AÑOS

19.472 €

ENTRE 30 Y 50 AÑOS

32.749 €

> 50 AÑOS

52.198 €

CLASIFICACIÓN PROFESIONAL

DIRECTIVOS Y MANDOS INTERMEDIOS

61.016 €

INFORMÁTICOS

43.340 €

ADMINISTRATIVOS Y OTRAS POSICIONES

33.492 €

DEPENDIENTES Y OPERARIOS

19.573 €

RESTO PAÍSES AGRUPADOS 2019 (€)*

EDAD

< 30 AÑOS

16.733 €

ENTRE 30 Y 50 AÑOS

25.108 €

> 50 AÑOS

32.091 €

CLASIFICACIÓN PROFESIONAL

DIRECTIVOS Y MANDOS INTERMEDIOS

36.400 €

INFORMÁTICOS

30.277 €

ADMINISTRATIVOS Y OTRAS POSICIONES

27.954 €

DEPENDIENTES Y OPERARIOS

18.136 €

* Las cifras arrojan diferencias respecto a 2020 justificadas por diferencias en la plantilla de un año al otro, la disminución del peso del variable en consecuencia de disminución de las ventas por el cierre temporal de tiendas y las medidas de suspensión aplicadas en base a la legislación interna de cada país. Se ha realizado un recálculo sobre las remuneraciones de 2019.

Cuestiones sociales y personas

REMUNERACIÓN MEDIA CONSEJEROS Y DIRECTIVOS

Para 2020 la remuneración media* de mujeres directivas ha sido de 377.734 € frente a 374.400 € el año anterior.

En caso de la remuneración media* de hombres directivos ha sido de 528.408 € frente a 422.819 € el año anterior. El incremento se debe en mayor medida a dos nuevas incorporaciones en el año 2019 cuyo variable correspondiente a ese año se abonó en 2020. La remuneración media de los consejeros (4 hombres) es de 1.076.735 € en 2020 (1.358.469 € en 2019).

* Total bruto, incluyendo variables y salario en especie.



Cuestiones sociales y personas

ORGANIZACIÓN DEL TIEMPO DE TRABAJO

CÓMO SE ORGANIZA EL TIEMPO DE TRABAJO EN LA EMPRESA

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

En MANGO hemos apostado por la flexibilidad horaria en **Central**, empoderando a las personas, aludiendo a la responsabilidad y confianza, fomentando la igualdad interna. Además, nos permite posicionarnos en el mercado para atraer y retener talento, fomentando la inclusión y diversidad.

Por ello desde el 1 de enero de 2020 este colectivo dispone de flexibilidad horaria.

Además, en 2020 se fijaron en el calendario laboral siete días de jornada intensiva reducidas en vísperas de festivo. Estos días el horario laboral es de 8:00 a 14:00 horas.

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

A causa de la pandemia en el año 2020 la organización del tiempo ha sido excepcional en el caso de Central.

JORNADA LABORAL EN CENTRAL



CADA JORNADA LABORAL DE LUNES A JUEVES ES DE:

8 H. 30 MIN. CON 60 MINUTOS DE DESCANSO



LA JORNADA LABORAL ES DE:

6H SIN DESCANSO PARA COMIDA

* Por motivo de la pandemia, las personas que tienen que trabajar presencialmente en central, disponen de 30 min para comer, acortando la hora de salida.

Cuestiones sociales y personas

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 (núm. 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.

IMPLANTACIÓN DE POLÍTICA DE DESCONEXIÓN LABORAL

Actualmente MANGO no dispone de una política de desconexión laboral implementada, pero está previsto en la hoja de ruta de la compañía.

ABSENTISMO

El total de horas de absentismo en el año 2020 del Grupo fue de 692.108 horas (2019: 727.160 horas), incluyendo bajas por enfermedad y accidentes.

No incluye permisos.



Cuestiones sociales y personas

MEDIDAS DESTINADAS A LA CONCILIACIÓN Y OTROS BENEFICIOS PARA LOS COLABORADORES

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

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

El carácter internacional de nuestra organización facilita la movilidad geográfica de aquellos 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.

FLEXIBILIDAD HORARIA
(Central)

JORNADA INTENSIVA LOS VIERNES Y VÍSPERAS DE FESTIVOS
(Central)

SUBVENCIÓN DE COMEDOR
(Central)

TELETRABAJO
(Central)

TICKET RESTAURANTE
(se ofrece para algunos países y/o colectivos)

TRANSPORTE COLECTIVO GRATUITO
(se ofrece para algunos países y/o colectivos)

ACUERDOS ESPECIALES Y DESCUENTOS

SUSPENSIONES TEMPORALES POR MOTIVOS PERSONALES

AMPLIACIÓN DEL TIEMPO PARA PODER ASISTIR A LAS VISITAS MÉDICAS

Durante 2019 se realizaron pruebas piloto con algunos equipos de Central con el objetivo de implantar el teletrabajo durante el año 2020. Dada la situación de COVID-19 que estamos viviendo, se ha precipitado esta decisión para garantizar la salud de todos y prevenir el contagio, así como permitir la conciliación.

Por ello, se ha implantado el teletrabajo como sistema preferente para todos los puestos que puedan desarrollarlo. Todo ello como medida temporal de contención sanitaria mientras se mantenga la situación producida por el COVID.

Para facilitar a todos los equipos la adaptación a esta nueva forma de trabajo se han llevado a cabo diferentes acciones de comunicación y formativas, proporcionando claves e indicaciones a seguir como buenas prácticas de teletrabajo.

Cuestiones sociales y personas

SALUD Y SEGURIDAD

CONDICIONES DE SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO

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

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

Las principales actividades realizadas para la garantizar la seguridad y salud en el entorno laboral son las siguientes:

EVALUACIONES DE RIESGOS

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

Para implicar a los empleados en la mejora continua, existe de un procedimiento para que estos puedan comunicar cualquier situación que comporte un riesgo o bien cualquier propuesta que mejore las condiciones de trabajo. Ponemos a su disposición un documento interno para comunicar al departamento de Prevención de Riesgos cualquier incidencia en este sentido, y así proceder a aplicar medidas para eliminarlo o minimizarlo.

FORMACIÓN EN PREVENCIÓN DE RIESGOS

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

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

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

VIGILANCIA DE LA SALUD

Las actividades de la vigilancia de la salud son realizadas por el Servicio Médico de la empresa, integrado en el departamento de Prevención de Riesgos Laborales. En tiendas se realiza a través de una red de centros asistenciales. Además de la atención medica necesaria, reconocimientos periódicos, campañas de vacunas, etc., se realizan actividades personalizadas para la promoción de la salud tales como seguimiento de procesos crónicos o asesoramiento en hábitos saludables. Asimismo, realizamos cursos de formación de primeros auxilios a nuestro personal.

Cuestiones sociales y personas

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

En 2018 se puso en marcha nuestro programa de promoción de salud en el trabajo al que hemos llamado programa Take Care y a través del cual impulsamos acciones para promocionar la salud en los tres ámbitos que recoge la OMS: físico, psíquico y social. Desde este programa, trabajamos acciones orientadas tanto a la modificación de hábitos de salud (mejorar

Se ha realizado una evaluación específica del riesgo de contagio por Covid-19 así como se han actualizado todas las evaluaciones de riesgos de los puestos de trabajo atendiendo a este nuevo riesgo.

Se han diseñado protocolos de seguridad específicos para la prevención del contagio por Covid-19 que recogen todas las medidas a implementar en nuestra oficinas, almacenes y tiendas (atendiendo a la normativa local existente).

Se ha facilitado información y formación a todos nuestros colaboradores en relación a los riesgos de contagio por Covid-19 en su puesto de trabajo y medidas preventivas para evitarlo.

Durante el segundo semestre de 2020, se ha llevado a cabo el diseño de una formación para la prevención de riesgos asociados al Teletrabajo y las medidas preventivas a tener en cuenta para evitar daños a la salud. Esta formación se ha impartido a la totalidad de empleados que realizan teletrabajo.

la alimentación, evitar el sedentarismo promocionando el ejercicio físico...) como acciones orientadas a la prevención de enfermedades (campañas de deshabituación tabáquica, prevención del estrés/mindfulness, cuidado de la piel en verano, prevención cáncer de mama, ...).

Durante, el 2020 y como resultado de la pandemia por COVID-19, desde el departamento de Health&Safety-wellness se han llevado a cabo distintas acciones para garantizar la seguridad y bienestar de nuestros colaboradores, así como el cumplimiento de nuevos requerimientos legales;

Se han diseñado e implementado protocolos específicos de Vigilancia de la salud para garantizar la protección de la salud de los empleados (en concreto, del personal especialmente sensible al contagio por Covid-19).

Se ha realizado soporte y seguimiento a las personas contagiadas por Covid-19 y a sus contactos estrechos desde el Servicio Médico.

Durante el confinamiento, se lanzaron propuestas a los empleados para mejorar su bienestar y salud (alimentación saludable, servicios de atención psicológica, actividades online para fomentar el ejercicio físico, ...).

ACCIDENTES DE TRABAJO: FRECUENCIA Y GRAVEDAD POR SEXO

(No se tienen en cuenta los accidentes in itinere).

Durante el año 2020 no se ha reportado ningún caso de enfermedad profesional.



* Índice de frecuencia= (Núm. de accidentes (con baja) *1.000.000) / Horas trabajadas.

** Índice de gravedad= (Días de baja *1.000) / Horas trabajadas.

*** El número total de accidentes baja y en consecuencia baja el índice de frecuencia.

Cuestiones sociales y personas

RELACIONES LABORALES: ORGANIZACIÓN DEL DIÁLOGO SOCIAL

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.

Garantizamos a todos los colaboradores unas condiciones de trabajo dignas, justas y acordes con el marco legislativo vigente.

No empleamos a nadie que se encuentre por debajo de la edad legal para trabajar, de acuerdo con la política internacional.

Nos aseguramos de que las retribuciones sean justas y adecuadas a cada mercado laboral.

Nuestras relaciones laborales se realizan de forma equitativa, defendiendo los derechos y los principios fundamentales de las personas.

Disponemos de canales para fomentar la cohesión del equipo y mantener a los colaboradores constantemente informados, a través del Portal del Empleado, en caso de España, con el objetivo de mejorar la organización del día a día y hacerles partícipes de nuestros proyectos.

Por ejemplo, la iniciativa “Si yo fuera presidente” con representantes elegidos en cada uno de los departamentos. Las conclusiones, cambios y mejoras acordados se publican y se comunican a todos los empleados en los boletines internos de la empresa.

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

Finalmente, estos representantes se reúnen con dirección para transmitir y debatir las diferentes propuestas. Las conclusiones, cambios y mejoras acordadas se comunican a todos los empleados. Cabe destacar que durante el año 2020 se ha impulsado el uso de la herramienta Teams como canal de comunicación con tienda y usuario de Central. En Central, se ha habilitado un canal de comunicación interna donde todos los colaboradores pueden lanzar preguntas o compartir aquello que consideren.

FILIALES MANGO

En nuestras filiales MANGO, tenemos órganos representativos de los trabajadores en Francia (7), Italia (1) y Finlandia (1),

FRANCIA

El diálogo social se lleva a cabo por parte del equipo ubicado en la oficina local. El diálogo es continuado, se realizan reuniones periódicas con los órganos representativos 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 Comité Social et Économique (CSE) y Delegación Sindical (CDFT).

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.

FINLANDIA

Hay una delegada sindical. Este órgano está en contacto con el sindicato para asesorar a los trabajadores sobre las cuestiones que puedan surgir.

Cuestiones sociales y personas

PAÍSES CON CONVENIO COLECTIVO

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

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

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

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

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



TALENTO. LEARNING & DEVELOPMENT

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

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

Las acciones formativas se desarrollan por todo el mundo, tanto en tiendas como en la sede central.

En 2020 hemos continuado reforzando el rol de los líderes con webinars digitales que les han ayudado a seguir desarrollando habilidades para asumir el reto de gestionar equipos.

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

Fomentamos el desarrollo del talento interno. La gestión del talento interno es un eje estratégico para facilitar y potenciar el crecimiento y desarrollo de los empleados, situándolos en el centro de la acción.



Los principales proyectos impulsados en 2020 son:

01 PROCESO DE EVALUACIÓN Y DESARROLLO

Seguimos midiendo a través de la herramienta de evaluación la aportación de valor de los empleados para saber identificar y desarrollar el talento en cada área. Así potenciamos la gestión del talento a partir de la información obtenida de los procesos de evaluación y damos respuesta a las inquietudes de desarrollo y crecimiento en nuestros equipos. Iniciamos este año la implementación de una nueva metodología de definición y consecución de objetivos (OKR) enfocados a la mejora en la medición y consecución de estos.

Cuestiones sociales y personas

02 PORTFOLIO LEARNING SOLUTIONS

Este año la gran novedad es haber pasado todas nuestras formaciones a un formato digital. Desde mayo hemos realizado más de 31 webinars o virtual workshop con más de 750 participantes, con una evaluación de satisfacción de talleres de media de 4,5/5.

Estos webinars los tenemos divididos en tres grandes áreas: Connect, Perform y Lead.

+31
WEBINARS
O VIRTUAL WORKSHOP

+750
PARTICIPANTES

4,5/5
EVALUACIÓN
DE TALLERES

ÁREA DE CONNECT

Trabaja tu imagen digital para conseguir un impacto positivo

CON ANDREA VILALLONGA

Ha proporcionado diversas claves para poder trabajar nuestra imagen personal en el entorno digital en el que nos encontramos.

Entrena tu cerebro para ser más ágil

CON AINHOA FORNÓS

En este webinar hemos podido conocer cómo entrenar nuestra mente a través del método "Mentalgym". Este método potencia la capacidad de adaptación al cambio y a saber trabajar en la incertidumbre.

Piensa en positivo para mejorar tu vida profesional y personal

CON MARTA SIERRA

Descubriendo los beneficios de tener un pensamiento positivo, conectando con la alegría y la ilusión de tu trabajo y de tu vida personal.

ÁREA DE PERFORM

Descubre las tendencias que han influenciado la moda, el arte y la cultura desde el inicio del S.XXI

CON CHARO MORA

En este webinar hemos aprendido las tendencias que han inspirado la esencia de nuestro negocio.

Aumenta tu productividad personal desde casa para maximizar resultados

CON BERTO PENA

Desde marcarnos objetivos desde el inicio y fin del día, planificarnos, reducir distracciones hasta evitar la descoordinación con tu equipo.

Data-Driven Mindset: Big Data en Retail para impulsar el negocio

CON JUANJO LÓPEZ DE THE VALLEY
DIGITALBUSINESS SCHOOL

En esta sesión introdujeron las tendencias de conocimiento de cliente, los datos y la predicción, ver algunos casos de Big Data y de soluciones de inteligencia artificial en retail, y ejemplos de desarrollo de producto basado en datos.

ÁREA DE LEAD

Sé un líder coach para generar vínculos

CON CESAR PIQUERAS

En este Virtual Workshop hemos podido aprender las habilidades claves para ser un líder coach y ver las ventajas que tiene ponerlas en práctica consiguiendo un equipo más conectado, vinculado y coordinado.

Vive los conflictos como una oportunidad para aprender

CON TOMÁS LÓPEZ

Hemos visto como los conflictos son una oportunidad de aprendizaje y crecimiento profesional y personal. A través, del test de Thomas Kilmann, hemos podido auto-descubrirnos para entendernos y avanzar cuando los puntos de vista son dispares.

Cuestiones sociales y personas

03 INICIATIVAS DIGITALES

TALENTHUB

En mayo de 2020 se pone en marcha la primera plataforma de formación online corporativa integrada con los sistemas de MANGO (LMS).

Esta plataforma acoge contenidos de formación de varias temáticas, con el objetivo de hacerlos poder llegar a cualquier parte y facilitando su consumo en cualquier momento.

Durante este año se han lanzado 32 acciones de formación que suman más de 10.000 accesos, para los colectivos de Central, Logística y Retail.

Algunas de las temáticas son Teletrabajo, Prevención Covid-19, Data, RGPD, Ciberseguridad, Onboarding y algunas ediciones sobre producto y nuevas tecnologías de tienda.

MANGO HUB

En febrero de 2020 arrancó esta iniciativa con el objetivo de dar formación a nuestros partners externos: proveedores de prenda e inspectores de calidad, como parte esencial de la cadena de producción MANGO, llegando a formar a más de 500 partners distintos.

Durante este año se han llevado a cabo 9 acciones de formación destinadas a mejorar los procesos de producción, la calidad del producto final, el etiquetado, las muestras, el packaging y el envío, así como mejorar el conocimiento de los partners de las tecnologías de MANGO para hacer más eficiente la colaboración.



LEARNING EN RETAIL

GAME-TAL

Apostamos por micro cursos de formación a través de vídeos animados que duran entre 3-5 minutos, que captan la atención de usuario y facilitan el aprendizaje. Además, nos permite comprimir el temario y centrarnos en soluciones concretas. también reducir costes y lo más importante es que llegaremos a todas las tiendas propias y franquicias.

A través de los vídeos podemos dosificar una formación en varios vídeos cortos. De esta forma todos los colaboradores se pueden autoformar con el vídeo y también con unos ejercicios teóricos y prácticos.

MANGO SCHOOL “EXPERTO EN GESTIÓN RETAIL”

MANGO School nace con el propósito de impulsar el crecimiento y desarrollo de nuestros equipos.

El programa de “Experto en Gestión Retail” ayudará a todos nuestros Managers a mejorar la gestión del negocio y a potenciar aquellas habilidades para liderar a los equipos en base a nuestro ADN y valores y conseguir los mejores resultados. Combinamos 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 2 años en torno a tres grandes áreas de formación y desarrollo: LEAD, CONNECT Y PERFORM donde al final nuestros Managers obtienen el título de “Experto en Gestión Retail” acreditado por la Universidad Autónoma de Madrid.

Cuestiones sociales y personas

04 PROGRAMA DE TALENTO

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



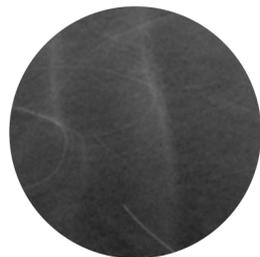
TDP (TALENT DEVELOPMENT PROGRAM)

Programa de formación y desarrollo que consta de 6 sesiones en las que se trabajan diferentes habilidades de autoconocimiento, autoliderazgo, liderazgo de equipo con encuentros con áreas claves de negocio. Como novedad este año se hizo en formato digital.



DIGITAL CAPABILITIES PROGRAM

El objetivo de este programa es trabajar el cambio cultural (Mindset) en este momento de Transformación Digital. Nos brinda una visión actualizada de la digitalización en el sector retail y moda. Nos ayuda entender cómo los usuarios se comportan a lo largo de la experiencia de cliente y qué innovaciones se están desarrollando mundialmente en retail.



VISIÓN GLOBAL DE NEGOCIO

Es un programa previsto poner en marcha durante el 2021. El objetivo principal del programa es dar a conocer las áreas claves del negocio a través de charlas de las personas claves de cada área. Queremos fomentar la visión global/ transversal de la compañía dentro del colectivo de altos potenciales.

05 OTRAS INICIATIVAS

PROGRAMA DE IDIOMAS

En el programa de idiomas hemos trabajado varios idiomas: inglés, francés, alemán, italiano, español y portugués. Este año, la duración del programa ha ido desde enero hasta noviembre. Además, todas aquellas personas que realizaban la modalidad presencial han podido disfrutar de la modalidad online debido a la crisis sanitaria.

FOCUS GROUP – DREAM & VALUES

En el marco de comunicación e implementación de los nuevos valores corporativos hemos realizado focus group con más de 75 colaboradores de la Central para definir los comportamientos asociados a estos valores.

TALLERES DE COHESIÓN DE EQUIPOS Y TEAMBUILDINGS

Se basa en el trabajo grupal a través de diferentes dinámicas participativas. Busca implementar planes de acción concretos para mejorar la cohesión de equipo y reforzar el sentimiento de pertenencia a MANGO. Este año como novedad los hemos realizado en un formato digital y hemos introducido nuevas herramientas como el Modelo Bridge para entender nuestros estilos relacionales.

PROCESOS DE COACHING INTERNO Y 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 temas muy concretos dirigidos al rendimiento de un colaborador en su puesto de trabajo. Para ello se establecen objetivos concretos y un plan de acción para alcanzarlos.

Cuestiones sociales y personas

CANTIDAD TOTAL DE HORAS DE FORMACIÓN*

2019
*HORAS FORMACIÓN***

DIRECTIVOS Y MANDOS
INTERMEDIOS

38.613 H

INFORMÁTICOS

5.778 H

ADMINISTRATIVOS
Y OTRAS POSICIONES

20.586 H

DEPENDIENTES Y OPERARIOS

18.236 H

TOTAL 83.213 H

2020
HORAS FORMACIÓN

DIRECTIVOS Y MANDOS
INTERMEDIOS

17.985 H

INFORMÁTICOS

3.263 H

ADMINISTRATIVOS
Y OTRAS POSICIONES

11.807 H

DEPENDIENTES Y OPERARIOS

29.423 H

TOTAL 62.478 H

Es notable una disminución del total de horas de formación de 2019 versus 2020 propiciada por la suspensión de acciones formativas a raíz de la situación de emergencia declarada en el mes de marzo y el cierre temporal de gran parte de puntos de ventas MANGO por todo el mundo. A medida que la situación ha ido normalizándose se han ido reanudado e impulsado las acciones formativas.

APOSTAMOS POR LA PROMOCIÓN INTERNA

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



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

** Se ha recalculado la distribución de las horas de formación por categoría del año 2019.

Cuestiones sociales y personas

IGUALDAD - UN ENTORNO DIVERSO E INCLUSIVO

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

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

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

01 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.

02 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 Código Ético de la compañía, 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 2021 es continuar trabajando en un ambicioso Plan de Igualdad e Inclusión.



Cuestiones sociales y personas

ACCESIBILIDAD UNIVERSAL DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD

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

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

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



Cuestiones sociales y personas

Este ha sido el duodécimo año de desarrollo del proyecto sociolaboral “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 178 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 78,21% son personas con discapacidad y/o en riesgo de exclusión, y de entre las personas con discapacidad, un 47,36% 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 203 personas contratadas y cuatro 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.



MANGO dispone de un Plan de Igualdad donde declaramos el compromiso de establecer y desarrollar políticas encaminadas a la igualdad entre mujeres y hombres. Concretamente nuestro plan se divide en los siguientes puntos:

Compromiso de la Empresa

Ámbito

Vigencia

Código Ético

Convenios con Organizaciones públicas en materia de igualdad

Objetivos específicos

Comisión de Seguimiento

Protocolos Internos

Anexos con los datos para el diagnóstico de situación

Nuestra organización mantiene el compromiso de continuar trabajando para impulsar y fomentar las medidas necesarias para conseguir la igualdad real y plena de las personas trabajadoras. Por ello, el próximo año vamos a empezar a diseñar el nuevo Plan de Igualdad.

Derechos humanos y cadena de suministro

SOURCING Y CALIDAD

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

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

En el avance hacia la transformación digital, en 2019 se implementó en el departamento de una herramienta de análisis de calidad. Esta herramienta permite la promoción e implementación de planes de mejora futuros y la evaluación de desempeño de nuestros centros de producción.

Gracias a ello, hemos podido monitorizar las medidas preventivas implementadas por nuestros proveedores en sus centros productivos en todo el mundo. De esta forma hemos podido avanzar en el control de nuestra cadena de producción ante los rebotes de la situación global provocada por la Covid 19 en los diferentes países en los que se producen las colecciones de MANGO.

El objetivo de utilizar esta herramienta es verificar que se aplican todas las medidas de seguridad necesarias para la protección de los trabajadores que producen para MANGO. A través de esta plataforma, se recopilan y analizan los datos obtenidos mediante auditorías basadas en protocolos de ONGs internacionales con el fin de detectar posibles carencias y así poder aconsejar de manera proactiva las acciones correctivas oportunas que deben aplicarse en cada caso en las fábricas de producción.

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

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

14.000
INSPECCIONES
DE CALIDAD/AÑO



Derechos humanos y cadena de suministro

CADENA DE SUMINISTRO

PERFIL DE NUESTROS PROVEEDORES

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

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

455
PROVEEDORES
DE PRENDAS Y COMPLEMENTOS

(2019: 529)

359
PROVEEDORES
DE PRENDA

(2019: 411)

96
PROVEEDORES DE
COMPLEMENTOS

(2019: 118)

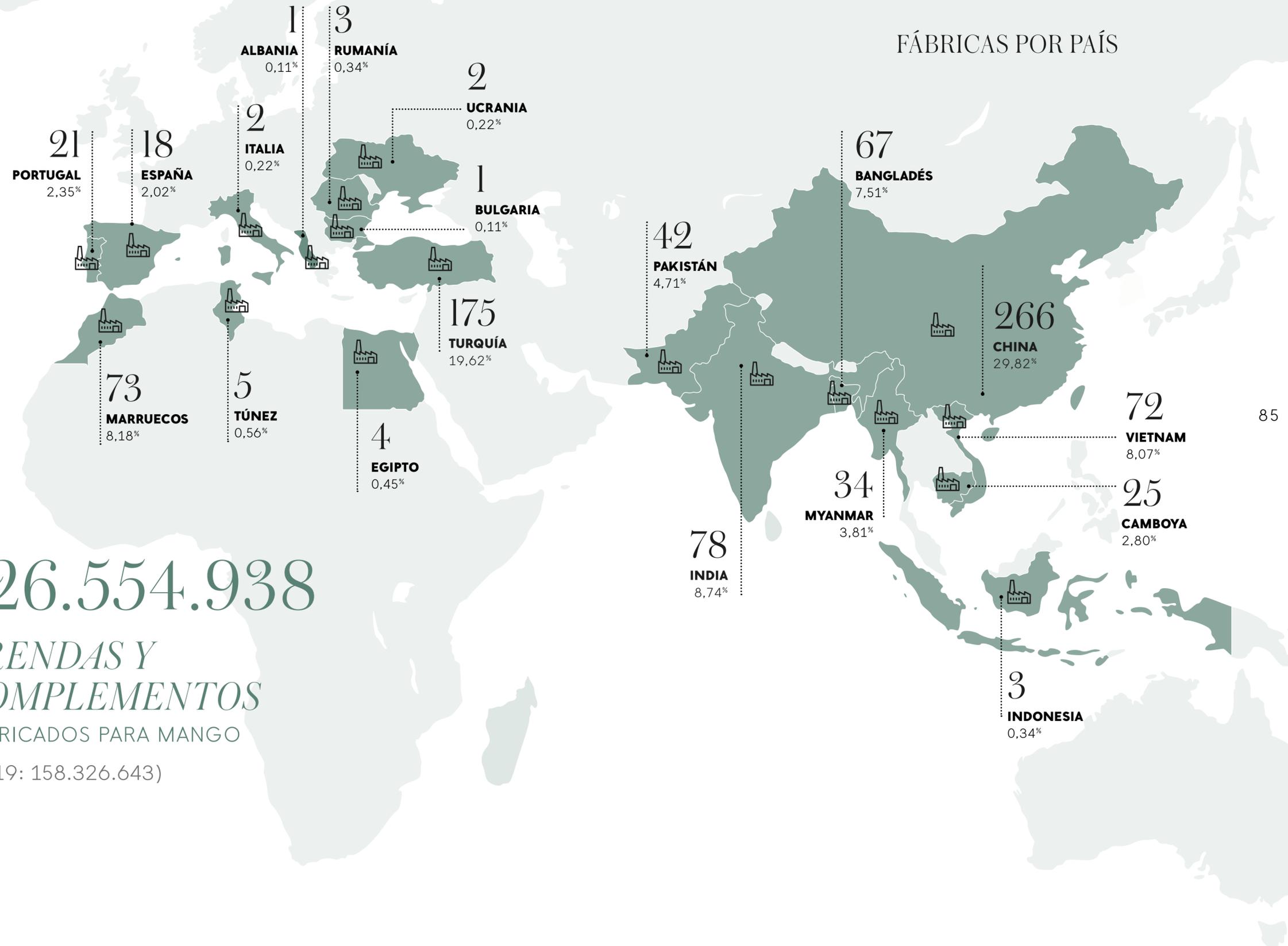


Derechos humanos y cadena de suministro

FÁBRICAS DE PRODUCCIÓN POR PAÍS

FÁBRICAS DE PRODUCCIÓN POR PAÍS

Si consideramos el número de fábricas, el principal país sigue siendo China, seguido de Turquía, India y Marruecos, que continúa siendo el principal país africano. Éste sigue siendo un país fundamental para MANGO ya que llevamos años trabajando con proveedores de este país siendo de los más estables a lo largo de los años.



892

FÁBRICAS UTILIZADAS

(2019: 1.106)

126.554.938

PRENDAS Y COMPLEMENTOS FABRICADOS PARA MANGO

(2019: 158.326.643)

305

FÁBRICAS EN PROXIMIDAD

Derechos humanos y cadena de suministro

TRAZABILIDAD DE LA CADENA DE SUMINISTRO

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

Nuestra política de control y las características de la producción no permiten la subcontratación de la fabricación de las prendas y complementos por parte de los fabricantes sin autorización de MANGO. A pesar de que todos nuestros proveedores tienen unificado el proceso de producción, en ocasiones existen procesos especiales de los que algún proveedor puede no disponer y que se realizan en otras empresas especializadas, como por ejemplo el bordado, estampado, lavado, etc. En estos casos, estas producciones y fábricas son conocidas y autorizadas por MANGO.



Derechos humanos y cadena de suministro

CADENA DE PROVEEDORES

TRANSPARENCY PLEDGE STANDARD

En octubre de 2020 publicamos a través de nuestra página web la lista de fábricas de nivel 1 (tier 1) que han producido modelos de prenda y complementos para MANGO en el presente año 2020.

Como parte fundamental del compromiso de MANGO con la sostenibilidad es esencial establecer una gestión responsable de nuestra 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 nuestros proveedores. Priorizamos una relación de confianza con ellos, asegurando que están alineados con nuestros propios compromisos, contribuyendo así a asegurar los derechos humanos de los trabajadores y a fortalecer la industria textil a nivel global.

Así pues, conscientes de la importancia de ser transparentes y de facilitar el acceso a la información para asegurar este compromiso.

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, que insta a las marcas a hacer público el nombre, dirección y otros detalles de las fábricas de producción.

Cabe destacar que 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 mínimo dos veces al año y se irá ampliando progresivamente los datos aportados.

Para seguir avanzando hacia nuestro compromiso con la transparencia en nuestra cadena de suministro, uno de los objetivos fijado por el equipo de Social Compliance de RSC para finales de 2021 es ampliar la información aportada del nivel 1 (Tier 1) así como publicar la lista de fábricas del nivel 2 (Tier 2) y nivel 3 (Tier 3) progresivamente.



Derechos humanos y cadena de suministro

PROVEEDORES ALINEADOS CON NUESTROS COMPROMISOS

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

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

Dentro de MANGO, el departamento de RSC colabora de manera transversal con los departamentos de Supplier Performance, Sourcing, Calidad, equipos de Compras y otros departamentos implicados en la selección de nuevos proveedores mediante un análisis y una verificación previa de los centros de producción, para asegurar que se cumplen los requisitos de MANGO antes del inicio de la producción.

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

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

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

Este Código está basado en los principios y filosofía del Pacto Mundial de Naciones Unidas, así como en los principios estipulados en la Declaración Universal de los Derechos Humanos y el Convenio de Naciones Unidas sobre los Derechos del Niño. Asimismo, se incluyen todos los convenios y recomendaciones de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) de aplicación (en particular los convenios: 1, 29, 75, 81, 87, 98, 100, 105, 111, 122, 131, 135, 138, 154, 155, 159, 177, 182 y 183, y las recomendaciones: 35, 90, 111, 143, 146, 164, 168, 184 y 190).



CÓDIGO DE CONDUCTA SOCIAL, LABORAL Y AMBIENTAL PARA FABRICANTES DE PRENDAS Y COMPLEMENTOS PARA EL GRUPO MANGO

01 TRABAJO INFANTIL

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

02 TRABAJOS FORZADOS Y OBLIGATORIO

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

03 SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO

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

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

04 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.

05 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.

06 MEDIDAS DISCIPLINARIAS, ACOSOS Y ABUSOS

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

07 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.

08 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.

09 SUBCONTRATACIÓN

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

10 MEDIO AMBIENTE

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

11 CUMPLIMIENTO DE LA LEGALIDAD VIGENTE

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

Derechos humanos y cadena de suministro

OTROS ASPECTOS

COMUNICACIÓN

Una copia de este Código estará expuesta en las principales entradas y salidas del personal en las instalaciones del fabricante, tanto en inglés como en el idioma local. La citada copia incorporará un email de contacto con MANGO por si cualquier trabajador necesitara o quisiera hacer uso del mismo.

ÁMBITOS DE APLICACIÓN DEL CÓDIGO

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

Para poder alcanzar este objetivo, los fabricantes autorizarán al grupo MANGO a realizar por si mismo o por medio de terceros, revisiones para el seguimiento de la aplicación de este Código.

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

VERIFICACIÓN

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



ACEPTACIÓN Y COMPROMISO POR PARTE DE LOS FABRICANTES

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

ACCIONES CORRECTORAS

Cualquier situación que suponga el no cumplimiento de los puntos antes reseñados, implicará su corrección por parte del fabricante, para lo que se establecerá un período, no superior a seis meses.

Cabe señalar que MANGO participará en las citadas acciones correctoras dando su apoyo técnico.

En el caso de que no se hubieran aplicado las correcciones dentro del período referido o se diera el caso de situaciones graves de emergencia social u otros aspectos significativos y los fabricantes no tomaran las medidas necesarias para su corrección inmediata, el grupo MANGO cancelará cualquier relación con el referido fabricante.



Canal de denuncias en relación
a este Código de Conducta:
lg_rsc@MANGO.com

Derechos humanos y cadena de suministro

AUDITORÍAS SOCIALES

Nuestra herramienta para controlar la implementación del Código de Conducta de MANGO son las auditorías sociales externas, que se realizan en los centros de producción de los proveedores (Tier 1). Estas auditorías pueden ser iniciales (en caso de una fábrica nueva), de seguimiento (para la revisión de no-conformidades específicas) o de mantenimiento (cada uno o dos años dependiendo de su resultado). De esta manera todos los proveedores de confección son evaluados para asegurar el cumplimiento de los derechos humanos.

LAS AUDITORÍAS SOCIALES INICIALES CONSTAN DE LOS SIGUIENTES PASOS

01 Entrevista con los responsables y/o propietarios de las fábricas

02 Revisión exhaustiva de las instalaciones de la fábrica

03 Selección de una muestra de trabajadores a los que se les realiza una entrevista

04 Revisión de los documentos pertinentes

05 Reunión de cierre

En caso de existir representantes sindicales en las fábricas, todo este proceso se realiza conjuntamente con ellos.

ÁREAS DE DESEMPEÑO QUE SE AUDITAN

01 TRABAJO INFANTIL

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 MEDIO AMBIENTE

11 CUMPLIMIENTO DE LA LEGISLACIÓN VIGENTE

Derechos humanos y cadena de suministro

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

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

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

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

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

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

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

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

Si algún sindicato local notifica alguna incidencia, el análisis y la resolución de ésta es realizada de forma conjunta entre MANGO, el sindicato y las organizaciones implicadas con las que tenemos un acuerdo en materia de RSC.

Debido a la situación global provocada por la Covid19, en los casos en los que la auditoría social BSCI fuera a expirar durante los meses de la pandemia y en los que no sea posible realizar una auditoría de seguimiento o una nueva auditoría, por motivos de salud y seguridad en los centros productivos, amfori BSCI extiende la fecha de expiración de la auditoría social durante tres meses prorrogables hasta que la auditoría se pueda realizar con éxito.



Derechos humanos y cadena de suministro

AUDITORÍAS SOCIALES POR PAÍS

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

En el caso de que la fábrica no disponga de un certificado previo aceptado por MANGO, se lanza el procedimiento de auditorías a través de auditores externos. Estas auditorías externas son llevadas a cabo por distintas empresas auditoras de primer nivel. En ciertas ocasiones, el equipo Social Compliance de RSC se une a las auditorías externas o realiza por su parte el seguimiento de algún aspecto en concreto del Código de Conducta.

AUDITORÍAS SOCIALES EN REMOTO

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 procedido con auditorías vía online que se realiza con tecnología de vídeo y voz en donde el auditor en remoto, entrevista a los trabajadores para evaluar las condiciones de su fábrica en presencia física de una persona externa, perteneciente a la compañía de auditoría, 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. Previamente, el auditor en remoto trabaja con el mánager de RSC de la fábrica para verificar los criterios de evaluación de la auditoría social.

En el año 2020 el número de auditorías sociales impulsadas por MANGO ha descendido respecto al año anterior, debido a la situación global provocada por la Covid 19 y a la extensión de validez de tres meses acordada por Amfori BSCI.

En 2020 se realizaron:

148

AUDITORÍAS SOCIALES

(2019: 273)

69

DENTRO DEL MARCO BSCI O SMETA

79

CÓDIGO CONDUCTA DE MANGO

PAÍS	NÚM. FÁBRICAS AUDITADAS	%
TURQUÍA	39	26,35%
CHINA	25	16,89%
VIETNAM	25	16,89%
MARRUECOS	17	11,49%
BANGLADÉS	8	5,41%
INDIA	8	5,41%
PORTUGAL	9	6,08%
ESPAÑA	7	4,73%
PAKISTÁN	6	4,05%
BULGARIA	2	1,35%
CAMBOYA	1	0,68%
MYANMAR	1	0,67%
TOTAL	148	100%

93

Derechos humanos y cadena de suministro

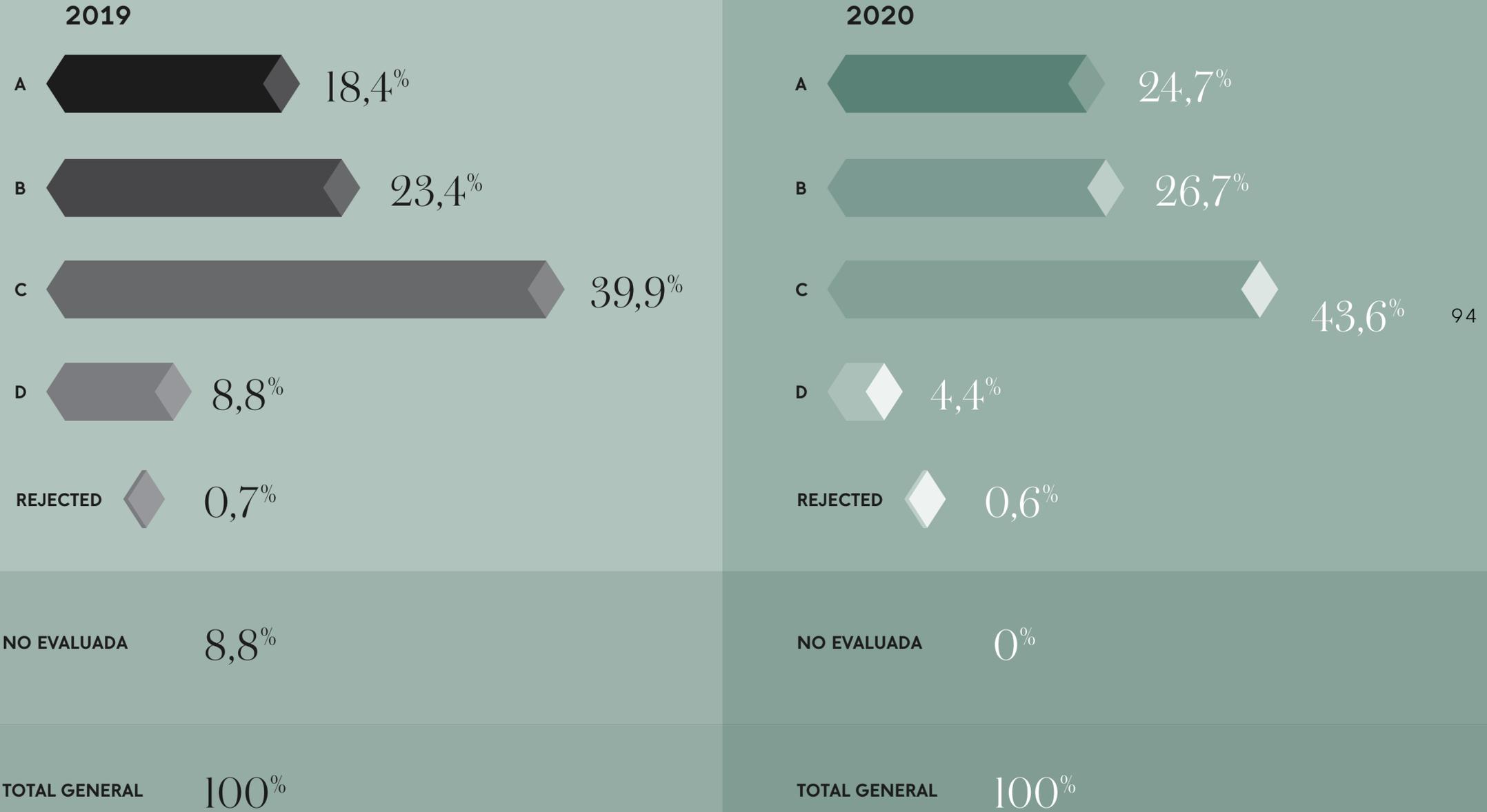
EVALUACIÓN DE FÁBRICAS

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

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

Al cierre de 2020, el 100% de las fábricas de producción de MANGO ya tienen calificación asignada según este criterio.

RESULTADOS DEL PROCESO DE EVALUACIÓN DEL TOTAL DE FÁBRICAS NIVEL I (TIER I)



Derechos humanos y cadena de suministro

Consciente del impacto a nivel mundial de la Covid 19 en nuestra cadena de suministro, el departamento de Responsabilidad Social Corporativa ha ido realizando consultas a los proveedores de la cadena de suministro para conocer de primera mano los impactos más relevantes ocasionados por la Covid-19 en sus fábricas de producción.

Durante el año 2020, debido a la situación global ocasionada por la pandemia de la Covid-19, se ha procedido a la resolución de varios conflictos en materia de derechos laborales y humanos en los centros de producción de MANGO en Myanmar y Bangladés. La resolución se ha realizado siempre en colaboración con las organizaciones implicadas, sindicatos locales y bajo el acuerdo de MANGO con CCOO industria firmado en 2018.



HIGG INDEX COMO HERRAMIENTA DE MEDICIÓN DE IMPACTO SOCIAL Y LABORAL

A principios del año 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. El 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 2021 el equipo de Social Compliance de RSC comenzará en los centros de producción de MANGO con el Módulo Social y Laboral de Higg Facility (Higg FSLM) que promueve condiciones sociales y laborales seguras y justas para los trabajadores de la cadena de valor en todo el mundo. Los centros de producción pueden utilizar la evaluación puntuada del Higg FSLM para comprender los puntos críticos donde incidir y mejorar.

Al utilizar esta herramienta, MANGO se propone contribuir al esfuerzo realizado por toda la industria para reducir la fatiga de auditorías, lo que permitirá un mayor enfoque en mejoras significativas de las condiciones sociales y laborales en las cadenas de suministro globales.

Derechos humanos y cadena de suministro

FORMACIÓN A PROVEEDORES

Después del éxito de las formaciones realizadas en China e India en 2017, Bangladés y Turquía en 2018, España y Portugal en 2019, MANGO apuesta por dar continuidad a su programa de formaciones en origen, adaptándose a las nuevas circunstancias y transformando estas formaciones presenciales a formato online hasta que la situación global de restricciones permita realizar las formaciones en origen.

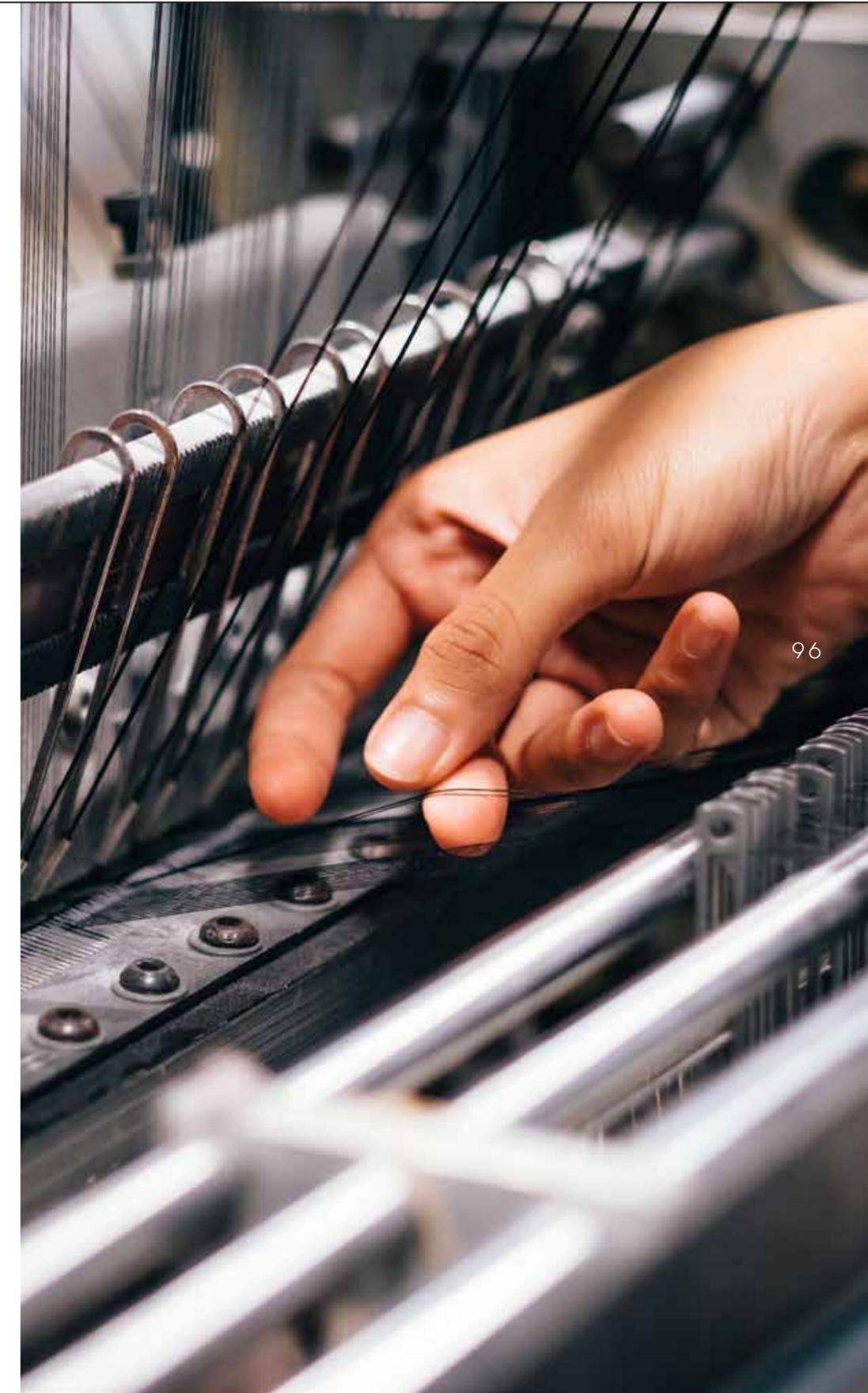
Estas formaciones fueron impartidas directamente por el equipo de RSC y Calidad junto con algunos de nuestros aliados estratégicos locales.

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 nivel global. La valoración de estas formaciones es muy satisfactoria para ambas partes por lo que se seguirán realizando en otros países aumentando el enfoque de los temas por países. Para el próximo año se ha previsto la realización de formaciones en formato online en Myanmar, Bangladés e India.

Además, los nuevos proveedores de MANGO realizan formación online específicas de todos los departamentos implicados en el proceso de la producción de las colecciones a través de la nueva 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 basado en el nuevo Manual de Calidad y Procesos.

Tanto las formaciones presenciales como ahora en formato online, contribuyen a fomentar la debida diligencia en nuestra cadena de proveedores que permita reducir el número de incumplimientos durante las auditorías sociales contribuyendo así a nuestro compromiso de mejora de las condiciones en los centros de producción.

Siguiendo con este compromiso, a finales del año 2020, MANGO organizó el primer "VENDOR DAYS", un punto de encuentro online para informar a todos nuestros proveedores 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.



Derechos humanos y cadena de suministro

ALIANZAS

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

ACUERDO CON SINDICATOS PARA LA MEJORA DE LAS CONDICIONES EN LA CADENA DE SUMINISTRO

MANGO – CCOO DE INDUSTRIA

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

Asimismo, desde hace años, se les facilitaba la lista de fábricas de prendas y complementos con las que trabajamos, lo cual culminó con la publicación de las fábricas de Nivel 1 (Tier 1) en la web corporativa de MANGO en octubre de 2020.

ACUERDO DE TRANSICIÓN DE BANGLADÉS

READY-MADE-GARMENTS SUSTAINABILITY COUNCIL (RSC)

Seis años después de la creación del Acuerdo sobre Seguridad contra Incendios y Construcción en Bangladés, se ha logrado un progreso significativo hacia una industria de la confección más segura y saludable en Bangladés. A través del Acuerdo de Transición de 2019, se ha logrado mantener este progreso y seguir avanzando. En 2020 el Ready-Made-Garments Sustainability Council (RSC en adelante) tomó el relevo en mayo de 2020 para ser el organismo de control de seguridad permanente en el sector de las prendas confeccionadas en Bangladés.

El RSC constituye una iniciativa privada de la industria de Bangladés, marcas globales y sindicatos locales y globales de Bangladés. El RSC ha heredado las operaciones, el personal, las políticas y la infraestructura de la oficina local del Acuerdo de Bangladés y tiene plena capacidad para implementar inspecciones de salud y seguridad o monitorear los planes de remediación de las fábricas, entre otras funciones.

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

95%



Para más información consultar:

<https://www.rsc-bd.org/>

bangladeshaccord.org/

Derechos humanos y cadena de suministro

TRABAJADORES MIGRANTES EN TURQUÍA

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

Esta iniciativa 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.

En 2020, United Work, colocó a más de 2.957 refugiados con permiso de trabajo y seguridad social en Turquía, capacitó a más de 1.169 refugiados y facilitó a más de 227 empresarios refugiados a establecer sus negocios.

Para más información consultar:

<https://unitedwork.com.tr/>



WOMAN EMPOWERMENT AMFORI

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

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

El proyecto Shobola tiene como objetivo empoderar a las mujeres que trabajan en el sector textil. En concreto, han diseñado un enfoque sistemático para sensibilizar al personal directivo sobre la igualdad de género para así empoderar a las trabajadoras a través de capacitaciones de liderazgo y desarrollo de capacidades.

El proyecto se encuentra cerca de su última fase de implementación que ha supuesto que miles de mujeres trabajadoras y también de la comunidad vayan adquiriendo la capacidad de asumir mayor responsabilidad dentro del entorno laboral.

Para más información consultar:

<https://www.amfori.org/>



FORO SOCIAL DE LA INDUSTRIA DE LA MODA

En abril de 2019 se presentó públicamente la creación del Foro social de la industria de la moda a la que MANGO se unió como miembro promotor. El Foro está formado por sindicatos, ONGs, diversos medios académicos, así como multinacionales españolas grandes empresas 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 proyecta 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 fundamentales.

Sociedad

Para garantizar que nuestros productos cumplen con la calidad y seguridad exigida, se analiza el 100% de nuestras colecciones de prenda, complementos y calzado en todos los colores.



Sociedad

SEGURIDAD DEL PRODUCTO: COMPROMETIDOS CON LA SALUD DE NUESTROS CLIENTES

Una muestra de cada artículo es enviada al laboratorio AITEX, donde se realizan todos los análisis, de esta manera aseguramos la homogeneización de los métodos de ensayo y facilitamos la supervisión y gestión de resultados.

Asimismo, desde 2016 se ha implementado un procedimiento de control interno de revisión de sustancias, seleccionando aleatoriamente muestras de la producción una vez llegan a los almacenes.

INSTITUTO TECNOLÓGICO TEXTIL – AITEX

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 por encima de los límites legales permitidos. 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.

www.aitex.es



ESTÁNDAR QUÍMICO DE MANGO

PARÁMETROS	LIMITES APLICABLES	ÁREA DE APLICACIÓN	LÍMITES OBJETIVO	MÉTODOS DE ENSAYO
Alquitenoles (1)	100 ppm	Textiles y piel	0.2 ppm	Solvent Extraction, GC-MS (AP) & LC-MS (APEO) analysis.
Antimonio	5 ppm	Textiles de poliéster	1.0 ppm	ISO 105-E04 acid perspiration extraction & ICP analysis.
Arsénico	No detectado (0.06 ppm)	Todos los productos	0.06 ppm	ISO 105-E04/ acid perspiration extraction & ICP analysis. (Extractable)
Colorantes azoicos (Arlaminas) (2)	20 ppm	Todos los productos	0.1 ppm	EN 14362-1:2012. ISO 17234-1:2010; ISO 17234-2:2011 @ Leather. EN 14362-3-GB/T 17592- GB/T 23344 (4-aminobenzene)
Benzenos y toluenos-carriers (3)	1.0 ppm	Textiles de poliéster, seda y lana	0.1 ppm	Solvent Extraction & GC-MS analysis.
Biocidas (4)	No detectado (1.0 ppm)	Fibras textiles naturales	1.0 ppm	Extraction/ Derivation followed by GC-MS analysis.
Cadmio	5 ppm	Textiles, excluyendo cuero sintético	1.0 ppm	EN 1122-2001/ Acid Digestion followed by ICP analysis. (Total)
	75 ppm	Piel sintética natural, productos de metal		
Cromo (VI)	3 ppm	Productos de piel	1.0 ppm	DIN 53314-1996 UNE EN 17075:2017
Dimetil Fumarato (DMFU)	No detectado (0.1 ppm)	Textiles y piel	0.1 ppm	Solvent Extraction & GC-MS analysis.
Colorantes disperses alérgicos (5)	50 ppm	Fibras sintéticas textiles	1.0 ppm	DIN 54231
	16 ppm	Todos los productos textiles y de piel para bebés		
	75 ppm	Todos los productos textiles y de piel, en contacto directo con la piel	5 ppm	Textiles: JIS L1041: 2000/ EN ISO 14184-1:2011 Leather: ISO 17226-1
Formaldehido	300 ppm	Todos los productos textiles y de piel que no están en contacto con la piel		
	5 ppm	Productos textiles excluyendo piel sintética	1.0 ppm	EN 1122-2001/ Acid Digestion followed by ICP analysis. (Total)
90 ppm	Piel sintética, piel natural y metales			
Mercurio	No detectado (0.006 ppm)	Todos los productos	0.006 ppm	ISO 105-E04 acid perspiration extraction & ICP analysis. (Extractable)
Níquel	No detectado (0.2 µg/cm ² /week)	Metales que puedan introducirse en el cuerpo humano	0.2 µg/cm ² /week	UNE-EN 12472:2006 + A1: 2010 UNE-EN 1811:2011 + A1 :2015 UNE-EN 16128:2011
	0.5 µg/cm ² /week	Para otros productos de metal		
Compuestos orgánicos de estaño (TBT, DBT, TPhT, DOT)	No detectado (0.5 ppm)	Productos textiles	0.5 ppm	Extraction/ Derivation followed by GC-MS analysis.
Pesticidas (6)	No detectado (0.05 ppm)	Fibras naturales textiles y de piel	0.05 ppm	Extraction/ Derivation followed by GC-MS analysis.
PFCs (Perfluorocarbons)	1 µg/m ² PFOS	Productos textiles	0.001 ppm	Solvent Extraction & GC-MS analysis.
	Otros: ⁽⁷⁾ 0.1 ppm			
Compuestos fenólicos (PCP, TeCP)	0.05 ppm	Textiles y piel para bebés	0.02 ppm	Solvent Extraction & GC-MS analysis.
	0.5 ppm	Textiles y piel > de 3 años		
Fialatos (8)	Uno: 500 ppm Suma ≤ 1000 ppm	Artículos de PVC, plástico flexible y estampados plastisol	0.3 ppm	CEN-ISO-TS 16181, TS 16181 EN 14372 UNE-EN ISO 14389:2014 Solvent Extraction & GC-MS analysis.
Hidrocarburos aromáticos policíclicos	1 ppm	Fibras sintéticas, artículos de plástico y materiales con recubrimiento	0.5	Solvent Extraction & GC-MS analysis. 100
	0.5 ppm	Fibras sintéticas, artículos de plástico y materiales con recubrimiento para bebés, en contacto directo con la piel		
Parafinas cloradas de cadena corta	No detectado (100 ppm)	En textiles y piel	0.3 ppm	Solvent Extraction & GC-CE analysis.
Residuos de disolventes	Benceno: 5 ppm Otros: 3000ppm	En textiles y piel	Benceno: 5 ppm Otros: 3000 ppm	Solvent Extraction & GC-CE analysis.

Sociedad

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

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

INCIDENCIAS FINALES DETECTADAS DEL TOTAL DE COLECCIONES DE PRENDAS Y COMPLEMENTOS

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

TIPO DE SUSTANCIA	2019	2020
ALQUILFENOLES	0	1
ARILAMINAS	3	1
CADMIO	3	0
COMPUESTOS FENÓLICOS	22	3
COMPUESTOS ORGANOESTÁNNICOS	5	3
CROMO (VI)	0	1
FTALATOS	4	7
FORMALDEHÍDO	7	29
HIDROCARBUROS POLICICLICOS AROMÁTICOS	1	0
NÍQUEL	1	1
PLOMO	14	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).



Sociedad

MASCARILLAS – COVID-19

Tras la crisis provocada por la COVID-19, la seguridad del producto y la salud se han convertido en aspectos relevantes e indispensables para las empresas, poniendo de manifiesto la importancia de ser capaces de dar una respuesta rápida y encontrar soluciones a situaciones críticas.

Es por este motivo que durante el 2020 MANGO ha añadido nuevos productos a la venta (mascarillas y geles hidroalcohólicos) destinados a proteger la salud y seguridad del cliente.

El Instituto Tecnológico Textil – AITEX ha realizado los ensayos de tejidos para mascarillas y mascarillas para MANGO siguiendo las normas creadas por el organismo de normalización oficial en España UNE. Los ensayos se realizan según las normas aplicables para distintos tipos de mascarillas: mascarillas quirúrgicas e higiénicas (reutilizables y de un solo uso) y mascarillas FFP2 (EPI's). Estas normas especifican los métodos de ensayo para homologarlas según la norma EN14683+AC:2019, siguiendo la versión más actualizada y en vigor de la misma.



Sociedad

CLIENTES

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

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

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

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



MANGO LIKES YOU

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

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

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

Tras el gran éxito de lanzamiento en España y Francia, MANGO ha implementado en 2020 el programa en 6 nuevos países: Bélgica, Luxemburgo, Países Bajos, Reino Unido, Alemania y Portugal. Actualmente el programa cuenta ya con más de 5,5 millones de clientes activos.

VOZ DE CLIENTE

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

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

Sociedad



SERVICIO IPAD EN TIENDAS (ENDLESS AISLE SERVICE)

Este servicio, disponible desde 2011, permite a nuestras tiendas realizar la compra en el canal online de aquellas prendas de las cuales no tienen disponibilidad. Si un cliente se interesa por un producto y finalmente su talla o color no está disponible en tienda, nuestros dependientes tienen la posibilidad de validar si hay stock disponible en los almacenes online y solicitarlo para recibirlo en la misma tienda o incluso enviarlo directamente a casa del cliente. De esta manera podemos finalizar la venta y satisfacer la necesidad del cliente.

CLICK & COLLECT

Los clientes que compran online y seleccionan recogida en tienda recibirán, siempre y cuando la tienda seleccionada disponga de stock, un aviso para recoger su pedido ese mismo día en dicha tienda. Con este servicio, MANGO mejora la experiencia del cliente para que disfrute de su compra antes de lo esperado.

Esta iniciativa que ya está disponible en Reino Unido desde octubre de 2017, se amplió a lo largo de 2019 a España, Irlanda, Portugal, Holanda Hungría, Croacia y Francia. Durante 2020 se ha seguido ampliando el servicio a nuevos países: Austria, Bélgica, Finlandia, Italia, Polonia República Checa, Suecia y Turquía.

SHIP FROM STORE

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

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

Sociedad

EXPERIENCIA PERSONALIZADA

Con el objetivo de poder ofrecer a nuestros clientes experiencias únicas, la navegación en MANGO.COM incluye también contenido personalizado y recomendación de prendas que mejor puede encajar con sus intereses. Los clientes podrán ver en la ficha de detalle de prendas un módulo de prendas "Te puede interesar" con las que seguir descubriendo otros productos de MANGO afines a su gusto, así como en la bolsa de la compra, donde podrán ver recomendaciones adicionales con sus productos favoritos.

Adicionalmente, con la experiencia de navegación personalizada queremos también facilitar todo lo posible la experiencia a nuestros clientes, con funcionalidades como poder visualizar también el estado en el que se encuentra su pedido una vez entran en nuestra web.

Iniciativas todas dirigidas a cumplir con nuestro compromiso de ofrecer a nuestros clientes la mejor experiencia posible.

RECOMENDADOR DE TALLAS

Nuestros clientes de MANGO online tienen la posibilidad de utilizar un "recomendador" de tallas. Se trata de una funcionalidad muy cómoda para el cliente, puesto que, al introducir medidas básicas como peso, talla o altura y responder a preguntas sobre cómo te suele gustar llevar la prenda; holgada, ajustada, etc., recibe la talla de MANGO más adecuada, sin necesidad de conocer medidas corporales como cadera, cintura o pecho.

Este servicio es fruto de nuestro esfuerzo por facilitar a la clienta la experiencia de compra online, puesto que la selección de talla es una de las barreras más importantes en compra online, frente a la compra en tienda, donde te puedes probar la prenda antes de comprarla.

CHATBOT

En julio de 2020 MANGO inició un proyecto centrado en apostar por la automatización de algunos servicios para conseguir mejorar la experiencia de nuestras clientas. De ahí nace el Chatbot de MANGO, disponible ya en 15 países: Alemania, Austria, Bélgica, Corea del Sur, España, Estados Unidos, Francia, Italia, Países Bajos, Polonia, Portugal, Reino Unido, Rusia, Suiza y Turquía.

Este asistente online es una extensión de todo el equipo de Atención al Cliente. Gracias a ellos, hemos podido saber cuáles son las dudas más frecuentes de nuestras clientas e incluirlas en este nuevo servicio que está disponible todos los días del año y a cualquier hora en nuestras plataformas Web (Web Mobile y Desktop).

El Chatbot puede dar una respuesta inmediata a numerosas consultas relacionadas con el estado de un pedido, la disponibilidad de productos en nuestras tiendas, nuestra política de envíos y devoluciones o las medidas adoptadas por MANGO ante el contexto COVID-19. El contenido se ha centrado en una primera fase en el contexto de postventa, donde más dudas surgen a nuestras clientas, aunque es un servicio vivo que se adapta a las necesidades de cada momento, y por ello ampliaremos en una segunda fase con contenidos de Pre-Venta.

Sociedad



ESCANEO DE CÓDIGO QR

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

FASHION ASSISTANT

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

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

CUSTOMIZACIÓN DE PRENDAS

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

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

Sociedad



PROBADOR DIGITAL

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

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

- › Ofrecer al cliente la posibilidad de solicitar una talla o color diferente a la que tenga en el probador.
- › Proponer al cliente prendas que combinan con la prenda escaneada para completar el look.
- › Solicitar la atención del personal de tienda sin salir del probador.

El personal de tienda recibe las peticiones a través de un reloj digital para responder a las necesidades de los clientes de forma mucho más ágil. Los clientes han valorado muy positivamente la iniciativa ya que además de que lo consideran innovador, les resulta muy práctico.

TICKET DIGITAL

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

Desde entonces se ha ido implementando este servicio en más países, estando disponible a finales de 2020 en nueve países en los cuales ha tenido una gran aceptación por su comodidad y por el apoyo por parte de nuestros clientes a todas las iniciativas que impliquen un menor consumo de papel.

De cara a 2021 seguiremos expandiendo el Ticket Digital de la mano del programa MANGO Likes You a más mercados, con el objetivo de facilitar el acceso a la información de las compras de nuestros clientes, así como para poder prescindir de los tickets en papel en todas las transacciones.

YOUR CHOICES MAKE US: CO-CREACIÓN

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

Sociedad

LA ATENCIÓN AL CLIENTE: UNA PRIORIDAD PARA MANGO

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

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

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

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

3.489.469*

NÚMERO DE CONSULTAS

(2019: 2.778.139 número de consultas)

95%

RESOLUCIÓN CONSULTAS

(2019: 98% resolución consultas)

* El incremento de consultas está directamente vinculado al crecimiento del negocio online.



42%

SOLICITUD INFORMACIÓN

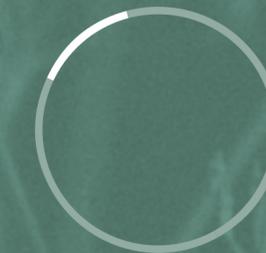
(2019: 49%)



40%

RECLAMACIONES

(2019: 38%)



18%

OTROS

(2019: 13%)

Sociedad

PRESENTES EN LAS REDES SOCIALES

Las redes sociales juegan un papel protagonista en la estrategia de comunicación de MANGO. No sólo permiten a la marca mantener una comunicación bidireccional con millones de seguidores de todo el mundo, sino que son un canal clave para compartir contenidos exclusivos que ayudan a conectar a nivel emocional a la marca con sus fans.

Para ello, creamos y adaptamos contenidos para cubrir las expectativas de los usuarios de cada una de las redes en las que estamos presentes: Instagram, Facebook, LinkedIn, Tiktok, Pinterest, Youtube y Twitter.

27 M
SEGUIDORES
EN RRSS

14
PERFILES

8
PLATAFORMAS

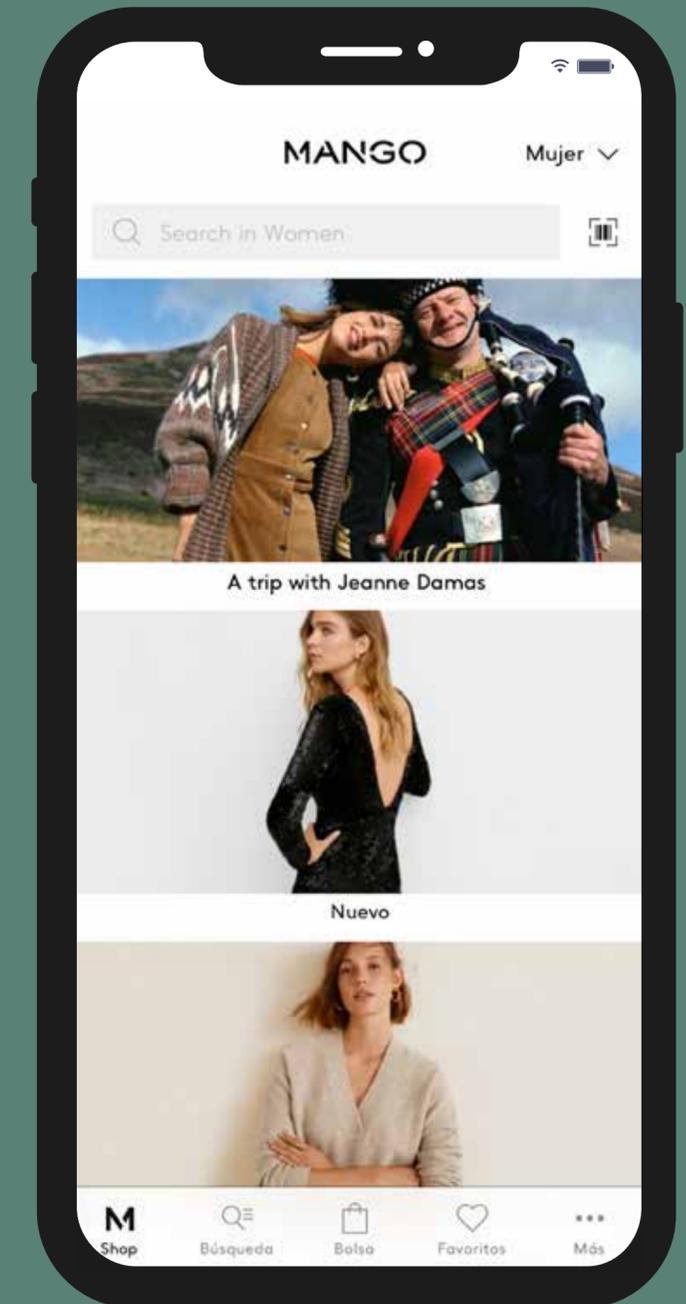


EL E-COMMERCE COMO PILAR DE MANGO SIN OLVIDARNOS DE LA OMNICALIDAD

El negocio digital se refuerza durante 2020 acelerando su crecimiento debido a las medidas restrictivas a lo largo del año en tiendas físicas. El cliente refuerza el consumo online copando el 42% de las ventas de la compañía, un porcentaje muy superior al 24% de 2019. Estos resultados afianzan a MANGO como empresa de referencia en el canal digital.

Asimismo, cada vez más, MANGO apuesta por una experiencia personalizada y enfocada en la omnicanalidad que ha sido y será una de las grandes áreas de desarrollo en el futuro.

En 2020 cabe destacar la reducción en el comportamiento de la devolución del cliente y el crecimiento espectacular de la línea de Kids.





Sociedad

CAMPAÑAS

2020 | MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD | ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA

MANGO

CAMPAÑA PRIMAVERA/VERANO 2020 DE MANGO

MANGO dio continuidad al concepto Shared Moments en la campaña para la temporada Primavera/Verano 2020. Las imágenes y el vídeo capturados por el icónico fotógrafo británico Glen Luchford retrataba a las modelos Anna Ewers y Rebecca Leigh Longendyke, dos de las protagonistas de la campaña Shared Moments O19 y a Vittoria Ceretti, Kit Butler y Hamid Onifade en una nueva escapada que tiene a las ciudades mexicanas de Valladolid y Mérida como escenario de sus aventuras veraniegas compartidas.

Shared Moments apostó por reforzar el concepto de togetherness presente en la comunicación de la marca. La campaña acentuaba el espíritu de comunidad a través de un vídeo y unas imágenes que ensalzan la intimidad y la naturalidad de los instantes compartidos, celebrando un momento genuino de complicidad y, a la vez, la expresión de uno mismo.

IMPROVED, UNA COLECCIÓN CREADA CON FIBRAS TÉCNICAS

MANGO Man lanzó Improved como apuesta por la innovación, creando una colección con fibras técnicas y siluetas limpias con el objetivo de dar apoyo al estilo de vida dinámico del hombre contemporáneo.

Los tejidos empleados eran termorreguladores, ofreciendo una transpirabilidad óptima y resistentes a las arrugas, gracias a su tecnología, así su estructura se mantiene perfecta. Además, todas las prendas de esta colección son repelentes al agua y lavables a máquina. Estas características permiten que el look se mantenga impecable a lo largo de todo el día.

LIFE IN BLOOM, UN MENSAJE DE OPTIMISMO AL MUNDO

La campaña de Verano 2020 fotografiado por Cass Bird y protagonizado por Andreea Diaconu, Kaya Wilkins, Jill Kortleve, Oumie Jammeh, Boyd Gates y Anders Hayward fue un intento por devolver el tono de entusiasmo a nuestras vidas y planificar el próximo capítulo de la historia que construimos junto a la gente que más queremos. La campaña "Life in Bloom" fue el reflejo de un contexto actual en el que, tras unos meses de distanciamiento físico, la energía se renovó y las ganas de salir a disfrutar de la naturaleza, de la compañía de nuestra comunidad más cercana y de todo lo que nos ofrece el mundo cobraron más significado que nunca.

Como ya se hizo la pasada campaña de primavera/verano 2020, MANGO apostó por dar voz a su comunidad, a la que hizo participe del shooting a través de Instagram. Los seguidores de la marca tuvieron acceso al rodaje y pudieron conocer otros detalles exclusivos como la localización, el set, decidir qué escenas querían ver o descubrir algunas de las prendas y colores que se fueron desvelando poco a poco en primicia.

Sociedad

COLECCIONES

COLECCIÓN COMFY, LA NUEVA TENDENCIA EVERY-WEAR

MANGO lanzó una colección para mujer y hombre, que surge del contexto de la llamada Nueva Normalidad. Hoy en día pasamos mucho más tiempo en casa, el teletrabajo forma parte de nuestras vidas y nuestras actividades exteriores han cambiado. Para adaptarse a las necesidades de nuestros clientes, MANGO creó una propuesta de prendas versátiles que se adaptan fácilmente a todo tipo de ocasiones: tanto dentro como fuera de casa. El objetivo de esta colección es que el look final sea fácil de conseguir y, sobre todo, fácil de llevar. Hoy, los dress codes se difuminan a medida que el estilo casual se está haciendo un sitio cada vez mayor en nuestros armarios.

COLECCIÓN ACTIVE

MANGO lanzó su primera colección de activewear, una cápsula de prendas cómodas enfocadas a la práctica de distintas disciplinas deportivas relacionadas con el bienestar del cuerpo y la mente, como el yoga, el baile, la meditación o el pilates, entre otros. La marca se une así a la tendencia fitnesswear, una de las más populares del momento.

Bajo el lema de The Wellbeing Community, MANGO presentaba una campaña en movimiento que fomenta el valor de la comunidad y potencia las conexiones entre sus miembros, compartiendo conocimiento y generando conversaciones entre ellos, con el objetivo de potenciar el bienestar físico y mental. Para este lanzamiento y a lo largo de 2020, se realizaron una serie de clases y charlas en directo a través del perfil de Instagram de MANGO, abordando disciplinas y temáticas diferentes con un elemento común: el bienestar.

Sociedad

NUESTRAS TARJETAS

TARJETA MANGO (ESPAÑA)

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

Igualmente, la tarjeta ofrece excepcionales formas de pago fraccionado (6 meses sin intereses ni comisiones) y la posibilidad de disfrutar de promociones exclusivas, regalos y de asistir a eventos de la marca, *showrooms*, etc. Además, MANGO colabora con más de veinte marcas de belleza y ocio para que los titulares de la tarjeta puedan disfrutar de ofertas y descuentos exclusivos.

TARJETA REGALO MANGO

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

Sociedad

ACCIÓN SOCIAL

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

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

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

Nuestra colaboración se centra en los siguientes focos de actuación:

01 Financiación de infraestructuras relacionadas directamente con proyectos en el ámbito de la familia, la salud y la educación

02 Integración a través de la formación

03 Asistencia social y sanitaria

04 Investigación médica

05 Emergencia humanitaria



Sociedad

COLABORACIONES ECONÓMICAS

BARCELONA

FUNDACIÓN FERRO (FUNDACIÓ D'ESTUDIS I RECERCA ONCOLÒGICA)

Colaboración en la Start-up del Dr. César Serrano: El laboratorio de Investigación Traslacional en Sarcomas del Vall d'Hebron Instituto de Oncología (VHIO) se han especializado en el tumor del estroma gastrointestinal (GIST). Unidad designada como Centro Nacional de Referencia por el Ministerio de Sanidad Español.

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA CONTRA EL CÁNCER AECC

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

FUNDACIÓN JOSEP CARRERAS CONTRA LA LEUCEMIA

Aportación al programa REDMO (Registro de Donantes de Médula Ósea) 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.

ASSOCIACIÓ ASSIS

MANGO participa en el proyecto "Dones Amb Llar" que acompaña y empodera a las mujeres sin hogar o que sufren otras formas de exclusión residencial severa con el objetivo de dar una respuesta preventiva y evitar el paso a una situación de sin techo. Se financia la instalación de duchas y lavabos en su centro de día así como la renovación estructural a la Llar Impuls de acogida.

FUNDACIÓ BANC DE ALIMENTS

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

PROYECTO TEAMING

Los empleados de MANGO que voluntariamente aceptan donan un 1€ de su nómina al proyecto que por mayoría eligen. Estas microdonaciones fueron destinadas en 2020 a un proyecto de investigación del cáncer infantil del Hospital San Juan de Dios en Barcelona.

FUNDACIÓN ARED

MANGO participa en un itinerario de formación con inserción sociolaboral en un curso de formación en el ámbito textil dirigido a mujeres privadas de libertad.

TARRAGONA

FUNDACIÓN PORTAVENTURA DREAMS

MANGO se une al sueño de PortAventura Dreams en la construcción de un Village dentro del parque temático de PortAventura. El proyecto ofrece estancias gratis a niños enfermos graves y a sus familias durante una semana.

Sociedad

TURQUÍA

ÖĞRENCILERE YARDIM DERNEĞİ

ESTAMBUL, TURQUÍA.

MANGO financia becas a jóvenes sin recursos.

NEVE SHALOM - YAD

ESTAMBUL, TURQUÍA.

MANGO colabora con la entidad que se dedica a atender a gente necesitada con el fin de mejorar su calidad de vida dándoles la oportunidad una vida digna y cubriendo sus necesidades básicas mayores y necesitados.

MUNDO

MÉDICOS SIN FRONTERAS

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



INDIA

FUNDACIÓN VICENTE FERRER

INDIA

MANGO ha financiado la fase primera construcción de una escuela para niñas y niños con discapacidad intelectual en Dornala, región de Srisailam. La escuela es parte de un complejo residencial educacional y de rehabilitación que atenderá a menores con distintos tipos de discapacidad, pertenecientes a las comunidades más desfavorecidas de las zonas rurales del área.

FUNDACIÓN VITA MUNDI

GANESHNAGAR, BOMBAY, INDIA.

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

Sociedad

ÁFRICA

FUNDACIÓN ELENA BARRAQUER

En el mundo hay 19 millones de personas ciegas que podrían no serlo tras una cirugía de cataratas. Desde MANGO se financia el material fungible para las expediciones asistenciales que Fundación Elena Barraquer realiza en África.

FUNDACIÓN ACTIVE ÁFRICA

MANGO colabora en la compra de una ambulancia que permitirá el acceso a poblados remotos en Kenia. En Malawi se financian programas de alimentación para colectivos necesitados (ancianos y huérfanos) del que se ocupan unas misioneras y se inicia la construcción de una valla protectora de la futura residencia para estudiantes. En el área sanitaria, se continúa apoyando el Hospital de Likuni, mediante la construcción de la ampliación de la maternidad. También se financia un curso de costura para niñas estudiantes de secundaria en la zona de Kapiri.

FUNDACIÓN AGH

TANZANIA, ÁFRICA

MANGO colabora con esta fundación en dos proyectos ubicados en la misión de Brazani, Mang'ola (Tanzania): un centro de formación textil para mujeres y el mantenimiento del parvulario infantil.

FUNDACIÓN PABLO HORSTMANN

KENIA, ÁFRICA

MANGO financia la colaboración de especialistas españoles en un hospital pediátrico en Lamu, Kenia. Se consigue de esta forma dar calidad a la asistencia pediátrica, habiendo alcanzado este centro una especialización asistencial que le ha permitido ser considerado el hospital pediátrico de referencia en todo el condado. Se apoya así también la formación especializada de los profesionales locales, tanto del personal del hospital pediátrico como del personal sanitario local, por parte de los médicos españoles.

MISIONERAS COMBONIANAS

MANGO financia becas escolares, un proyecto de promoción para la mujer y una bolsa asistencial para los más necesitados que atienden las misioneras. Cabo Delgado, Mozambique.

Además, colabora con el Proyecto Refugio EMAÚS, una casa refugio para mujeres que han sufrido violencia sexual y como resultado se han quedado embarazadas o tienen hijos



Sociedad

PRODUCTOS SOLIDARIOS

BARCELONA

OBRA SOCIAL SAN JUAN DE DIOS

MANGO Kids lanzó una camiseta cuyos beneficios fueron destinados a la investigación del cáncer infantil del Hospital de San Juan de Dios.

FERO

MANGO puso a la venta unas prendas en favor de la investigación en cáncer de mama. La recaudación era para financiar un programa para mejorar el diagnóstico del cáncer de mama y además financiar un proyecto (II Proyecto FERO-MANGO en cáncer de mama) que ayudará a entender mejor por qué se produce la metástasis en cáncer de mama, éste último dirigido por el Dr. Antoni Celià-Terrassa del IMIM. Hospital del Mar, Barcelona

Además, en 2020 se llevaron a cabo otro tipo de colaboraciones tales como:

FUNDACIÓN BARCELONA GLOBAL

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

FUNDACIÓN PRINCESA DE ASTURIAS

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

Sociedad

CÁTEDRA MANGO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA (ESCI-UPF)

También colaboramos con el mundo académico y la docencia a través de la Cátedra MANGO de RSC. El objetivo de esta colaboración 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.

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

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



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

<http://esci.upf.edu>

PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN Y DOCUMENTOS DE TRABAJO

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

Entre los proyectos realizados durante 2020 cabe mencionar la elaboración de un mapa de riesgos interactivo en diferentes aspectos de responsabilidad social, enfocados a las cadenas de producción a nivel mundial. Para ello se han seleccionado una serie de índices de referencia elaborados por distintas organizaciones de los diferentes aspectos recogidos en un código de conducta para proveedores generalmente aceptado. Los citados índices, adecuadamente ponderados, ofrecen una clasificación del riesgo para cada país en una escala que va de 0 a 5.

La selección de las organizaciones que elaboran los índices de referencia se ha realizado de acuerdo con criterios estrictos de rigurosidad, reputación contrastada, amplitud, capacidad de análisis y, también, capacidad de elaboración de un índice de referencia global para todos o la mayoría de los países (Organización Internacional del Trabajo, Banco Mundial, etc.). Asimismo, esta selección ha sido contrastada con personas e instituciones de referencia. Este mapa se irá actualizando anualmente con las actualizaciones que de los propios índices realicen las organizaciones de referencia.

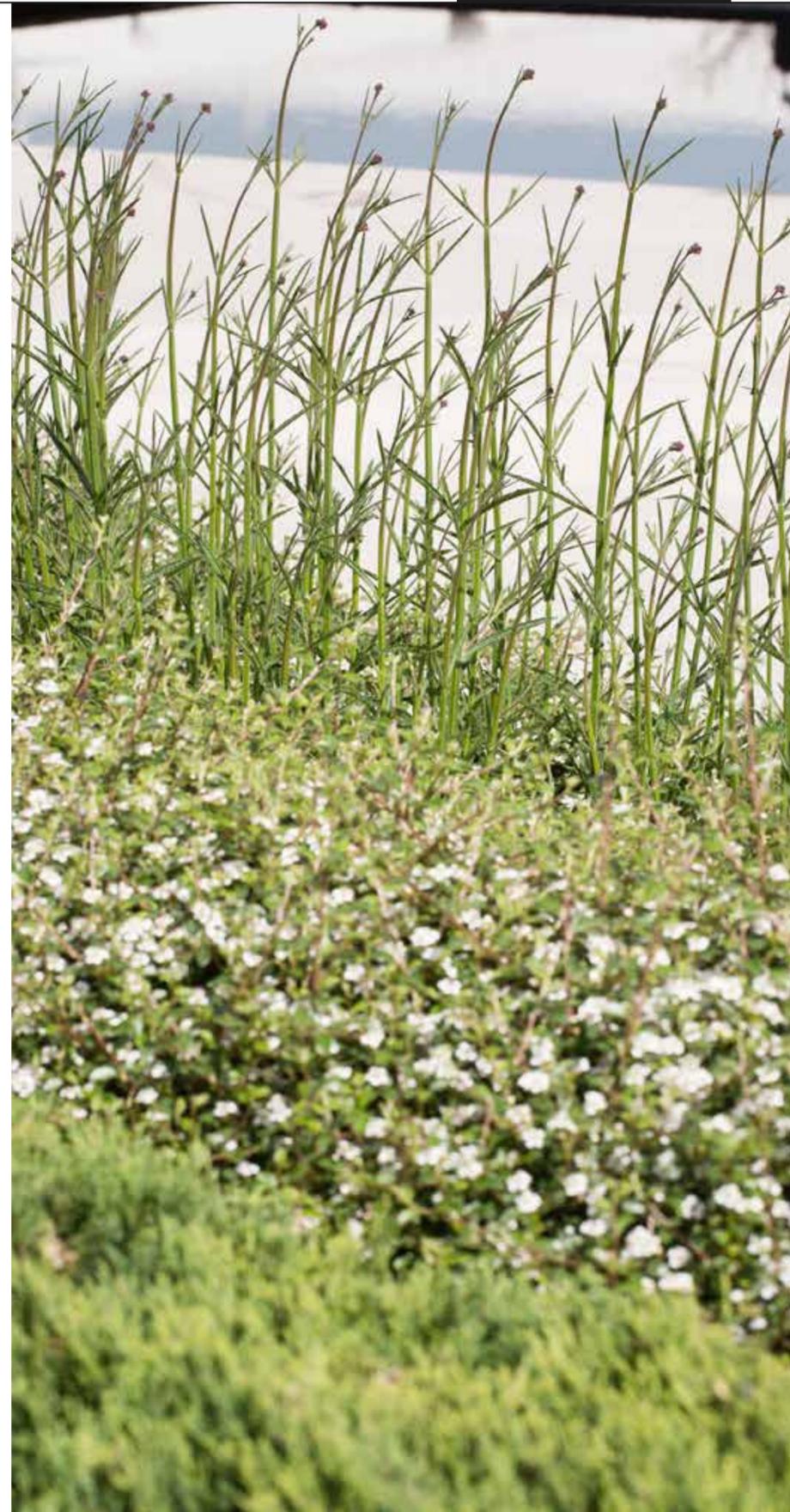
Asimismo, cabe señalar la puesta en marcha de un proyecto de ampliación del cálculo de la huella hídrica que, sobre producción de tejados, ya realizó la Cátedra en 2019. Este estudio se llevará a cabo para una producción de referencia a nivel mundial con el objetivo de establecer un cálculo medio de consumo de agua, ampliando también las prestaciones y posibilidades de la herramienta de cálculo que se elaboró también en su momento.



Sociedad

MANUAL DE AUDITORÍA SOCIAL

En 2015 la Cátedra inició un proyecto consistente en la elaboración de un manual de auditoría social aplicable a cualquier sector empresarial y tamaño de empresa, en el que se incluyen los principales aspectos a realizar en este tipo de verificaciones. Como complemento del manual se han ido preparando, de forma progresiva, fichas específicas de los diferentes países productores relevantes. En dichas fichas se incluye la legislación aplicable, así como buenas prácticas más allá de la misma. Tanto el manual como las fichas se van actualizando permanentemente. Durante el año 2020 se ha actualizado, como cada año, la información recogida en todas las fichas elaboradas hasta la fecha: Marruecos, Turquía, Vietnam, China y Portugal.



Por otro lado, durante el año 2020, la Cátedra ha participado en todos aquellos trabajos, actos, artículos, reuniones y jornadas organizados por empresas e instituciones en las que se ha solicitado su colaboración.

ENCUENTRO DE CÁTEDRAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

En diciembre de 2020 se celebró, de manera virtual, un encuentro entre cátedras de RSC que contó con treinta representantes de diferentes cátedras españolas relacionadas con los ámbitos de la responsabilidad social y la sostenibilidad corporativa. El objetivo del encuentro, organizado por la Cátedra MANGO de Responsabilidad Social Corporativa, era presentar los resultados de un estudio sobre el perfil de las cátedras de responsabilidad social en España, además de ofrecer un espacio para intercambiar experiencias, identificar sinergias y afrontar retos comunes.

120

CONSEJO ASESOR

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

Sociedad

En MANGO creemos que estar unidos es la clave del bienestar. Por eso, hemos emprendido numerosas acciones en colaboración con las autoridades sanitarias para combatir los efectos de la COVID-19.

El esfuerzo de toda la población y la dedicación de todos los profesionales, con mención especial a los del ámbito sanitario, han sido ejemplares y nos han recordado la importancia de encontrar formas de cooperación que nos hagan más fuertes.

El total aportado en 2020 en contribución a la sociedad a través de los diferentes proyectos mencionados asciende a 2.210.887 € (2019: 2.478.055 €).

Éstas son algunas de las acciones emprendidas durante la pandemia:

01 Donación de 2.000.000 de mascarillas al Ministerio de Sanidad para distribuir las a hospitales de España a través de nuestra plataforma logística.

02 Adicionalmente a estas acciones, MANGO colaboró con la Organización Mundial de la Salud (OMS) donando el 1% de sus ventas en tiendas físicas al fondo Covid-19 Solidarity Response Fund de la OMS (325.000€). Las donaciones se realizaron a través de la Fundación Empresa y Sociedad y la Swiss Philanthropy Foundation al fondo de la OMS en España para apoyar a los que más han sufrido las consecuencias de la pandemia. MANGO llevó a cabo esta acción solidaria durante dos meses en los puntos de venta físicos de Europa, Rusia, Turquía y Nueva York, a medida que los establecimientos fueron reabriendo.

03 Confección de 13.000 batas para equipos sanitarios por parte del personal de nuestra central de diseño en Barcelona, Hangar Design Center, en colaboración con la Fundación Pablo Hortsman, que adquirió 30.000 metros de tejido homologado y se encargó de repartirlas entre centros hospitalarios, residencias de mayores y centros de discapacitados.

04 Donación de más de 10.000 metros de tejido al Ayuntamiento de Parets del Valles (Barcelona).

05 Donación de 500.000 RMB a la Cruz Roja de Shanghai.

06 Donación de ropa (más de 10.000 prendas de Man, Woman & Kids) para personas necesitadas al Banc de Roba de Barcelona y a Caridad Madrid.

Sociedad

COLABORACIONES NO ECONÓMICAS Y VOLUNTARIADO

Durante 2020 MANGO donó ropa no comercializable a diferentes organizaciones, con fines solidarios. Además, a lo largo del año, se da la oportunidad a los empleados de MANGO a 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.





04 Información económica

Resultados económicos

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

Nuestro modo de trabajar se basa en los principios de transparencia y buen gobierno y nos esforzamos por crear valor dentro de la organización a partir de una gestión eficiente y responsable de nuestros recursos económicos.

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

PRINCIPALES MAGNITUDES ECONÓMICAS

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

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

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

En este ejercicio se ha adoptado por primera vez la NIC 16 por lo que los datos no son comparables con el ejercicio 2019. Este cambio ha afectado a EBITDA, Resultado Bruto, Resultado Neto, Total Balance y % fondos propios sobre total balance. Sin la aplicación de esta normativa, el EBITDA equivalente de 2020 sería de 21 M € y el resultado bruto de (110 M €).

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 PricewaterhouseCoopers Auditores, S.L.

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	2019	2020*
Importe neto de la cifra de negocios	2.374.412	1.842.001
EBITDA	194.605	192.876
Resultado bruto	40.730	(144.788)
Resultado neto	20.766	(207.184)

BALANCE	2019	2020*
Fondos propios	613.444	321.195
Total balance	1.733.546	2.470.553
% de fondos propios sobre total balance	35,38%	13,00%

VALOR ECONÓMICO DIRECTO GENERADO Y DISTRIBUIDO	2019	2020*
Valor económico creado	2.383.905	1.880.602
Valor económico distribuido	2.243.073	1.787.742
Valor económico retenido	140.832	92.860

* Datos 2020 no comparables con 2019 por aplicación de NIC 16 en 2020.

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	2019	2020
Venta de bienes	2.316.038	1.799.381
Otras ventas y prestación de servicios	58.374	42.620
TOTAL	2.374.412	1.842.001

VENTAS DE BIENES POR TIPO DE NEGOCIO	2019	2020
Wholesale	468.341	312.911
Retail	1.283.752	720.534
Online	563.945	765.936
TOTAL	2.316.038	1.799.381

VENTAS DE BIENES POR ÁREAS GEOGRÁFICAS	2019	2020
Nacional	538.280	364.477
Extranjero	1.777.759	1.434.904
IMPORTE NETO DE LA CIFRA DE NEGOCIOS	2.316.038	1.799.381

Resultados económicos

PROVEEDORES DE CAPITAL	2019	2020
Deudas con entidades financieras a corto plazo	(81.292)	(96.500)
Deudas con entidades financieras a largo plazo	(346.039)	(490.967)
TOTAL DEUDA	(427.331)	(587.467)
Tesorería e inversiones financieras a corto plazo	243.141	430.587
TOTAL DEUDA NETA	(184.190)	(156.880)
TOTAL BALANCE	1.733.546	2.470.553
DEUDA NETA / BALANCE (%)	(10,62%)	(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%	Gestión activos
MNG MANGO UK LTD. (*)	22.04.1997	Londres	100%	Comercio Moda	MANGO GARMENTS AND ACCESSORY TRADING LTD (*)	29.06.2006	Shenzhen	100%	Comercio Moda
MANGO NEDERLAND B.V.(*)	13.11.1997	Rotterdam	100%	Comercio Moda					

* Sociedades auditadas

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

* Sociedades auditadas

SOCIEDAD DEPENDIENTE	FECHA DE CONSTITUCIÓN	DOMICILIO	% DE CAPITAL	ACTIVIDAD
DARDANELOS INVERSIONES, S.A.	07.10.2011	Barcelona	100%	Gestión Activos
TOPKAPI INVERSIONES, S.A.	30.06.2011	Madrid	100%	Gestión Activos
FOURSOME, S.A.	15.07.2011	Madrid	100%	Gestión Activos
INVESTMENT AKNAM, S.A.	10.06.2011	Barcelona	100%	Gestión Activos
INVESTMENTS ANSAVE, S.A.	15.07.2011	Barcelona	100%	Gestión Activos
KAYSERI INVERSIONES, S.A.	15.07.2011	Madrid	100%	Gestión Activos
DEREK INVESTMENT, S.A.	29.09.2011	Barcelona	100%	Gestión Activos
INVERSIONES GIRALDA, S.A.	16.11.2012	Madrid	100%	Gestión Activos
AFYON INVESTMENTS, S.A.	16.11.2012	Barcelona	100%	Gestión Activos
MANGO KOREA LTD	03.04.2012	Seoul	100%	Comercio Moda
MANGO MODA D.O.O.	24.01.2013	Zagreb	100%	Comercio Moda
MANGO SRB D.O.O BEOGRAD	30.04.2013	Belgrado	100%	Comercio Moda
MANGO LUXEMBOURG, S.A.R.L.	13.05.2013	Luxemburgo	100%	Comercio Moda
MANGO UKRAINE TOV	06.08.2013	Kiev	100%	Comercio Moda
MANGO OPERACIONES MEXICO S DE RL DE CV	06.02.2014	Registro DF	100%	Comercio Moda
MEXDIC SERVICIOS DE GESTION S DE RL DE CV	26.02.2014	Registro DF	100%	Comercio Moda
VLT MODA TEKSTIL IC VE DIS TIC	10.02.2014	Estambul	100%	Comercio Moda
MANGO BULGARIA EOOD	19.02.2014	Sofia	100%	Comercio Moda
MANGO ON LINE CANADA CORPORATION	14.03.2017	Montreal	100%	Comercio Moda
KDS MODA TEKSTIL TICARET, LTD	18.03.2019	Montreal	100%	Comercio Moda

RESULTADO, IMPUESTOS Y SUBVENCIONES RECIBIDAS

2020

SOCIEDAD DEPENDIENTE	RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS 2020 SIN AJUSTES DE CONSOLIDACIÓN	IMPUESTOS SOCIEDADES PAGADOS 2020	SUBVENCIONES RECIBIDAS 2020	SUBVENCIONES ERTE (€)	SOCIEDAD DEPENDIENTE	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	0,00		28.284,12	NORUEGA	858.141,19	82.327,85	42.446,74	
CANADA	598.703,10	133.018,61			PAISES BAJOS	-9.376.505,67	192,00	4.000,00	1.257.870,00
CHINA	-5.544.156,51	0,00	61.964,92		POLONIA	-1.332.377,10	0,00		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	0,00		225.302,98	REINO UNIDO	-4.794.114,17	0,00		2.232.951,17
DINAMARCA	-90.514,70	0,00	24.795,41	48.320,06	REPÚBLICA CHECA	-279.454,83	33.811,49	90.732,27	125.356,10
EGIPTO	-	-	-	-	RUMANÍA	-1.304.135,46	4.738,56		191.767,77
ESLOVAQUIA	-109.054,95	-562,67	40.552,44	33.622,12	RUSIA	4.986.347,66	131.277,10		
ESPAÑA	-176.100.328,11	4.191.981,16	207.961,54	4.406.638,32	SINGAPORE	65.569,98	29.062,52		179.729,12
ESTADOS UNIDOS	-4.454.750,25	28.932,75			SUECIA	-330.388,96	0,00	142.183,80	
FINLANDIA	-535.704,93	0,00	290.030,00	82.791,00	SUIZA	-876.485,01	68.743,30	1.117,32	863.272,39
FRANCIA	-10.277.277,24	0,00	116.823,02	5.149.473,71	TURQUÍA	-2.482.420,00	131.331,33		
GRECIA	-121.420,93	-3.606,42			UCRANIA	684.597,04	0,00		11.666,08
HONG KONG	-5.563.705,30	-52.414,17	8.984,63	46.465,79	TOTAL GENERAL	-253.515.090,53	5.686.573,00	1.644.110,90	17.670.132,04
HUNGRÍA	-380.090,36	6.566,51							

RESULTADO, IMPUESTOS Y SUBVENCIONES RECIBIDAS

2019

SOCIEDAD DEPENDIENTE	RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS 2019 SIN AJUSTES DE CONSOLIDACIÓN	IMPUESTOS SOCIEDADES PAGADOS 2019	SUBVENCIONES RECIBIDAS 2019	SOCIEDAD DEPENDIENTE	RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS 2019 SIN AJUSTES DE CONSOLIDACIÓN	IMPUESTOS SOCIEDADES PAGADOS 2019	SUBVENCIONES RECIBIDAS 2019
ALEMANIA	-3.208.307,21	1.414.838,75		IRLANDA	125.068,45	32.860,00	
ANDORRA	710.047,69	35.777,77		ITALIA	1.334.155,96	311.792,00	
AUSTRIA	-250.660,72	109.402,00	1.070,00	LUXEMBURGO	10.179,18	6.570,00	
BÉLGICA	409.584,76	332,01		MÉXICO	1.598.792,66	579.723,01	
BULGARIA	54.648,12	16.270,94		NORUEGA	556.438,79	52.043,85	
CANADA	272.855,99	0,00		PAISES BAJOS	-165.288,60	0,00	
CHINA	455.384,96	0,00	90.587,80	POLONIA	-526.631,90	0,00	
COREA DEL SUR	44.660,65	26.217,24		PORTUGAL	-734.830,15	-121.757,46	
CROACIA	-661.426,04	7.605,85		REINO UNIDO	-1.789.597,39	0,00	
DINAMARCA	26.637,94	0,00		REPÚBLICA CHECA	211.542,87	167.647,28	
EGIPTO	24.523,31	0,00		RUMANÍA	-124.947,80	0,00	
ESLOVAQUIA	54.190,78	47.373,15		RUSIA	1.812.519,67	188.152,40	
ESPAÑA	59.647.968,51	221.702,66	418.194,67	SINGAPORE	437.184,41	18.228,98	
ESTADOS UNIDOS	-690.430,03	649.975,14		SUECIA	155.457,31	0,00	
FINLANDIA	28.291,55	0,00		SUIZA	771.052,86	-62.944,16	
FRANCIA	2.559.210,37	0,00	180.249,87	TURQUÍA	310.379,87	104.156,34	
GRECIA	312.776,66	180.821,80		UCRANIA	-654.585,40	34.473,71	
HONG KONG	-1.672.153,75	0,00		TOTAL GENERAL	61.655.678,73	4.037.793,97	690.102,34
HUNGRÍA	210.984,37	16.530,71					



Cualquier sugerencia, aportación o comentario por parte de los usuarios o grupos de interés de MANGO sobre el contenido de la memoria o sobre aspectos relacionados con nuestra responsabilidad social corporativa, puede hacerse a través del siguiente correo:

05

Datos de contacto

lg_rsc@mango.com

**DIRECCIÓN DE NUESTRA SEDE CENTRAL
MANGO MNG HOLDING, S.A.U.**

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



ANEXO I: CUESTIONES SOCIALES Y PERSONAS

Anexo I: Cuestiones sociales y Personas

PLANTILLA MEDIA Y PLANTILLA A CIERRE POR PAÍS

2019

PAÍS	PLANTILLA MEDIA	PLANTILLA 30.12.2019	PAÍS	PLANTILLA MEDIA	PLANTILLA 30.12.2019
ALEMANIA	1.140	1.134	ITALIA	402	419
ANDORRA	41	42	LUXEMBURGO	13	13
AUSTRIA	140	138	MÉXICO	23	22
BÉLGICA	147	148	NORUEGA	36	29
BULGARIA	35	34	POLONIA	214	223
CHINA	100	81	PORTUGAL	471	480
COREA DEL SUR	20	21	REINO UNIDO	523	567
CROACIA	132	135	REPÚBLICA CHECA	113	132
DINAMARCA	23	26	RUMANIA	113	147
EMIRATOS ÁRABES UNIDOS	4	3	RUSIA	859	903
ESLOVAQUIA	22	23	SINGAPUR	39	59
ESPAÑA	5.759	5.803	SUECIA	74	69
FINLANDIA	75	80	SUIZA	145	147
FRANCIA	1.968	1.956	TURQUÍA	1.374	1.406
GRECIA	99	90	U.S.A.	35	34
HOLANDA	260	249	UCRANIA	106	106
HONG KONG	16	9	MARRUECOS	1	0
HUNGRÍA	63	62	<i>TOTAL</i>	<i>14.674</i>	<i>14.892</i>
IRLANDA	89	102			

2020

PAÍS	PLANTILLA MEDIA	PLANTILLA 30.12.2020	PAÍS	PLANTILLA MEDIA	PLANTILLA 30.12.2020
ALEMANIA	865	741	ITALIA	287	217
ANDORRA	33	31	LUXEMBURGO	10	9
AUSTRIA	136	112	MÉXICO	22	22
BÉLGICA	110	109	NORUEGA	24	25
BULGARIA	31	29	POLONIA	198	188
CHINA	69	62	PORTUGAL	359	295
COREA DEL SUR	15	13	REINO UNIDO	429	344
CROACIA	129	116	REPÚBLICA CHECA	91	71
DINAMARCA	22	29	RUMANIA	114	105
EMIRATOS ÁRABES UNIDOS	3	3	RUSIA	820	764
ESLOVAQUIA	19	19	SINGAPUR	38	45
ESPAÑA	5.167	4.666	SUECIA	55	49
FINLANDIA	76	72	SUIZA	125	118
FRANCIA	1.648	1.568	TURQUÍA	1.156	1.017
GRECIA	88	81	U.S.A.	31	34
HOLANDA	178	142	UCRANIA	105	109
HONG KONG	9	8	MARRUECOS	0	0
HUNGRÍA	51	40	<i>TOTAL</i>	<i>12.592</i>	<i>11.318</i>
IRLANDA	79	65			

132

PLANTILLA A CIERRE POR TIPOLOGÍA DE CONTRATO*

Indefinido/Temporal (sexo, edad y categoría profesional)

CONTRATO INDEFINIDO (30.12.2020)

TOTAL

9.882

♀ 7.742

♂ 2.140

EDAD

< 30 AÑOS

4.105

CATEGORÍA

DIRECTIVOS Y
MANDOS INTERMEDIOS

1.494

ENTRE 30 Y 50 AÑOS

5.391

INFORMÁTICOS

233

> 50 AÑOS

386

ADMINISTRATIVOS
Y OTRAS POSICIONES

821

DEPENDIENTES
Y OPERARIOS

7.334

CONTRATO TEMPORAL (30.12.2020)

TOTAL

1.436

♀ 1.142

♂ 294

EDAD

< 30 AÑOS

1.009

CATEGORÍA

DIRECTIVOS Y
MANDOS INTERMEDIOS

40

ENTRE 30 Y 50 AÑOS

391

INFORMÁTICOS

7

> 50 AÑOS

36

ADMINISTRATIVOS
Y OTRAS POSICIONES

64

DEPENDIENTES
Y OPERARIOS

1.325

* No incluye becarios. En relación con los empleados afectados por un ERTE, a todos los efectos siguen contabilizándose como parte de la plantilla de MANGO. La disminución en la plantilla con respecto al 2019 se debe principalmente a la reducción de la contratación temporal y de las nuevas contrataciones durante el año.



Anexo I: Cuestiones sociales y Personas

CONTRATO INDEFINIDO (30.12.2019)

TOTAL

11.154

♀ 8.725

♂ 2.429

EDAD

< 30 AÑOS

5.380

ENTRE 30 Y 50 AÑOS

5.424

> 50 AÑOS

350

CATEGORÍA

DIRECTIVOS Y MANDOS INTERMEDIOS

1.515

INFORMÁTICOS

240

ADMINISTRATIVOS Y OTRAS POSICIONES

813

DEPENDIENTES Y OPERARIOS

8.586

CONTRATO TEMPORAL (30.12.2019)

TOTAL

3.738

♀ 3.129

♂ 609

EDAD

< 30 AÑOS

2.904

ENTRE 30 Y 50 AÑOS

793

> 50 AÑOS

41

CATEGORÍA

DIRECTIVOS Y MANDOS INTERMEDIOS

53

INFORMÁTICOS

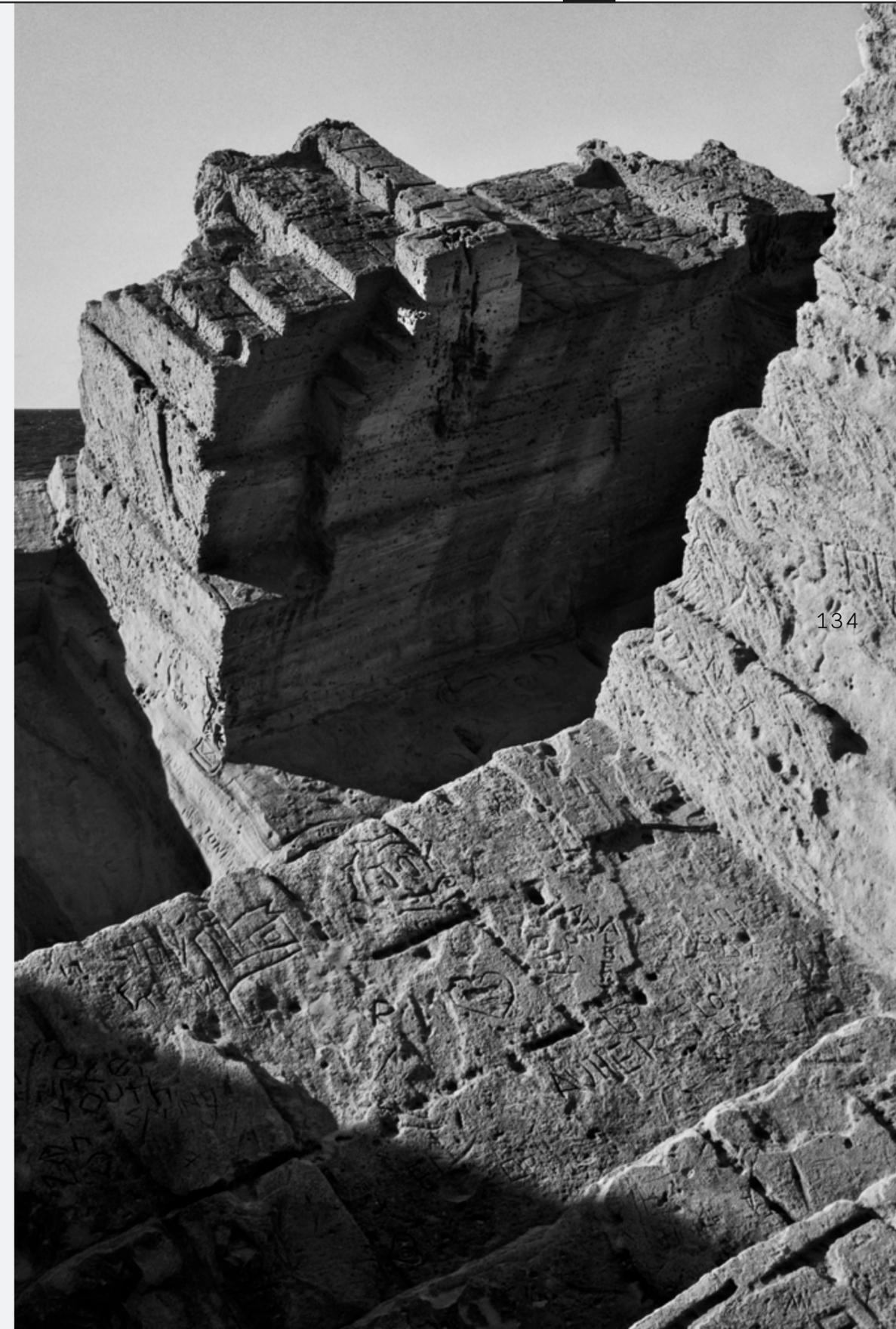
5

ADMINISTRATIVOS Y OTRAS POSICIONES

50

DEPENDIENTES Y OPERARIOS

3.630



PLANTILLA A CIERRE POR TIPOLOGÍA DE JORNADA*

Completa/Parcial (sexo, edad y categoría profesional)

JORNADA COMPLETA (30.12.2020)

TOTAL

6.931

♀ 5.040

♂ 1.891

EDAD

< 30 AÑOS

2.458

ENTRE 30 Y 50 AÑOS

4.111

> 50 AÑOS

362

CATEGORÍA

DIRECTIVOS Y MANDOS INTERMEDIOS

1.426

INFORMÁTICOS

237

ADMINISTRATIVOS Y OTRAS POSICIONES

878

DEPENDIENTES Y OPERARIOS

4.390

JORNADA PARCIAL (30.12.2020)

TOTAL

4.387

♀ 3.844

♂ 543

EDAD

< 30 AÑOS

2.656

ENTRE 30 Y 50 AÑOS

1.671

> 50 AÑOS

60

CATEGORÍA

DIRECTIVOS Y MANDOS INTERMEDIOS

108

INFORMÁTICOS

3

ADMINISTRATIVOS Y OTRAS POSICIONES

7

DEPENDIENTES Y OPERARIOS

4.269

* No incluye becarios. En relación con los empleados afectados por un ERTE, a todos los efectos siguen contabilizándose como parte de la plantilla de MANGO. La disminución en la plantilla con respecto al 2019 se debe principalmente a la reducción de la contratación temporal y de las nuevas contrataciones durante el año.



Anexo I: Cuestiones sociales y Personas

JORNADA COMPLETA (30.12.2019)

TOTAL

9.069

♀ 6.771

♂ 2.298

EDAD

< 30 AÑOS

4.060

*CATEGORÍA*DIRECTIVOS Y
MANDOS INTERMEDIOS

1.514

ENTRE 30 Y 50 AÑOS

4.667

INFORMÁTICOS

241

> 50 AÑOS

342

ADMINISTRATIVOS
Y OTRAS POSICIONES

857

DEPENDIENTES
Y OPERARIOS

6.457

JORNADA PARCIAL (30.12.2019)

TOTAL

5.823

♀ 5.083

♂ 740

EDAD

< 30 AÑOS

4.224

*CATEGORÍA*DIRECTIVOS Y
MANDOS INTERMEDIOS

54

ENTRE 30 Y 50 AÑOS

1.550

INFORMÁTICOS

4

> 50 AÑOS

49

ADMINISTRATIVOS
Y OTRAS POSICIONES

6

DEPENDIENTES
Y OPERARIOS

5.759



PROMEDIO ANUAL DE PLANTILLA A CIERRE POR TIPOLOGÍA DE CONTRATO*

Indefinido/Temporal (sexo, edad y categoría profesional)

CONTRATO INDEFINIDO (PROMEDIO 2020)

TOTAL

10.416

♀ 8.164

♂ 2.252

EDAD

< 30 AÑOS

4.630

ENTRE 30 Y 50 AÑOS

5.408

> 50 AÑOS

378

CATEGORÍA

DIRECTIVOS Y MANDOS INTERMEDIOS

1.517

INFORMÁTICOS

236

ADMINISTRATIVOS Y OTRAS POSICIONES

826

DEPENDIENTES Y OPERARIOS

7.837

CONTRATO TEMPORAL (PROMEDIO 2020)

TOTAL

2.176

♀ 1.787

♂ 389

EDAD

< 30 AÑOS

1.610

ENTRE 30 Y 50 AÑOS

533

> 50 AÑOS

33

CATEGORÍA

DIRECTIVOS Y MANDOS INTERMEDIOS

40

INFORMÁTICOS

6

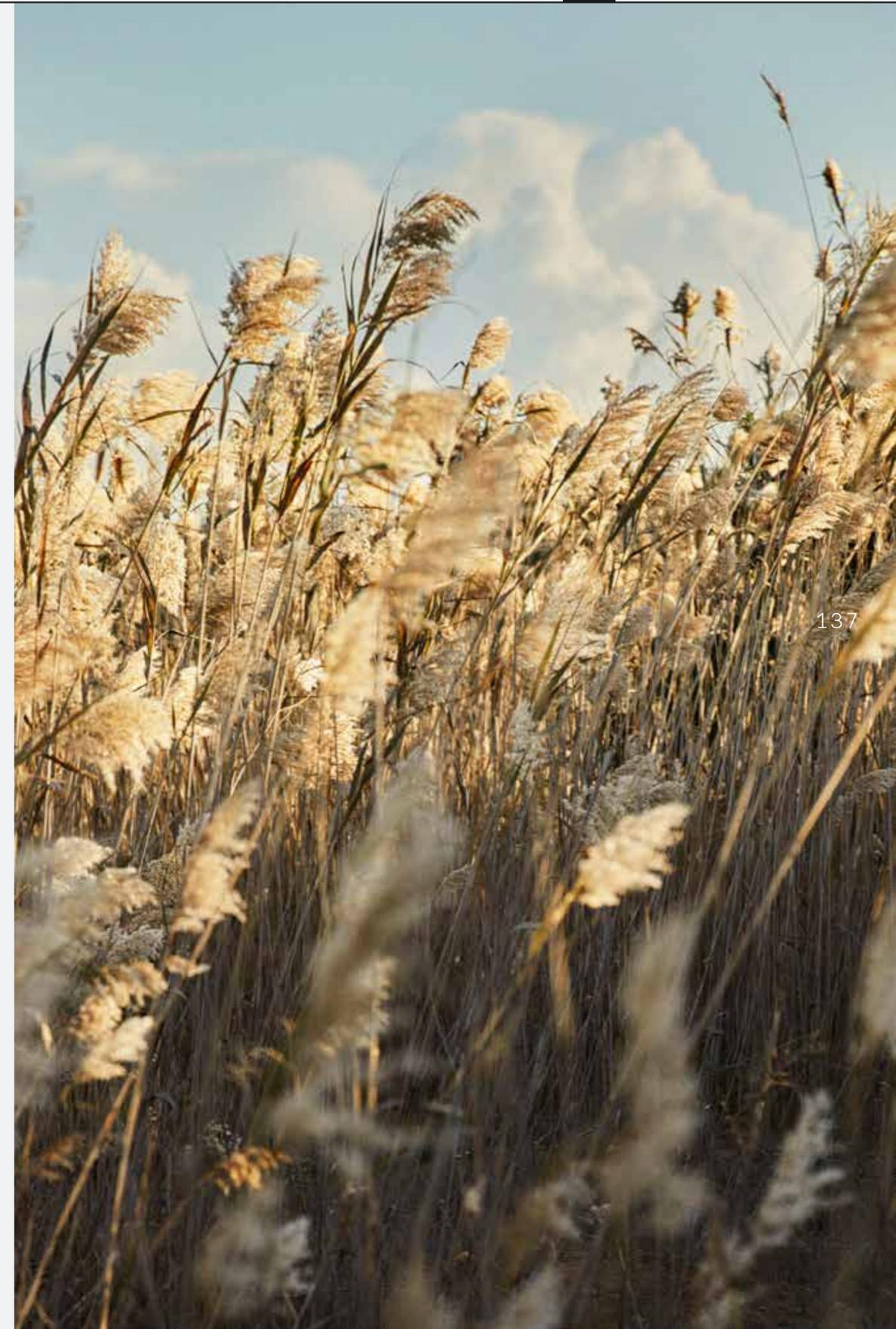
ADMINISTRATIVOS Y OTRAS POSICIONES

56

DEPENDIENTES Y OPERARIOS

2.074

* Criterio utilizado para el cálculo del promedio anual de contratos: empleados a final de cada mes/núm. meses. No incluye becarios. En relación con los empleados afectados por un ERTE, a todos los efectos siguen contabilizándose como parte de la plantilla de MANGO. La disminución en la plantilla se debe principalmente a la reducción de la contratación temporal y nuevas contrataciones durante el año.



Anexo I: Cuestiones sociales y Personas

CONTRATO INDEFINIDO (PROMEDIO 2019)

TOTAL

10.644

♀ 8.304
♂ 2.340

EDAD

< 30 AÑOS

4.985

ENTRE 30 Y 50 AÑOS

5.328

> 50 AÑOS

331

CATEGORÍA

DIRECTIVOS Y
MANDOS INTERMEDIOS

1.548

INFORMÁTICOS

245

ADMINISTRATIVOS
Y OTRAS POSICIONES

798

DEPENDIENTES
Y OPERARIOS

8.053

CONTRATO TEMPORAL (PROMEDIO 2019)

TOTAL

4.030

♀ 3.390
♂ 640

EDAD

< 30 AÑOS

3.169

ENTRE 30 Y 50 AÑOS

824

> 50 AÑOS

37

CATEGORÍA

DIRECTIVOS Y
MANDOS INTERMEDIOS

62

INFORMÁTICOS

5

ADMINISTRATIVOS
Y OTRAS POSICIONES

54

DEPENDIENTES
Y OPERARIOS

3.909



PROMEDIO ANUAL DE PLANTILLA A CIERRE POR TIPOLOGÍA DE JORNADA*

Completa/Parcial (sexo, edad y categoría profesional)

JORNADA COMPLETA (PROMEDIO 2020)

TOTAL

7.086

♀ 5.155

♂ 1.931

EDAD

< 30 AÑOS

2.696

CATEGORÍA

DIRECTIVOS Y
MANDOS INTERMEDIOS

1.456

ENTRE 30 Y 50 AÑOS

4.031

INFORMÁTICOS

238

> 50 AÑOS

359

ADMINISTRATIVOS
Y OTRAS POSICIONES

874

DEPENDIENTES
Y OPERARIOS

4.518

JORNADA PARCIAL (PROMEDIO 2020)

TOTAL

5.505

♀ 4.795

♂ 710

EDAD

< 30 AÑOS

3.543

CATEGORÍA

DIRECTIVOS Y
MANDOS INTERMEDIOS

101

ENTRE 30 Y 50 AÑOS

1.910

INFORMÁTICOS

4

> 50 AÑOS

52

ADMINISTRATIVOS
Y OTRAS POSICIONES

8

DEPENDIENTES
Y OPERARIOS

5.392

* Criterio utilizado para el cálculo del promedio anual de contratos: empleados a final de cada mes/núm. meses. No incluye becarios. En relación con los empleados afectados por un ERTE, a todos los efectos siguen contabilizándose como parte de la plantilla de MANGO. La disminución en la plantilla se debe principalmente a la reducción de la contratación temporal y nuevas contrataciones durante el año.



Anexo I: Cuestiones sociales y Personas

JORNADA COMPLETA (PROMEDIO 2019)

TOTAL

7.910

♀ 5.819

♂ 2.091

EDAD

< 30 AÑOS

3.389

ENTRE 30 Y 50 AÑOS

4.196

> 50 AÑOS

325

CATEGORÍA

DIRECTIVOS Y
MANDOS INTERMEDIOS

1.530

INFORMÁTICOS

247

ADMINISTRATIVOS
Y OTRAS POSICIONES

842

DEPENDIENTES
Y OPERARIOS

5.291

JORNADA PARCIAL (PROMEDIO 2019)

TOTAL

6.765

♀ 5.876

♂ 889

EDAD

< 30 AÑOS

4.765

ENTRE 30 Y 50 AÑOS

1.956

> 50 AÑOS

44

CATEGORÍA

DIRECTIVOS Y
MANDOS INTERMEDIOS

81

INFORMÁTICOS

3

ADMINISTRATIVOS
Y OTRAS POSICIONES

10

DEPENDIENTES
Y OPERARIOS

6.671



2020 —

59

*EMPLEADOS
CON DISCAPACIDAD*

(2019:70)

DESVINCULACIONES

(sexo, edad y clasificación profesional)

DESVINCULACIONES 2020 (MUJER)

TOTAL

631

EDAD

< 30 AÑOS

338

ENTRE 30 Y 50 AÑOS

274

> 50 AÑOS

19

CATEGORÍA

DIRECTIVOS Y
MANDOS INTERMEDIOS

59

INFORMÁTICOS

3

ADMINISTRATIVOS
Y OTRAS POSICIONES

60

DEPENDIENTES
Y OPERARIOS

509

DESVINCULACIONES 2020 (HOMBRE)

TOTAL

163

EDAD

< 30 AÑOS

65

ENTRE 30 Y 50 AÑOS

81

> 50 AÑOS

17

CATEGORÍA

DIRECTIVOS Y
MANDOS INTERMEDIOS

24

INFORMÁTICOS

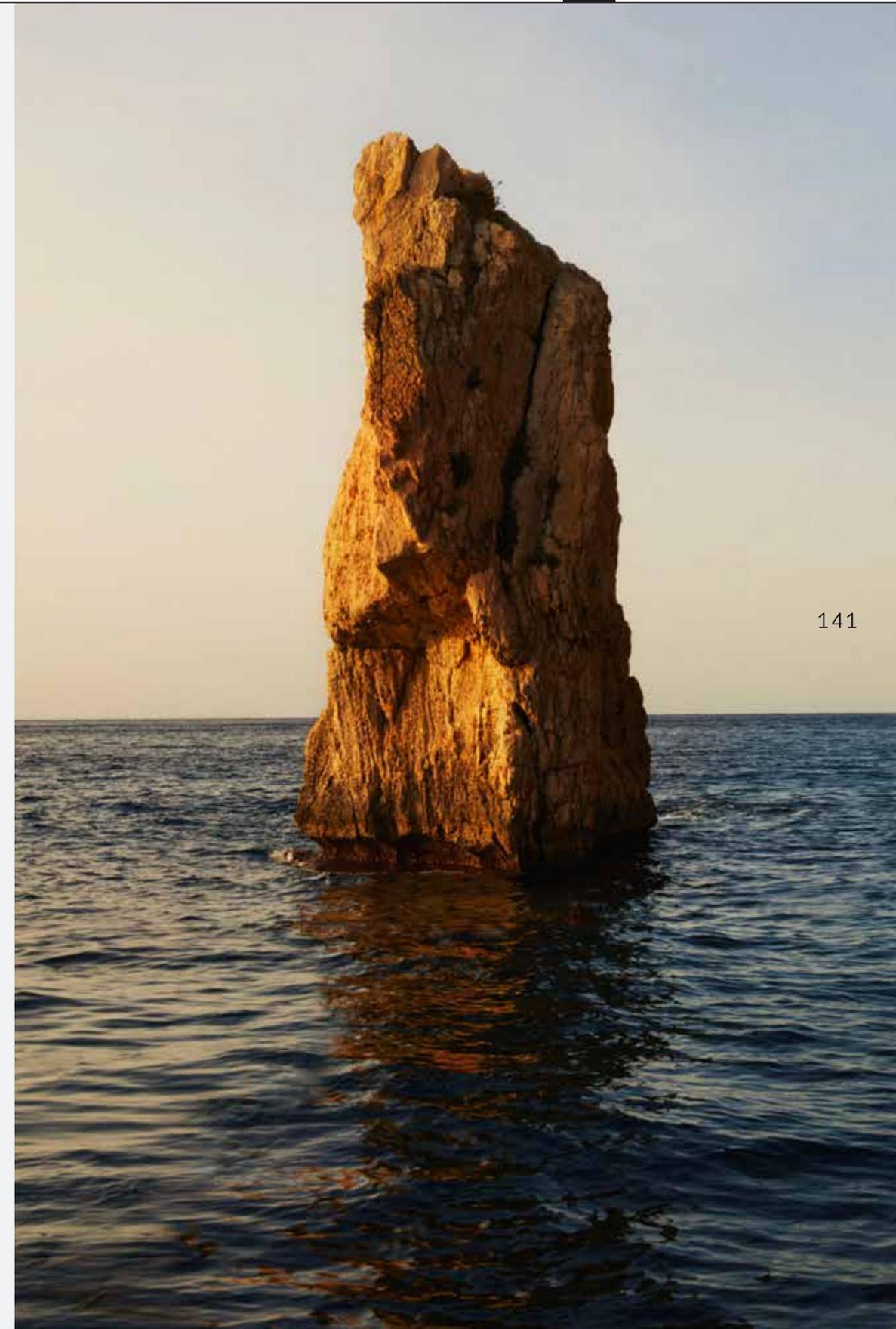
15

ADMINISTRATIVOS
Y OTRAS POSICIONES

13

DEPENDIENTES
Y OPERARIOS

111



Anexo I: Cuestiones sociales y Personas

DESVINCULACIONES 2019 (MUJER)

TOTAL

811

EDAD

< 30 AÑOS

522

ENTRE 30 Y 50 AÑOS

277

> 50 AÑOS

12

*CATEGORÍA*DIRECTIVOS Y
MANDOS INTERMEDIOS

75

INFORMÁTICOS

3

ADMINISTRATIVOS
Y OTRAS POSICIONES

41

DEPENDIENTES
Y OPERARIOS

692

DESVINCULACIONES 2019 (HOMBRE)

TOTAL

219

EDAD

< 30 AÑOS

115

ENTRE 30 Y 50 AÑOS

93

> 50 AÑOS

11

*CATEGORÍA*DIRECTIVOS Y
MANDOS INTERMEDIOS

35

INFORMÁTICOS

10

ADMINISTRATIVOS
Y OTRAS POSICIONES

8

DEPENDIENTES
Y OPERARIOS

166



Anexo I: Cuestiones sociales y Personas

MEDIDAS DE SUSPENSIÓN APLICADAS POR LA COVID-19

EXPEDIENTE DE REGULACIÓN TEMPORAL DE EMPLEO (ERTE)

A lo largo de este último año 2020 hemos vivido el momento más excepcional de nuestras vidas. La pandemia mundial de COVID-19 se ha convertido en una emergencia de salud pública que ha causado una gran crisis, afectando a todas las facetas de nuestras vidas. También a todas las empresas.

Esta situación ha provocado que nuestra facturación e ingresos hayan bajado drásticamente. En marzo, nos vimos obligados a cerrar gran parte de nuestras tiendas, un total de 2.054 puntos de venta en 83 países. Esto ha provocado un gran perjuicio para nuestra compañía y para todos los que formamos parte de ella. Se trata de una situación de fuerza mayor, donde la prioridad ha sido salvaguardar la supervivencia y el empleo de la compañía.

Es por este motivo que hemos tomado una de las decisiones más difíciles y extraordinarias, la suspensión temporal de empleo.

Esta situación también nos ha aportado grandes aprendizajes y nos ha mostrado la implicación, unión, apoyo y esfuerzo de todos los equipos.

A pesar de la situación excepcional, quisimos seguir en contacto con todos los colaboradores mediante los siguientes canales de comunicación:

01 Correo electrónico.

02 Dudas generales. Canal “ERTE” (España) en Teams. En este canal se han compartido dudas generales, siendo respondidas en menos de 24h.

03 Dudas sobre casos particulares a través del Manager.

04 Dudas específicas sobre Relaciones Laborales a través del e-mail del equipo laboral.



Anexo I: Cuestiones sociales y Personas

SITUACIÓN ERTE A 30.12.2020

PAÍS	SITUACIÓN GLOBAL ERTE (MARZO)	SITUACIÓN GLOBAL ERTE (DICIEMBRE)
ALEMANIA	73%	72%
ANDORRA	100%	16%
AUSTRIA	100%	87%
BÉLGICA	100%	2%
BULGARIA	97%	97%
CHINA	0%	0%
COREA DEL SUR	26%	0%
CROACIA	100%	0%
DINAMARCA	100%	96%
DUBAI	33%	0%
ESLOVAQUIA	100%	95%
ESPAÑA	85%	0%
ESTADOS UNIDOS	97%	0%
FINLANDIA	0%	0%
FRANCIA	99%	99%*
GRECIA	100%	90%
HOLANDA	100%	100%
HONG KONG	0%	0%

PAÍS	SITUACIÓN GLOBAL ERTE (MARZO)	SITUACIÓN GLOBAL ERTE (DICIEMBRE)
HUNGRÍA	98%	0%
IRLANDA	94%	28%
ITALIA	99%	95%
LUXEMBURGO	100%	100%
MÉXICO	100%	90%
NORUEGA	0%	20%
POLONIA	100%	98%
PORTUGAL	100%	0%
REINO UNIDO	100%	73%*
REPÚBLICA CHECA	99%	93%
RUMANÍA	99%	0%
RUSIA	99%	0%
SINGAPUR	0%	0%
SUECIA	0%	0%
SUIZA	99%	0%
TURQUÍA	99%	75%*
UCRANIA	98%	0%

* Incluye el % de personas afectadas por el ERTE en régimen total o parcial.

Anexo I: Cuestiones sociales y Personas

MEDIDAS DE SUSPENSIÓN APLICADAS EN EL RESTO DE LOS PAÍSES DEL GRUPO

ALEMANIA

En el caso de Alemania, a fecha 18.03.2020 quedó suspendida la actividad comercial y se presentó solicitud de suspensión temporal (Kurzarbeit) con retroactividad a la fecha indicada. Para poder acceder a la medida, se obtuvo el consentimiento por escrito de los colaboradores, tal y como se requiere en el país. A partir del 20.04.2020 empiezan a reabrir algunas tiendas del país, siguiendo activa la medida de forma parcial (reducciones de horas de trabajo) para adaptarnos a la nueva situación y restricciones de aforo.

En diciembre se volvió a decretar el cierre temporal precipitado por el aumento de contagios en el país. Se volvió a presentar la solicitud desde diciembre de 2020 a junio de 2021, previa recopilación del consentimiento escrito de los colaboradores. En esta ocasión dan su consentimiento explícito a acceder a la medida si se vuelven a producir cierres por causa de la pandemia.

ANDORRA

El comercio no esencial cerró desde el 14.03.2020. El gobierno anunció una medida de suspensión que garantiza el salario de los colaboradores (50% permiso retribuido y el otro 50% a cuenta de horas extras, vacaciones y trabajo futuro, exención de seg.social empresa).

A partir de 1.05.2020 hasta 30.06.2020 se aplica medida de suspensión (ERTO). La prestación consta de un 25% del salario a cargo de la empresa y la parte restante abonada directamente al colaborador por parte de la seguridad Social (CASS).

En noviembre, debido a las restricciones en Cataluña y Francia el footfall del fin de semana cayó entre un 67-80%, por lo que se activó la medida ERTO del 5.11.2020 hasta el 31.12.2020 para 17 trabajadoras de las 32 totales. Las tiendas han continuado abiertas.

AUSTRIA

Cerraron las tiendas a partir del 16.03.2020 y activamos la medida ERTE parcial (Kurarbeit) desde el 7.04.2020. Hasta el 12.09.2020 era posible incrementar el número de hora afectadas.

Se puede reducir la jornada hasta en un 90% en un cómputo global de 3 meses.

Las tiendas volvieron a cerrar del 17.11.2020 al 6.12.2020.

Se produjo un tercer cierre masivo desde el 26.12.2020 al 7.02.2021. La medida de ERTE parcial continúa vigente hasta el 31.03.2021.

BÉLGICA

Desde el 14.03.2020 el gobierno cerró el comercio no esencial los fines de semana. A partir del 17.03.2020 MANGO cerró por decisión propia y el mismo día se estableció una medida gubernamental que obligó al cierre total del comercio no esencial.

En ese momento nos acogimos a la medida de suspensión parcial por fuerza mayor para los fines de semana con motivo de la crisis del COVID-19 y tras el anuncio del gobierno de decretar el cierre total, con la misma solicitud, ampliamos la petición al resto de días de la semana. La Seguridad Social cubre el salario de los colaboradores correspondiente a las horas de suspensión, realizando el pago directo a los mismos.

Las tiendas abrieron el 11.05.2020 al público, aunque los colaboradores continuaron en suspensión parcial (reducción de las horas contratadas) con posibilidad de prolongar la medida mes a mes hasta el 31.12.2020.

El 2.11.2020 vuelve a precipitarse el cierre de las tiendas por las nuevas restricciones del gobierno destinadas a contener a segunda ola de la pandemia. El gobierno prorroga automáticamente la medida para todas las empresas hasta el 31.03.2021.

Anexo I: Cuestiones sociales y Personas

BULGARIA

Desde el 14.03.2020 al 13.05.2020 las tiendas han estado cerradas. Las subvenciones estatales han consistido en la cobertura del 60% del salario de los laboradores y contribuciones para las empresas. Los colaboradores también han disfrutado de vacaciones durante este periodo. A partir del 14.05.2020 reabrieron las tiendas y por lo tanto finalizó la medida.

A fecha 28.11.2020 cerraron de nuevo los centros comerciales durante el resto del año. En cuanto a la medida tomada en diciembre consta de la recuperación de horas dentro del sistema de aggregated working time y vacaciones voluntarias.

CROACIA

A fecha 19.03.2020 cerró el comercio no esencial e iniciamos medidas de suspensión temporal hasta 31.05.2020. Se trata de subvenciones por parte del gobierno para las empresas.

Ayuda financiera a las empresas de 3250 kn (427 €) por empleado mensual en ciertas condiciones. Tuvo efectos del 19.03.2020 por 3 meses.

La compañía ha seguido manteniendo la obligación de abonar el 100% salario, recibiendo las ayudas mencionadas.

A final de año trabajamos con restricciones motivadas por el aumento de contagios, aunque no se han decretado cierres.

DINAMARCA

A fecha 18.03.2020 se decretó el cierre del comercio no esencial y se definieron medidas extraordinarias que consisten en una subvención del gobierno a las empresas (70% del salario abonado).

En diciembre volvieron a cerrar las tiendas y aplicamos de nuevo la medida de suspensión.

ESLOVAQUIA

Desde el 14.03.2020 se declara estado de emergencia que implica el cierre del comercio no esencial. Se publicó una ley a fecha 4.04.2020 para establecer medidas económicas para la suspensión temporal. Se aprobó una subvención económica a las empresas del 80% de media de los salarios abonados durante el periodo de inactividad.

Las tiendas permanecieron cerradas hasta el 19.05.2020. Durante este periodo se recibieron las subvenciones descritas en las medidas. En los meses de junio, agosto y septiembre, siguiendo un criterio de condiciones de ventas reducidas en un 20%, hemos seguido percibiendo ayudas económicas por parte del gobierno.

Desde el 26.10.2020 hasta el 2.11.2020 cerraron de nuevo todas las tiendas voluntariamente, manteniendo los salarios, por las nuevas restricciones de movilidad que provocaron una considerable disminución de afluencia en tiendas. Posteriormente, a fecha 19.12.2020 vuelve a producirse un cierre gubernamental que se extiende a 2021. Seguimos percibiendo ayudas por parte del gobierno para afrontar el pago de salarios durante el periodo de inactividad.

ESPAÑA

En el mes de marzo nos vimos obligados a interrumpir, temporalmente, toda la actividad de retail en nuestras tiendas físicas, gran parte de la logística y parte de los servicios corporativos que prestamos desde la Central, como consecuencia del cierre de nuestras tiendas. Por este motivo a fecha 20.03.2020 se presentó un Expediente de Regulación Temporal de Empleo (ERTE) en España que afectó a 4.767 colaboradores.

A fecha 1.07.2020 la medida se desactivó para todos los colaboradores al margen de posibles prórrogas que pudiera ofrecer el Gobierno. Sin embargo, partir del mes de octubre se volvieron a precipitar cierres de tiendas en determinadas comunidades autónomas por las nuevas restricciones impulsadas por los gobiernos autonómicos para combatir la segunda ola de COVID-19 acogiéndonos a medidas de suspensión temporales destinadas al colectivo de retail afectado.

Anexo I: Cuestiones sociales y Personas

ESTADOS UNIDOS

A fecha 18.03.2020 se declaró estado de emergencia y MANGO cerró algunas de sus tiendas ubicadas en Nueva York. Se aplicaron medidas económicas aprobadas con efecto 28.03.2020.

A partir del 22.06.2020 se desactivó la suspensión temporal de una parte de los colaboradores para preparar la apertura de tiendas y en julio a la totalidad de la plantilla.

FINLANDIA

Las tiendas no han llegado a cerrar en el país, pero desde el 1 al 30 de junio aplicamos medida de suspensión parcial, previa negociación con el representante de los trabajadores, para reducir la plantilla temporalmente como medida ante una disminución considerable de afluencia y ventas.

FRANCIA

En el caso de Francia, a fecha 15.03.2020 se decretó la suspensión de la actividad comercial y se presentó solicitud de suspensión parcial (Chômage partiel) con retroactividad a la fecha indicada.

El funcionamiento de la medida en el país es flexible, permitiendo aplicar un máximo de 1.607h de reducción por empleado hasta 31.12.2021. El salario de los colaboradores correspondiente a las horas en las que se aplica tal suspensión está cubierto en su totalidad por la Seguridad Social del país. El empleado percibe el 70% del salario y se debe garantizar al menos el SMIC (1.219 EUR netos). La devolución limita a un máximo de 4,5 SMIC (6.927 EUR brutos). La medida se ha prorrogado en 2021.

GRECIA

A fecha 14.03.2020 cerró el comercio no esencial en el país por lo que a partir del día siguiente aplicamos medida de suspensión parcial para que parte de los colaboradores reduzcan sus horas contratadas y perciban parte del salario por el Estado. Hemos mantenido esta medida hasta final de año.

A partir del 7.11.2020 se cerraron de nuevo las tiendas, por lo que la medida se extiende.

HOLANDA

A fecha 18.03.2020 el gobierno cerró temporalmente los comercios no esenciales en el país, por lo que desde el 7.04.2020 nos acogimos a la subvención NOW. Se trata de la cobertura de de una parte de los salarios destinada a empresas que han visto reducidas sus ventas en más de un 20% (nuestro caso). El importe consta de un máximo del 90% de compensación de los salarios por el 100% de la pérdida en un periodo de 3 meses. La empresa tiene obligación de asumir un 10% del coste y los colaboradores mantienen el 100% del salario. Por lo tanto, es MANGO quien abona el salario y luego la UWV (Seguridad Social) nos devuelve el importe.

Independientemente de que a fecha 25.04.2020 vuelven a abrir todas las tiendas, se aprobó la ayuda para un segundo periodo (NOW2 junio-agosto) por la caída de ventas del 20%. En noviembre se confirmó la posibilidad de acogernos a la subvención hasta 30.06.2021.

HONG KONG

Solicitamos una ayuda con la finalidad de cubrir el 50% de los salarios que consistió en dos pagos efectuados en 2020.

Anexo I: Cuestiones sociales y Personas

HUNGRÍA

Desde el 17.03.2020 se cerraron las tiendas y se aplicó medida de distribución irregular de jornada en 24 meses. Se aplica este time working frame-work desde mayo, a partir de la apertura de tiendas se va regularizando.

Entre el 4 y el 18 de mayo reabren las tiendas, trabajando con normalidad.

A partir del 11.11.2020 por 30 días se anuncia nuevas restricciones aplicadas al comercio (hora de cierre, aforo...) Dichas medidas se cubren con el mecanismo de distribución de jornada irregular aplicado desde abril

IRLANDA

A fecha 19.03.2020 se produjo el cierre de tiendas hasta junio, por lo tanto se aplicó medida de suspensión temporal. El Estado abona a los colaboradores directamente la prestación.

Desde la fecha de apertura de tiendas se activó una parte de la plantilla, manteniendo la estructura mínima necesaria para adaptarnos a la nueva situación con restricciones de aforo. El resto se mantuvieron en suspensión hasta el 31.08.2020.

Desde 22.10.2020 se produce un nuevo cierre de tiendas. Todos los colaboradores en ERTE de nuevo durante 6 semanas. A fecha 28.12.2020 vuelven a cerrar las tiendas por lo que se activa de nuevo la medida.

ITALIA

En cuanto a Italia, se restringió la actividad comercial desde el 12.03.2020 y se firmó acuerdo con los sindicatos referente a la solicitud de la medida de suspensión (Cassa Integrazione) y se presentó la solicitud correspondiente al gobierno.

La primera suspensión temporal finalizó entre el 5 y el 7 de junio, dependiendo la zona donde se encontraba ubicada la tienda. A posterior, desde el 1 al 27 de septiembre, se volvió a aplicar, previa nueva consulta sindical y solicitud al gobierno. A partir del 24.10.2020 las tiendas de centros comerciales cerraron los fines de semana, por ello volvimos a realiza la consulta sindical para solicitar una nueva medida hasta el 31.01.2021.

El proceso para acogerse la Cassa Integrazione in Deroga por COVID-19 consiste en un acuerdo sindical a nivel nacional con las 3 organizaciones sindicales del sector (a distancia). Se trata de una cobertura salarial al colaborador por parte del gobierno de 9 semanas al 80% del sueldo.

LUXEMBURGO

A partir de 16.03.2020 el país anunció el cierre del comercio no esencial por lo que aplicamos medida de suspensión temporal.

Consta de una prestación de la Seguridad Social al colaborador del 80% del salario bruto total. MANGO anticipa el pago y luego la Seguridad Social lo reembolsa.

Se prolongó la medida hasta 31.12.2020. Hasta junio total, julio-agosto como máximo aplicable al 25% de la plantilla, septiembre-octubre aplicable al 20% y noviembre-diciembre al 15%.

La tienda reabrió el 11.05.2020 pero parte de los colaboradores siguieron en suspensión parcial.

Se anunció un nuevo cierre desde el 26.12.2020 hasta el 10.01.2021. Dado que la medida actual solo tenía cobertura para el 15% de la plantilla se puso en marcha nueva medida para cubrir el 100%.

NORUEGA

Las tiendas no llegaron a cerrar en el país, pero se aprobaron medidas extraordinarias para el comercio en materia laboral por la disminución de ventas.

Entre junio y julio aplicamos medida de suspensión temporal a algunos colaboradores. La medida consiste en el abono por parte del estado de la prestación al colaborador.

Desde octubre hemos seguido con algunos colaboradores en suspensión temporal.

POLONIA

A fecha 14.03.2020 cerraron las tiendas temporalmente por lo que se activó medida de suspensión a partir del día siguiente.

A fecha 7.11.2020 se procede de nuevo al cierre de tiendas. MANGO asumió el 100% del salario, no se suspendió a los colaboradores.

Anexo I: Cuestiones sociales y Personas

PORTUGAL

En Portugal el 18.03.2020 el gobierno decretó estado de emergencia, cerrando los comercios del país. Sin embargo no se publicaron medidas hasta el 27.03.2020, fecha en la que iniciamos el procedimiento de suspensión simplificado durante un mes, siendo prorrogado mensualmente hasta la fecha de reapertura.

En caso de la disminución de un 40% de las ventas el gobierno garantizó una ayuda de 2/3 del salario de cada colaborador (70% cargo Estado y el resto a cargo de la empresa).

En noviembre se aplicaron nuevas restricciones en el país y se limitó el horario de apertura y cierre de las tiendas según el municipio y la incidencia de afectación COVID.

REPÚBLICA CHECA

Se anuncia situación de estado emergencia implicando el cierre de comercios no esenciales a partir de 14.03.2020. Las medidas económicas toman efectos desde ese día.

MANGO abona el salario completo a los colaboradores y el estado costea el 60% del salario de aquellos que se encuentren suspendidos. Por lo tanto la empresa asume el 40%. Entre el 24 de abril y el 15 de mayo se produce la reapertura de tiendas.

Desde el 22.10.2020 al 3.12.2020 se produce de nuevo el cierre gubernamental de las tiendas por lo que se activa una segunda ayuda hasta el 31.12.2020. Esta vez se amplía la compensación por parte del gobierno al 100% del salario bruto (incluyendo seguridad social) con un tope de 50.000 CZK (1800€).

REINO UNIDO

En Reino Unido se suspendió la actividad comercial entre el 20 y el 23 de marzo 2020 en las diferentes zonas de Inglaterra donde MANGO tiene tiendas propias, por lo que la medida de suspensión temporal solicitada aplicó desde la fecha de cierre del establecimiento.

La medida consiste en una ayuda del 80% del salario de los empleados. Durante este periodo la compañía debe seguir abonando el coste de Seguridad Social, importe destinado a mantener el empleo.

A partir de julio se aprobó una medida de suspensión parcial, por lo que los colaboradores se reincorporaron con las horas contratadas reducidas para adecuar la plantilla a la estructura requerida en la nueva realidad de las tiendas.

En noviembre 2020 se volvió a decretar el cierre total en Inglaterra (exceptuando Escocia e Irlanda) por lo que se extendió la medida de suspensión parcial hasta el 30.04.2021.

RUMANÍA

El 23.03.2020 cerraron todas las tiendas y aplicamos medida de suspensión temporal.

El Gobierno publicó la Orden de compensación del 75% de los salarios base en caso de la interrupción temporal de la actividad. Los requisitos han sido la disminución de los beneficios en un 25% y más de 30% de la plantilla en la suspensión. Se trata de un pago que realiza el gobierno a la empresa y esta tiene la obligación de abonarlo a los colaboradores en un plazo de 3 días desde la recepción.

Todos los colaboradores se reactivaron entre el 10 y 14.06.2020 al reabrir las tiendas.

El Gobierno aprobó una subvención de los meses de junio, julio y agosto del 41,5% del salario base abonado a los empleados en estos meses. A partir de septiembre prolongaron la medida por un periodo de 3 meses (hasta 31.12.2020)

Durante los meses de noviembre y diciembre se establecieron restricciones de cierre los fines de semana en algunas zonas del país, por lo que se reorganizaron los horarios de los colaboradores.

Anexo I: Cuestiones sociales y Personas

RUSIA

Entre el 28 y el 30 de marzo 2020 se suspendió la actividad comercial en las distintas zonas de Rusia donde MANGO tiene tiendas propias por lo que se solicitó la aplicación de la medida de suspensión temporal. Entre junio y julio 2020 empieza la reapertura de las tiendas.

La medida consistió el abono del 67% del salario base a cargo de MANGO durante el tiempo que estuvo vigente.

SINGAPUR

Se decretó suspensión de la actividad no esencial desde el 07.04.2020.

Las tiendas reabrieron el 18.06.2020 y todos los colaboradores se incorporaron de nuevo a su puesto de trabajo. Se aprobaron ayudas del estado que constan del abono del 75% de los costes salariales, dependiendo del mes.

Desde octubre estamos recibiendo ayudas por parte del gobierno del 25% coste salarial hasta final de año.

SUIZA

Las tiendas cerraron desde el 17.03.2020 y se activó medida de suspensión parcial desde el 20.03.2020. Se trata de una medida flexible en cuanto al número de horas de afectación, siendo posible incrementarlas para adaptar la plantilla a la nueva situación.

La medida supuso la cobertura por parte de la Caisse (Seguridad Social) del 80% del salario. MANGO siguió manteniendo la obligación de abonar el salario directamente a los empleados y a posterior se acoge a la ayuda.

A fecha 31.12.2020 la mayoría de los colaboradores se encontraban con la medida de suspensión parcial (reducción de las horas trabajadas) activa hasta el 17.04.2021. No obstante, algunos meses se desactivó para todos los colaboradores al no alcanzarse los límites de afectación del 10% de la plantilla total.

TURQUÍA

En Turquía, a fecha 19.03.2020 se suspendió la actividad comercial. Los colaboradores disfrutaron de vacaciones remuneradas hasta la fecha de aplicación de la medida de suspensión temporal (1 de abril). Durante el periodo de cierre de las tiendas, la ayuda por parte del gobierno fue un 60% del salario bruto anual, con pago directo al empleado

Según las limitaciones existentes de las medidas de Gobierno para acceder a la medida, la empresa tomó la decisión de complementar el salario de 10 empleados, en total fueron 18.000 TRL / 2.480,59 EUR.

A fecha 1.06.2020 todas las tiendas reabrieron, siguiendo activa la medida de soporte del Gobierno para los colaboradores que tuvieron que reducir sus horas de trabajo (de tiempo completo a tiempo parcial), abonándoles la diferencia de salario. La medida sigue activa hasta el 28.02.2021.

UCRANIA

A fecha 17.03.2020 cerraron todas las tiendas ubicadas en centros comerciales. Parte de los colaboradores fueron suspendidos por razones de fuerza mayor, percibiendo 2/3 (67%) de su salario base por parte del Gobierno.

El estado prolongó el cierre hasta el 11.05.2020, por lo que todas tiendas permanecen cerradas hasta esta fecha. A partir de mayo activamos a todos los colaboradores. Una tienda ubicada en KIEV siguió cerrada hasta 15.07.2020 por razones administrativas del centro comercial pero el personal se ubicó en otras tiendas.

El 14.11.2020 se estableció el cierre de tiendas durante el fin de semana. Se fija como días de descanso el sábado y domingo a todos los colaboradores durante este periodo (reorganización horarios). A fecha 15.12.2020 se firmó la Orden del Gobierno sobre el cierre de las tiendas del 8.01.2021 al 24.01.2020 (incl.).



Índice

P. 152 | ÍNDICE CONTENIDOS GRI STANDARDS / EINF / PACTO MUNDIAL

P. 160 | ÍNDICE 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	1.1 Acerca de MANGO: El Grupo	9	
102-2	Actividades, marcas, productos y servicios	1.1 Acerca de MANGO: El Grupo	9	
102-3	Ubicación de la sede	1.1 Acerca de MANGO: El Grupo	9	
102-4	Ubicación de las operaciones	1.1 Acerca de MANGO: El Grupo	9	
102-5	Propiedad y forma jurídica	1.1 Acerca de MANGO: El Grupo	9	
102-6	Mercados servidos	3.1 Cuestiones medioambientales	51	
102-7	Tamaño de la organización	Datos relevantes 2020 / 3.2 Cuestiones sociales y personas / 04 Información económica / Anexo 1	7, 62-63, 124-129, 132-150	
102-8	Información sobre empleados	3.2 Cuestiones sociales y personas / Anexo 1	62-63, 132-150	Principio 6
102-9	Cadena de Suministro	1.1 Acerca de MANGO: El Grupo	7, 13	
102-10	Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro	1.1 Acerca de MANGO: El Grupo / 2. Acerca de la memoria y Matriz de materialidad	7, 13, 15, 20-25	
102-11	Principio o enfoque de precaución	3.1 Cuestiones medioambientales	32	
102-12	Iniciativas externas	2.2 Nuestra RSC / 3.1 Cuestiones medioambientales / 3.3 Derechos humanos y cadena de suministro / 3.4 Sociedad	19, 30, 31, 39, 41, 56-57, 92, 97, 98, 114-122	
102-13	Afiliación a asociaciones	2.2 Nuestra RSC / 3.1 Cuestiones medioambientales / 3.3 Derechos humanos y cadena de suministro / 3.4 Sociedad	19, 30, 31, 39, 41, 56-57, 92, 97, 98, 114-122	
2. ESTRATEGIA				
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	2.2 Nuestra RSC / 3.1 Cuestiones medioambientales / 3.2 Cuestiones sociales y personas / 3.4 Sociedad	17-18, 28, 71, 100-103	
3. ÉTICA E INTEGRIDAD				
102-16	Valores, principios, estándares y normas de conducta	1.3 Valores / 2.2 Nuestra RSC	12, 17-18	Principio 10
4. GOBERNANZA				
102-18	Estructura de gobernanza/ Organigrama	1.2 Gobierno corporativo	10	
5. PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS				
102-40	Lista de grupos de interés	2.3 Grupos de interés y Matriz de materialidad	20-25	
102-41	Acuerdos de negociación colectiva	3.2 Cuestiones sociales y personas	73-74	Principio 3
102-42	Identificación y selección de grupos de interés	2.3 Grupos de interés y Matriz de materialidad	20-25	
102-43	Enfoque para la participación de los grupos de interés	2.3 Grupos de interés y Matriz de materialidad	20-25	
102-44	Temas y preocupaciones clave mencionados	2.3 Grupos de interés y Matriz de materialidad	20-25	

Índice contenidos GRI Standards / EINF / PACTO MUNDIAL

6. PRÁCTICAS PARA LA ELABORACIÓN DE INFORMES			
102-45	Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	04 Información económica	126-127
102-46	Definición de los contenidos del informe y las coberturas del tema	2.3 Grupos de interés y Matriz de materialidad	15, 20-25
102-47	Lista de temas materiales	2.3 Grupos de interés y Matriz de materialidad	20-25
102-48	Reexpresión de la información	2.1 Alcance	15
102-49	Cambios en la elaboración del informe	2.1 Alcance / 2.3 Grupos de interés y Matriz de materialidad	15, 20-25
102-50	Periodo objeto de informe	2.1 Alcance	15
102-51	Fecha del último informe	2.1 Alcance	15
102-52	Ciclo de elaboración de informes	2.1 Alcance	15
102-53	Punto de contacto para preguntas sobre el informe	05 Datos de contacto	130
102-54	Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI	Carta del Consejero Delegado / 2.1 Alcance	4-5, 15-16
102-55	Índice de contenidos GRI	Índice contenidos GRI Standards / EINF / PACTO MUNDIAL	152-157
102-56	Verificación externa	2.1 Alcance	15-16

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	BUEN GOBIERNO		
		Anticorrupción	Dentro y fuera de la organización	Directa e indirecta
		DESEMPEÑO AMBIENTAL		
		Emisiones	Dentro y fuera de la organización	Directa e indirecta
		Materiales	Dentro y fuera de la organización	Directa e indirecta
		Cumplimiento ambiental	Dentro de la organización	Directa
		DESEMPEÑO SOCIAL		
		Empleo	Dentro de la organización	Directa
		Salud y seguridad en el trabajo	Dentro de la organización	Directa
		Formación y enseñanza	Dentro de la organización	Directa
		Diversidad e igualdad de oportunidades	Dentro de la organización	Directa
		No discriminación	Fuera de la organización	Directa
		Trabajo infantil	Fuera de la organización	Directa e indirecta
		Trabajo forzoso u obligatorio	Fuera de la organización	Directa e indirecta
		Evaluación de los derechos humanos	Fuera de la organización	Directa
Evaluación social de los proveedores	Fuera de la organización	Directa		
Salud y seguridad de los clientes	Dentro y fuera de la organización	Directa e indirecta		
103-1 c)	Limitación relativa a la cobertura del tema	No ha habido limitaciones relativas a la cobertura de los temas materiales		

Índice contenidos GRI Standards / EINF / PACTO MUNDIAL

INDICADOR	DESCRIPCIÓN INDICADOR	APARTADO	PÁGINA	PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL
DESEMPEÑO AMBIENTAL				
EMISIONES				
103-1a	Explicación del tema material	3.1 Cuestiones medioambientales	42-45	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	3.1 Cuestiones medioambientales	42-45	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	3.1 Cuestiones medioambientales	42-45	
305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1)	3.1 Cuestiones medioambientales	44	Principio 7 y 8
305-2	Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	3.1 Cuestiones medioambientales	44	Principio 7 y 8
305-3	Emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	3.1 Cuestiones medioambientales	44	Principio 7 y 8
CUMPLIMIENTO AMBIENTAL				
103-1a	Explicación del tema material	3.1 Cuestiones medioambientales		El cumplimiento normativo en materia ambiental es necesario para garantizar la ausencia de impactos negativos en relación con la sostenibilidad. Además, el incumplimiento de las leyes puede suponer sanciones económicas y administrativas, así como un riesgo reputacional.
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	3.1 Cuestiones medioambientales	28-32, 54, 60	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	3.1 Cuestiones medioambientales	28-32, 54, 60	
307-1	Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental	3.1 Cuestiones medioambientales	60	Principio 8
MATERIALES				
103-1a	Explicación del tema material	3.1 Cuestiones medioambientales	33-41	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	3.1 Cuestiones medioambientales	33-41	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	3.1 Cuestiones medioambientales	33-41	
301-1	Materiales utilizados por peso o volumen	3.1 Cuestiones medioambientales	34-38	
DESEMPEÑO SOCIAL Y LABORAL				
EMPLEO				
103-1a	Explicación del tema material	3.2 Cuestiones sociales y personas	61-70	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	3.2 Cuestiones sociales y personas	61-70	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	3.2 Cuestiones sociales y personas	61-70	
401-2	Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	3.2 Cuestiones sociales y personas	70	

Índice contenidos GRI Standards / EINF / PACTO MUNDIAL

INDICADOR	DESCRIPCIÓN INDICADOR	APARTADO	PÁGINA	PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL
SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO				
103-1a	Explicación del tema material	3.2 Cuestiones sociales y personas	71-72	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	3.2 Cuestiones sociales y personas	71-72	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	3.2 Cuestiones sociales y personas	71-72	
403-1	Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	3.2 Cuestiones sociales y personas	71-72	
403-2	Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes	3.2 Cuestiones sociales y personas	71-72	
403-3	Servicios de salud en el trabajo	3.2 Cuestiones sociales y personas	71-72	
403-4	Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo	3.2 Cuestiones sociales y personas	71-72	
403-5	Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo	3.2 Cuestiones sociales y personas	71-72	
403-6	Fomento de la salud de los trabajadores	3.2 Cuestiones sociales y personas	71-72	
403-7	Prevención y mitigación de los impactos en la salud y la seguridad de los trabajadores directamente vinculados con las relaciones comerciales	3.2 Cuestiones sociales y personas	71-72	
403-8	Cobertura del sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	3.2 Cuestiones sociales y personas	71-72	
403-9	Lesiones por accidente laboral	3.2 Cuestiones sociales y personas	72	
403-9	Dolencias y enfermedades laborales	3.2 Cuestiones sociales y personas	72	
FORMACIÓN Y ENSEÑANZA				
103-1a	Explicación del tema material	3.2 Cuestiones sociales y personas	75-79	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	3.2 Cuestiones sociales y personas	75-79	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	3.2 Cuestiones sociales y personas	75-79	
404-2	Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	3.2 Cuestiones sociales y personas	75-79	

Índice contenidos GRI Standards / EINF / PACTO MUNDIAL

INDICADOR	DESCRIPCIÓN INDICADOR	APARTADO	PÁGINA	PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL
DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES				
103-1a	Explicación del tema material	3.2 Cuestiones sociales y personas	61, 80-82	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	3.2 Cuestiones sociales y personas	61, 80-82	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	3.2 Cuestiones sociales y personas	61, 80-82	
405-1	Diversidad en organos de gobierno y empleados	1.2 Gobierno corporativo / 3.2 Cuestiones sociales y personas / Anexo 1	10, 62-63, 132-140	Principio 6
NO DISCRIMINACIÓN				
103-1a	Explicación del tema material	1.3 Valores / 3.2 Cuestiones sociales y personas / 3.3 Derechos humanos y cadena de suministro	17-18, 80, 87-93	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	1.3 Valores / 3.2 Cuestiones sociales y personas / 3.3 Derechos humanos y cadena de suministro	17-18, 80, 87-93	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	1.3 Valores / 3.2 Cuestiones sociales y personas / 3.3 Derechos humanos y cadena de suministro	17-18, 80, 87-93	
406-1	Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	No se han registrado casos de discriminación durante el periodo cubierto por la memoria.		
TRABAJO INFANTIL				
103-1a	Explicación del tema material	3.3 Derechos humanos y cadena de suministro	87-93	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	3.3 Derechos humanos y cadena de suministro	87-93	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	3.3 Derechos humanos y cadena de suministro	87-93	
408-1	Operaciones y proveedores con riesgos significativo de casos de trabajo infantil	No se han registrado casos de trabajo infantil durante el periodo cubierto por la memoria		Principio 5

Índice contenidos GRI Standards / EINF / PACTO MUNDIAL

INDICADOR	DESCRIPCIÓN INDICADOR	APARTADO	PÁGINA	PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL
TRABAJO FORZOSO U OBLIGATORIO				
103-1a	Explicación del tema material	3.3 Derechos humanos y cadena de suministro	87-93	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	3.3 Derechos humanos y cadena de suministro	87-93	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	3.3 Derechos humanos y cadena de suministro	87-93	
409-1	Operaciones y proveedores con riesgos significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio	No se han registrado casos de trabajo forzoso durante el periodo cubierto por la memoria. Siguiendo el protocolo de auditoria se auditan todos los centros de producción para detectar posibles incumplimientos en este ambito		Principio 4
EVALUACIÓN DE DERECHOS HUMANOS				
103-1a	Explicación del tema material	3.3 Derechos humanos y cadena de suministro	87-94	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	3.3 Derechos humanos y cadena de suministro	87-94	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	3.3 Derechos humanos y cadena de suministro	87-94	
412-1	Operaciones sometidas a revisiones o evaluaciones de impacto sobre los derechos humanos	3.3 Derechos humanos y cadena de suministro	93-94	Principio 1 y 2
EVALUACIÓN SOCIAL DE LOS PROVEEDORES				
103-1a	Explicación del tema material	3.3 Derechos humanos y cadena de suministro	83-94	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	3.3 Derechos humanos y cadena de suministro	83-94	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	3.3 Derechos humanos y cadena de suministro	83-94	
414-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales	3.3 Derechos humanos y cadena de suministro	84-85	Principio 2
SALUD Y SEGURIDAD DE LOS CLIENTES				
103-1a	Explicación del tema material	3.4 Sociedad	100-103	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	3.4 Sociedad	100-103	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	3.4 Sociedad	100-103	
416-1	Evaluación de los impactos en salud y seguridad de las categorías de productos o servicios	3.4 Sociedad	102	
ANTICORRUPCIÓN				
103-1a	Explicación del tema material	3.4 Sociedad	17-18	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	3.4 Sociedad	17-18	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	3.4 Sociedad	17-18	
205-3	Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas	En el periodo de referencia de esta memoria no se han dado casos de corrupción.		Principio 10

Índice 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	1.1 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	1.1 El Grupo / 2.2 Nuestra RSC / 03 Modelo de sostenibilidad	9, 12, 17-18, 28-29, 32
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	2.2 Nuestra RSC / 3.1 Cuestiones medioambientales / 3.2 Cuestiones sociales y personas / 3.4 Sociedad	17-18, 28-29, 71, 100-103
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	3.1 Cuestiones medioambientales	18-32, 60
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	3.1 Cuestiones medioambientales	42-45
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	3.1 Cuestiones medioambientales	55-60
	Acciones para combatir el desperdicio de alimentos	-	No material	
USO SOSTENIBLE DE LOS RECURSOS				
CUESTIONES MEDIOAMBIENTALES	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	3.1 Cuestiones medioambientales	34-38
	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	3.1 Cuestiones medioambientales	45, 49-53
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	3.1 Cuestiones medioambientales	42-45
	Las medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático;	103 Enfoque de gestión de Emisiones	3.1 Cuestiones medioambientales	42-45
	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	3.1 Cuestiones medioambientales	42-45
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	3.1 Cuestiones medioambientales	54

Índice contenidos GRI Standards / EINF / PACTO MUNDIAL

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	3.2 Cuestiones sociales y personas / Anexo 1	62-63, 132, 143-150
	Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo,	102-8	3.2 Cuestiones sociales y personas / Anexo 1	133-136
	Promedio anual de contratos indefinidos, de contratos temporales y de contratos a tiempo parcial por sexo, edad y clasificación profesional,	102-8 / 405-1	3.2 Cuestiones sociales y personas / Anexo 1	137-140
	Número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional;	401-1	3.2 Cuestiones sociales y personas / Anexo 1	141-142
	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	3.2 Cuestiones sociales y personas	64-66
	Brecha salarial, la remuneración de puestos de trabajo iguales o de media de la sociedad,	405-2	3.2 Cuestiones sociales y personas	64
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	3.2 Cuestiones sociales y personas	67	
	Implantación de políticas de desconexión laboral	103 Enfoque de gestión de Empleo	3.2 Cuestiones sociales y personas	69
	Empleados con discapacidad.	405-1	3.2 Cuestiones sociales y personas / Anexo 1	81-82, 140
CUESTIONES SOCIALES Y RELATIVAS AL PERSONAL	ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO			
	Organización del tiempo de trabajo	103 Enfoque de gestión de Empleo	3.2 Cuestiones sociales y personas	68-69
	Número de horas de absentismo	403-9 / 403-10	3.2 Cuestiones sociales y personas	69
	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	3.2 Cuestiones sociales y personas	70
	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	3.2 Cuestiones sociales y personas	71-72
	Accidentes de trabajo, en particular su frecuencia y gravedad, Enfermedades profesionales, desagregado por sexo.	403-9 / 403-10	3.2 Cuestiones sociales y personas	72
	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	3.2 Cuestiones sociales y personas	73
	Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país;	102-41	3.2 Cuestiones sociales y personas	74
El balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y la seguridad en el trabajo.	403-4	3.2 Cuestiones sociales y personas	73-74	
FORMACIÓN				
Las políticas implementadas en el campo de la formación;	103 Enfoque de gestión de Formación y enseñanza 404-2	3.2 Cuestiones sociales y personas	75-79	
La cantidad total de horas de formación por categorías profesionales.	404-1	3.2 Cuestiones sociales y personas	79	
ACCESIBILIDAD UNIVERSAL DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD	103 Enfoque de gestión de Diversidad e igualdad de oportunidades y No discriminación	3.2 Cuestiones sociales y personas	80-82	

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;		3.2 Cuestiones sociales y personas	80-82
	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	3.2 Cuestiones sociales y personas	64, 80-82
	La política contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad.		3.2 Cuestiones sociales y personas	80-82
	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	3.3 Derechos humanos y cadena de suministro	17-18, 83-98
	Denuncias por casos de vulneración de derechos humanos;	406-1	2.2 Nuestra RSC / Índice Contenidos GRI Standards	18, 156
	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	3.3 Derechos humanos y cadena de suministro	88-89
	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	3.3 Derechos humanos y cadena de suministro	87-93
	CORRUPCIÓN Y EL 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	2.2 Nuestra RSC	17-18
	Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro.	413-1	3.4 Sociedad	114-122
	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	3.4 Sociedad	114-122
	Las relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos;	102-43	3.4 Sociedad	114-122
	Las acciones de asociación o patrocinio.	102-12 / 102-13	2.2 Nuestra RSC / 3.1 Cuestiones medioambientales / 3.3 Derechos humanos y cadena de suministro / 3.4 Sociedad	19, 30, 31, 39, 41, 56, 57, 92, 97, 98, 114-122
	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	01 Acerca de MANGO / 3.3. Derechos humanos y cadena de suministro	9, 13, 83-96
	Sistemas de supervisión y auditorías y resultados de las mismas.		3.3 Derechos humanos y cadena de suministro	91-94
	CONSUMIDORES			
	Medidas para la salud y la seguridad de los consumidores;	103 Enfoque de gestión de Seguridad y Salud de los productos. 416-1	3.4 Sociedad	100-103
	Sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de las mismas.	103 Enfoque de gestión de Marketing y etiquetado y Privacidad del cliente	3.4 Sociedad	109
	INFORMACIÓN FISCAL			
	Beneficios obtenidos país por país. Impuestos sobre beneficios pagados	103 Enfoque de gestión de Desempeño económico y Fiscalidad	04 Información económica	128-129
	Subvenciones públicas recibidas	201-4	04 Información económica	128-129

INDICE DE OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)

		PÁGINA
1	 <p>1 FIN DE LA POBREZA Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo</p>	114-122
2	 <p>2 HAMBRE CERO Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible</p>	114-122
3	 <p>3 SALUD Y BIENESTAR Garantizar una vida sana y promover el bienestar en todas las edades</p>	71-72, 100-103, 114-122
4	 <p>4 EDUCACIÓN DE CALIDAD Garantizar una educación inclusiva equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos</p>	75-78
5	 <p>5 IGUALDAD DE GÉNERO Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas</p>	81-82
7	 <p>7 ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna para todos</p>	45
8	 <p>8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO Promover el crecimiento económico sostenido e inclusivo, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos</p>	125-129
12	 <p>12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles</p>	30-40, 56-59
13	 <p>13 ACCIÓN POR EL CLIMA Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos</p>	42-45
17	 <p>17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS Revitalizar la alianza mundial para el desarrollo sostenible</p>	19, 97-98, 114-122

MANGO

DISEÑO Y MAQUETACIÓN

MANGO
REPORTIA