



TENDAM

GLOBAL FASHION RETAIL

Informe de Sostenibilidad

Estado de Información
no financiera

2019

CORTEFIEL

Pedro del Hierro

SPRINGFIELD

women'secret

FIFTY

hoss
INTROPIA



Este informe está disponible en su versión en PDF en la página web de Tendam:

www.tendam.es/responsabilidad-corporativa/#memoria

CONTACTO

Para nosotros es muy importante su opinión sobre este informe o sobre cualquier aspecto relacionado con la sostenibilidad en Tendam.

Por favor contacte con:

Dpto. de Comunicación y Responsabilidad Corporativa

Avda. Llano Castellano, 51 - 28034 Madrid (Spain)

www.tendam.es

prensa@tendam.es



Para más información sobre Tendam. Visite nuestra página web:



www.tendam.es/

Índice

Mensaje del Presidente y Consejero Delegado / 4

Hechos posteriores: COVID -19 / 7

1. Tendam

- Nuestra compañía / 10
- Tendam en el mundo / 12
- Nuestras marcas / 16
- Hitos del año / 26
- 139 años de historia / 28

2. Compromiso responsable

- Nuestra identidad corporativa / 32
- Modelo de negocio responsable / 33
- Análisis de materialidad / 34
- Nuestros compromisos / 36
- Relación con los grupos de interés / 38
- Comprometidos con la Agenda 2030 / 40
- Respeto a los Derechos Humanos / 42

3. Gobierno corporativo

- Estructura de la propiedad / 46
- Estructura de gobierno / 46
- Ética corporativa y cumplimiento normativo / 50
- Seguridad de la información y protección de datos / 53
- Gestión de riesgos / 54

4. Nuestros clientes

- El cliente / 58
- Tiendas más eficientes y respetuosas / 60
- Responsabilidad de nuestras prendas / 62
- Diálogo permanente con el cliente / 64
- Comunicación con valores / 67

5. Nuestras personas

- Comprometidos con las personas / 70
- Conciliación y beneficios sociales / 74
- Seguridad y salud / 76
- Igualdad, diversidad e inclusión / 78
- Gestión del talento / 80
- Oportunidades de formación y desarrollo profesional / 82

6. Cadena de suministro responsable

- Nuestros proveedores / 86
- Código de conducta externo / 87
- Cadena de suministro responsable / 88
- Eficiencia logística / 91

7. Gestión ambiental

- Comprometidos con la sostenibilidad ambiental / 98
- Prendas respetuosas con el medio ambiente / 98
- Compromisos con el cambio climático / 102
- Eficiencia energética / 104
- Emisiones / 106

8. Comprometidos con la sociedad

- Alianzas estratégicas / 110
- Proyectos con impacto social / 112
- Voluntariado corporativo / 117

9. Sobre este informe

- Alcance y cobertura del informe / 120
- Contribución económica / 121
- KPIS principales 2018-2019 / 122
- Principios del Pacto Mundial / 124
- Tabla de correspondencia con la Ley 11/2018 / 125
- Verificación independiente / 129

Carta del Presidente y Consejero Delegado

Estimados stakeholders:

2019 ha sido un año excelente para Tendam gracias a la consecución de muchas de las metas que nos propusimos en el plan estratégico iniciado en 2016. El grupo ha cerrado el ejercicio con la posición financiera más sólida de los últimos 15 años alcanzando la facturación más alta de su historia, con marcas bien posicionadas y un ecosistema omnicanal rentable gracias a la vinculación de los clubs de clientes con un CRM avanzado, la analítica de datos y una operación de e-commerce eficiente integrada con la red capilar de tiendas.

Nuestro Informe Anual de Sostenibilidad para el ejercicio 2019 refleja el Estado de Información no Financiera y diversidad como documento aparte del Informe de Gestión y contiene la información necesaria para evaluar el desempeño y los avances obtenidos no solo en lo económico y comercial sino también en los aspectos sociales y ambientales con importantes avances en cuestiones como integración, acción social y lucha contra el cambio climático.

Empezar el nuevo ejercicio el 1 de marzo de 2020 con una compañía saneada y una estrategia clara ha sido muy relevante ante la crisis sanitaria, económica y social provocada por la declaración de pandemia de la covid-19. Aunque constituyan hechos posteriores al cierre considero que debo referirme brevemente a este periodo en el que me dirijo a ustedes. Tendam se ha enfrentado al desafío estableciendo un plan con dos objetivos fundamentales: protección de la salud de la compañía entendida como protección sanitaria de empleados, clientes y socios comerciales y como protección financiera en términos de liquidez, y contribución activa a minimizar los impactos sociales de la crisis Covid-19.

Este plan incluía la gestión activa de inventarios, la reducción de gastos operativos y de inversiones no estratégicas. En el ámbito financiero la compañía aumentó su capacidad financiera a través de su línea de revolving y de un crédito adicional de 132,5 millones de euros con los avales del estado español gestionados por el Instituto de Crédito Oficial, ICO.

Gracias a la posición de caja al cierre de 2019 hemos podido además apoyar a nuestros trabajadores y a la sociedad ante este desafío histórico. La compañía ha completado el 100% de los salarios de empleados sujetos a expedientes temporales de regulación de empleo durante el cierre de las operaciones facilitándoles además para prevenir contingencias y retrasos en el cobro de prestaciones más de 2.000 microcréditos sin intereses.



La capacidad logística y de aprovisionamiento global de Tendam se ha puesto al servicio de las autoridades sanitarias y de otras compañías relevantes como Openbank y CLH para gestionar la compra y donación de más de 2 toneladas de material de protección a hospitales y residencias geriátricas por valor cercano al millón de euros. Un millón de euros es también el valor de las donaciones directas de prendas y accesorios de nuestras marcas gestionadas gracias al compromiso de nuestros empleados en la central y la plataforma de e-commerce y logística junto al esfuerzo de las marcas y sus redes sociales para atender más de 600 pedidos, 50.000 unidades que han cubierto necesidades urgentes de vestido y calzado de personal sanitario, pacientes y residentes de los principales centros sanitarios de toda España en el punto más crítico de la pandemia con la iniciativa "El hilo que nos une" #TodosSumamos.

Pero el impacto de la crisis sobrevenida al comienzo de nuestro ejercicio 2020 no debe quitar protagonismo al año que ahora presentamos. En 2019, los ingresos de Tendam se incrementaron en un 3,2% tras alcanzar los 1.187,3 millones de euros, frente a los 1.150,8 millones del ejercicio anterior. Todas las marcas de Tendam crecieron en ventas a superficie comparable, al tiempo que los tráficos aumentaron también progresivamente a lo largo de los doce meses. Las ventas en el cuarto trimestre se incrementaron en un 6,4% en total, y un 5% a superficie comparable.

Las ventas digitales aumentaron un 28% (+30,5% durante el cuarto trimestre), representando en 2019 cerca del 10% del total de las ventas en España.

El margen bruto creció en 0,2 p.p. hasta situarse en el 62%, impulsado por el posicionamiento de las marcas y la gestión del stock bruto, antes de devaluación, que a cierre de febrero se situó en 164,4 millones de euros (casi cinco millones menos que en febrero de 2019).

El EBITDA recurrente pre NIIF16 alcanzó los 162 millones de euros (versus 161,7 millones de euros en 2018). Teniendo en cuenta la normativa NIIF16, asciende a 297 millones de euros.

Al cierre, la generación de flujo de caja libre después de intereses había mejorado totalizando 83,1 millones de euros (+14,2 millones de euros que representan un crecimiento del 20,6% versus febrero de 2019). La deuda neta se situaba en 430,6 millones de euros, lo que representa un ratio de endeudamiento de 2,7 veces EBITDA (versus 2,8 veces EBITDA en el ejercicio anterior). El beneficio antes de impuestos pre NIIF16 ascendió a 81,2 millones de euros (+0,5%).

Como parte de su modelo de negocio, Tendam ha continuado creciendo el número de socios de sus clubs de fidelidad, que en la actualidad ya cuentan con más de 26 millones de asociados, un 9% más que en el ejercicio anterior. Nuestra fortaleza diferencial está en la vinculación estos clientes a Cortefiel y Pedro del Hierro, Springfield, Women'secret, y desde ahora también a Fifty que ha lanzado su nuevo Club.

Tendam también ha seguido mejorando su impacto en la sociedad y el medio ambiente y ha conseguido avances importantes durante 2019 en la mayoría de los Objetivos de Desarrollo Sostenible reforzando el compromiso adquirido dentro del Pacto Mundial de Naciones Unidas e incorporándose a nuevas iniciativas globales de Naciones Unidas como el Fashion Industry Charter for Climate Action y el Business Ambition for 1.5°. La compañía también se ha adherido al Fashion Pact surgido de la cumbre del G7 en la lucha por proteger el clima, los océanos y la biodiversidad, implicándose en sus órganos de dirección operativa. En mi caso he adquirido, junto a otros Presidentes y Consejeros Delegados, la responsabilidad de formar parte de su Comité de Dirección para impulsar la consecución de sus objetivos con base científica o SBTs.

Siendo coherentes con estas iniciativas la compañía ha reducido sus emisiones de CO₂ durante el año en un 30% con 16.222 toneladas equivalentes menos y ha suscrito un acuerdo en 2020 para el suministro de energía con certificación de origen renovable en toda su red comercial, edificios e instalaciones en España, su sede y principal mercado.

El grupo ha seguido trabajando por un producto más sostenible liderado por Springfield con sus colecciones R[ECO]NSIDER que se consolida como programa medioambientalmente responsable con un 15% de producto de la marca. Todas las marcas disponen ya de programas sostenibles como Eco-friendly en Cortefiel y Pedro del Hierro, Honest en Women'secret y recientemente Lifeway en Fifty trabajando con nuevas fibras y tejidos sostenibles, materiales

orgánicos y reciclados y procesos menos intensivos en agua. En 2019 hemos conseguido que más del 50% de nuestro denim sea de bajo consumo en agua con procesos denominados H2Ø (H to Zero) que minimizan el consumo en fabricación hasta un 90%.

Nuestro compromiso es aumentar el peso de producto sostenible alcanzando el 50% en 2030. Para ello se ha establecido un comité transversal a la organización denominado WE CARE coordinado por el Departamento de Sourcing y Calidad y que reúne integrantes de los departamentos de Diseño y Compras de todas nuestras marcas, así como de otros departamentos corporativos para promover y coordinar procedimientos, iniciativas y propuestas relacionadas con la Sostenibilidad e Innovación textil. Su objetivo principal es poner en conocimiento del equipo cuales son las áreas de mejora y las tendencias en el mercado para su puesta en marcha y contribuir así con la transformación hacia un modelo más sostenible.

En reducción de plásticos Springfield ha lanzado el proyecto 3R para minimizar el uso de envases y embalajes no comerciales, liderando el proceso para el resto del grupo.

Nuestros procesos en la cadena de valor buscan también la mejora del impacto social de la compañía por lo que mantenemos revisiones continuas tanto del sistema de auditoría social de terceros de Tendam como del sistema común BSCI de amfori organización a la que pertenecemos. Este año las auditorías han aumentado un 10 % con la inspección de 478 fábricas.

Tendam es una compañía formada en un 84% por mujeres y un 56% de ellas tienen puestos de responsabilidad. Para buscar una mayor proporcionalidad e incentivar la participación en la dirección de la empresa en 2019 lanzamos la iniciativa Tendam Women Sponsoring Program con el objetivo de alcanzar el 60% de participación femenina en puestos directivos y el 50% de participación en el Comité de Dirección en 2030.

La actividad de voluntariado que empezaba a emerger en los últimos años se ha consolidado y activado plenamente con el lanzamiento formal este año del Programa de Voluntariado Corporativo Somos Voluntarios.

167 voluntarios han realizado 872 horas de voluntariado social y medioambiental. En el capítulo de alianzas estratégicas con impacto en los Objetivos de Desarrollo Sostenible además de las mencionadas en el ámbito de Naciones Unidas, el Fashion Pact y la participación en iniciativas multi stakeholder como el Foro Social de la Moda en España entre otras alianzas sectoriales, la compañía ha continuado apoyando a las universidades y escuelas de negocio dedicadas a la generación de nuevo talento para el mundo de la moda tanto en el diseño como la gestión. Destacan la Cátedra Tendam en ISEM y el apoyo a su semillero de start up, Atelier y el Aula de Sostenibilidad y Ecodiseño en el CSDMM de la Universidad Politécnica de Madrid que en este año ha lanzado el premio especial fin de grado en diseño sostenible.

La convocatoria del proyecto Involucrados de Tendam alcanzó este año su cifra récord de 152.170 euros con la venta benéfica de muestrarios de nuestras marcas y participación

de voluntarios de Tendam y las ONG seleccionadas por el jurado. Con estos fondos se financiarán proyectos sociales en España, Camboya y Camerún. En su décimo quinto aniversario acumula ya 1,6 millones de euros donados que han financiado 53 proyectos y beneficiado directamente a 500.000 personas en todo el mundo.

En el ámbito de la acción social, las marcas firmaron también convenios de colaboración y realizaron campañas de sensibilización como "Perfectos Imperfectos" de Cortefiel y la Fundación Cadete sobre discapacidad, "Fashion 2nd life" de Pedro del Hierro y el CIMA de la Universidad de Navarra para la investigación en Alzheimer, "Salvemos nuestro Mediterráneo" de Springfield con National Geographic para la conservación de la posidonia oceánica o la campaña apoyada por Women'secret "#GirlsGetEqual impulsada por Plan Internacional. Fifty ha consolidado su colaboración de voluntariado con el comedor social de las Hijas de la Caridad de Madrid.

Quiero destacar especialmente el premio otorgado a Women'secret por parte de la prestigiosa fundación SERES. La fundación ha premiado el proyecto, #SIMEIMPORTA, por su carácter innovador y por generar valor para las mujeres. La campaña es fruto de la colaboración de largo recorrido entre nuestra marca líder de íntimo y la Fundación Dexeus en su lucha contra el cáncer de mama que se inició con el lanzamiento de la colección Post Surgery Bras.

Fruto del proceso de mejora establecido por el plan estratégico en los últimos tres años, consolidada en un buen ejercicio 2019 y teniendo en cuenta las incertidumbres pero también las oportunidades de cambio y mejora que la crisis covid-19 presenta, Tendam se encuentra en una excelente posición para liderar un futuro en el que habrá cinco elementos protagonistas: el crecimiento exponencial de lo digital, la irrupción de un consumidor más responsable, el auge de una moda más atemporal, pero de más valor añadido, la necesidad de incorporar el concepto de sostenibilidad a todas las facetas de nuestras vidas y un rol más activo de la empresa para contribuir a una sociedad mejor.

Jaume Miquel
Presidente y Consejero Delegado de Tendam

Hechos posteriores: COVID -19

La irrupción en China, a finales de 2019, del coronavirus SARS-CoV-2 (COVID-19) y su posterior calificación como pandemia por la Organización Mundial de la Salud (OMS) en marzo de 2020, ha ocasionado una crisis sanitaria, económica y social a nivel mundial sin precedentes.

La compañía, cuya actividad en el primer trimestre del ejercicio 2020/21 se ha visto significativamente afectada por esta crisis, ha desarrollado acciones de respuesta en distintos frentes:

- ◆ Acciones para la protección de la salud y seguridad de empleados, clientes y proveedores.
- ◆ Medidas encaminadas a la preservación de su negocio y de su propia salud financiera.
- ◆ Iniciativas de colaboración social, solidaria y activa.

Tendam considera un compromiso ineludible ser parte activa y responsable de la sociedad y, a tal fin, ha puesto en marcha diversas iniciativas de cooperación y lucha contra la propagación del virus.

Aportación de material sanitario

Desde el inicio de la crisis, Tendam ha puesto a disposición de las autoridades españolas y de otras empresas de su entorno su red de aprovisionamiento internacional para la adquisición de material sanitario.

Tendam ha gestionado la compra y traslado a España de más de 1 millón de euros en material sanitario. Parte de éste con inversión 100% Tendam y parte, en colaboración con otras empresas como Openbank y CLH. Esta operación ha supuesto la entrega a las autoridades sanitarias españolas de unas 2,5 toneladas de material sanitario.

Iniciativa #TodosSumamos. El hilo que nos une

A través de la Campaña “El hilo que nos une”, las marcas del Grupo Tendam: Cortefiel, Pedro del Hierro, Springfield, Women’secret y Fifty, en solidaridad con los más afectados, han sumado esfuerzos y puesto a disposición de profesionales e instituciones sanitarias y centros geriátricos en España, sus prendas de forma gratuita.

Se han atendido más de 600 solicitudes de hospitales, centros sanitarios, residencias de ancianos y hospitales de campaña y realizado donaciones de más de 50.000 prendas, por valor de más de 1 millón de euros.

Entre otros, han recibido gratuitamente prendas de las marcas Tendam:

- ◆ Profesionales sanitarios desplazados de su domicilio habitual para luchar contra la pandemia,
- ◆ Enfermos en situación de aislamiento, y
- ◆ Residentes y personal de centros geriátricos.

Protección de nuestros empleados

Entre los objetivos de la Dirección de la compañía ha estado, en todo momento, la preservación del empleo y la protección de sus empleados. La compañía ha adoptado medidas de protección de sus trabajadores tales como:

- ◆ El complemento de prestaciones por ERTE en España: la compañía ha complementado a cada empleado afectado por ERTE, durante toda la duración de éste, la prestación pública que le corresponde percibir, hasta alcanzar el 100% de su salario mensual. Ha puesto además a su disposición microcréditos, a interés cero, para hacer frente a cualquier incidencia o retraso en la percepción de prestaciones sociales gubernamentales.
- ◆ El impulso del teletrabajo y la adopción de medidas y protocolos de seguridad, salud e higiene en tiendas y oficinas.

Programa de protección en Tiendas

La reapertura de la red de tiendas del Grupo ha sido progresiva, siguiendo las normas y directrices impuestas y/o recomendadas por las autoridades competentes en cada país. Se han elaborado e implantado estrictos protocolos de seguridad, salud e higiene para la protección de clientes y trabajadores.

Entre las medidas adoptadas se cuentan el uso de mascarillas, guantes y geles hidroalcohólicos, limitaciones de aforo en tienda, mantenimiento de distancias de seguridad interpersonal, higienización de prendas, desinfección de probadores tras cada uso, cambios en la distribución de las tiendas para mejorar los flujos de circulación o el impulso del pago con móvil o tarjeta.

1. Tendam

Nuestra compañía

Tendam en el mundo

Nuestras marcas

Hitos del año

139 años de historia





Nuestra compañía



Tendam es uno de los principales grupos en Europa del sector de moda especializada, avalado por la trayectoria, la experiencia y el crecimiento experimentado durante cerca de 140 años de historia.

Estamos especializados en la gestión de marcas en el segmento premium mass market como puente entre el fast fashion y el lujo accesible.

La suma de nuestras firmas: Cortefiel, Pedro del Hierro, Springfield, Women'secret, Hoss Intropia y Fifty, multiplica de forma exponencial el alcance y capilaridad de una compañía innovadora y con vocación internacional. Distribuimos nuestras colecciones a través de casi 2.000 puntos de venta situados en cuatro continentes.

Nuestras marcas tienen ventajas diferenciales que las convierte en marcas complementarias sin solapamiento entre ellas, con flexibilidad de formatos comerciales y adaptadas a mercados con diferentes tamaños. Cada una de ellas se dirige a un público específico y cuenta con sus propios equipos creativos, de diseño, y comerciales, compartiendo centros de gestión y servicios comunes.

Asumimos el reto de gestionar nuestras operaciones de manera eficiente y respetuosa con el medioambiente, y nos marcamos objetivos concretos con los que hacer frente a los desafíos de la industria en materia de lucha contra el Cambio climático y la protección del medio ambiente; evaluando los mayores riesgos en estas materias e identificando las mejores oportunidades para minimizar sus efectos.

La sede central de la compañía se ubica en Madrid y en España contamos con otra oficina en Barcelona. Contamos además con oficinas comerciales en los países con negocio en gestión propia. Para la gestión de la cadena de suministro global, disponemos de oficinas internacionales en Hong Kong, la India y Bangladesh.

En los servicios centrales de la compañía confluyen las funciones administrativas, financieras, tecnológicas, legales, de expansión, aprovisionamiento, operaciones y recursos humanos, que dan soporte a cada una de las marcas. Esta estructura nos permite gestionar un modelo de negocio multiformato de forma eficiente.

El centro logístico de Madrid, actúa como centro de consolidación y distribuidor único para Europa. La compañía cuenta con otro centro de distribución en España (Cuenca) desde donde se gestionan las operaciones online y con otros tres centros logísticos en Hong Kong, México y Rusia.

C O R T E F I E L

Pedro del Hierro

SPRINGFIELD

women'secret

FIFTY

hoss
INTROPIA

2019 en cifras



MERCADOS

1.990

puntos de venta

86

países donde
tiene presencia

385.879

m² superficie
de venta



CLIENTES

1.187

millones de €
de facturación

26

millones de socios

91

millones
de prendas



EMPLEADOS

10.735

empleados

84%

Mujeres

33

años media de
edad de la plantilla



MEDIO
AMBIENTE

800

tiendas con energía
renovable

50%

del denim con
menos uso de agua

30%

reducción emisiones CO₂
en el último año

Tendam en el mundo



86
Países



casi **2.000**
puntos de venta



Mercados online:
47

- ◆ Tiendas propias
- ◆ Franquicias
- ◆ Tiendas propias y franquicias

AMÉRICA
239
Puntos de venta

EUROPA
1.473
Puntos de venta

ÁFRICA
38
Puntos de venta



1.367
Tiendas de
gestión propia



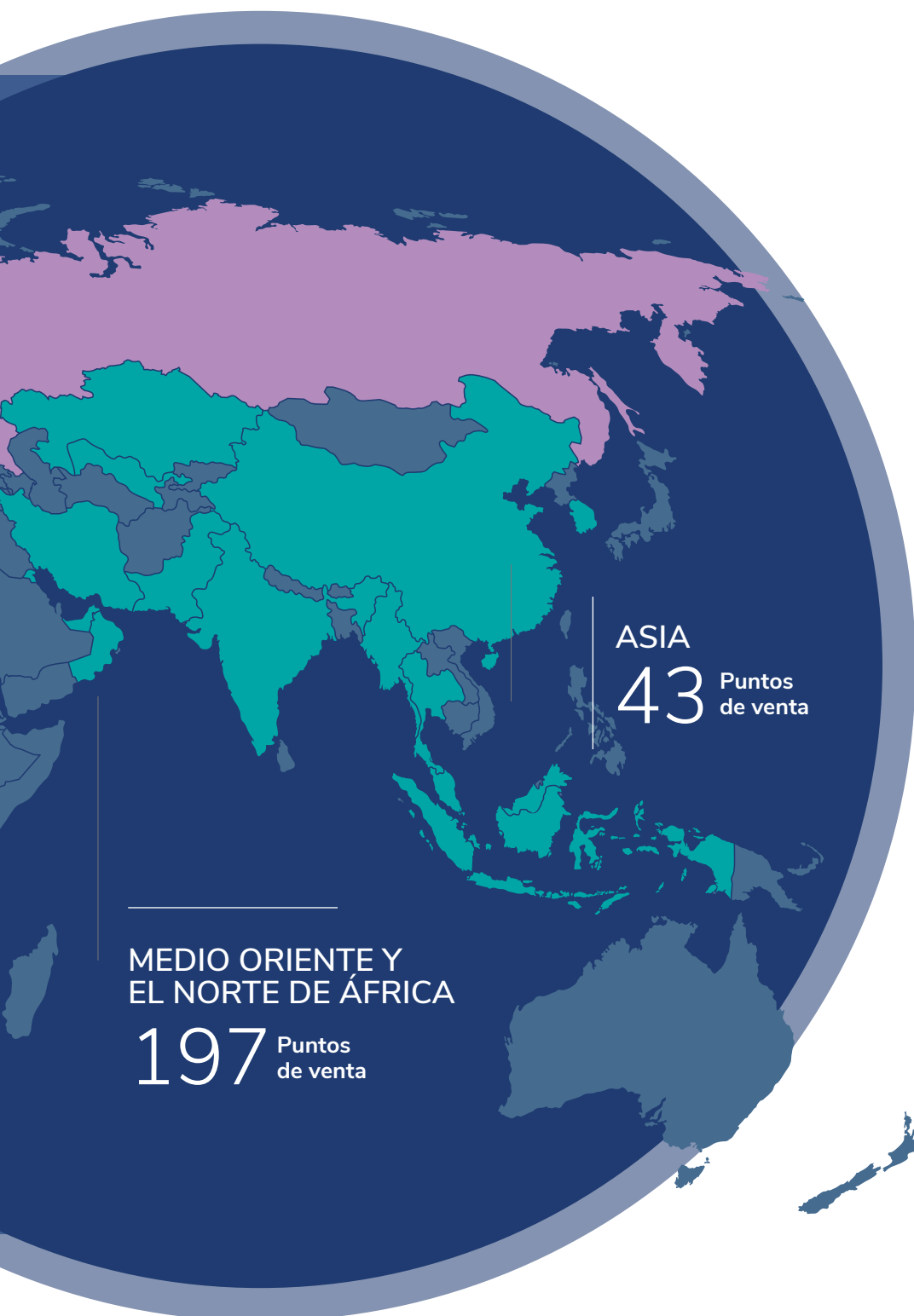
623
Franquicias

Tiendas propias

- ♦ Alemania
- ♦ Bélgica
- ♦ Bosnia
- ♦ Bulgaria
- ♦ Croacia
- ♦ España
- ♦ Francia
- ♦ Hungría
- ♦ Italia
- ♦ Luxemburgo
- ♦ México
- ♦ Montenegro
- ♦ Portugal
- ♦ Rusia
- ♦ Serbia

Franquicias

- ♦ Albania
- ♦ Andorra
- ♦ Angola
- ♦ Arabia Saudí
- ♦ Armenia
- ♦ Austria
- ♦ Azerbaiján
- ♦ Baréin
- ♦ Bermudas
- ♦ Bielorusia
- ♦ Birmania
- ♦ Bolivia
- ♦ Bosnia
- ♦ Chile
- ♦ Chipre
- ♦ Colombia
- ♦ Costa Rica
- ♦ Croacia
- ♦ Cuba
- ♦ Curaçao
- ♦ Ecuador
- ♦ Egipto
- ♦ Emiratos Árabes Unidos
- ♦ Eslovenia
- ♦ Estonia
- ♦ Filipinas
- ♦ Georgia
- ♦ Ghana
- ♦ Gibraltar
- ♦ Grecia
- ♦ Guatemala
- ♦ India
- ♦ Indonesia
- ♦ Irán
- ♦ Iraq
- ♦ Irlanda
- ♦ Isla Reunión
- ♦ Italia
- ♦ Jordania
- ♦ Kazajistán
- ♦ Kenia
- ♦ Kuwait
- ♦ Letonia
- ♦ Líbano
- ♦ Libia
- ♦ Macedonia
- ♦ Malta
- ♦ Marruecos
- ♦ Mauricio
- ♦ México
- ♦ Montenegro
- ♦ Noruega
- ♦ Omán
- ♦ Pakistán
- ♦ Paraguay
- ♦ Perú
- ♦ Qatar
- ♦ República Checa
- ♦ República Dominicana
- ♦ Rusia
- ♦ Serbia
- ♦ Túnez
- ♦ Ucrania
- ♦ Uzbekistán
- ♦ Venezuela



Tiendas propias

EUROPA	CTF	PDH	SPF	WS	FF	Total
Alemania	-	-	9	-	-	9
Bélgica	-	-	17	12	-	29
Bosnia	1	-	7	6	1	15
Bulgaria	1	-	1	1	-	3
Croacia	-	-	9	10	1	20
España	141	6	312	305	57	821
Francia	-	-	57	5	-	62
Hungría	-	-	14	12	1	27
Italia	-	-	46	-	-	46
Luxemburgo	-	-	5	1	-	6
Montenegro	1	-	1	1	-	3
Portugal	23	-	64	55	11	153
Rusia	-	-	26	64	-	90
Serbia	1	-	18	20	1	40

AMÉRICA	CTF	PDH	SPF	WS	FF	Total
México	-	-	24	18	1	43



- ◆ CORTEFIEL
- ◆ PEDRO DEL HIERRO
- ◆ SPRINGFIELD
- ◆ WOMEN'S SECRET
- ◆ FIFTY

Franquicias

EUROPA	CTF	PDH	SPF	WS	Total
Albania	1	-	1	1	3
Andorra	2	-	4	2	8
Armenia	-	-	1	2	3
Austria	-	-	2	2	4
Bielorusia	-	-	1	6	7
Bosnia	-	-	1	-	1
Chipre	12	-	14	6	32
Croacia	-	-	-	1	1
Eslovenia	-	1	3	2	6
Estonia	2	-	3	5	10
Georgia	1	-	-	2	3
Gibraltar	-	-	1	1	2
Grecia	-	-	1	6	7
Irlanda	-	-	12	1	13
Italia	-	-	-	1	1
Letonia	1	-	1	2	4
Macedonia	-	-	4	2	6
Malta	1	-	3	3	7
Montenegro	-	-	-	1	1
Noruega	-	-	1	-	1
Rep. Checa	-	-	2	-	2
Rusia	-	-	4	-	4
Serbia	-	-	2	2	4
Ucrania	-	-	8	11	19

ÁFRICA	CTF	PDH	SPF	WS	Total
Angola	7	-	7	7	21
Ghana	-	-	1	1	2
Isla Reunión	-	-	2	2	4
Kenia	6	-	-	1	7
Mauricio	1	-	1	2	4

AMÉRICA	CTF	PDH	SPF	WS	Total
Bermudas	-	-	-	1	1
Bolivia	2	1	2	2	7
Chile	3	-	-	17	20
Colombia	-	-	-	9	9
Costa Rica	1	1	6	6	14
Cuba	-	-	1	1	2
Curaçao	1	-	1	1	3
Ecuador	-	-	24	12	36
Guatemala	1	1	1	-	3
México	11	-	23	23	57
Paraguay	-	-	1	2	3
Perú	10	-	13	1	24
Rep. Dominicana	1	-	-	2	3
Venezuela	3	-	5	6	14

ORIENTE MEDIO Y NORTE DE ÁFRICA	CTF	PDH	SPF	WS	Total
Arabia Saudí	9	-	13	38	60
Barén	-	-	-	1	1
Egipto	3	-	7	6	16
Emiratos Árabes	-	-	14	15	29
Irán	5	-	15	7	27
Iraq	1	-	1	1	3
Jordania	4	-	3	-	7
Kuwait	-	-	-	8	8
Líbano	9	-	13	3	25
Libia	1	-	1	-	2
Marruecos	-	-	-	3	3
Omán	-	-	-	2	2
Qatar	-	-	1	5	6
Túnez	-	-	4	3	7
Uzbekistán	-	-	-	1	1



ASIA	CTF	PDH	SPF	WS	Total
Azerbaijan	-	-	-	2	2
Birmania	-	-	3	1	4
Filipinas	3	8	6	4	21
India	-	-	-	1	1
Indonesia	-	-	-	3	3
Kazajistán	-	-	5	1	6
Pakistán	2	2	-	2	6

C O R T E F I E L

Cortefiel es la primera marca creada por el grupo. Desde sus inicios en 1945, se asienta en valores como la elegancia, calidad, comodidad y funcionalidad de las prendas. Representan con orgullo su tradición textil, su experiencia en la confección y su compromiso con la sociedad a través de sus acciones solidarias.

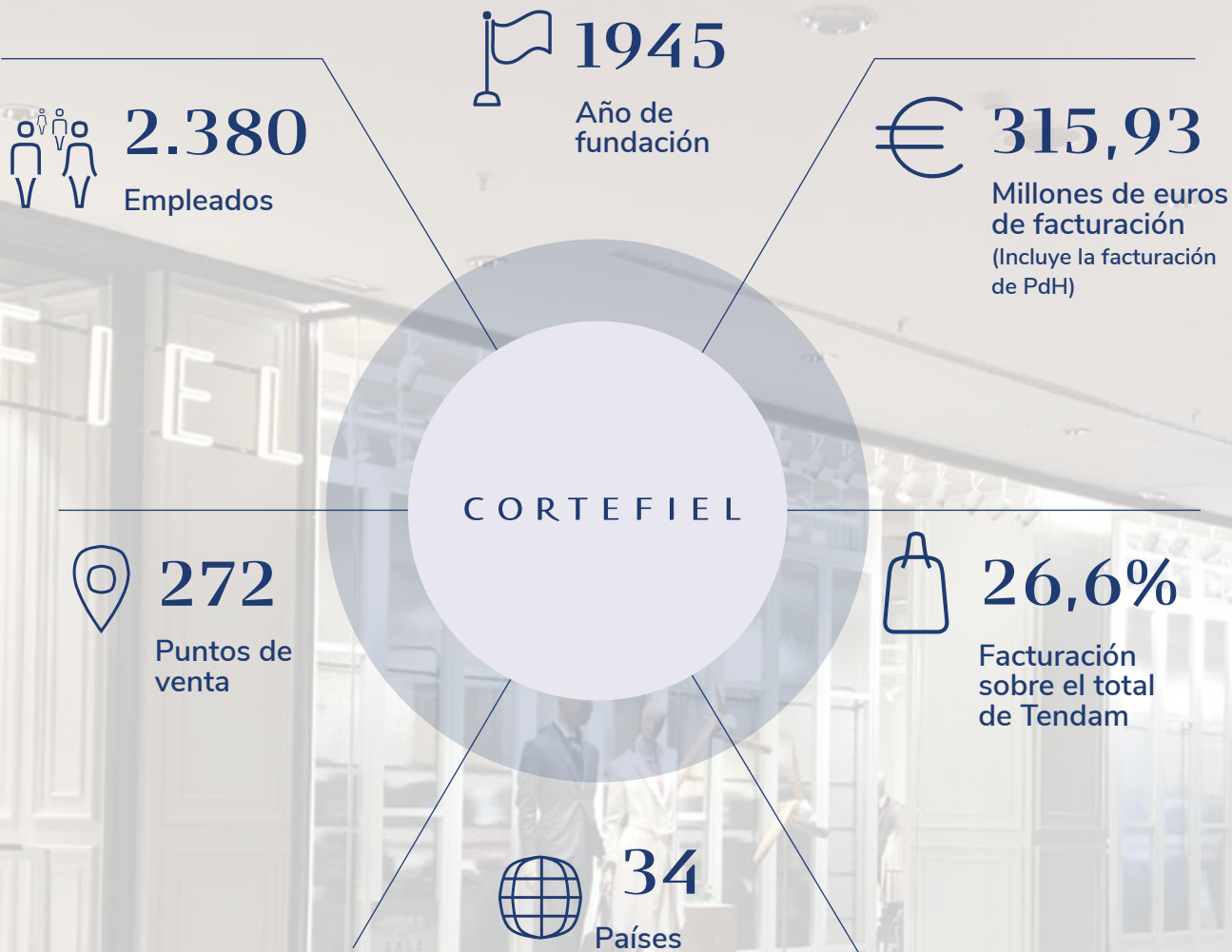


En este año, Cortefiel se ha convertido en una marca consolidada y en todo un referente de una moda que se ha ido adaptando desde su enfoque de “atemporalidad” en colecciones para cubrir cualquier momento de uso, aportando innovación y sostenibilidad como ejes prioritarios. Su experiencia y servicio al cliente le ha llevado a obtener la confianza y fidelidad de sus compradores y a día de hoy cuenta con un Club con 40 años de trayectoria formado por más de seis millones de socios.

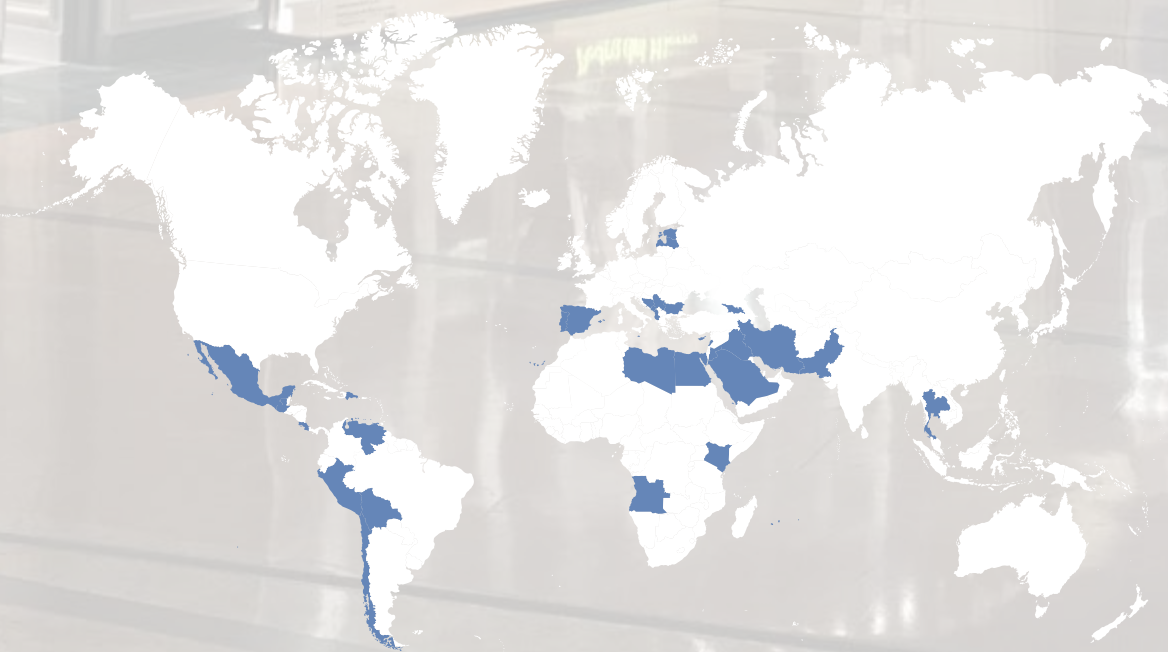
La elegancia natural que transmiten sus prendas y la gran variedad de productos le han llevado a convertirse en modelo de moda que ha ido creciendo hasta alcanzar más de 272 puntos de venta en 34 países, tanto tiendas propias como franquicias.

En 2019 Cortefiel ha fortalecido su compromiso con la sociedad a través de la campaña Perfectos Imperfectos, iniciativa realizada junto a Fundación Cadete, con el objetivo de demostrar al mundo la belleza de lo imperfecto, dando visibilidad a niños y niñas que han nacido con una discapacidad.





- Albania ♦ Andorra ♦ Angola ♦ Arabia Saudí ♦ Bolivia ♦ Bosnia ♦ Bulgaria ♦ Chile ♦ Chipre ♦ Costa Rica ♦ Curaçao ♦ Egipto ♦ España ♦ Estonia ♦ Filipinas ♦ Georgia ♦ Guatemala ♦ Irán ♦ Iraq ♦ Jordania ♦ Kenia ♦ Letonia ♦ Líbano ♦ Libia ♦ Malta ♦ Mauricio ♦ México ♦ Montenegro ♦ Pakistán ♦ Perú ♦ Portugal ♦ República Dominicana ♦ Serbia ♦ Venezuela



Pedro del Hierro

Pedro del Hierro es una firma de moda española que cuenta con una larga tradición en la alta costura del país. Creada por el diseñador madrileño del mismo nombre en 1974, se incorporó en exclusiva a Cortefiel en 1989 y es propiedad del Grupo desde 1992.

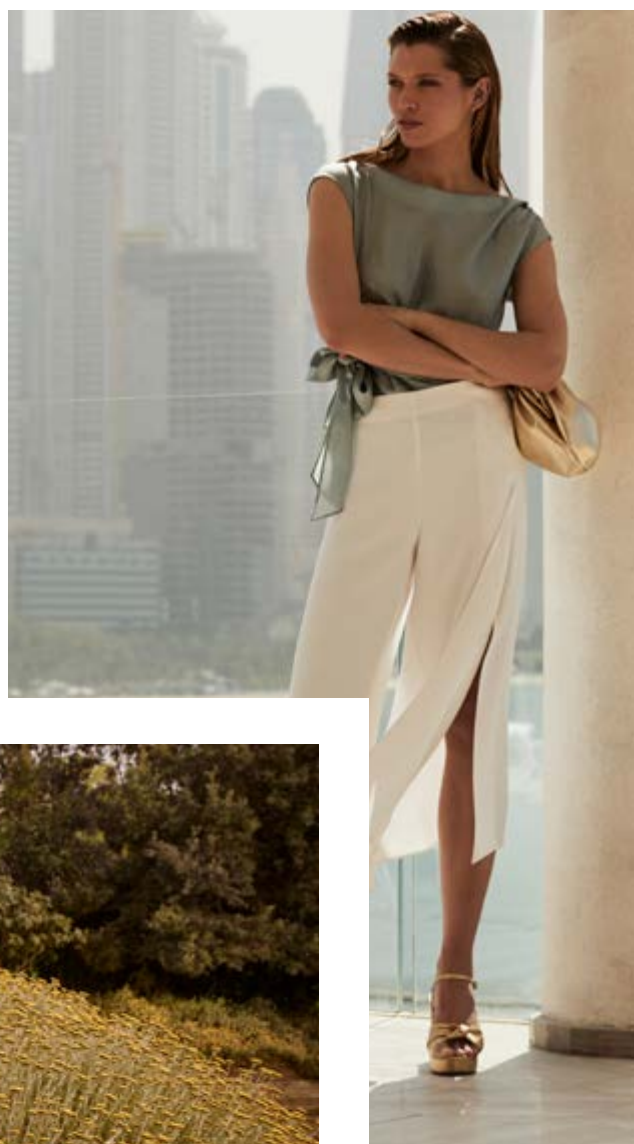
Fiel a sus valores de estilo, elegancia y calidad, combina cuidadosamente el uso del color y la delicadeza de los tejidos, con diseños exclusivos y únicos, ofreciendo al cliente un lujo asequible.

El concepto y la personalidad de la marca se basan en valores como la tradición, la cultura, la arquitectura y el arte, pero, sobre todo, se mantiene en el ADN de la marca el legado del diseñador adaptándolo a las tendencias más actuales, desde las cotidianas hasta colecciones Red Carpet.

Siendo un símbolo de la herencia artesanal española, Pedro del Hierro es una firma exclusiva para amantes de la belleza.

“Mis diseños serán siempre una forma de expresión que ayudarán a buscar las mejores cualidades de uno mismo”

Pedro del Hierro





42

Empleados
en España



1974

Año de
fundación

Pedro del Hierro



292

Puntos de
venta



20

Tiendas
Independientes



35

Países

Albania ♦ Andorra ♦ Angola ♦ Arabia Saudí ♦ Bolivia ♦ Bosnia ♦ Bulgaria ♦ Chile ♦ Chipre ♦ Costa Rica
♦ Curaçao ♦ Egipto ♦ Eslovenia ♦ España ♦ Estonia ♦ Filipinas ♦ Georgia ♦ Guatemala ♦ Irán ♦ Iraq ♦
Jordania ♦ Kenia ♦ Letonia ♦ Líbano ♦ Libia ♦ Malta ♦ Mauricio ♦ México ♦ Montenegro ♦ Pakistán ♦ Perú
♦ Portugal ♦ República Dominicana ♦ Serbia ♦ Venezuela





Una marca para gente real y con actitud en su día a día, que está fuertemente comprometida con una nueva generación de exigentes consumidores a los que ofrece un enfoque atractivo basado en pilares como la sostenibilidad y la innovación.



Por ello, desde 2018 Springfield apuesta por su etiqueta R[ECO]NSIDER, que en 2019 ha superado sus objetivos de crecimiento alcanzando el 15% del producto de la marca. Las prendas ofrecen características sostenibles con iniciativas como el uso de fibras naturales y recicladas, así como su programa H2Ø focalizado en el uso de tecnologías láser y ozono en los procesos de acabado del denim. De igual forma, la innovación en el tejido ha llevado a la marca a crear su línea de jeans ZERO GRAVITY o sus abrigos KEEP IT WARM!, ambos con el objetivo de hacer la vida del consumidor Springfield más fácil.

Colecciones “easy to wear”, precios competitivos y una moda muy asequible son los conceptos clave que impulsan el rápido crecimiento y expansión de la marca. En 1993 Springfield da el salto internacional abriendo su primera tienda en Portugal, en 2002 nace el Club Springfield que actualmente está presente en España, Portugal, Bélgica y Francia con más de 11 millones de socios y en 2006 se lanza la línea femenina de la firma. Todo esto ha convertido a Springfield en una marca global, auténtica, inclusiva, activa y natural, valores que la definen y que han sabido adaptarse al paso de los acontecimientos.

Actualmente Springfield está presente en cerca de 60 países con una red comercial de 853 puntos de venta alrededor de todo el mundo a través de tiendas propias y franquicias, así como a través de su canal de venta online, desde 2012.





4.064

Empleados



1988

Año de fundación



446,02

Millones de euros de facturación

SPRINGFIELD



853

Puntos de venta



37,57%

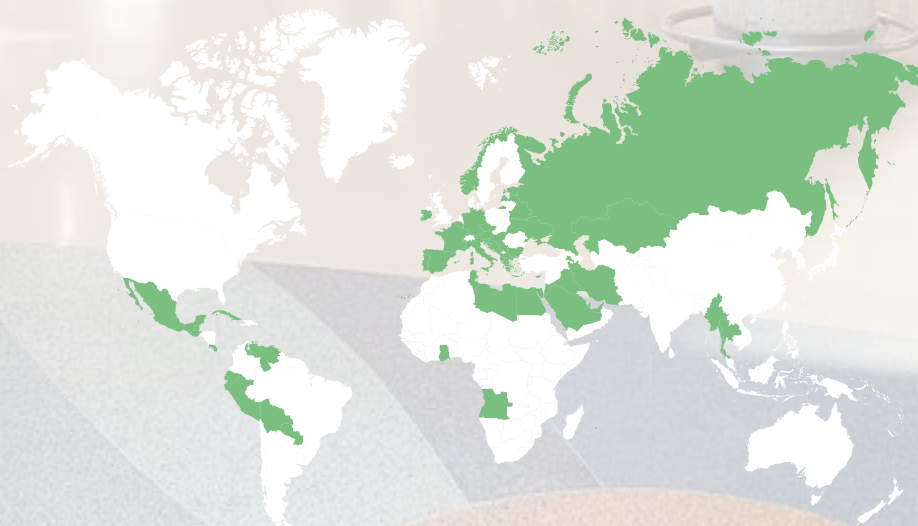
Facturación sobre el total de Tendam



58

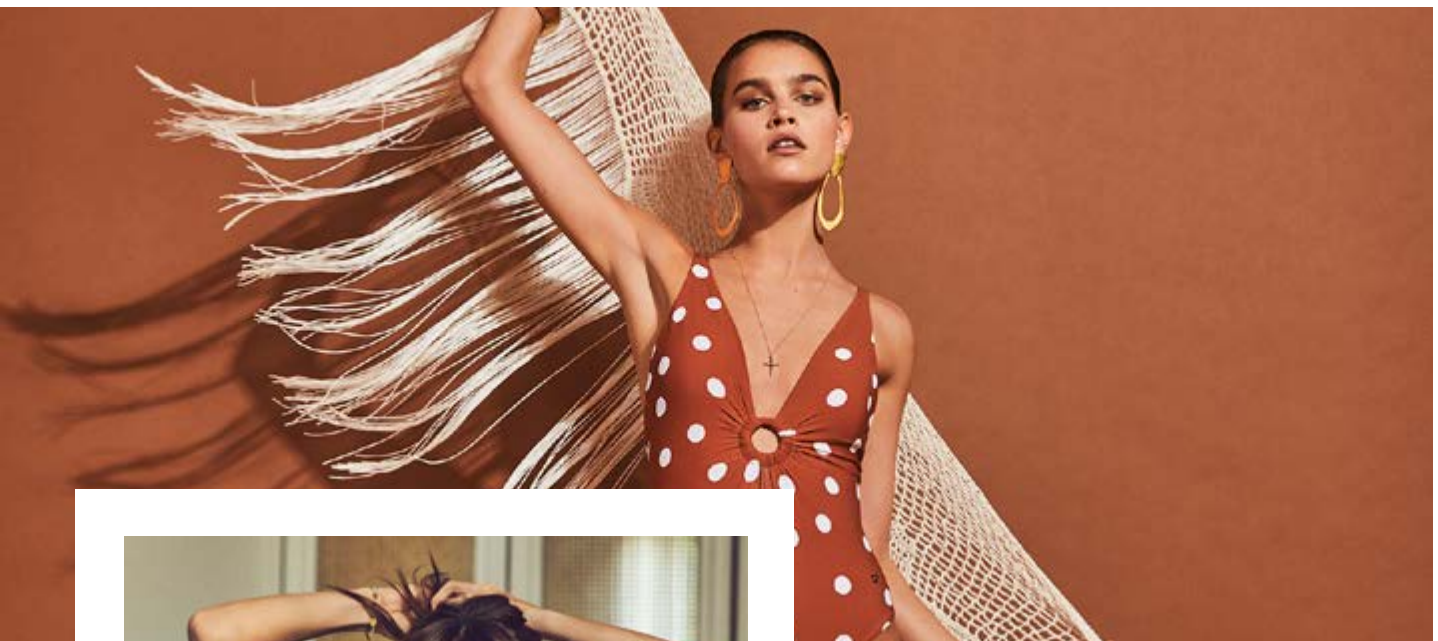
Países

- Albania ♦ Alemania ♦ Andorra ♦ Angola ♦ Arabia Saudí ♦ Armenia ♦ Austria ♦ Bélgica ♦ Bielorusia ♦ Birmania ♦ Bolivia ♦ Bosnia ♦ Bulgaria ♦ Chipre ♦ Costa Rica ♦ Croacia ♦ Cuba ♦ Curaçao ♦ Ecuador ♦ Egipto ♦ Emiratos Árabes Unidos ♦ Eslovenia ♦ España ♦ Estonia ♦ Filipinas ♦ Francia ♦ Ghana ♦ Gibraltar ♦ Grecia ♦ Guatemala ♦ Hungría ♦ Irán ♦ Iraq ♦ Irlanda ♦ Isla Reunión ♦ Italia ♦ Jordania ♦ Kazajistán ♦ Letonia ♦ Líbano ♦ Libia ♦ Luxemburgo ♦ Macedonia ♦ Malta ♦ Mauricio ♦ México ♦ Montenegro ♦ Noruega ♦ Paraguay ♦ Perú ♦ Portugal ♦ Qatar ♦ República Checa ♦ Rusia ♦ Serbia ♦ Túnez ♦ Ucrania ♦ Venezuela



women'secret

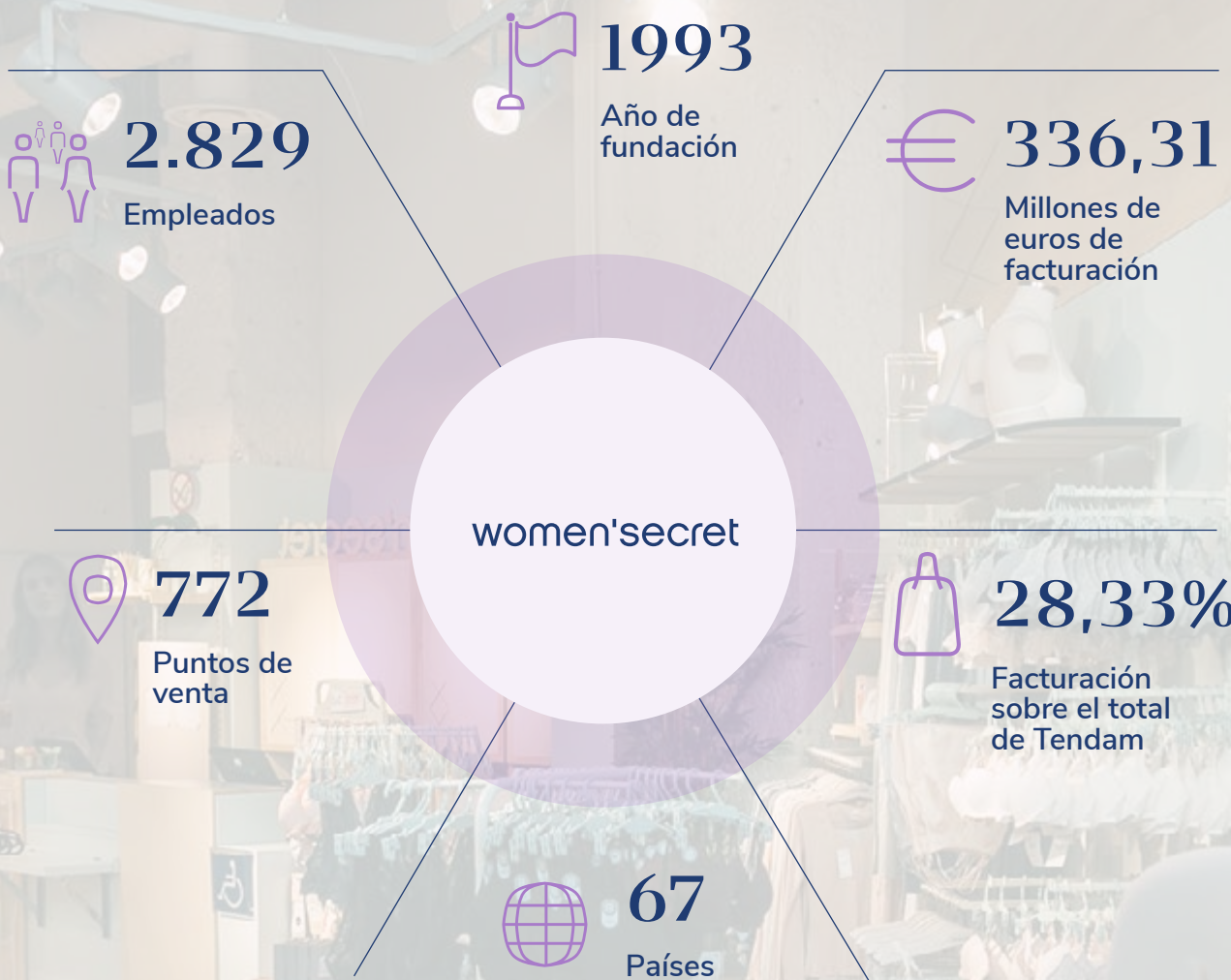
Women'secret nace en 1993 como especialista en el sector de moda íntima femenina. Es una marca creada por y para mujeres especializada en corsetería, ropa de dormir y de baño, capaz de combinar elegancia, feminidad, comodidad y calidad. En 2001 inició su expansión internacional y, hoy, está presente en 67 países y 772 puntos de venta.



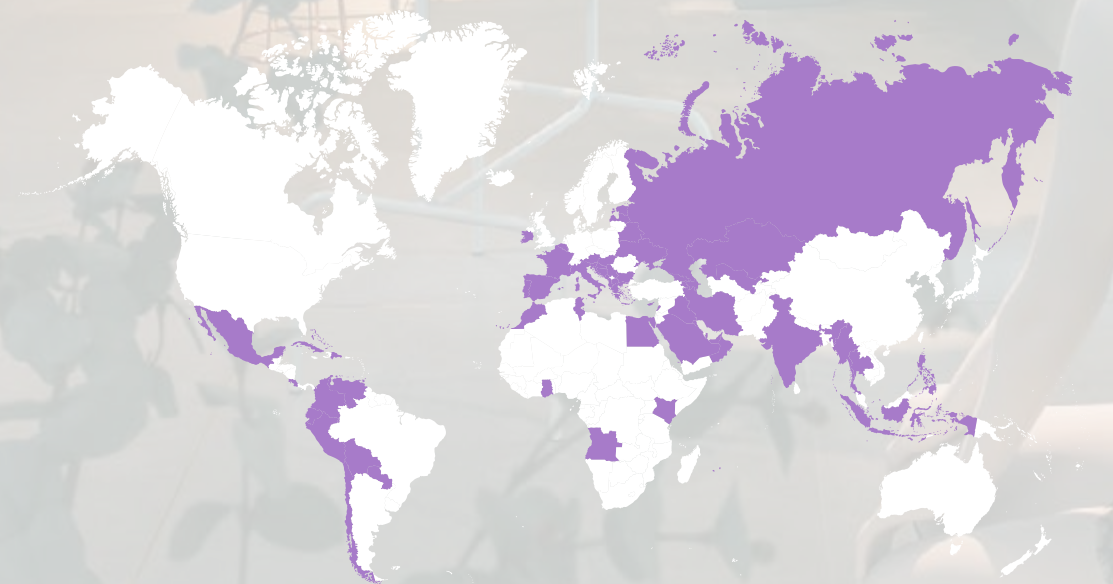
La marca apuesta por un futuro respetuoso con el medioambiente y trabaja en mejorar los procesos y seleccionar materias primas más sostenibles. Este año se ha lanzado Honest by Women'secret, una nueva línea de prendas confeccionadas con algodón orgánico y materiales reciclados, dando un paso más en el cuidado y el respeto del ecosistema de nuestro planeta.

Desde hace 25 años, Women'secret mantiene un alto nivel de compromiso con la sociedad y con causas relacionadas con temas que importan y preocupan especialmente a las mujeres. Así nació, hace siete años, el proyecto en común con Dexeus Mujer gracias al cual se contribuye a normalizar el día a día de las mujeres que han pasado por un cáncer de mama.

“Trabajamos con el objetivo de facilitar el día a día de todas las mujeres. Creemos que es muy importante que las mujeres se sientan cómodas con su estilo y cuerpo, por eso cada temporada creamos una colección versátil que se adapte a las necesidades de todas nuestras clientas.”



- Albania ♦ Andorra ♦ Angola ♦ Arabia Saudí ♦ Armenia ♦ Austria ♦ Azerbaijan ♦ Baréin ♦ Bélgica ♦ Bermudas ♦ Bielorusia ♦ Birmania ♦ Bolivia ♦ Bosnia ♦ Bulgaria ♦ Chile ♦ Chipre ♦ Colombia ♦ Costa Rica ♦ Croacia ♦ Cuba ♦ Curaçao ♦ Ecuador ♦ Egipto ♦ Emiratos Árabes Unidos ♦ Eslovenia ♦ España ♦ Estonia ♦ Filipinas ♦ Francia ♦ Georgia ♦ Ghana ♦ Gibraltar ♦ Grecia ♦ Hungría ♦ India ♦ Indonesia ♦ Irán ♦ Iraq ♦ Irlanda ♦ Isla Reunión ♦ Italia ♦ Kazajistán ♦ Kenia ♦ Kuwait ♦ Letonia ♦ Líbano ♦ Luxemburgo ♦ Macedonia ♦ Malta ♦ Marruecos ♦ Mauricio ♦ México ♦ Montenegro ♦ Omán ♦ Pakistán ♦ Paraguay ♦ Perú ♦ Portugal ♦ Qatar ♦ República Dominicana ♦ Rusia ♦ Serbia ♦ Túnez ♦ Ucrania ♦ Uzbekistán ♦ Venezuela



FIFTY

FIFTY es la cadena multimarca de Tendam presente en 7 países con 73 puntos de venta. Ofrece la marca propia Milano y productos outlet de Cortefiel, Pedro del Hierro, Springfield y Women'secret.



Desde el año 1997, la reinversión, innovación y efectividad ha llevado a la cadena a una expansión internacional con un alto nivel de reconocimiento, alimentando así el "Smart shopping", pilar fundamental de nuestro exitoso sistema de negocio, ofreciendo una experiencia de compra Omnichannel única en el sector Outlet.

Posee su propia marca, MILANO, la cual respira su propio ADN con prendas urban fit, trendy y actual. FIFTY cuenta con grandes descuentos sin renunciar al mejor diseño y calidad.

La cadena ha iniciado un proceso de producción adaptado a los nuevos planteamientos acorde a la estrategia de la compañía, apostando por un nuevo concepto basado en una línea eco friendly.

Dentro del proceso de expansión de la marca, en 2019 ha abierto sus primeras tiendas en Croacia y en México, llegando ya a 7 países.





799
Empleados



1997
Año de fundación



87,44
Millones de euros de facturación

FIFTY



73
Puntos de venta

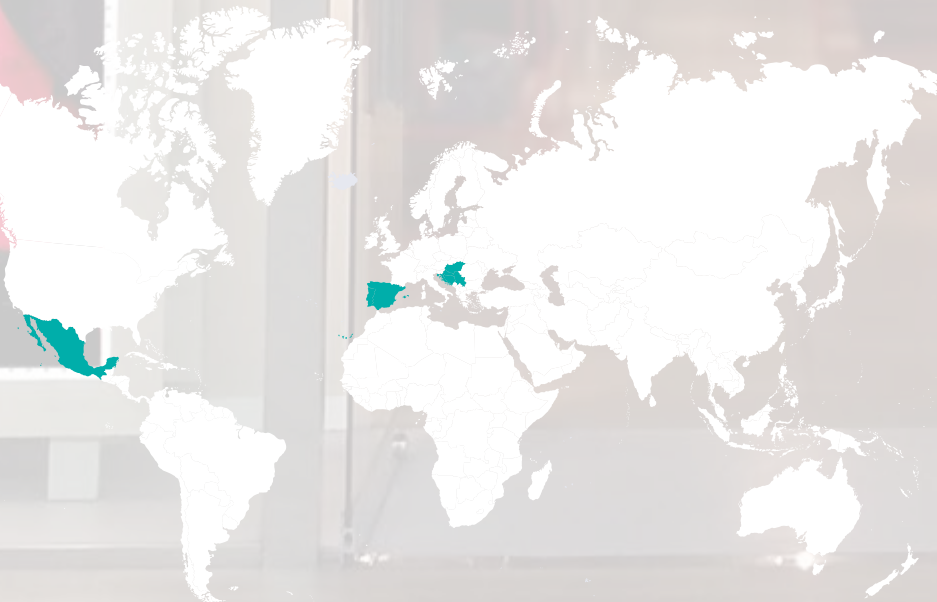


7,36%
Facturación sobre el total de Tendam



7
Países

Bosnia ♦ Croacia ♦ España ♦ Hungría ♦ México ♦ Portugal ♦ Serbia



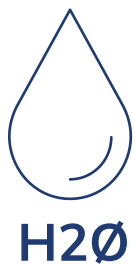
Hitos del año



MÁS SOSTENIBLES

Tendam se ha unido al Fashion Pact

Se trata de una coalición de la que forman parte las principales compañías de moda a nivel global comprometidas con objetivos ambientales comunes clave en la protección del clima, la biodiversidad y los océanos.



Nuestras marcas apuestan por colecciones sostenibles

Springfield amplía su sello R[ECO]NSIDER, lanzamiento de Honest by Women'secret y Cortefiel potencia su sello Eco-friendly. Además, el 50% del denim de nuestras marcas es H2O, hasta un 90% menos intensivo en uso de agua en sus procesos de fabricación.



Energía de origen renovable en nuestras tiendas

En 2020 el contrato de suministro de electricidad garantiza que el 100% de la energía adquirida es de origen renovable y que da cobertura a los casi 800 locales que las marcas de Tendam tienen en España, así como a las instalaciones operativas del grupo en el país.

Reconocidos por el Business Ambition for 1.5°C

La compañía sigue avanzando en su estrategia de sostenibilidad y ha recibido el reconocimiento del Pacto Mundial de las Naciones Unidas por su adhesión a la iniciativa Business Ambition for 1.5°C, el mayor movimiento de acción por el clima.

Participamos como voluntarios en la COP25

Nuestras voluntarias han colaborado en la Zona Verde de la COP25, animando a todos los visitantes a conocer más sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y la Agenda2030.

SEGUIMOS CRECIENDO

Tendam amplía su portfolio y sigue creciendo

La compañía adquiere la marca Hoss/Intropia para incorporarla a su cartera. La nueva adquisición responde a la estrategia de evolución y crecimiento del Grupo, que ha alcanzado los 1.990 puntos de venta con grandes aperturas a nivel nacional e internacional.



Crecimiento online en el último año

Las ventas digitales crecen un 28% como resultado del avance y evolución continuada de la estrategia omnicanal de Tendam. Las ventas online de Women'secret y Springfield llegan a Hungría.



Omnicanalidad en nuestros puntos de venta

Se pone en marcha la recogida multimarca en distintas tiendas en España extendiéndose a Portugal, para facilitar a los clientes la opción de recoger su pedido online en otra tienda del grupo.

NUESTRO EQUIPO

Un año más, recibimos la certificación Top Employer 2019

La compañía ha sido reconocida de nuevo por ser una de las empresas con mejores condiciones laborales de nuestro país, fruto de la gran dedicación y del esfuerzo conjunto de todos los que trabajamos en Tendam por hacer de la compañía un Excelente Lugar para Trabajar.

Cultura del bienestar

Se han desarrollado nuevas iniciativas para promover una cultura del bienestar: clases de yoga, Mindfulness, taller de risoterapia y sesiones de fisioterapia.

Comprometidos con la igualdad

La compañía recibe el Diploma del Charter de la Diversidad y el reconocimiento del Directorio de empresas comprometidos con la igualdad, premiando el trabajo realizado para fomentar la diversidad y su compromiso con los principios de no discriminación.

Reconocimiento empresarial por parte de Cruz Roja

Cada año acogemos cientos de alumnos de diferentes centros de estudio facilitando su formación y permitiéndoles desarrollar todo su potencial. Por ello, la Cruz Roja ha reconocido a la compañía por su labor de inserción socio-laboral hacia las personas en situación de vulnerabilidad.



Arranca el programa SOMOS VOLUNTARIOS

Más de 167 empleados han participado este año en actividades de voluntariado de la compañía centradas en el compromiso medioambiental y la integración de colectivos en riesgo de exclusión social.



COMPROMETIDOS CON LA SOCIEDAD

Premio a la Innovación Social para Women'secret

Women'secret sigue apostando por la salud de las mujeres con cáncer de mama a través del proyecto #Simeimporta en colaboración con la Fundación Dexeus Mujer. La iniciativa ha sido premiada por la Fundación Seres por ser un proyecto innovador y generador de valor para las mujeres, y ha recibido el premio Nacional de Marketing en Categoría de Marketing Social.

Subasta Pedro del Hierro contra el Alzheimer

La marca ha organizado, junto a la Clínica de la Universidad de Navarra, la subasta 'Fashion 2nd Life. Que nadie olvide sus recuerdos' con la que se recaudaron 15.500€ para la financiación del proyecto de investigación contra la enfermedad de Alzheimer desarrollado por el centro de investigación de la Clínica.

La iniciativa social Involucrados entrega más de 152.000€

La recaudación ha sido repartida entre la Fundación Gil Gayarre, la Asociación Española de Esclerosis Lateral Amiotrófica (ADELA), la ONG Sauce y la Fundación Recover.

Cortefiel lanza su colección solidaria Perfectos Imperfectos

A través del proyecto solidario Perfectos Imperfectos de la Fundación Cadete, la marca ha diseñado una colección cápsula para apoyar los tratamientos de rehabilitación, que permitan a los niños y niñas con discapacidad tener un futuro mejor.

Tendam patrocina la iniciativa Business Women Empowerment

Un año más la compañía se une a la iniciativa de Cinnamon News con el objetivo de contribuir al empoderamiento de las mujeres en el mundo económico y empresarial.

Women'secret se une al movimiento #GirlsGetEqual

Gracias a la campaña Women Power con la que se pusieron a la venta pulseras para celebrar el Día Internacional de la Mujer, la marca ha donado más de 50.000€ a Plan Internacional para su proyecto de educación en Bangladesh.

139 años de historia

De Grupo Cortefiel a Tendam

1880

Los hermanos García-Quirós abren una pequeña mercería en la calle de Romanones de Madrid

1933

Nace la factoría de camisas La Palma

1960

La empresa exporta a **EE.UU.** con la marca **Cortefiel** que se distribuye en Macy's y Saks

1945

De la Fábrica de Sastrería salen los primeros trajes de caballero con la etiqueta **Cortefiel**

1985

Nace Milano, la marca especializada en sastrería

1988

Nace Springfield, la enseña de moda casual juvenil

1991

Comienza la **expansión internacional** con las aperturas de tiendas en Portugal y Francia

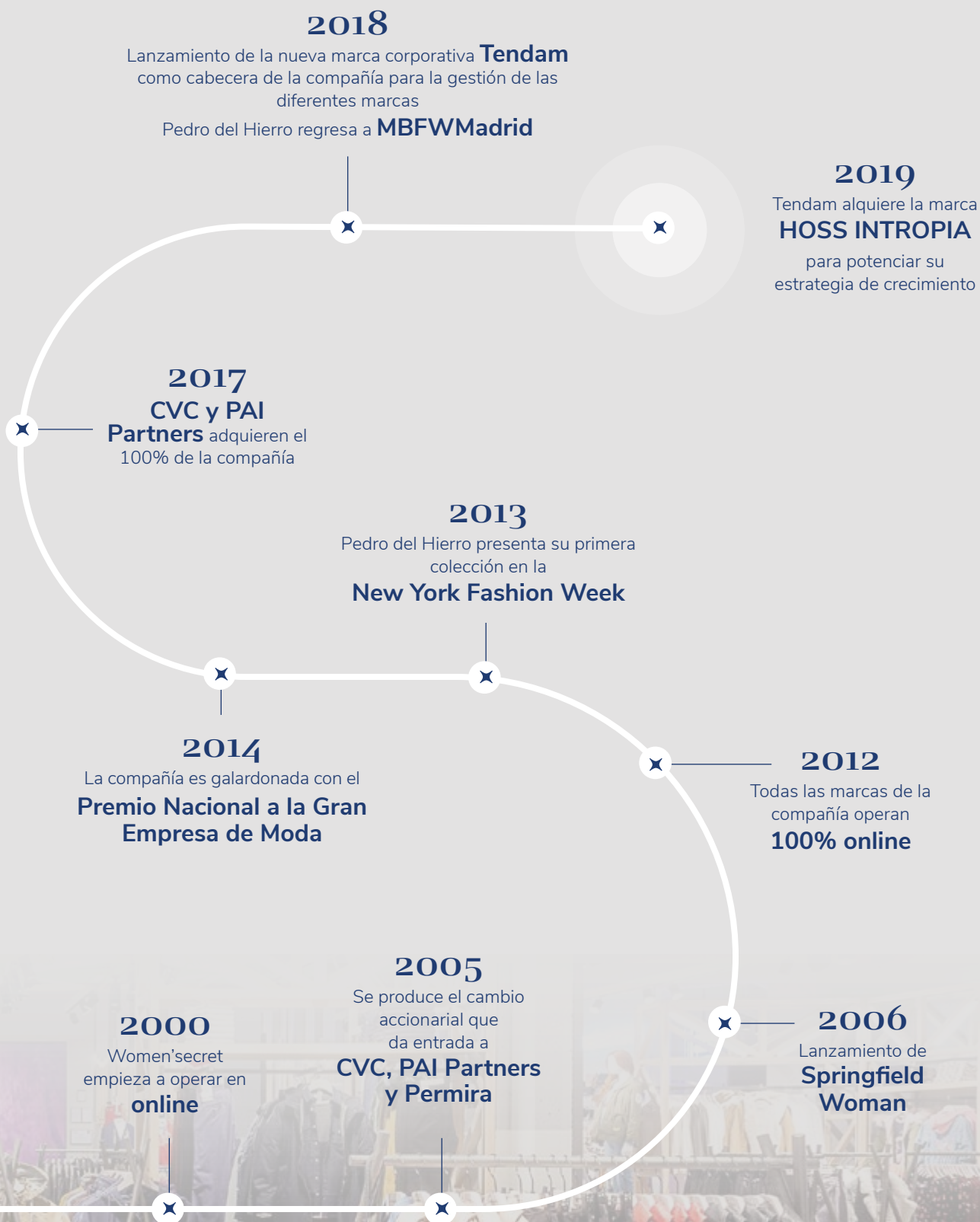
1992

Adquisición de la firma **Pedro del Hierro**

1993

Nace Women'ssecret, la apuesta de moda íntima y baño







2.

Compromiso responsable

Nuestra identidad corporativa

Modelo de negocio responsable

Análisis de materialidad

Nuestros compromisos

Relación con los grupos de interés

Comprometidos con la Agenda 2030

Respeto a los Derechos Humanos





Nuestra identidad corporativa

La identidad de la compañía engloba nuestra misión, visión y nuestra forma de trabajar. Es esencial para aspirar a crear una empresa más responsable, con una propuesta de valor adaptada a cada segmento de población al que se dirige nuestra oferta comercial, asumiendo la innovación como reto estratégico y rasgo diferencial en nuestra cultura.

Nuestra misión

Para qué trabajamos cada día



Ser un grupo líder a nivel mundial del sector moda/lifestyle, orientado a satisfacer las necesidades de nuestros clientes, hacer crecer a nuestros empleados y contribuir al desarrollo de la sociedad.

Nuestra visión

La meta que queremos alcanzar



Ofrecer a nuestros clientes la mejor moda; una moda global, coherente y comprometida con su estilo de vida, diferente y diversa, representada por marcas líderes a nivel internacional.

Nuestros valores

La manera de actuar que nos identifica



Reflejan las creencias que guían nuestro comportamiento.

Primero el cliente

Nuestros clientes son lo más importante para nosotros. Quienes trabajamos en Tendam colocamos al cliente, siempre, en el centro de nuestras decisiones y damos lo mejor de nosotros para satisfacer sus necesidades actuales y anticiparnos a las futuras. Nuestro objetivo es que nuestros productos y servicios superen las expectativas de nuestros clientes.

Honestidad

Creemos en la cultura de la verdad, la confianza, la transparencia, el respeto y la responsabilidad. Actuamos de forma honesta entre nosotros y con terceros, de modo respetuoso con la sociedad, el medio ambiente y nuestro entorno.

Integridad

La integridad ocupa un papel central entre nuestros valores y nuestro éxito reside en las personas que componen nuestros equipos. Actuar de acuerdo con lo que pensamos y decimos contribuye a nuestro desarrollo personal y profesional, refuerza nuestra objetividad, credibilidad y liderazgo. Y ello contribuye al crecimiento sostenible de nuestro negocio.

Excelencia

Nos apasiona la moda, nuestras marcas y nuestros productos. Pero podemos mejorar y trabajamos continuamente para conseguirlo. La pasión por nuestro negocio y nuestra actitud de mejora constante se refleja en lo que hacemos, cada día, quienes trabajamos en Tendam.

Innovación

Todos sumamos y formamos parte de un proyecto común. Promover la generación de ideas innovadoras, eficaces y la puesta en marcha de iniciativas transformadoras contribuye a generar valor para nuestros clientes, empleados, proveedores, subcontratistas o franquiciados y, en general, para la sociedad.

Colaboración

La diversidad de nuestros equipos refleja la diversidad de nuestros mercados y clientes. Esta pluralidad y el trabajo en equipo nos ayudan a comprender mejor el negocio y a consolidar nuestro crecimiento a largo plazo.

Ambición

Queremos ser líderes, los mejores en lo nuestro. La ambición de todos los que formamos Tendam es ir más allá en nuestros objetivos, retornos y superar cada día las expectativas, para poder ofrecer a nuestros clientes la mejor moda.

Modelo de negocio responsable

Con el objetivo de maximizar nuestro impacto positivo y de integrar el comportamiento responsable con la gestión del negocio y la cuenta de resultados, trabajamos para mantener una gestión responsable de la actividad. La compañía asume el compromiso de impulsar las mejores prácticas en materia de sostenibilidad, consciente de su papel para contribuir a mejorar el entorno social y económico en el que está presente.

Nuestro modelo de negocio se asienta sobre una manera de trabajar que nos permita mejorar la calidad de vida y contribuir a un futuro más saludable tanto de nuestros empleados como de los consumidores, proveedores y la sociedad.

Las personas

Tendam está comprometida con la integridad, la ética y la responsabilidad en la forma de actuar y en la toma de decisiones. Las personas son una pieza clave para la generación de valor, por ello, trabajamos en el desarrollo de iniciativas que potencien su crecimiento profesional, así como en la promoción de la diversidad e igualdad, la conciliación, el bienestar y la seguridad de todos.

Crecimiento económico

La compañía mantiene el reto de sostener una sólida posición financiera, que nos permita contar con la confianza de los accionistas, clientes y proveedores, así como de las entidades financieras. Lo que permitirá, a su vez, generar oportunidades de crecimiento.

Sostenibilidad ambiental

Nuestro compromiso con la sostenibilidad es un trabajo diario. Con el reto de minimizar el impacto ambiental de la actividad, la compañía focaliza sus esfuerzos en el fomento de la economía circular, la lucha contra el cambio climático, la comercialización de prendas sostenibles y la eficiencia energética tanto en tiendas como en oficinas.

Derechos Humanos

Tendam mantiene un compromiso permanente con el respeto y la promoción de los Derechos Humanos. Reflejado en sus políticas corporativas este compromiso se manifiesta desde 2002 a través de su adhesión al Pacto Mundial de Naciones Unidas con la incorporación de los Diez Principios en la visión estratégica de la compañía para crear y ejecutar proyectos que fomenten un entorno responsable y la difusión de buenas prácticas en el sector.

Inversión en la sociedad

El compromiso social es una parte fundamental del sentido de la responsabilidad de Tendam y encaja firmemente con los valores corporativos de la compañía. El grupo trabaja estrechamente con las comunidades en las que opera como actor para promover el desarrollo sostenible.

Prendas responsables

Apostamos por un desarrollo sostenible que asegure las necesidades presentes sin comprometer las de las futuras generaciones de forma respetuosa con el medio ambiente, el bienestar social y el crecimiento económico. Nuestras marcas fomentan la búsqueda de nuevos procesos y materias primas que nos ayudan a ser cada día más sostenibles.



Análisis de materialidad

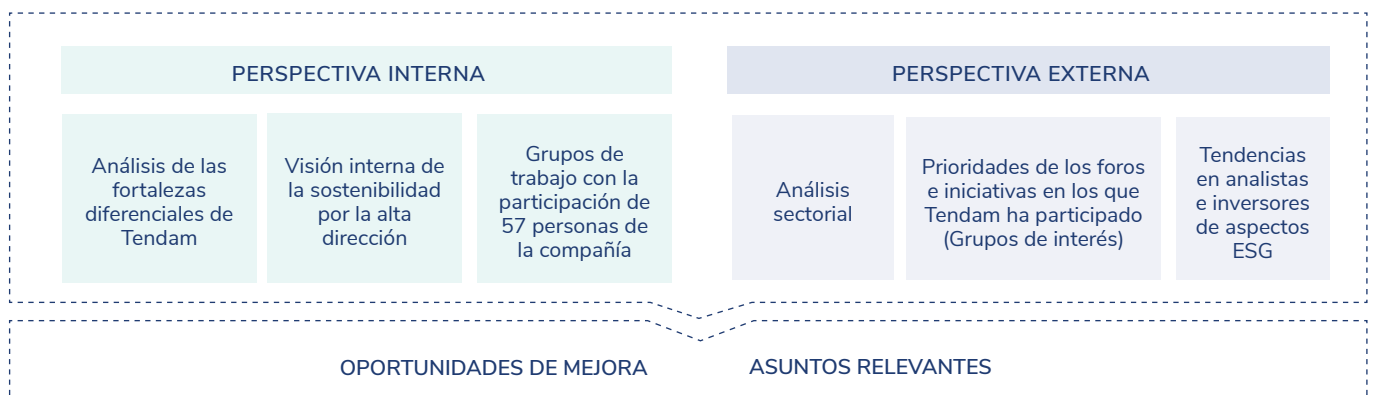
Buscando lo Importante

En 2019 se ha realizado una actualización de la matriz de materialidad presentada en la última memoria de sostenibilidad de la compañía.

La actualización de la matriz de materialidad se ha realizado mediante un doble proceso de análisis y consultivo. Se evalúan las percepciones de los grupos de interés y las capacidades y las fortalezas del modelo de negocio para definir las oportunidades de mejora.

Este estudio de materialidad permite focalizar las prioridades de los planes y programas de sostenibilidad de la compañía.

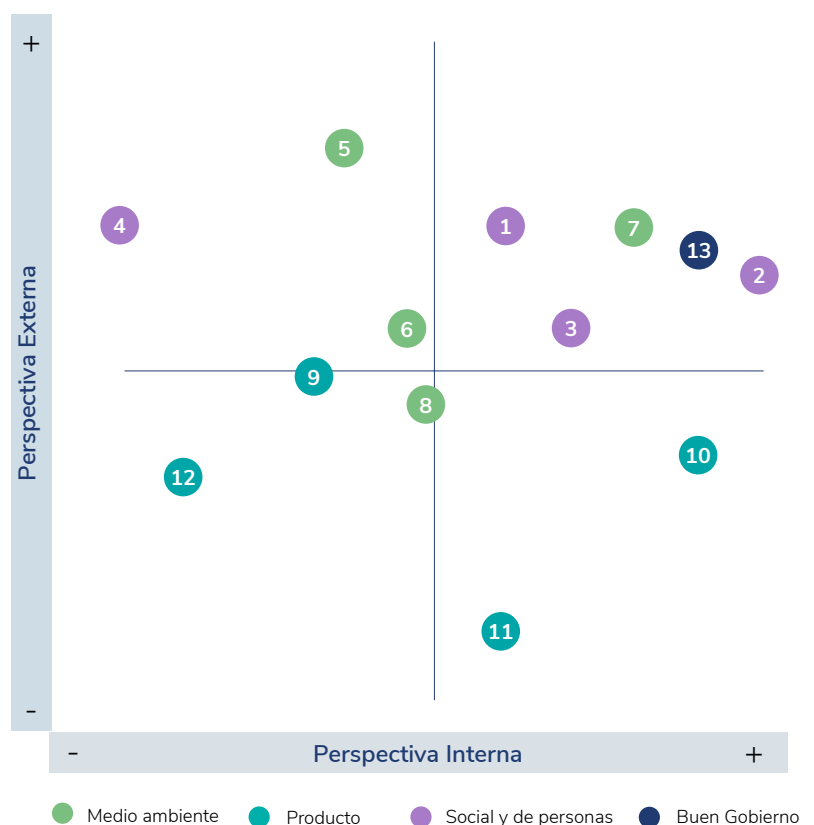
Se han llevado a cabo la siguiente metodología;



Metodología

1. Análisis de tendencias sectoriales en sostenibilidad con especial foco en innovación y en procesos.
2. Análisis de las prioridades de los grupos de interés a través de los foros e iniciativas a las que pertenece Tendam.
3. Análisis de tendencias de las prioridades de analistas e inversores sobre asuntos de sostenibilidad.
4. Análisis del modelo de negocio y las fortalezas diferenciales de la compañía.
5. Focus group con empleados clave en la gestión, con la participación de diferentes áreas de negocio no necesariamente vinculados a materias específicas de sostenibilidad.
6. Entrevistas en profundidad a la Alta Dirección.

Matriz de materialidad



Del análisis realizado, se observa cómo los aspectos relativos a la minimización de impactos ambientales se posicionan en lugares más prioritarios que en ejercicios anteriores como el uso de energías renovables y las medidas de reducción de impactos ambientales de productos y la sustitución de plásticos. Los asuntos relativos a las condiciones laborales tanto de los trabajadores propios y la protección de los Derechos Humanos en la cadena de suministro se mantienen como elementos clave de la gestión del negocio.

Asuntos relevantes

Dimensión social	1	Condiciones laborales en la cadena de suministro	Aseguramiento de los Derechos Humanos fundamentales durante todo el desarrollo de la actividad productiva, la existencia de condiciones de trabajo seguras, la garantía de salarios justos y la no existencia de trabajo forzoso e infantil a lo largo de la cadena de suministro.
	2	Atracción y retención de talento	Adquisición de perfiles con capacidad de adaptación, resiliencia y capacidad comercial. Ser marca empleadora ofreciendo puestos de trabajo atractivos con oportunidades de desarrollo, formación y compensación a largo plazo.
	3	Diversidad e inclusión	Promoción de la diversidad en la compañía, a través de medidas y contextos inclusivos para conseguir crear y mantener un entorno de trabajo plural centrado en la diversidad de género, generacional, cultural y con capacidades diferentes.
	4	Impacto en la sociedad	Compromiso con la sociedad a través de iniciativas de acción social e iniciativas solidarias que la compañía desarrolla.
Dimensión ambiental	5	Mitigación y adaptación al cambio climático	Políticas, medidas y objetivos para limitar, evitar y reducir las emisiones de gases de efecto invernadero, uso de energías renovables y compromisos adquiridos para luchar contra el cambio climático.
	6	Eficiencia en el consumo de recursos naturales	Optimización y promoción de un uso eficiente de materias primas (principalmente, algodón) y consumo de recursos naturales (por ejemplo, agua) durante los procesos productivos.
	7	Impacto al medio ambiente	Minimización del impacto ambiental durante la totalidad del proceso productivo desde la extracción de materias primas buscando el mínimo efecto en la biodiversidad, reducción del uso de sustancias químicas, optimización de los procesos de transporte y minimización del packaging.
	8	Reciclaje y economía circular	Desarrollo de iniciativas de recogida y reciclaje de prendas haciendo partícipe a los consumidores en los compromisos de desempeño ambiental para la conversión de los residuos textiles en nuevas prendas.
Dimensión de producto	9	Innovación en producto y materiales	Creación de nuevos productos y materiales a través del ecodiseño y la innovación como drivers para mejorar la competitividad a través del diseño de prendas que no respondan a la temporalidad del sector.
	10	Trazabilidad y transparencia de la cadena de suministro	Seguimiento de controles en las fábricas y centros de producción para una optimización de la cadena de suministro junto con la mejora en los sistemas informáticos de tratamiento de datos
	11	Sustitución del plástico	Generación de alternativas al plástico tanto en producto (poliéster) como en los procesos de embalaje y en el mobiliario de tiendas
	12	Calidad y seguridad del producto	Garantía en los procesos de producción para evitar productos finales defectuosos trabajando bajo estándares de calidad y competir en el mercado con productos que garanticen seguridad al cliente.
Dimensión de buen gobierno	13	Ética y buen gobierno	Conducta basada en una serie de principios éticos como la honestidad e integridad, el buen gobierno y la transparencia aplicable a los órganos de gobierno de la compañía.

Nuestros compromisos

La Responsabilidad Social se integra de forma natural en las actividades de Tendam, entendiendo esta responsabilidad como una parte intrínseca de la organización, promoviendo un compromiso con el desarrollo sostenible.

Nuestro compromiso se articula se articula en torno a los cinco ejes que aglutinan los asuntos más relevantes en materia de sostenibilidad, a partir de los cuales la compañía ha formulado compromisos públicos y su estrategia a corto y largo plazo con el propósito de alcanzar sus metas, contribuyendo al mismo tiempo, a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Nuestro compromiso con la sostenibilidad



Plan estratégico ESG 2019-2021

Hemos establecido objetivos específicos, medibles, alcanzables, realistas y con plazos concretos, que reflejan nuestro compromiso por ser una empresa que genere valor con su actividad para todos sus grupos de interés.

	Asunto	ODS	Objetivo	Pasos de implementación	Estado
Sostenibilidad	Emisiones	ODS 13	Reducción de emisiones de carbono	<ul style="list-style-type: none"> Nuevo informe de emisiones de GEI Establecer un plan de reducción de emisiones con compromisos específicos en la reducción de CO2 	
	Eficiencia energética	ODS 7	Plan de Eficiencia Energética (reducción neta del 9%)	<ul style="list-style-type: none"> Establecer un nuevo Plan de Eficiencia Energética en tiendas y oficinas centrales 	
	Economía circular: Residuos	ODS 13	Gestión de residuos	<ul style="list-style-type: none"> Implementar sistemas de recogida selectiva en sede central y almacenes: envases, dispositivos eléctricos y electrónicos; residuos textiles Establecer medidas adicionales a las actuales estableciendo un programa de circularidad de la ropa en el mercado y reciclaje cuando sea apropiado. 	
	Economía Circular	ODS 12	Inclusión de productos ecológicos en la oferta de marcas (15% colecciones del grupo en el ejercicio 20-21)	<ul style="list-style-type: none"> Definir un compromiso común del Grupo con productos y materiales sostenibles Creación de un Comité técnico (WECARE) 	
	Compra sostenible	ODS 12	Política de compras y procedimientos	<ul style="list-style-type: none"> Formaciones específicas para diseñadores y compradores en materia ambiental. Elaboración de un mapa de proveedores "sostenibles" 	
	Reducción de consumo	ODS 13	Reducción del 30% de papel	<ul style="list-style-type: none"> Implementación de un nuevo sistema de firma de documentos digitales Reemplazo de impresoras individuales por impresoras colectivas de impresión eficiente. 	
Personas	Diversidad	ODS 10	Plan de integración de la discapacidad	<ul style="list-style-type: none"> Promover la contratación directa de personas con discapacidad en equipos - Meta: 100 nuevas contrataciones en 2020 Plan de comunicación interna y sensibilización Acuerdo con la Fundación Inserta-ONCE 	90%
		ODS 5	Igualdad de género	<ul style="list-style-type: none"> Aprobación del segundo Plan de igualdad Realizar un estudio detallado de la brecha salarial de género 	
	Atracción y retención del talento	ODS 5	Paridad de género en los órganos de gestión	<ul style="list-style-type: none"> Retención del talento femenino Tendam Women Sponsoring Program para la promoción de mujeres en la compañía. 	
		ODS 3	Programa de Bienestar	<ul style="list-style-type: none"> Establecer un plan de actividades de bienestar y actividades deportivas para los empleados. Negociar beneficios para los empleados en actividades externas. 	
Gobernanza	Buen gobierno	ODS 16	Supervisión de los asuntos ESG por el Consejo	<ul style="list-style-type: none"> Informar periódicamente sobre temas ESG al Consejo de Administración 	
	Transparencia - STK	ODS 16	Adaptación de informes no financieros a nuevos escenarios	<ul style="list-style-type: none"> Inclusión de la información no financiera en el informe anual de gestión y adaptarla a los nuevos requisitos legales 	
		ODS 17	Diálogo social: mejorar los canales de comunicación con las partes interesadas	<ul style="list-style-type: none"> Participar en iniciativas sectoriales con sindicatos y ONG Mejorar el compromiso a nivel nacional e internacional 	
		ODS 16	Trazabilidad de la cadena de suministro	<ul style="list-style-type: none"> Alcanzar las mejores prácticas del sector en transparencia en la cadena de suministro Crear un mapa de riesgo social de proveedores 	
Sociedad	Cadena de suministro	ODS 12	Mejorar el plan de estandarización para las auditorías de la cadena de suministro	<ul style="list-style-type: none"> Ampliar el esquema BSCI en nuestra cadena de suministro (65% proveedores en 2021) y homogeneizar las certificaciones sociales Herramienta de riesgo de proveedores sociales (75% de fábricas integradas en 2020) Estándares H&S: Implementación de nuevos Estándar Reach en 2020 Auditorías ambientales para la cadena de suministro 	
	Contribución social	ODS 17	Contribución alineada con los ODS	<ul style="list-style-type: none"> Acuerdos con fundaciones alineados con el perfil de las marcas y con los ODS 	
			Desarrollar un nuevo Plan de Voluntariado corporativo	<ul style="list-style-type: none"> Creación del nuevo Plan de voluntariado corporativo Promover el voluntariado individual para los empleados. 	

Relación con los grupos de interés

La confianza es clave para crear valor a largo plazo. Para ello, la compañía trabaja procurando una relación cercana con los grupos de interés, entendidos como los individuos y organizaciones que afectan de manera directa o indirecta a la actividad de la compañía y/o se ven afectados por la misma.

Se apuesta por un modelo de negocio, donde la escucha de los grupos de interés permite aprovechar las oportunidades que otorga el mercado. La compañía apuesta por un diálogo bidireccional y transparente que permita afrontar los retos y oportunidades que surgen en el desarrollo de la actividad. La compañía pone a disposición de sus principales grupos de interés varios canales de comunicación, que fomentan la participación e implicación, y que impulsan un marco de relaciones basados en la transparencia, la mejora continua y el diálogo fluido y constante.

Estos canales de comunicación están gestionados por las correspondientes áreas de la compañía en función de cada grupo de interés. A través de un proceso consultivo, se gestionan diferentes acciones y grupos de trabajo que incluyen: clientes, empleados, sindicatos, proveedores, entidades sociales, etc., así como acciones de carácter individualizado con diferentes organizaciones sobre temas relevantes.

Participamos de manera activa en círculos de aprendizaje como foros de debate que constituyen mecanismos de gran utilidad. Estamos presentes en numerosas organizaciones nacionales e internacionales de referencia en el sector, participando activamente a través de sus comités de dirección y grupos de trabajo con el objetivo de compartir experiencias y analizar tendencias

ACME (Asociación de Creadores de Moda de España)

ACOTEX (Asociación Empresarial del comercio Textil, Complementos y piel),

AEC (Asociación Española de la Calidad)

AMFORI (Trade whith Porpouse)

ANGED (Asociación Nacional Grandes de Empresas de Distribución)

ASECOM (Federación Moda España)

ASEPAM (Asociación Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas)

EBCA (European Branded Clothing Alliance)

FMRE (Foro de Marcas Renombradas Españolas)

Foro Inserta-Once

Foro Social de la Moda

Fundación Lealtad

Fundación Seres

Global Compact Naciones Unidas

Mesa Nacional de la Moda

The Fashion Pact

UN Fashion Industry Charter For Climate Action



Nuestros grupos de interés

GRUPO	HERRAMIENTAS	ASUNTOS RELEVANTES
CLIENTES 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Web corporativa ◆ Webs de marcas ◆ Canales comerciales ◆ Clubs de fidelidad ◆ Servicio de atención al cliente ◆ Redes sociales 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Experiencia de compra satisfactoria ◆ Calidad de los productos y del servicio ofrecido ◆ Atención al cliente y fidelización ◆ Protección de la salud a través de prendas libres de tóxicos ◆ Protección de la seguridad y privacidad de sus datos
EMPLEADOS 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Intranet corporativa ◆ Canal de Denuncias ◆ Comités de empresa ◆ Redes sociales 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Protección de los Derechos Humanos ◆ Calidad del empleo ◆ Beneficios sociales y conciliación laboral ◆ Seguridad, salud y prevención de riesgos laborales ◆ Formación y desarrollo profesional
PROVEEDORES 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Portal de proveedores ◆ Canal de Denuncias ◆ Web corporativa ◆ Reuniones y visitas periódicas 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Relación basada en la confianza y trabajo conjunto ◆ Cumplimiento de los Derechos Humanos ◆ Apuesta por la sostenibilidad e innovación ◆ Estabilidad en las relaciones comerciales ◆ Acuerdos justos, en la contratación y en los pagos
FRANQUICIADOS 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Plataformas de comunicación ◆ Convenciones de producto ◆ Formación y asesoramiento 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Servicio integral en la gestión ◆ Comunicación fluida y permanente ◆ Formación y asesoramiento ◆ Relación transparente
INSTITUCIONES Y SOCIEDAD 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Web corporativa ◆ Canal de Denuncias ◆ Redes sociales ◆ Acuerdos y colaboraciones ◆ Participación en foros y asociaciones 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Innovación ◆ Fomento del empleo ◆ Diversidad e igualdad ◆ Uso responsable de los recursos ◆ Eficiencia energética ◆ Apuesta por el ecodiseño y el uso de materias primas sostenibles
INVERSORES 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Web corporativa ◆ Relación con inversores ◆ Comunicación de resultados ◆ Notas de prensa 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Estabilidad financiera y económica ◆ Gobierno corporativo ◆ Sostenibilidad y Responsabilidad Social Corporativa ◆ Transparencia y ética

Comprometidos con la Agenda 2030

En Tendam damos un paso más en nuestra apuesta por el desarrollo sostenible y asumimos estos compromisos adaptándolos al contexto en el que operamos.

La compañía ha incorporado a la estrategia empresarial los Objetivos de Desarrollo Sostenible aprobados por la ONU, considerando que los esfuerzos han de dirigirse especialmente a aquellos objetivos sobre los que más podemos influir.

En este año se ha impartido una formación especializada en Objetivos de Desarrollo Sostenible dentro del Programa de Formación Interna Be Talent&Mentors. Los empleados han podido conocer de primera mano dichos objetivos, entendiendo el desarrollo sostenible y nuestra contribución como empresa.



OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

1 FIN DE LA POBREZA

- El compromiso con este Objetivo se manifiesta a través de distintas acciones de carácter social, como es el caso del proyecto Involucrados. En 2019, se han conseguido recaudar 152.170€ apoyando a entidades como la Fundación Gil Gayarre, la Asociación Española de Esclerosis Lateral Amiotrófica (ADELA), la ONG Sauce y la Fundación Recover.

3 SALUD Y BIENESTAR

- Como parte del Plan Saludable se han puesto en marcha nuevas iniciativas para promover una cultura del bienestar: clases de yoga, Mindfulness, taller de risoterapia y sesiones de fisioterapia.
- Women'secret ha impulsado el movimiento #Simeimporta con el que pone a la venta sujetadores adaptados a mujeres afectadas por cáncer de mama.
- Se promueve un ambiente de trabajo seguro y saludable para los empleados a través del Servicio de Prevención de Riesgos Laborales y Servicio Médico en las oficinas centrales.
- La compañía asegura el cumplimiento de unos requisitos laborales adecuados en la cadena de suministro a través del proceso de auditoría social de los proveedores y fábricas.

4 EDUCACIÓN DE CALIDAD

- Gracias a nuestro compromiso con el aprendizaje y el desarrollo profesional de los equipos seguimos fomentando el crecimiento de las personas en la compañía gracias a los programas formativos: formación presencial, gamificación, Programa de mentoring Talent&Mentors y e-learning.
- Como parte del Programa de Voluntariado, los empleados están impartiendo sesiones de formación a alumnos de la Fundación Síndrome de Down de Madrid, especializadas en entrevistas de trabajo y estilismo personal.
- Women'secret colabora con Plan Internacional en el Día Internacional de la Mujer apoyando su proyecto #Girlsgetequal que ayudará a garantizar los derechos de educación a las niñas Rohingya de Bangladesh.

5 IGUALDAD DE GÉNERO



- ◆ La compañía es una firme defensora del papel de la mujer en su actividad, y por ello asume a través de su Plan de Igualdad el compromiso de desarrollar relaciones laborales basadas en la igualdad de oportunidades y la no discriminación.
- ◆ Nuestros voluntarios colaboran con la Fundación Quiero Trabajo con el objetivo de acompañar a mujeres en riesgo de exclusión social para su inserción en el mercado laboral.
- ◆ Patrocinamos por segundo año la iniciativa Business Women Empowerment con el objetivo de contribuir al empoderamiento de las mujeres en el mundo económico y empresarial.
- ◆ A través del Women Sponsoring Program la compañía se compromete a fomentar y promocionar la contratación de mujeres en los puestos de dirección.

7 ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE



- ◆ El 100% de la energía adquirida en España es, desde enero de 2020, de origen renovable dando cobertura a 800 tiendas, así como a las instalaciones operativas.

8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO



- ◆ Tendam se adhiere al programa de empleo INSERTA de la Fundación ONCE para promover la integración sociolaboral de personas con discapacidad.
- ◆ La compañía se compromete a garantizar el trabajo decente en toda su cadena de suministro, asegurando, a través del Código de Conducta externo, las medidas efectivas para erradicar el trabajo forzoso, la esclavitud y el tráfico humano.
- ◆ Un año más, recibimos la certificación TOP EMPLOYER 2019 como reconocimiento por ser una de las empresas con mejores condiciones laborales de nuestro país.

12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES



- ◆ Nuestras marcas siguen apostando por colecciones sostenibles: Honest by Women'secret, R[ECO]NSIDER de Springfield y Cortefiel con su sello Eco-friendly.
- ◆ El 50% del denim de nuestras marcas es H2Ø, utilizando hasta un 90% menos intensivo en uso de agua en sus procesos de fabricación.
- ◆ Fomentamos la formación para el diseño responsable a través del Aula de Sostenibilidad y Ecodiseño en la Universidad Politécnica de Madrid.

13 ACCIÓN POR EL CLIMA



- ◆ La compañía se ha unido al Fashion Pact, la coalición de la que forman parte las principales compañías de moda a nivel global comprometidos con objetivos ambientales comunes clave en la protección del clima, la biodiversidad y los océanos.
- ◆ Seguimos avanzando en la estrategia de sostenibilidad promoviendo soluciones para combatir el cambio climático y sus efectos, a través de la adhesión a la iniciativa Business Ambition for 1.5°C.
- ◆ Con la intención de implementar los principios de la Carta de la Industria de la Moda para la Acción Climática, Tendam se ha adherido al Fashion Industry Charter for Climate Action, tutelado por la Oficina de cambio climático de las Naciones Unidas, para definir los pasos de acción así como el establecimiento de un objetivo inicial para reducir las emisiones de GEI en un 30% para 2030.

17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS



- ◆ Nuestra contribución a los ODS se materializa a través de la colaboración con otras entidades para fomentar el trabajo en red, la innovación y la gestión del talento, contribuyendo a la mejora de la sociedad. En 2019 hemos fortalecido nuestro compromiso con la sostenibilidad a través de alianzas con el Fashion Pact, el Business Ambition for 1.5° y el UN Fashion Charter for Climate Action. Nuestra contribución a la sociedad se realiza en colaboración con distintas entidades como la ONCE, la Fundación Dexeus Mujer, Atelier by ISEM, el Aula de Sostenibilidad de la UPM y el Business Women Empowerment entre otros.

Respeto a los Derechos Humanos

El respeto y la garantía efectiva de los Derechos Humanos son elementos fundamentales e indispensables para el desarrollo sostenible de la empresa y del entorno en el que opera.

Estamos comprometidos con el respeto a los Derechos Humanos y laborales reconocidos en la legislación nacional e internacional, alineando nuestras políticas internas y directrices con los derechos reconocidos en:

- ◆ La Carta Internacional de Derechos Humanos
- ◆ La Declaración de la Organización Internacional del Trabajo y los convenios fundamentales que los desarrollan
- ◆ Los principios rectores sobre Empresas y Derechos Humanos de Naciones Unidas
- ◆ Las líneas directrices de la OCDE para empresas multinacionales
- ◆ Pacto mundial de las Naciones Unidas

Todos estos compromisos nos mueven a trabajar para la promoción de los Derechos Humanos y el control de posibles vulneraciones, tanto dentro de nuestra organización como también en la cadena de suministro como parte de nuestra estrategia en materia de Responsabilidad Corporativa.

Somos firmantes del Pacto Mundial de las Naciones Unidas desde 2002, momento en el que formalizamos nuestro compromiso de respeto a los Derechos Humanos en todas nuestras actividades.

Nuestros compromisos se recogen en estas políticas/procedimientos:

◆ **Código de Conducta Interno**

Este Código es un elemento clave de nuestra cultura empresarial y refleja los principios que la inspiran, a través de un comportamiento ejemplar, íntegro y honesto de todos los que formamos parte de Tendam.

◆ **Código de Conducta para proveedores**

En este Código se establecen los principios fundamentales que deben respetar todos los proveedores y otras entidades en el marco de su relación con la compañía.





◆ **Política de Compra Responsable**

Esta Política establece los principios para integrar aspectos sociales y ambientales en todo el proceso de aprovisionamiento, definiendo los procedimientos a la hora de adquirir o solicitar la contratación de los bienes o servicios indirectos.

◆ **Política de Diligencia Debida y Auditoría de relaciones con terceros**

En este documento se establecen una serie de medidas de Diligencia Debida (procesos de revisión y control) de aplicación a determinados mercados, clientes y proveedores en función de criterios de Riesgo. Estas funciones están encomendadas al Grupo de Diligencia Debida de terceros (GDDT), integrado por los Departamentos de Proveedores, Auditoría Interna, Franquicias, Sourcing y Legal.

Temas relevantes en relación con el impacto de la empresa en materia de Derechos Humanos*

 Gestión	 Personas	 Proveedores	 Clientes
Políticas y Código de Conducta	Contratación y retribución	Control de la cadena de suministro	Responsabilidad en productos y calidad
Debida diligencia	Libertad de asociación	Trabajo decente	Seguridad y Salud
Iniciativas multistakeholders	Seguridad y Salud	Libertad de asociación	Información al consumidor
Transparencia	Diversidad e Inclusión	Condiciones justas	Privacidad de datos

* Auto-Assesment realizado en base a la metodología del LABs de Derechos Humanos de la Fundación SERES

Se protege el cumplimiento de los Derechos Humanos en relación con los grupos de interés, asumiendo compromisos específicos para cada uno de ellos.

Con nuestras personas

La compañía cuenta con políticas y procedimientos internos adecuados dirigidos a asegurar el respeto de los Derechos Humanos en la relación con nuestros empleados, el activo más importante de Tendam.

Queremos crear un entorno de trabajo que promueva la integridad, el trabajo en equipo, la excelencia, la diversidad y la confianza. Por ello, los Derechos Humanos son considerados un pilar fundamental, alineados con los contenidos en el Código de Conducta y en las políticas de Recursos Humanos.

Estos compromisos se concretan fundamentalmente en:

- ◆ El cumplimiento de la legislación aplicable vigente.
- ◆ Respetar y promover la diversidad e igualdad efectiva de oportunidades.
- ◆ No permitir ninguna forma de acoso o abuso ni ningún tipo de discriminación por razón de sexo, ideología, raza y/o religión.
- ◆ Garantizar la libertad de expresión y opinión.
- ◆ La implantación de medidas de prevención de la corrupción.
- ◆ Garantizar la no existencia de trabajo infantil o forzado.
- ◆ Respetar la libertad de asociación y negociación colectiva.
- ◆ La promoción de medidas que faciliten la conciliación personal.
- ◆ Velar por la salud de los profesionales, ofreciendo espacios de trabajo seguros y la prevención de los riesgos laborales.
- ◆ Motivar y contribuir a potenciar el crecimiento y desarrollo profesional, a través de la gestión del talento y la formación.

Con nuestros proveedores

Los proveedores son una pieza central en la cadena de suministro y el desarrollo de la actividad, y acorde con ello, la compañía fomenta prácticas y comportamientos alineados con sus valores a través de sus políticas y alianzas estratégicas, formando parte en iniciativas dirigidas a erradicar las violaciones de los Derechos Humanos y orientar a nuestros clientes, proveedores, socios y franquiciados para que trabajen con el mismo fin.

Tendam se adhirió a AMFORI en 2017, con el objetivo de reforzar la capacidad de evaluación y monitorización de proveedores a lo largo de toda la cadena de valor. Las iniciativas BSCI (Business Social Compliance Initiative) y BEPI (Business Environmental Performance Initiative) proporcionan un marco internacional para respaldar las actuaciones encaminadas a la reducción de los riesgos asociados a la cadena de suministro.

Con nuestros clientes

Respetar los Derechos Humanos de los clientes es una parte esencial de nuestro compromiso, rechazando cualquier tipo de discriminación hacia ellos, respetando en todo momento el derecho a su intimidad y protegiendo su salud y seguridad.

Recopilamos, mantenemos y gestionamos un volumen significativo de datos de carácter personal; de empleados y proveedores, pero también y especialmente, de clientes y miembros de nuestros clubs de fidelidad. Todos ellos expresan su confianza en nosotros al permitirnos acceder a sus datos personales y, a cambio, nosotros les ofrecemos nuestro compromiso con la seguridad, confidencialidad e integridad de esos datos y con asegurar su uso en los términos permitidos por la normativa aplicable.

La compañía participa en el Laboratorio de Inteligencia Artificial y Derechos Humanos promovido por la Fundación Seres, como herramienta para conocer los riesgos, entender mejor los retos y las oportunidades de la IA anticipándonos e incluyendo a todos los colectivos de la sociedad. Desde los departamentos de Data Science y legal se trabaja para asegurar una IA Responsable e Inclusiva que mejore la conexión con nuestros clientes y satisfacer sus necesidades, evitando la generación de sesgos relacionados con los avances tecnológicos.

Mecanismos de reclamación

Establecemos procesos de comunicación, consulta, queja y reparación a disposición de las personas afectadas por nuestra actividad.

La compañía no ha recibido durante el ejercicio ninguna denuncia por vulnerar Derechos Humanos.

Disponemos de un Canal de Denuncias, accesible tanto desde la intranet como desde la página web de la compañía, y que permite a cualquier empleado o tercero comunicar posibles conductas irregulares, poco éticas o en contra de los principios establecidos por el Código de Conducta o vulneraciones de los Derechos Humanos.

Para mantener la independencia, transparencia y seguridad del proceso, el Canal de Denuncias se gestiona de forma externa, garantizando la confidencialidad y seguridad de todo el proceso.

3.

Gobierno Corporativo

Estructura de la propiedad

Estructura de gobierno

Ética corporativa y cumplimiento normativo

Seguridad de la información

Gestión de riesgos





La compañía incorpora en su gestión prácticas y recomendaciones, nacionales e internacionales, en materia de buen gobierno, comportamiento ético y cumplimiento normativo.

Estructura de la propiedad

El capital social de Tendam Brands, S.A. asciende a 5.000.000 euros, representado por 5.000.000 de acciones de 1 euro de valor nominal cada una de ellas, pertenecientes a una única clase y serie. La compañía está íntegramente participada por la sociedad de nacionalidad luxemburguesa Castellano Investments, S.a.r.l.

Tendam Brands, S.A. es titular del 100% del capital social de Tendam Fashion, S.L.U. (antes MEP Retail España, S.L.U.) y, a través de ésta, de un 94,26%¹ del capital social de Tendam Retail, S.A. (antes Cortefiel, S.A.).

Los accionistas de control del Grupo Tendam son las firmas de capital privado CVC Capital Partners y PAI Partners.



Estructura de gobierno

La Junta General

La Junta General de Accionistas es el órgano soberano de la compañía en el que se reúnen los accionistas para deliberar y decidir sobre las materias y asuntos de su competencia, de conformidad con la Ley y los Estatutos Sociales.

La Junta General Ordinaria de Accionistas se reúne, dentro de los 6 primeros meses del ejercicio, para evaluar la gestión de la compañía y aprobar las cuentas anuales del ejercicio anterior. Las Juntas Extraordinarias se celebran siempre que sea necesario para adoptar otras decisiones.

La Junta General Ordinaria de Accionistas que aprobó las cuentas anuales del ejercicio 2018 se celebró el viernes 30 de agosto de 2019.

El Consejo de Administración

El Consejo de Administración es el máximo responsable de la representación, administración, dirección, gestión y control de la compañía, y a él corresponde el establecimiento de sus directrices, políticas y estrategias generales. Vela además por los intereses de accionistas, trabajadores, clientes y demás grupos de interés.

El Consejo de Administración cuenta con dos comisiones consultivas: la Comisión de Auditoría y Riesgos y la Comisión de Nombramientos y Retribuciones.

La Comisión de Auditoría supervisa la elaboración y presentación de la información financiera, vigila el cumplimiento de los requerimientos legales y supervisa y evalúa los sistemas de gestión de riesgos y gobierno corporativo de la compañía. Supervisa asimismo el cumplimiento de las políticas en materia de Sostenibilidad y Responsabilidad Social Corporativa.

Por su parte, la Comisión de Nombramientos y Retribuciones formula y revisa los criterios que deben seguirse para la retribución de consejeros y miembros del equipo directivo de la compañía.

El Consejo de Administración de la compañía está compuesto por 7 miembros: su Presidente, que además ocupa la posición de Consejero Delegado, y 6 vocales; 3 en representación de cada uno de los accionistas de control. La Secretaria del Consejo no tiene la condición de consejera.

De entre los miembros de Consejo, uno es una mujer, lo que representa un 14,28% del total (y el 25%, incluyendo a la Secretaria del Consejo).

Su tamaño, composición, así como la cualificación de sus miembros, es acorde a la estructura, complejidad y necesidades del Grupo y permite una gestión diligente y ágil de los asuntos que puedan presentarse.

1. Formalmente, la participación de Tendam Fashion, S.L.U. en el capital social de Tendam Retail, S.A. es de un 92,29%. Descontada la autocartera de la compañía, la participación efectiva y los derechos de voto asociados representan el 94,26%. El resto de acciones corresponden a un pequeño grupo de accionistas minoritarios.

◆ ◆ **Jaume Miquel Naudí**

Consejero Delegado desde agosto de 2016 y Presidente desde Junio de 2019. Fue director general de las marcas Cortefiel y Pedro del Hierro (2015) y Women'secret (2006). Previamente desempeñó cargos de responsabilidad en Timberland, Dockers y Levi Strauss, entre otras. Es licenciado en Ciencias Económicas por la Universidad de Barcelona y posee un programa de desarrollo directivo en Administración de Empresas por el IESE

Comisiones: N/A

◆ **Federico Conchillo Armendariz**

Socio de Abac Capital, de 2007 a enero de 2019 fue socio de PAI Partners. Inició su carrera profesional en Boston Consulting Group y posteriormente trabajó en Merrill Lynch. Estudió Economía Aplicada en la Katholieke Universiteit Leuven en Bélgica y cuenta con un MBA en la Universidad de Chicago GSB.

Comisiones: Vocal de la Comisión de Auditoría y de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones

◆ **Theatre Directorship Services Delta, S.A.R.L., representada por:**

Álvaro Sendagorta Cudos

Director de inversiones de CVC. Antes de incorporarse a la firma en 2015, trabajó en McKinsey & Co. durante cuatro años. Es licenciado en Ingeniería Aeronáutica y Espacial por la Universidad Politécnica de Madrid y cuenta con un MBA por la Harvard Business School.

Comisiones: Vocal de la Comisión de Auditoría y de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones

◆ **Laura Muries Fenoll**

Socia de PAI Partners, entró a la compañía en 2007. Comenzó su carrera profesional en el Departamento de Banca de Inversión de Merrill Lynch en Madrid. Es licenciada en Administración y Dirección de Empresas y Derecho por la Universidad Carlos III de Madrid.

Comisiones: Presidenta de la Comisión de Auditoría y Vocal de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones

◆ **Theatre Directorship Services Beta, S.A.R.L. representada por:**

José Antonio Torre de Silva y López de Letona

Socio de CVC, firma a la que se unió en el año 2000. Antes de incorporarse a CVC, trabajó en Paribas. Es licenciado en Ingeniería Industrial por la Escuela Técnica Superior de Ingeniería ICAI y cuenta con un MBA por el IESE (Barcelona).

Comisiones: Presidente de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones y Vocal de la Comisión de Auditoría

◆ **Fabrice Andre Paul Fouletier**

Socio de PAI Partners, se unió a la firma en 2001 como miembro del equipo de Retail y Distribución. Comenzó su andadura profesional en Bankers Trust / Deutsche Bank, y posteriormente en el Grupo de Financiación de Adquisiciones Europeas de la entidad en París y Londres. Se licenció por la HEC de París en 1998.

Comisiones: N/A

◆ **Theatre Directorship Services Alpha, S.A.R.L., representada por:**

Javier de Jaime Guijarro

Socio director de CVC. Antes de entrar en CVC en 1997, Javier trabajó en 3i Plc en Madrid durante cinco años y en el Reino Unido durante dos años. Es licenciado en Derecho por la Universidad de Icade en Madrid y posee un MBA por la Houston University (EE. UU.).

Comisiones: N/A

◆ **Mar Oña**

Secretaria no consejera de la compañía desde diciembre de 2018, anteriormente fue secretaria general y del consejo de Administración de Prosegur Cash. Previamente trabajó en el bufete británico Clifford Chance. Es licenciada en Derecho por la Universidad Autónoma de Madrid y posgrado en Derecho Internacional por la Bucerius Law School de Hamburgo (Alemania).

Comisiones: Secretaria de la Comisión de Auditoría y de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones

*Miguel Ibarrola, Presidente de la compañía desde mayo de 2016, cesó en su cargo en mayo de 2019

◆ Presidente

◆ Consejero Delegado

◆ Consejero

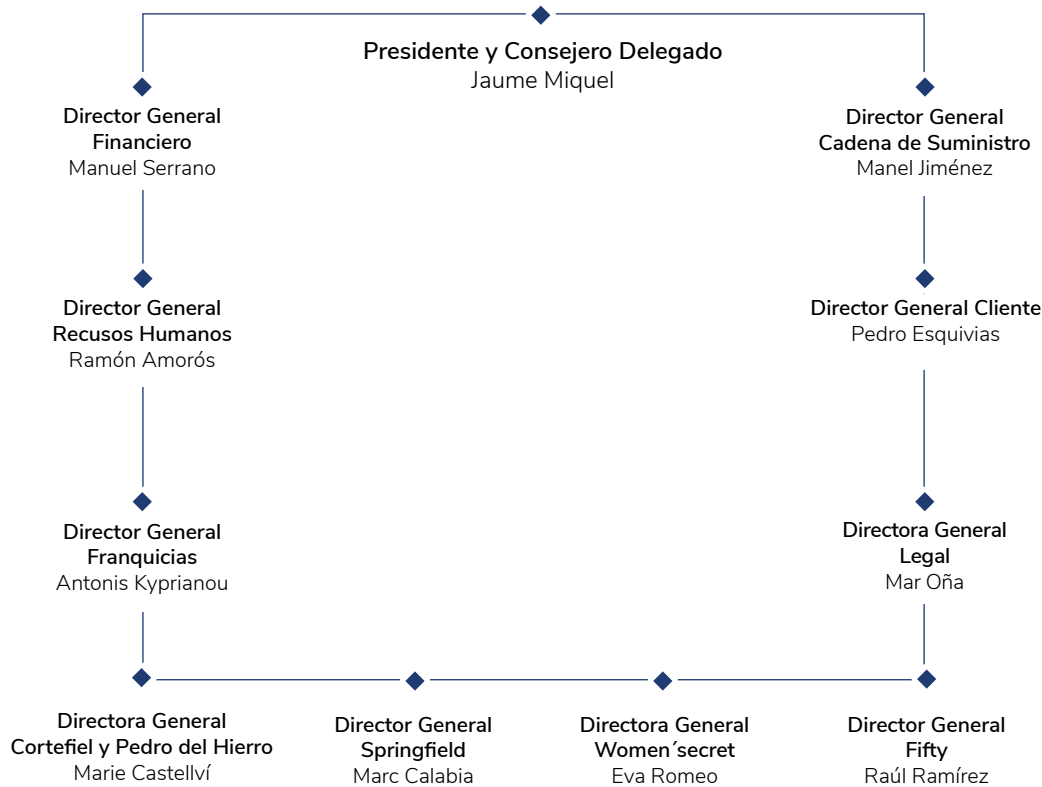
◆ Secretaria – No consejero

El Comité de Dirección

El Comité de Dirección es el órgano responsable de asegurar la ejecución de las directrices fijadas por el Consejo de Administración, estableciendo para ello estrategias operativas para las diferentes cadenas y unidades corporativas. Es un órgano de marcada orientación a la consecución de objetivos.

Cada una de las cadenas comerciales cuenta a su vez con su propio comité para la gestión operativa y comercial de las diferentes marcas del Grupo.

Integran el Comité de Dirección 11 miembros, 3 de los cuales son mujeres (esto es, un 27,3%).





Remuneración de consejeros y alta dirección

Conforme a los estatutos, los miembros del Consejo de Administración no percibirán, en su condición de tales, retribución alguna. El Presidente y aquellos consejeros que, en su caso, desempeñen funciones ejecutivas, tendrán derecho a percibir la retribución que, dentro de los límites que determine la Junta General de Accionistas, establezca el Consejo de Administración. Su remuneración podrá consistir en una cantidad fija, una cantidad variable en función de objetivos, remuneración en especie o aportaciones a sistemas de previsión de ahorro a largo plazo. Podrán además percibir una indemnización por extinción de su relación contractual y una compensación por la eventual obligación de no competencia post-contractual.

De conformidad con lo anterior, el Presidente y Consejero Delegado, es el único integrante del Consejo que percibe una retribución, por sus funciones ejecutivas, consistente en una cantidad fija, más una cantidad variable en función de objetivos; tiene además derecho a indemnización por extinción de su relación con la compañía y a una compensación por sus obligaciones de no competencia post-contractual.

Por su parte, la remuneración de la alta dirección también se compone de una cantidad fija, más un componente variable ligado a la consecución de objetivos. Se entiende por personal de alta dirección de la compañía, aquellas personas que desarrollan funciones directivas bajo dependencia directa de su Consejero Delegado.

Durante el ejercicio 2019, la remuneración del Presidente y Consejero Delegado y de altos directivos de la compañía, por todos los conceptos, ha ascendido a un total de 4.712.587 euros brutos. Desagregada por género, asciende a un total de 419.869 euros brutos anuales, de media, en el caso de los hombres y de 405.026 euros en el caso de las mujeres.

Conflictos de interés

Los consejeros tienen la obligación de comunicar al Consejo de Administración cualquier situación de conflicto, directo o indirecto, que ellos o personas vinculadas a ellos pudieran tener con los intereses de la compañía y tienen, en tal caso, la obligación de abstenerse de participar en la toma de la decisión correspondiente. Tienen asimismo prohibido desarrollar actividades, por cuenta propia o ajena, que entrañen una competencia efectiva con la compañía.

Ética corporativa y cumplimiento normativo

El comportamiento ético y el cumplimiento de la normativa vigente son esenciales en la cultura y estrategia de la compañía. Tendam exige de sus administradores, directivos y personal, un compromiso de actuación ética y de estricto cumplimiento de la legalidad en el desarrollo de sus actividades.

Código de Conducta Interno y Externo

El Código de Conducta Interno es la norma fundamental de Tendam. Se actualiza periódicamente, y la versión actual fue aprobada por el Consejo de Administración el 26 de julio 2019.

Establece los valores, principios y pautas de comportamiento que la compañía exige de todos los profesionales que la integran, basándose en principios de transparencia, integridad, ética y responsabilidad.

El Código de Conducta detalla los principios generales sobre los que se asienta:

- ◆ Cumplimiento de la legalidad
- ◆ Compromiso con los Derechos Humanos y laborales
- ◆ Respeto a las personas
- ◆ Honestidad, integridad y excelencia
- ◆ Respeto al medio ambiente

Promulga asimismo la misión, visión y valores de TENDAM y desarrolla las pautas de conducta exigibles en materia de:

- ◆ Seguridad y salud de las personas
- ◆ Uso y protección de los recursos corporativos
- ◆ Imagen y reputación corporativa
- ◆ Conflictos de Interés
- ◆ Neutralidad Política
- ◆ Confidencialidad, comportamiento en el mercado y respeto a la libre competencia
- ◆ Blanqueo de capitales e irregularidad en los pagos
- ◆ Falsificación en medios de pago
- ◆ Transparencia y mantenimiento de registros
- ◆ Privacidad de la información de carácter personal
- ◆ Corrupción y Soborno
- ◆ Propiedad Intelectual e Industrial

El compromiso con estos principios y pautas de conducta es posible gracias a un extenso programa formativo, en el que participan periódicamente distintos colectivos de la compañía, incluidos el propio Comité de Dirección, otros directivos y mandos intermedios.

Tendam extiende el compromiso con sus valores y principios a su cadena de suministro y otros terceros con los que se relaciona en su actividad comercial. Lo hace a través del Código de Conducta Externo, que impone a proveedores y franquiciados los mismos principios de transparencia, integridad, ética y responsabilidad que se impone a sí misma. La aceptación formal obligatoria del Código de Conducta Externo por parte de los proveedores mejora la trazabilidad del proceso de control.



Código de Conducta Interno



Código de Conducta Externo

Programa de cumplimiento

Tendam dispone igualmente de un Programa de Cumplimiento Normativo que establece medidas de control, políticas y procedimientos aplicables en los diferentes ámbitos de actuación de la compañía, diseñados todos ellos para prevenir y gestionar riesgos de diversa naturaleza y, en particular, el riesgo de incumplimiento de la normativa vigente. Dicho Programa contempla pautas de comportamiento, entre otros, en materia de prevención de delitos, anticorrupción, defensa de la competencia y competencia desleal, propiedad intelectual, protección de datos o blanqueo de capitales.

Además, para procurar el respeto, no sólo de obligaciones de naturaleza normativa, sino también de carácter ético, organizacional, ambiental o social, Tendam dispone de una batería de procedimientos y protocolos que, incidiendo en ámbitos como por ejemplo la contratación, cadena de suministro, seguridad de la información o calidad de producto, contribuyen a prevenir y/o mitigar los riesgos asociados a la actividad de la compañía.

La gestión del Código de Conducta, Interno y Externo, y del Programa de Cumplimiento, así como su difusión y el impulso de mejores prácticas en la materia, están asignadas al Comité de Ética, integrado por las direcciones de Recursos Humanos, Legal y Auditoría Interna y que, a su vez, reporta periódicamente a la Comisión de Auditoría y Riesgos.

Procedimientos

Para supervisar el respeto de las obligaciones normativas o voluntarias de carácter ético, organizacional, ambiental o social, se dispone de una batería de procedimientos y protocolos que ayudan a prevenir y mitigar los riesgos asociados.

- ◆ Código de Conducta Interno
- ◆ Código de Conducta Externo para proveedores
- ◆ Protocolo de de Auditorías Sociales a proveedores
- ◆ Protocolo de Calidad y Seguridad de producto
- ◆ Política de seguridad de la información
- ◆ Política de donaciones a entidades con fines sociales
- ◆ Política de adquisición de bienes y servicios.
- ◆ Política de Contratación
- ◆ Política de Viajes y Gastos
- ◆ Plan de prevención de riesgos laborales
- ◆ Protocolo para la prevención del acoso sexual
- ◆ Protocolo de actuación en el embarazo y lactancia
- ◆ Normativa de Control Interno en tiendas

Canal de Denuncias

La compañía dispone de un Canal de Denuncias, accesible, tanto desde la intranet como desde la página web, que permite a cualquier empleado o tercero comunicar posibles conductas irregulares, poco éticas o en contra de los principios establecidos por el Código de Conducta. Su gestión corresponde a una empresa externa, que garantiza el anonimato, la confidencialidad y la seguridad de todo el proceso de denuncia.

Las denuncias recibidas son filtradas por la dirección de Auditoría Interna, investigadas y gestionadas por la unidad corporativa correspondiente reportadas y en última instancia, al Comité de Ética. A éste corresponde, en función de si las circunstancias así lo aconsejan, la decisión última.

Durante el ejercicio 2019 el Canal de Denuncias ha recibido 1.089 visitas y se han reportado 44 incidencias (respectivamente, un 24% menos y un 51% más que el año anterior), relativas todas ellas a temas laborales y de fraude. De ellas, un 88,63% se ha resuelto confirmándose la incidencia reportada y aplicándose las medidas disciplinarias correspondientes.



Programa Formativo

La compañía tiene implantado, desde 2016, un programa específico de formación continua en materia de Código de Conducta. Cuenta además con otros programas formativos en materia de Cumplimiento Normativo, tales como formación online en materia de prevención de delitos o actividades formativas en materia de protección de datos. Estas iniciativas se dirigen a diferentes colectivos de la compañía, en función de sus ámbitos de actuación y niveles de responsabilidad.

Adicionalmente y como medida de promoción y sensibilización, se llevan a cabo acciones periódicas de concienciación e información en estas materias a través de los diferentes canales internos de comunicación, tales como publicación de newsletters, envío de emails informativos o la difusión de mensajes a través de la intranet corporativa.

Medidas contra el fraude, la corrupción, el soborno y el blanqueo de capitales

Tendam es una compañía comprometida con la lucha contra el fraude, la corrupción, el soborno y el blanqueo de capitales y financiación del terrorismo.

Para garantizar la transparencia y luchar contra prácticas y comportamientos faltos de ética e integridad, la compañía cuenta con distintos procedimientos, medidas y controles, entre los cuales se encuentran:

- ◆ La prohibición de aceptar pagos en tienda, en efectivo, por importe superior a 2.500€, en un único pago o en varios pagos fraccionados.
- ◆ Procedimientos de verificación de medios de pago, contra la puesta en circulación de moneda falsa o el uso fraudulento de tarjetas de crédito o débito.
- ◆ El establecimiento de medidas de control en los sistemas de caja (TPV en tienda).
- ◆ Medidas de control en materia de pagos en efectivo, mediante cheque al portador, en divisa extranjera o a personas, entidades o cuentas domiciliadas en paraísos fiscales.
- ◆ Procedimientos de diligencia debida y homologación previa obligatoria de proveedores y franquiciados, basados en criterios RBA (risk-based approach).
- ◆ La prohibición de ofrecer o aceptar obsequios, regalos u otros beneficios que, por su valor, sus características o sus circunstancias, pueda influir o alterar las relaciones profesionales y/o generar conflictos de interés.
- ◆ Reembolso de gastos vinculado y condicionado a la previa entrega de la correspondiente factura o recibo.

Formación del Código de Conducta

1.592 empleados / **3.184 h.**

Formación en prevención de delitos

38 empleados / **38 h.**

Formación en protección de datos

84 empleados / **126 h.**

Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro

Tendam es una compañía comprometida en materia social y colabora de manera habitual con fundaciones, asociaciones y otras entidades sin ánimo de lucro, tal y como se detalla en el capítulo 8.

Tendam tiene, no obstante, establecidos protocolos de control para asegurar la transparencia e integridad en la financiación de actividades filantrópicas y aportaciones a favor de fundaciones y entidades sin ánimo de lucro.

Existe un procedimiento de gestión y control de cualesquiera colaboraciones y/o donaciones que realice la compañía. Se exige, en todo caso, la firma previa de convenios de colaboración que fijen las condiciones y compromisos asumidos; se establecen mecanismos de control de transacciones económicas y se exige siempre la emisión de los correspondientes certificados de donación.

En la selección de entidades del tercer sector, se recurre a los análisis de transparencia de la Fundación Lealtad

La Fundación Lealtad tiene como objetivo valorar la idoneidad de las entidades con las que se establecen alianzas, apostando en la mayoría de los casos por entidades certificadas.

Financiación de actividades políticas

Tendam no participa o financia actividades políticas en ningún país o comunidad en que opera. En todo caso, reconoce y respeta los derechos de libertad de expresión, de pensamiento político y, en general, de participación en la vida pública de sus empleados, a los que únicamente exige mantener el ejercicio de éstos en la esfera privada.

Seguridad de la información y protección de datos

Vivimos en un mundo cada vez más conectado, donde Internet y las tecnologías de la información forman parte de nuestro día a día. Tendam lleva años trabajando en mejorar sus infraestructuras y procesos de negocio, para adecuarse mejor a las necesidades de sus clientes en un mundo cada vez más virtual y con el compromiso claro de proteger uno de sus principales activos: los datos de sus clientes y aquellos inherentes al negocio.

Los compromisos de Tendam en materia de seguridad de la información y protección de datos se plasman en el desarrollo y constante adaptación de políticas, directrices y procedimientos, no solo en el ámbito estrictamente tecnológico, sino también como parte de su cultura empresarial. Tendam implica en la defensa de esta cultura empresarial a cada miembro de la organización y cuenta para ello con planes de formación y concienciación adecuados a cada perfil.

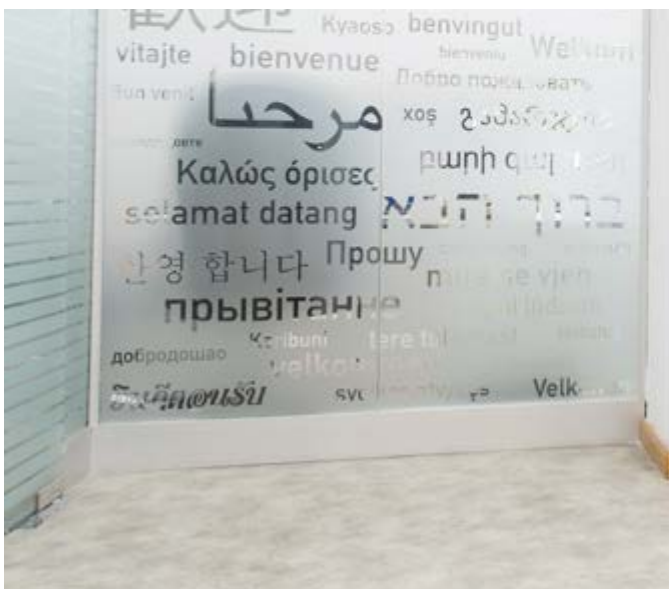
Las distintas Políticas de Privacidad del Grupo, se adecúan a la normativa en materia de Protección de Datos vigente en cada uno de los países en donde opera.

Tendam cuenta con un Delegado de Protección de Datos (DPO), en contacto regular con todos los miembros relevantes de la compañía.

Cuenta además con protocolos en materia de seguridad, diseñados para prevenir, identificar y reparar posibles brechas de seguridad de la información. Estos protocolos regulan la actuación de distintas áreas y departamentos de la compañía, tales como IT, Seguridad y Sistemas o Legal... y también otras dedicadas a la comunicación con sus grupos de interés, como Marketing, Ventas, Sourcing o Comunicación Corporativa.

La compañía ha implementado, entre otras, las siguientes políticas en materia de seguridad de la información y privacidad:

- ◆ Políticas generales de privacidad (tanto internas, incluido el Código de Conducta, como externas, dirigidas al cliente)
- ◆ Política de protección de datos en el ámbito laboral
- ◆ Procedimiento de gestión de brechas de seguridad
- ◆ Plan de Continuidad del Negocio (BCP), incluidas, entre otras, medidas de continuidad de IT



Gestión de riesgos

Una adecuada monitorización y gestión de riesgos constituye uno de los pilares básicos para la generación de valor por parte de la compañía y, especialmente, en lo que respecta a la consecución de sus objetivos estratégicos, comerciales y operativos.

La compañía cuenta con un mapa de riesgos, agrupados en distintas categorías en función de su naturaleza, cuya supervisión corresponde a la Comisión de Auditoría y Riesgos. A ella corresponde su evaluación y clasificación, en función de su impacto potencial, de su probabilidad y del nivel de preparación del Grupo para hacerles frente, así como la determinación de las medidas para mitigar o corregir su impacto. Durante este ejercicio se ha constituido, además, un Comité de Riesgos, del que forman parte distintos miembros del Comité de Dirección. El Comité de Riesgos se reúne con carácter trimestral o, en su caso, de forma extraordinaria cuando las circunstancias así lo aconsejan.

Durante el ejercicio, el Comité de Riesgos ha tenido como objetivos prioritarios, acometer una profunda revisión y actualización del mapa de riesgos y elaborar una nueva herramienta de monitorización y control, adaptada al nuevo mapa de riesgos, y basada en indicadores de seguimiento.

Tendam cuenta además con una serie de normas, protocolos y procedimientos de control de riesgos específicos y planes de respuesta. Ejemplo de éstos son los controles para la aprobación de inversiones, para el uso de la información y/o los controles de acceso a los sistemas de contabilidad o el control de gastos. Otros ejemplos son el plan de continuidad del negocio, diseñado para hacer frente a situaciones catastróficas o que pongan en grave riesgo la capacidad operativa de la compañía, las medidas de monitorización del cumplimiento del Código de Conducta o las medidas de seguridad física y tecnológica o de prevención de riesgos laborales.

El sistema de gestión de riesgos de la compañía se lidera desde un Comité de Riesgos específico y se articula en torno a una serie de principios básicos:

- ◆ La identificación, evaluación continua, control y reporte de los riesgos.
- ◆ La definición de niveles de riesgo tolerables.
- ◆ La evaluación de los riesgos de acuerdo con metodologías e indicadores que permitan su medición objetiva.
- ◆ El establecimiento de políticas y procedimientos corporativos para minimizar los riesgos y su posible impacto y maximizar las oportunidades.
- ◆ El seguimiento y reporte de los resultados de la evaluación y de la efectividad de las medidas aplicadas.
- ◆ La supervisión del sistema por la Comisión de Auditoría y Riesgos.

1. Riesgos estratégicos

El crecimiento orgánico sostenible, la integración de las nuevas tecnologías, los nuevos canales de venta y la expansión internacional forman parte de las claves del negocio de Tendam.

El análisis continuo de los riesgos presentes en cada país o región es fundamental a la hora de definir la estrategia de crecimiento del Grupo en los países en que tiene operaciones, la expansión a nuevos mercados o la exposición a un determinado país o región en materia de aprovisionamiento.

La apuesta por la integración de canales de venta (onmicanalidad) y por las nuevas tecnologías representan, por una parte, una vía de diversificación del riesgo asociado al modelo más tradicional de negocio y, por otra, un nuevo foco de atención en lo que a sus riesgos específicos se refiere.

- ◆ El riesgo geopolítico de los países en los que Tendam opera o tiene intención de operar, se analiza en función del perfil específico de riesgo-país, con carácter previo al establecimiento de operaciones o, una vez en activo, periódicamente.
- ◆ Tendam monitoriza de forma permanente distintos indicadores de comportamiento y evolución de su negocio digital.
- ◆ La compañía tiene establecidos procedimientos de diligencia debida, homologación previa obligatoria y auditoría de proveedores y franquiciados basados en criterios RBA (risk-based approach).
- ◆ En materia de brechas de seguridad lógica, la compañía cuenta con mecanismos de control y revisión, sistemas de contingencia técnicos y aplicaciones de terceros para anticipar y/o mitigar las consecuencias de la materialización de estos riesgos.

2. Riesgos operativos y de desarrollo de negocio

El análisis constante de las particularidades que, desde un punto de vista operativo, logístico y de gestión de recursos humanos, afectan al sector de actividad de la compañía, así como la monitorización constante de las geografías en las que la compañía opera y se aprovisiona, permiten anticipar razonablemente posibles cambios, minimizar su impacto e, incluso, generar nuevas oportunidades.

La compañía afronta además riesgos vinculados con la mejora e inversión y la seguridad e integridad de su infraestructura tecnológica y sus bases de datos.

- ◆ Riesgos como el incremento del coste de aprovisionamiento por aumento del precio de las materias primas o aumento del coste de mano de obra, se monitorizan en origen para su adecuada gestión.
- ◆ La compañía cuenta con planes de contingencia y medidas de mantenimiento preventivo para la gestión de los riesgos asociados a la logística de la mercancía que puedan suponer un colapso del aprovisionamiento, sea por incidencias en el transporte o en los centros logísticos.
- ◆ La compañía dispone de mecanismos de revisión continua, medidas de prevención, detección, respuesta y cobertura, internas y externas, frente a brechas de seguridad y ciberataques.

3. Riesgos de cumplimiento y reputacionales

El Grupo está expuesto a riesgos regulatorios, derivados de las diferentes legislaciones vigentes en los países en que opera y en los que se aprovisiona. La compañía evalúa y gestiona los diferentes riesgos normativos, incluidos riesgos de naturaleza fiscal, aduanera, laboral, penal, de consumo, datos personales y privacidad o propiedad intelectual.

La inadecuada gestión de aspectos relativos a la ética o reputación corporativa influyen directamente en la percepción del Grupo que tienen sus grupos de interés y, en particular, sus clientes.

- ◆ La compañía dispone de un Programa de Cumplimiento para prevenir y gestionar el riesgo de incumplimiento de la normativa vigente y mitigar los riesgos derivados de la creciente complejidad de la normativa internacional de los países donde opera.
- ◆ La compañía procura la seguridad de sus productos mediante la implantación de mecanismos de control en origen.
- ◆ El Grupo establece procedimientos y mecanismos de mitigación del riesgo reputacional, entre otros la gestión activa de las relaciones con los medios de comunicación o el seguimiento de la imagen corporativa de la compañía en redes sociales.

4. Riesgos financieros y de reporting

Tendam está expuesta, en el normal desarrollo de sus actividades, a riesgos de naturaleza financiera, tales como riesgos de tipo de cambio, tipos de interés, contrapartida y riesgos crediticios y de financiación de circulante. La compañía está además expuesta a riesgos asociados a la elaboración de su información financiera

- ◆ La compañía dispone de mecanismos de control financiero, gestión de deuda, reglas y criterios para la aprobación de inversiones o principios de gestión eficiente del capital circulante.
- ◆ Mediante la implantación progresiva de un modelo de control interno de la información financiera (SCIIF), la compañía avanza en el fomento de la conciencia de control, calidad, trazabilidad e integridad de su información financiera.

5. Riesgos asociados a cambio climático y Sostenibilidad

Tendam está expuesta, dentro de sus operaciones habituales, a riesgos asociados a la situación actual de crisis climática y el impacto sobre el medio ambiente y la población que pueden afectar a su modelo de negocio.

- ◆ La afección a los recursos naturales y la biodiversidad trae consigo la monitorización de los materiales de origen y la compañía avanza en la incorporación de materiales más sostenibles así como la gestión más eficiente de los recursos y energía.

4.

Nuestros clientes

El cliente

Tiendas más eficientes y respetuosas

Responsabilidad de nuestras prendas

Diálogo permanente con el cliente

Comunicación con valores

Seguridad de la Información





El Cliente

El cliente es el centro de la actividad de Tendam por lo que queremos garantizar una atención multicanal y satisfactoria. La compañía busca nuevas soluciones para mejorar la experiencia omnicanal de compra, tanto en tienda física como online, aprovechando la complementariedad de estos canales.

Se promueve una cultura de la innovación que permite adaptarnos al mercado, siempre cambiante, y aportar valor añadido a nuestros clientes, asegurando un alto nivel en la calidad del servicio, tanto en la venta offline como en la online.

Los clientes están cada vez más conectados y demandan poder realizar sus compras de forma rápida y eficiente, buscando una mayor flexibilidad. Se tienen en cuenta todos los detalles para crear una excelente experiencia de compra para el cliente.

Todas las marcas de la compañía disponen de canal ecommerce y actualmente operan en **47 mercados** online. Las ventas online han mantenido un constante crecimiento que se ha acelerado considerablemente para todas las marcas en los últimos ejercicios. En 2019, las ventas online de la empresa han crecido un 28,7% y representan el 9,6% de la cifra de negocio total.

Omnicanalidad y experiencia de compra

Gracias al proceso de continua transformación que vivimos, nos hemos seguido adaptando a las necesidades de nuestros clientes a través de un modelo llamado **Easy Shopping**. Este concepto abarca todos los servicios que ofrecemos a nuestros clientes para hacer su experiencia de compra más fácil, rápida y cómoda.

- ◆ Compra online con recogida en tienda.
- ◆ Reserva de un producto en tienda desde la web.
- ◆ APPs de todas nuestras marcas con descuentos y ticket digital disponibles.
- ◆ Click Shopping: Compra online desde tienda si el producto no está disponible.
- ◆ Recogida Multimarca: entregas de pedidos de Cortefiel y Pedro del Hierro en tiendas Springfield.
- ◆ Devoluciones en tienda bonificando al cliente con un 20% del valor de su devolución si esta se realiza en tarjeta abono.





Gracias a una nueva aplicación los vendedores tienen acceso desde su dispositivo a toda la información sobre producto que necesiten, a tiempo real y a un solo click, y sin tener que abandonar al cliente en ningún momento. La aplicación ofrece información sobre el nivel de inventario y su disponibilidad, ofrece sugerencias de venta cruzada, incluyendo looks creados por los vendedores de todas las tiendas, y alternativas para aquellos casos en los que el producto no esté disponible a través de reconocimiento visual. También facilita la venta online desde tienda en caso de que el producto no esté disponible en ese momento.



Con el fin de hacer más fácil la compra a nuestros clientes se ha habilitado la recogida multimarca en más de **140 puntos** de venta de Springfield en España y Portugal para recogida de pedidos online de Cortefiel y Pedro del Hierro. Springfield es la marca del grupo con mayor número de puntos de venta y por eso hemos querido apoyarnos en esta marca para ampliar los puntos de entrega a los clientes de Cortefiel y Pedro del Hierro.

Esto permite mejorar la accesibilidad del servicio en aquellas poblaciones más dispersas que no disponen de puntos de venta de todas las marcas. Durante este año se han entregado bajo esta modalidad más de **22.000 pedidos**.



Esta experiencia omnicanal completa, permite ofrecer nuevos servicios online y desarrollando nuevas APPs para todas las marcas.

A través de las nuevas funcionalidades se ha potenciado la experiencia en tienda física ofreciendo al consumidor la posibilidad de escanear la etiqueta de un producto y obtener toda la información que se encuentra en la web de esa prenda o accesorio y pueden ver el stock en tienda, reservar o comprar online.

Además, este año se ha incluido en todas nuestras APPS móviles la funcionalidad de poder buscar productos similares en las marcas de Tendam a cualquier producto que el usuario haya podido ver en una foto.

Además, permiten que los más de **26 millones de socios** de los clubs de Tendam puedan integrar sus tarjetas club y los tickets de compra en la aplicación y de esa forma desde el móvil acceder a los puntos de promoción.



Hemos eliminado los tickets en formato papel que se incluían en todos los pedidos online. Estos tickets se han sustituido por tickets digitales que se adjuntan en los emails de confirmación del pedido. Adicionalmente, desde las APPs de las marcas se pueden consultar todos los tickets de las compras realizadas.

Desde su implantación en mayo de 2019 se han realizado más de **1 millón de pedidos sin papel**, con la consiguiente reducción de impacto ambiental que ello supone.



Tiendas más eficientes y respetuosas

Las tiendas son un medio para conectar con los clientes y transmitir los valores de las marcas a través de su diseño y de la creación de espacios únicos. Cada tienda tiene su personalidad propia, acorde con la marca, que se adapta a la oferta comercial y se encuentra en constante renovación para ofrecer al cliente momentos de compra únicos.

La experiencia omnicanal ha supuesto la adaptación e integración de los puntos de venta físicos y los canales online, permitiendo disponer de las últimas tecnologías en la propia tienda, facilitando al cliente una experiencia de compra más completa. En ellas encontrará todas las facilidades para poder terminar el proceso de compra como el pago por móvil o la disponibilidad de puntos de recogida de pedidos online en algunas tiendas.

A través de los puntos de venta físicos el cliente conecta con la realidad más palpable de la marca, por lo que la compañía debe asegurar que este punto de contacto sea excelente. Además, nuestro personal de tienda está especialmente formado para ofrecer a diario un servicio adaptado y personalizado.

Los puntos de venta están situados en lugares cercanos a nuestros clientes, ocupando espacios en calles principales y zonas comerciales especialmente diseñados para facilitar la comodidad y el fácil acceso.

Por ello, cerca de un 40% de las recogidas y devoluciones de pedidos online se realizan en nuestras tiendas, minimizando los impactos económicos y ambientales del transporte de "última milla".

Como parte del compromiso de Tendam con el medio ambiente, han incorporado criterios ambientales que permiten optimizar los consumos.





Desde Enero del 2020, toda la energía eléctrica de **nuestras tiendas en España, centros logísticos y sede central, es Energía Renovable** con Certificado de Garantía de Origen (GdO), reduciendo la huella de carbono evitando la emisión a la atmosfera de 30,000 toneladas de CO₂ estimadas.



Las **bolsas de papel** cuentan con certificado de gestión forestal sostenible PEFC o FSC. Las bolsas de plástico contienen un 70% de **material reciclado** y hemos ahorrado millones de bolsas de plástico en origen gracias a la colaboración con nuestros proveedores.



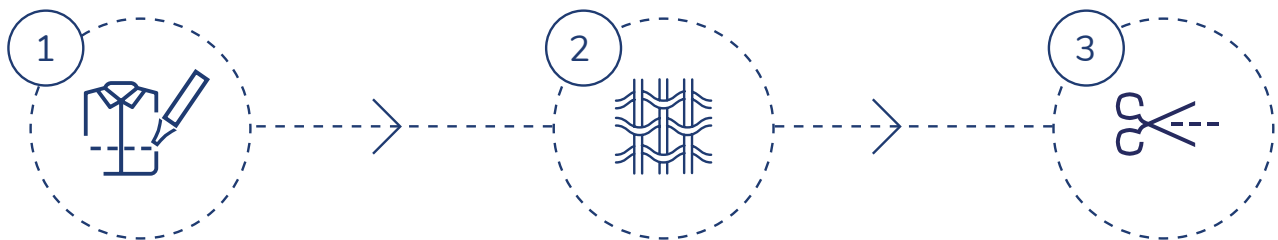
Todas las nuevas aperturas y reformas de tiendas se proyectan y realizan de acuerdo con los condicionantes de accesibilidad para personas con movilidad reducida. La adecuación de los espacios, accesos, probadores y elementos de la tienda cumplen con la normativa vigente y responden a nuestro compromiso con nuestros clientes.

Responsabilidad de nuestras prendas



Nuestra organización y nuestro modelo giran en torno a un cliente que busca las últimas tendencias de moda pero también el diseño atemporal de calidad. Compartimos la misma concienciación por la preservación del medioambiente, por eso trabajamos cada día para ofrecer prendas y servicios más responsables.

Con el compromiso de trabajar de una manera más sostenible nuestras marcas están ampliando sus colecciones concienciadas con los materiales y con los procesos. Para que nuestras prendas sean más respetuosas con el medioambiente, nos estamos centrande en tres etapas clave dentro de nuestra cadena de valor.



Diseño

El diseño es la primera oportunidad en nuestra cadena de valor para incorporar objetivos sostenibles desde el principio del proceso.

Nuestros empleados han recibido sesiones formativas específicas orientadas a concienciar y acercar sobre estos temas a los departamentos de producto y compras.

En el marco del ecodiseño, se trabaja en la investigación de nuevos materiales y en la utilización de técnicas más sostenibles en el proceso de diseño y acabados de las prendas con menor consumo de agua y energía, como técnicas de ozono y láser.

Materias primas

Durante la fase de diseño y gestación de las colecciones, la selección de los tejidos y materias que se van a emplear son una pieza clave del proceso. Estamos utilizando materias primas más naturales en la confección de nuestras prendas para que sean más respetuosas con el medioambiente.

Procesos de producción

La elaboración de prendas más sostenibles también se consigue a través de procesos más respetuosos con el medioambiente, que implican la reducción de productos químicos en nuestras prendas, así como hacer un buen uso del agua.

Todas nuestras marcas han evolucionado de forma significativa en la producción de prendas más sostenibles bajo sus diferentes colecciones. Actualmente el 7% de la producción total del grupo se realiza bajo el amparo de términos más sostenibles y el objetivo para el próximo ejercicio 20-21 es alcanzar el 15% de forma global.

R[ECO]NSIDER

Springfield con R[ECO]NSIDER, ya alcanza de forma individual el 15% de su oferta comercial con prendas de características sostenibles con iniciativas como el uso de fibras naturales y recicladas, así como su programa H2Ø focalizado en el uso de tecnologías láser y ozono en los procesos de acabado del denim.

honest
by women'secret



sustainable
collection

Honest By Women'secret, apuesta por mejorar los procesos y en seleccionar materias primas más respetuosas con el medio ambiente. Su línea de sujetadores y braguitas de algodón orgánico cultivado en tierras certificadas libres de sustancias tóxicas, pesticidas y fertilizantes artificiales.



ECO-FRIENDLY

Cortefiel con su línea Eco-friendly, apuesta por una selección de prendas realizadas con fibras sostenibles o recicladas, fabricadas en procesos con un menor uso de productos químicos y un menor consumo de agua.

Seguridad de las prendas

Uno de los pilares en los que se sustenta la calidad de las prendas de todas las marcas de Tendam radica en el estricto control de los productos, que asegura el cumplimiento de los estándares requeridos y los niveles de calidad exigidos.

Desde la cuidadosa elección de las materias primas y la homologación de los proveedores con los que se va a trabajar, hasta los controles previos a la comercialización de la prenda terminada, el proceso productivo es rigurosamente controlado hasta que cada prenda llega a manos del cliente. Este proceso de producción está sometido a exhaustivos controles de calidad que permiten garantizar la seguridad del cliente y el cumplimiento con los requisitos legales específicos de cada país donde se comercializan las prendas.

Al inicio de la cadena, se realizan auditorías periódicas a las fábricas de los proveedores para asegurar que cumplen

con la normativa aplicable y estándares de producción, seguridad del producto, etc.; y que el proveedor cumple con las especificaciones técnicas y estándares de calidad de Tendam para cada uno de los productos solicitados.

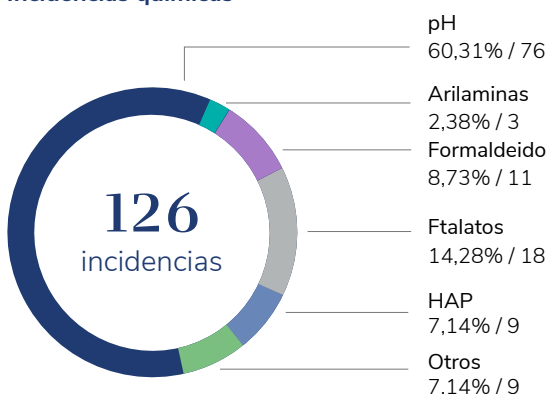
Cada una de las referencias que salen al mercado se someten a ensayos fisicoquímicos que deben realizarse en laboratorios externos acreditados (Aitex, Bureau Veritas o SGS) para garantizar la salud y seguridad del cliente y la ausencia de sustancias nocivas para el medio ambiente. Se realizan, entre otras, pruebas de pilling, solidez, encogimiento, resistencia de costuras y ausencia de sustancias tóxicas para cada una de las referencias.

Los resultados de los ensayos se reciben en el Departamento de Calidad antes de la salida de los pedidos de las fábricas de los proveedores, de forma que les permite controlar, en todo momento el estado de las prendas y corregir a tiempo las posibles desviaciones y no conformidades detectadas.

Ensayos químicos de prendas

Sustancias	Fibras naturales	Fibras sintéticas	Piel	Plásticos	Elementos metálicos	Revestimientos	Estampados plastisoles
Formaldehído	◆	◆	◆				
pH	◆	◆	◆				
Arlaminas (colorante azoico)	◆	◆	◆				
Fenoles	◆		◆				
Plomo				◆	◆	◆	◆
Cadmio				◆	◆	◆	◆
Níquel					◆		
Cromo VI			◆				
Colorantes carcinógenos (EG)		◆					
PCCC (Parafinas cloradas)			◆			◆	
Ftalatos							◆
HAP (Hidrocarburos aromáticos policíclicos)				◆			◆
SPFO						◆	
Fumarato de dimetilo							Sólo Gel de Sílice

Incidencias químicas



11.242
Patrones analizados



98,9%
Ensayos químicos favorables

Diálogo permanente con el cliente

El contacto directo y la comunicación multicanal son una pieza clave en el modelo de atención al cliente de la compañía, buscando su satisfacción como principal objetivo. La mejora de la experiencia de compra solo es posible a través de una comunicación transparente, basada en un comportamiento ético y responsable, clave para ofrecer un servicio que dé respuesta a los requerimientos de los clientes.



La compañía pone las medidas para comunicarse con sus clientes de forma respetuosa, clara, y asegurando que cumple con la legislación vigente en materia de protección al consumidor y de protección de datos, cumpliendo con las exigencias y estándares internacionales y nacionales de los países donde opera.

Se trabaja en una herramienta Omnicanal integrada con los sistemas de la compañía, que permite responder de una forma ágil y dinámica a las consultas de los clientes en el momento y por el canal que ellos prefieran, desde una misma interfaz de forma integral.

Nuestros socios

Los Clubs de fidelización de cada una de las marcas, son un activo muy importante para la compañía. En la actualidad Tendam tiene más de **26 millones de socios** en los Clubs de fidelidad de Cortefiel, Springfield y Women'secret.

Su misión es crear una relación sólida y duradera con sus socios, basada en la oferta de contenidos y beneficios exclusivos. A través de una comunicación bidireccional, que se ve reforzada con mensajes, emails, espacios web y redes sociales, Tendam recibe feedback de sus productos y de las necesidades de los clientes trabajando en la mejora de la personalización de la oferta al cliente.

Nueva tarjeta club Cortefiel & Pedro del Hierro

El Club Cortefiel & Pedro del Hierro ha lanzado una nueva tarjeta universal de pago MasterCard totalmente gratuita. Además de todas las ventajas del Club, ofrece a sus titulares ventajas adicionales tales como la acumulación de descuentos por valor del 1% de las compras que hayan realizado en otros establecimientos.

Esta tarjeta ofrece nuevas modalidades de pago fraccionado (6 meses sin intereses ni comisiones) y la posibilidad de disfrutar de promociones exclusivas, regalos y otros beneficios.



Redes sociales

Las redes sociales juegan un valor protagonista en la estrategia de comunicación de las marcas de Tendam. Permite comunicarse directamente con sus clientes y establecer una relación de escucha y proactividad entre ellos y nuestras firmas. Son una excelente vía de comunicación que nos acerca, crea relaciones emocionales con las marcas y refuerzan la confianza.

Nuestra comunicación en redes es comprometida y creamos contenidos que afianzan los compromisos que mantenemos con la sociedad:

- ◆ Springfield focalizó su campaña “Salvemos nuestro Mediterráneo” junto a National Geographic aportando 1€ por cada hastag #SalvemosNuestroMediterraneo que se compartió en su Instagram. Con esta comunicación se consiguió concienciar a los usuarios de la problemática medioambiental a la que se enfrentan los océanos, pudiendo además participar en la causa de forma directa a través de la plataforma digital.



- ◆ Cortefiel impulsó su iniciativa Perfectos Imperfectos con la Fundación Cadete a través de la campaña #SoyPerfecta/o en el Instagram de celebridades como Eva González, Nuria Roca y Saúl Craviotto. A través de esta campaña se difundieron mensajes que favorecían la inclusión de todas las personas, sin importar sus capacidades.

- ◆ Women'secret activó su proyecto Women Power celebrando el Día Internacional de la Mujer junto con la entidad Plan International centrandó su mensaje en los post y stories de influencers. De esa manera se generaron mensajes emotivos, centrados en reconocer la fuerza de todas las mujeres, que son la esencia de la marca.



Servicio de atención al cliente

Nos mostramos cerca de nuestros clientes con una atención cuidada y personalizada, y mantenemos abiertos distintos canales para poder establecer una comunicación permanente y bidireccional.

Para garantizar un servicio de la máxima calidad y adaptarse a las necesidades del cliente disponemos de un Servicio de Atención al Cliente (SAC) totalmente accesible y multicanal, ya sea por vía telefónica, red social, correo electrónico y postal y web de la compañía. El Servicio de Atención al Cliente, está estructurado para dar respuesta integral y diferenciada a todos sus usuarios, ofreciendo información y soluciones ágiles y eficaces.



722.853 Casos atendidos a través del SAC



94% nivel de Atención al Cliente



88% considera excelente o muy bueno el servicio brindado



En 2019 se han realizado un total de 1.362.505 gestiones a través de los distintos canales que se ponen a disposición de los clientes, con un **94%** de nivel de servicio en Atención al Cliente. La compañía tiene una enorme consideración por la opinión del cliente y se esfuerza en resolver todas sus observaciones satisfactoriamente, consiguiendo que durante este año sólo un **0,63% fueron quejas o reclamaciones**. En 2019 se han recogido 1.155 hojas reclamaciones de tiendas en España. Las hojas de reclamaciones que se reciben en tienda son dirigidas al SAC para su tramitación. Para la gestión de las mismas, los técnicos recaban toda la información necesaria de la tienda y los departamentos afectados y se solicitan más detalles al cliente si fuera necesario. La resolución se envía al cliente dentro de los plazos reglamentarios que oscilan entre los 10 y los 30 días, resolviéndose el 85,3% de las tareas en un plazo inferior a 14 días.

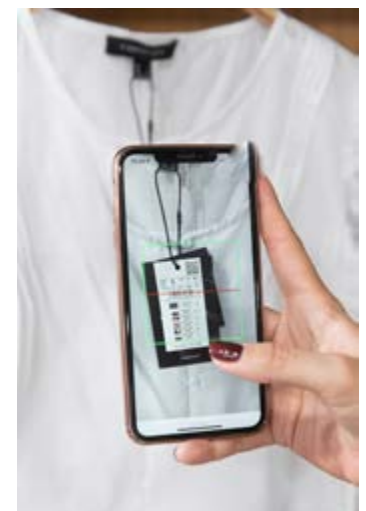
La compañía analiza todas las opiniones y sugerencias recibidas, logrando así una mejora continua que le permita ofrecer productos y servicios de máxima calidad, adaptados a las preferencias de sus clientes.

Información al cliente

Tendam mantiene un diálogo constante con sus clientes a través de nuestra relación con los socios adscritos a los programas de fidelización de nuestras marcas. Nuestra conversación nos acerca a ellos para involucrarles, personalizar su experiencia de compra y ofrecerles soluciones a sus gustos y necesidades. En definitiva, queremos conocerles mejor.

Somos responsables de que esta comunicación sea segura por lo que actuamos conforme a la normativa de protección de datos y privacidad vigente en cada uno de los mercados donde operamos. Además, los equipos encargados de la gestión de datos cuentan con el conocimiento y la formación necesarios para dar un uso adecuado de ellos. Queremos que en todo momento nuestros clientes se sientan seguros.

En cuanto al etiquetado de las prendas los usuarios pueden encontrar toda la información necesaria, adaptada a las exigencias de la normativa internacional y de los distintos países en las que se comercializan. Se incluyen, en todos los idiomas necesarios, datos relevantes como el origen, composición y proceso de lavado de las prendas.



Comunicación con valores

Tendam considera esencial establecer una comunicación basada en el respeto y la igualdad hacia sus stakeholders. Una comunicación responsable, sostenible y comprometida con las nuevas necesidades que demanda la sociedad, teniendo en cuenta que este mundo diverso y global requiere generar confianza con sus colaboradores y clientes.



La compañía enfoca su comunicación responsable en la igualdad, el respeto y la diversidad:

Igualdad

Un objetivo fundamental es el desarrollo de relaciones laborales basadas en la igualdad de oportunidades y la no discriminación, promoviendo un entorno de trabajo abierto e integrador. Hemos desarrollado un protocolo sobre el lenguaje inclusivo en nuestros canales de comunicación interna, como un instrumento clave para trabajar por la igualdad a partir del uso del lenguaje en todas las comunicaciones de la compañía.

Respeto

Contamos con una política interna de uso de la imagen de la mujer, fruto de nuestro compromiso por difundir una imagen adecuada de la mujer en las campañas publicitarias, promoviendo el uso de modelos corporales acordes a los cánones de belleza saludable y el respeto por la dignidad de la persona en todos sus ámbitos.

Diversidad

Women'secret, nuestra marca creada por y para mujeres, ha lanzado la campaña de comunicación "De nosotras para vosotras" que es un homenaje a todas las mujeres, sean como sean. Desde esta mirada Women'secret apuesta por la mujer real, escuchando sus necesidades, creando líneas de ropa íntima hechas para ellas y diseñadas pensando en la diversidad de cuerpos.



Inclusión

Creemos en la belleza de lo imperfecto y en el hecho de que ser diferente no limita las oportunidades para un futuro mejor. Partiendo de este valor esencial, nace el proyecto Perfectos Imperfectos, la iniciativa solidaria de la Fundación Cadete a la que se ha unido Cortefiel.

Gracias a esta colaboración nuestros modelos más especiales fueron los niños con discapacidad de la Fundación, que han sido becados con tratamientos de rehabilitación gracias a los beneficios obtenidos con la venta de la colección capsula solidaria.



5.

Nuestras personas

Comprometidos con las personas

Conciliación y beneficios sociales

Seguridad y salud

Diversidad, inclusión e igualdad

Gestión del talento

Oportunidades de formación y desarrollo profesional





Comprometidos con las personas

Nuestro equipo es una pieza imprescindible en la generación de valor, representando a la perfección valores de nuestra compañía tales como el respeto, transparencia, igualdad de oportunidades, comunicación continua y diversidad.

Más de 10.700 profesionales forman un equipo diverso y lleno de talento, que vive su trabajo diario con pasión y compromiso. Nuestro equipo está ubicado entre las sedes corporativas de Madrid y Barcelona, las oficinas internacionales de Hong Kong, Bangladesh e India, los centros logísticos y el conjunto de la red comercial de tiendas.

Se establecen condiciones de trabajo de calidad, ofreciendo oportunidades a todos los colectivos por igual, promoviendo el desarrollo profesional y velando por la salud y seguridad.

Se garantiza, también, que los rangos salariales se establecen en base a los niveles fijados en los correspondientes convenios o países, de acuerdo con la categoría profesional y antigüedad del empleado, independientemente de su género o de cualquier otro condicionante.

La compañía se preocupa por crear la mejor experiencia, enfocada en atraer y desarrollar a los empleados, dirigiendo sus esfuerzos a retener el talento de los profesionales que ya están en la compañía a través de la formación y las promociones internas.



Top Employer 2019

Un año más Tendam ha sido certificada como Top Employer en España, reconocida desde hace más de 10 años como una de las empresas con las mejores condiciones para sus empleados.



Nuestros compromisos

- ◆ Contar con el mejor equipo de personas, asegurando su salud y bienestar.
- ◆ Impulsar un ambiente de trabajo que asegure la motivación y satisfacción personal.
- ◆ Implementar un sistema de remuneración que ayude a atraer y motivar a las personas.
- ◆ Fomentar una contratación inclusiva, que permita seleccionar al mejor talento.
- ◆ Contar con un equipo que permita el crecimiento de la compañía, aprovechando su capacidad de innovación.
- ◆ Valorar a todas las personas en base a criterios de igualdad y no discriminación.
- ◆ Ofrecer nuevos retos y fomentar el desarrollo profesional para alcanzar su máximo potencial profesional.

Relaciones laborales y diálogo social

La compañía impulsa la comunicación con las organizaciones sindicales, garantizando la libertad de afiliación y el derecho de los trabajadores a ser representados, para defender y proteger sus derechos laborales.

La plantilla en España, Bélgica, Francia, México y Portugal está cubierta al 100% por sus respectivos convenios colectivos. En el resto de países se aplica la ley laboral correspondiente en cada territorio.

En España, los sindicatos más representados son CCOO y UGT, destacando también a nivel autonómico CIGA en Galicia, ELA en el País Vasco e Intersindical Canaria en Canarias. Tendam aplica los 52 Convenios Colectivos Provinciales de Comercio Textil.

Tienen a su disposición canales eficaces y confidenciales para poder manifestar cualquier tipo de incumplimiento o violación al respecto. Con estos canales bidireccionales se asegura la escucha y el diálogo permanentes con los trabajadores y se facilita la relación entre la Dirección y la plantilla, la relación entre la dirección y la plantilla, permitiendo atender a las diferentes necesidades y mantener al empleado permanentemente informado.

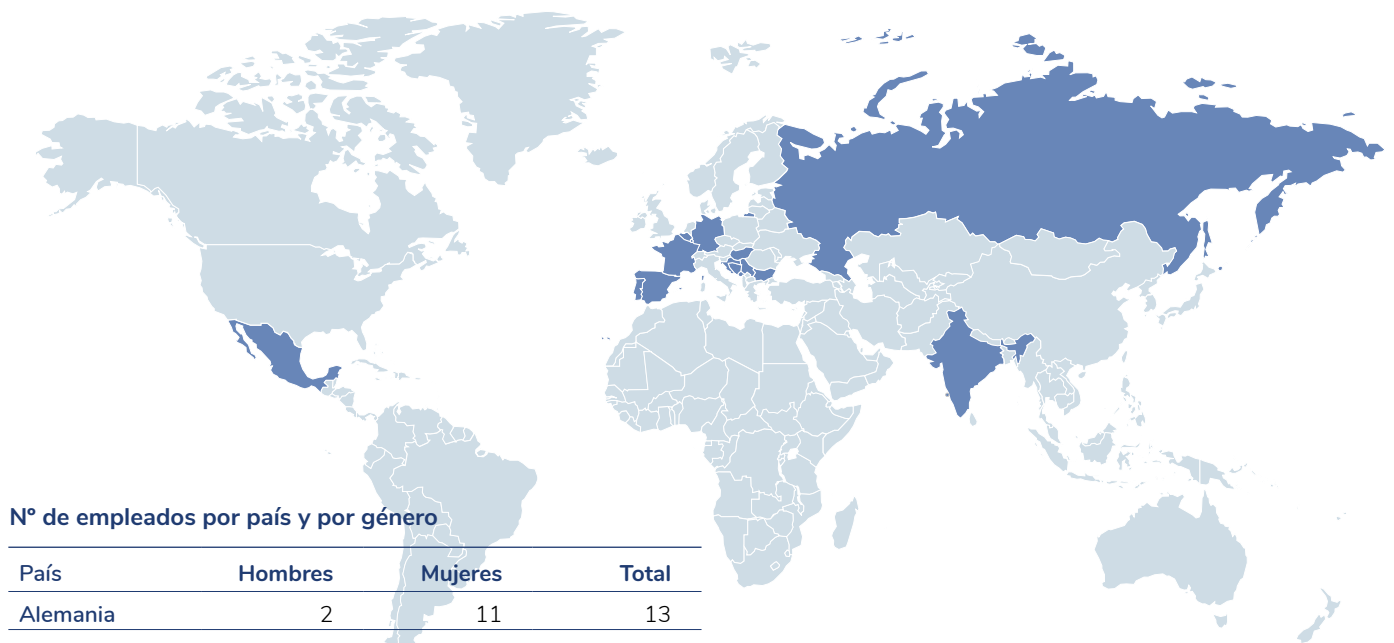


Actualmente existen 28 Comités de Empresa en toda España, y un total de 292 delegados de personal y miembros de comité. En 2019 han tenido lugar 43 reuniones con los representantes de los trabajadores facilitando una comunicación fluida y constante, a través de canales eficaces y confidenciales para poder manifestar cualquier tipo de incumplimiento o violación al respecto, asegurando la escucha y el diálogo permanentes con los trabajadores.

En España, Portugal y México el Canal de Denuncias actúa como canal reglamentario para el procesamiento de denuncias de incumplimiento de nuestro Código Ético.



Nuestras personas en cifras



Nº de empleados por país y por género

País	Hombres	Mujeres	Total
Alemania	2	11	13
Bangladesh	3	2	5
Bélgica	20	119	139
Bosnia	3	90	93
Bulgaria	0	18	18
Croacia	3	99	102
España	1.257	6.124	7.381
Francia	35	118	153
Hong Kong	20	33	53
Hungría	26	159	185
India	5	7	12
Luxemburgo	1	25	26
México	84	192	276
Montenegro	0	21	21
Portugal	175	1.142	1.317
Rusia	61	621	682
Serbia	16	243	259

Nº de empleados por edad

Rango de edad	Total	%
Menor de 25	2.205	21,9%
Entre 25 y 35	4.627	46%
Entre 35 y 50	2.689	26,7%
Mayor de 50	532	5,3%
Total	10.053	

Alcance 93,6% de la plantilla

Nº de empleados por género y categoría profesional

Directivos y
Mandos
superiores**115**
43,9%
hombres**262**
2,4%**147**
56,1%
mujeresMandos
Intermedios**451**
21,8%
hombres**2.070**
19,3%**1.619**
78,2%
mujeresDependientes,
administrativos
y otros**1.145**
13,6%
hombres**8.403**
78,3%**7.258**
86,4%
mujeres

Tipo de contrato por género y categoría profesional

Tipo de contrato	Género		Categoría profesional		
	Hombres	Mujeres	Mandos Superiores	Mandos Intermedios	Dependientes y otros
Contrato Indefinido	1.286	6.041	253	2.025	5.049
Contrato temporal	425	2.983	9	45	3.354
Total	1.711	9.024	262	2.070	8.403

Tipo de contrato por edad

Rango de edad	Indefinido	Temporal	Total
Menor de 25	1.121	1.084	2.205
Entre 25 y 35	2.969	1.658	4.627
Entre 35 y 50	2.074	615	2.689
Mayor de 50	481	51	532
Total	6.645	3.408	10.053

Alcance 93,6% de la plantilla



Conciliación y beneficios sociales

La conciliación y organización del tiempo de trabajo es fundamental, logrando un equilibrio entre la vida personal y laboral. Por ello, la política de Recursos Humanos incluye medidas específicas para favorecer un entorno flexible, abierto y tolerante en beneficio de los empleados, clave en la atracción y retención de talento, especialmente en las nuevas generaciones.

La compañía cuenta con medidas de flexibilidad horaria, dependiendo de la posición de trabajo, enmarcadas en el ámbito de la política de salud.

Estas medidas de flexibilidad horaria incluyen:

- ◆ Flexibilidad de horarios y jornadas reducidas que se adaptan a las necesidades particulares.
- ◆ Programas personales de apoyo a la maternidad y paternidad, con horarios continuados para evitar interrupciones de jornada, y solapamientos con horarios de pareja en el cuidado de menores.



Número de días de baja por nacimiento de hijos

	España		Internacional	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Nº de días	953	28.723	0	47.345

Permisos y excedencias (Datos para España)

Número de empleados	Hombres	Mujeres	Total
PERMISOS MATERNIDAD / PATERNIDAD			
Permiso de paternidad y maternidad	28	328	356
Riesgo durante el embarazo	0	287	287
REDUCCIÓN DE JORNADA / EXCEDENCIAS			
Reducción por guarda legal hijo menor de 12 años	16	816	832
Reducción por cuidado de familiares	0	5	5
Reducción por motivos personales	1	22	23
Reducción por cuidado de hijos menores enfermos	0	10	10
Excedencia	24	111	135

Se ofrecen beneficios sociales a los empleados que se adecúan de manera diferente a los requerimientos de la red de ventas y de los servicios corporativos.

- ◆ Servicios de comedor y servicio médico en la sede central
- ◆ Reconocimientos médicos completos
- ◆ Programa de Bienestar: Fisioterapia, Yoga y mindfulness
- ◆ Cheques guardería
- ◆ Seguro médico
- ◆ Jornada reducida para el cuidado de menores hasta los 12 años
- ◆ Ayudas a la educación a todos los hijos de empleados hasta los 16 años
- ◆ Tarjeta de descuento en todas las marcas del Grupo
- ◆ Descuentos en otras compañías
- ◆ Cheques Gourmet
- ◆ Tarjeta transporte público
- ◆ Beneficios en la formación

La compañía tiene el compromiso con sus empleados de proporcionarles un Programa de Retribución Flexible que permite adaptar la política de retribución a las necesidades particulares del trabajador. Incluye productos y servicios en condiciones ventajosas, tales como los cheques guardería, seguro sanitario, ayuda al estudio o adquisición de ordenadores, entre otros.



Tipo de jornada por género, edad y categoría profesional

Género	Completa	Parcial
Mujer	3.883	5.141
Hombre	1.026	685
Categoría profesional		
Directivos y Mandos superiores	242	20
Mandos Intermedios	1.766	304
Dependientes, administrativos y otros	2.901	5.502
Edad*		
Menor de 25	621	1.584
Entre 25 y 35	1.866	2.761
Entre 35 y 50	1.521	1.168
Mayor de 50	376	156

* Alcance 93,6% de la plantilla

Seguridad y salud

Velamos por la salud y el bienestar de nuestros empleados, apostando por un entorno de trabajo seguro, que favorece un mayor compromiso y satisfacción de éstas.

A través de nuestro plan de protección de la salud contribuimos a la seguridad y bienestar mediante:

Espacios Cardioprotegidos

Se ha apostado por la creación de Espacios Cardioprotegidos que cuentan con desfibriladores automáticos en la sede central en Madrid, el centro logístico de Aranjuez y algunas tiendas. Además, se ha hecho extensible un plan de cardioprotección de respuesta integral ante cualquier emergencia cardiaca. El año anterior, se renovó la formación de 17 trabajadores en técnicas de Reanimación Cardiopulmonar (RCP) para poder actuar rápidamente hasta la llegada de los servicios de emergencia.

Cultura del bienestar

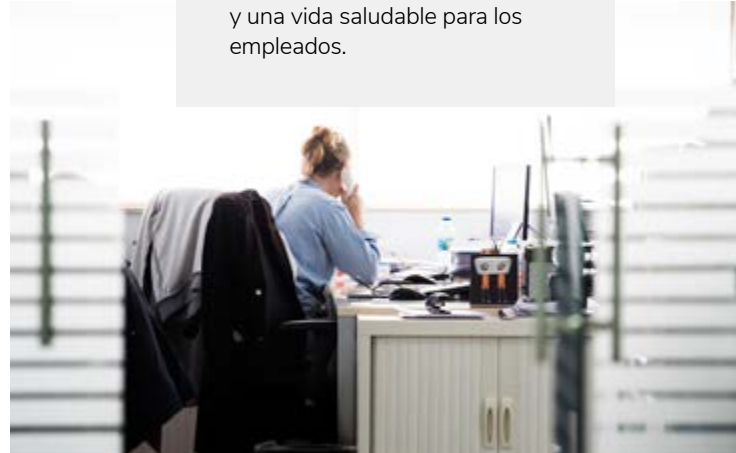
En la Sede Central, contamos con un programa saludable que busca generar un impacto positivo en el bienestar y la motivación de los empleados. Be!Healthy nace bajo la premisa de que el desempeño profesional depende en gran medida del bienestar físico y emocional.

- ◆ **Mindfulness y Yoga:** Iniciativas con sesiones grupales y de práctica individual, que ayudan a los empleados a cuidar su salud psicológica proporcionando el apoyo y herramientas necesarias para gestionar sus emociones y estrés.
- ◆ **Servicio de Fisioterapia** en nuestras oficinas centrales gracias a nuestro acuerdo con Ilunion-Grupo ONCE. Se ofrece un servicio personalizado dirigido a la recuperación de cada paciente, aplicando tratamientos de terapia manual.
- ◆ **Campañas de salud.** Se ha creado un espacio de comunicación interna destinado a la publicación de diversos temas relacionados con la salud con el objetivo de potenciar una vida saludable.
- ◆ **Talleres de Risoterapia:** Sesiones presenciales para potenciar una profunda sensación de bienestar y aprender a valorar la importancia del optimismo para nuestra salud.
- ◆ **APP Gympass:** Una plataforma online que da acceso a los empleados a una amplia red de centros deportivos y programas de ejercicio, siendo accesible en cualquier lugar de España.

3 SALUD Y BIENESTAR



Las actividades del servicio médico y de prevención se enfocan en proporcionar un ambiente de trabajo seguro y una vida saludable para los empleados.



Servicio Médico

El Servicio Médico de la sede central, integrado por personal propio, lleva a cabo actividades preventivas y asistenciales que garantizan la seguridad de los diferentes puestos de trabajo. Supervisa las bajas por incapacidad temporal y se reúne mensualmente con el equipo médico externo para establecer procedimientos de ayuda para adelanto de consultas y pruebas médicas.

Desde la sede central se llevan a cabo las siguientes tareas:

- ◆ Consulta de medicina general con dispensación de medicación y recetas.
- ◆ Asistencia de enfermería: control de la tensión arterial, glucemias, curas, inyectables, etc.
- ◆ Atención de urgencias y accidentes de trabajo en primera atención para su derivación a centro sanitario.
- ◆ Coordinación de los reconocimientos médicos periódicos para empleados de sede central y almacenes.
- ◆ Campañas de vacunación antigripal.
- ◆ Campaña de salud visual y bucodental.
- ◆ Talleres de gestión de estrés.
- ◆ Información sobre vacunaciones preventivas para viajes al extranjero y posterior vacunación si es necesario.
- ◆ Conciertos con clínicas oftalmológicas y dentales.
- ◆ Colaboración con el Centro de Transfusión de la Comunidad de Madrid.

Asistencia Sanitaria (datos de España)

Reconocimientos médicos realizados	1.464
Consultas de medicina general	9.537
Actuaciones de enfermería	4.020
Medicamentos dispensados	8.900
Trabajadores vacunados de antigripal	99
Trabajadores vacunados de otras vacunas	70
Trabajadores participantes en campaña de donación de sangre	85

Horas de absentismo

	Hombres	Mujeres	Total
Número de horas*	108.455	817.258	925.713

*Horas no trabajadas por accidente laboral y enfermedad común.



Servicio de Prevención de Riesgos Laborales

El Servicio de Prevención de Riesgos Laborales engloba las especialidades de Seguridad, Ergonomía e Higiene y un servicio externo de Vigilancia de la Salud. En España, la compañía cuenta con 44 delegados en materia de Prevención distribuidos en 22 provincias, y se mantienen reuniones trimestrales con los 16 Comités de Seguridad y Salud. Estos comités locales permiten la puesta en práctica y consolidación de los objetivos establecidos en materia de seguridad y salud, mediante un continuo análisis y seguimiento de la actividad preventiva programada.

Durante el ejercicio 2019 se han llevado a cabo las siguientes actuaciones:

- ◆ Estudio, detección y prevención de posibles problemas de clima laboral en los centros de trabajo, llevándose a cabo 65 Evaluaciones de los Factores Psicosociales, tanto en tienda como en Sede Central.
- ◆ Realización o revisión de las Evaluaciones de Riesgos y de los Planes de Evacuación y Emergencia de 292 tiendas.
- ◆ La formación en seguridad y salud se ha fortalecido a través de la herramienta online formando 1.119 empleados.

A nivel internacional, cabe destacar durante el ejercicio 2018, en México se constituyeron y actualizaron las Brigadas de Seguridad e Higiene; además se comenzó la implementación de los recorridos trimestrales para identificar puntos críticos de seguridad y tomar las acciones pertinentes para prevenirlos y mitigarlos. Además, se realizó un estudio por ciudad para identificar cursos en formación en prevención de riesgos laborales (incendios) que permitieron capacitar a las citadas brigadas para su actuación en caso de emergencia.

Entre las actividades profesionales que se realizan dentro de la compañía no se percibe una especial incidencia o riesgo a sufrir enfermedades profesionales, no habiéndose detectado ninguna en este año.

Accidentalidad Laboral (datos para España)

		Hombres	Mujeres
Accidentes con baja en centro de trabajo	Leves	14	88
	Graves- Mortales	0	0
Accidentes con baja in itinere	Leves	9	46
	Graves- Mortales	0	0
Total Accidentes		23	134

Formación en Seguridad y Salud (datos para España)

Empleados que han recibido formación en PRL	Hombres	Mujeres
Encargados	28	168
Dependientes	110	813
Horas de formación en PRL	1.087,5	7.430

Igualdad, diversidad e inclusión

Promovemos la igualdad de oportunidades de las personas que quieren crecer en la compañía, independientemente de su identidad de género, edad, cultura, religión o valores. La igualdad, diversidad e inclusión de los equipos es el reflejo de la diversidad de los clientes, de las distintas marcas y de los países donde estamos presentes.

Igualdad de género

El mayor potencial de una organización son las personas que la integran y estamos convencidos de que garantizar la igualdad de oportunidades permite alcanzar un crecimiento sostenible, una mayor riqueza de capital humano y una mayor competitividad.

Hemos dado grandes pasos en nuestra estrategia por la igualdad:

- ◆ **Sensibilización.** Se han realizado distintas acciones de formación sobre el Plan de Igualdad como píldoras informativas sobre igualdad a personal de puestos claves y formación específica para aprender a gestionar situaciones de violencia de género.
- ◆ A través del **Código de Conducta Interno y Externo** garantizamos la igualdad de oportunidades y el trato no discriminatorio, justo e imparcial de las personas en todos los ámbitos de nuestra compañía, incluyendo tanto a los empleados como a nuestros proveedores.
- ◆ La compañía dispone de un **Protocolo para la prevención del acoso sexual** en su empeño de salvaguardar la dignidad laboral de todos los trabajadores y trabajadoras, manifestando que no se tolerarán situaciones de acoso sexual.
- ◆ A través del **Plan de Igualdad**, aprobado en 2012 y elaborado en colaboración con los sindicatos CCOO y UGT, se recogen políticas y acciones encaminadas a fomentar la diversidad y la igualdad entre todos los grupos de la empresa. La compañía está trabajando en la segunda edición del Plan que recogerá los objetivos y estrategias de la compañía en materia de igualdad de género para los próximos años.
- ◆ Se ha lanzado **Women Sponsoring Program** como un nuevo proyecto interno de mentoring para impulsar el liderazgo femenino en mandos intermedios y en la alta dirección y buscar la proporcionalidad.
- ◆ Como parte de nuestro compromiso por una comunicación más respetuosa para la mujer, hemos desarrollado un **Protocolo sobre el lenguaje inclusivo** en nuestros canales de comunicación. Además, contamos con una **Política Interna de uso de la imagen de la mujer**, fruto de nuestro compromiso por difundir una imagen adecuada de la mujer en las campañas publicitarias, promoviendo el uso de modelos corporales acordes a los cánones de belleza saludable y el respeto por la dignidad de la persona en todos sus ámbitos.
- ◆ Disponemos de la **figura del Agente de Igualdad**, que diseña, dirige, coordina, dinamiza, implementa, gestiona y evalúa planes, programas, proyectos y campañas de acción positiva referidos a la igualdad de oportunidades y género en diferentes áreas de la compañía.
- ◆ Como reflejo del compromiso con los valores de igualdad y diversidad, hemos renovado un año más el **Charter de la Diversidad**, iniciativa europea que impulsa el trabajo voluntario de las empresas e instituciones en fomentar a diversidad y el respeto en el entorno de trabajo. De esta forma Tendam promueve una sociedad que comparte los mismos principios, y que fomenta la calidad de vida y trabajo de las personas.
- ◆ Nos unimos al **Directorio de Empresas comprometidas** con la igualdad reforzando los valores de nuestro trabajo asegurando la incorporación de la igualdad de género en todos los ámbitos de nuestra actividad.



Somos una compañía global que abraza la diversidad e impulsa un ambiente de trabajo de calidad, basado en el respeto y el crecimiento personal y profesional.



Mujeres

84%
en la compañía

56%
directivas



Diversidad e inclusión

En una industria como la moda, poder contar con habilidades, visiones o experiencias diferentes aporta valor a la empresa ya que fomenta el aprendizaje, enriquece a las personas y permite desarrollar las mejores ideas para satisfacer las necesidades de los clientes. Nuestro objetivo es el desarrollo de relaciones laborales basadas en la igualdad de oportunidades y la no discriminación promoviendo un entorno de trabajo abierto e integrador.

Buscamos la diversidad en todas las áreas y fomentamos la contratación de personas con capacidades diferentes en nuestras ofertas de empleo. La compañía dispone de un plan de acción de integración con foco puesto en aumentar nuestra plantilla con personas con discapacidad, así como la incorporación de otros elementos de inclusión que favorezcan la oferta de productos y servicios adaptados.

En 2018 la compañía firmó un convenio de colaboración con la Fundación ONCE, en virtud del cual, se sumó al Programa INSERTA, con el objetivo de seguir impulsando la inserción laboral de personas con discapacidad en su plantilla y seguir poniendo en marcha medidas de accesibilidad que contribuyan a la mejora de las condiciones de vida de las personas con discapacidad. A cierre de ejercicio cuenta con 88 empleados con discapacidad en España: 76 mujeres y 12 hombres.



Procesos de selección

Garantizamos las mejores prácticas en la búsqueda, selección y fidelización del talento, asegurando los principios de igualdad de oportunidades y no discriminación. La compañía apuesta por aquellos perfiles profesionales que, no solamente reúnen las capacidades técnicas necesarias, sino que encajan con nuestra cultura y valores corporativos. A la hora de establecer las condiciones de contratación y políticas de retribución, se estudia la valía de los empleados, sin tener en cuenta su género, país de origen, religión, diversidad funcional u orientación sexual.

En 2019 hemos realizado distintas actuaciones en materia de discapacidad:

Sensibilización:

- ◆ Jornadas de Sensibilización para empleados con el objetivo de incentivar la contratación.
- ◆ Con motivo del aniversario de la firma del Convenio INSERTA, hemos realizado una campaña de sensibilización interna dando a conocer distintas historias de nuestros compañeros.
- ◆ Participamos activamente en actividades de voluntariado destinadas a personas con discapacidad.
- ◆ Creación de un módulo de formación especializado en la contratación de personas con discapacidad para encargados de tienda.

Compromiso con la integración laboral

- ◆ Análisis de puestos de trabajo y de nuevas fuentes de reclutamiento para fomentar la incorporación de personas con discapacidad.
- ◆ Creación de un procedimiento de selección y contratación más inclusivo.
- ◆ Procedimiento de atención personalizada a empleados con discapacidad.
- ◆ Adaptación de las instalaciones, tanto de la Sede como en tiendas.
- ◆ Realización de un programa de prácticas con entidades colaboradoras para fomentar la contratación posterior.

Gestión del talento

Creemos firmemente que los empleados son nuestro activo más importante y, por ello, trabajamos día a día para fomentar la atracción, desarrollo y retención del talento, conscientes de que supone un asunto clave para la rentabilidad y sostenibilidad del negocio.

La gestión del talento se rige por unos objetivos compartidos definidos en nuestra estrategia de RRHH, de acuerdo a los principios de ética, colaboración, igualdad de oportunidades y respeto a la diferencia.

Las herramientas para la gestión del talento, que tienen como finalidad conocer a los profesionales, promover su desarrollo y optimizar la movilidad y la promoción, se integran en tres pilares: evaluación, desarrollo y atracción.

Apuesta por la promoción interna

La movilidad interna es uno de los elementos esenciales para el desarrollo de los empleados, favorece el aprendizaje y el desarrollo profesional. Una gran mayoría de los directivos y responsables de equipos han sido designados por promoción interna, fruto de una política decidida en este sentido y de un equipo humano motivado, flexible y capaz de asumir nuevas responsabilidades. A través de la promoción interna la compañía busca reconocer el talento y retenerlo dentro de la compañía, ofreciéndole la posibilidad de un crecimiento profesional adecuado a sus objetivos.

145
Promociones

Atraer el talento

Durante el año 2019 se ha avanzado en reclutamiento apostando por nuevos canales para asegurar la incorporación de los perfiles adecuados de una forma global, digital y eficiente. Las nuevas herramientas digitales se han convertido en canales estratégicos para la atracción y consolidación de este nuevo talento, necesario para el futuro de la compañía. Entre ellos destaca la web de empleo Be!Tendam, ubicada en nuestra web corporativa, y la página de Tendam en LinkedIn. Durante el año 2019 se han publicado más de 500 ofertas en distintos portales de empleo para procesos de selección y han aumentado en más de 5.700 el número de seguidores de LinkedIn.

Uno de nuestros objetivos como marca empleadora es dar a conocer las oportunidades de desarrollo profesional que Tendam ofrece dentro de sus diferentes áreas. Gracias al trabajo que nuestros equipos de RRHH llevan a cabo en los diversos Foros y Programas de empleo, son cada vez más los colectivos que nos conocen y se interesan por nuestra actividad y por incorporarse en nuestra compañía.



Algunas de las iniciativas que hemos puesto en marcha para atraer talento son:

Apostamos por el talento joven

Seguimos apostando por el talento joven, trabajando por generar oportunidades a través de nuestro Plan de prácticas profesionales. Por ello, buscamos apasionados por aprender nuestro oficio, con una actitud ligada a los valores de la compañía y motivados por un excelente asesoramiento a lo que más nos importa, nuestros clientes.

Nuestra labor: facilitarles las herramientas y trabajar con ellos tutorizándoles desde el terreno. Para conseguirlo la compañía mantiene además otras colaboraciones en forma de convenios de formación con 300 instituciones educativas de formación reglada para el empleo, instituciones públicas y

entidades sociales con los que busca fomentar la inclusión en el mercado laboral de los jóvenes y de los colectivos en riesgo de exclusión.

Durante estos años en Tendam hemos formado a cientos de jóvenes ofreciendo garantías de éxito y una alta tasa de contratación posterior, siendo este ejercicio del 22%. Todo ello nos posiciona como un referente para importantes asociaciones de ámbito nacional, con las que cada temporada compartimos éxitos rotundos gracias a la formación, inserción y empleabilidad de sus usuarios.

Comprometidos con la integración laboral

Nos comprometemos a seguir avanzando en la integración laboral, promoviendo la integración de personas con discapacidad y favoreciendo la inserción laboral de personas en riesgo de exclusión social para conseguir que vivan y trabajen en una sociedad en la que se garantice la igualdad de oportunidades para todos.

300 escuelas de formación
1.278 alumnos en prácticas
22% contratación posterior

La compañía promueve programas que van destinados a diferentes colectivos:

Sumando oportunidades

Nuestro programa Sumando Oportunidades, dirigido a jóvenes en riesgo de exclusión social y laboral, se basa en la detección de talento, desarrollo de cantera y creación de nuevas oportunidades a través de la formación y posterior posibilidad de contratación de estos alumnos. Con este programa, 215 jóvenes de entre 16 y 30 años, repartidos en 23 centros, se han formado en nuestros puntos de venta como vendedores y asesores de moda a lo largo de 2019.

215 jóvenes
52%
 contratación posterior

Programa Incorpora

A través del Programa Incorpora de la Fundación La Caixa se han incorporado durante este ejercicio 68 personas en riesgo de exclusión tras un período de formación en nuestras tiendas. Este programa busca potenciar la contratación de mujeres que han sufrido violencia de género, mayores de 45 años; además de personas con discapacidad y jóvenes en riesgo de exclusión social.

68
 personas contratadas

Fórmate con Garantía

Nos hemos unido al programa Fórmate con Garantía con la Fundación de Secretariado Gitano para impartir formación en competencias para el empleo y desarrollo personal, además de una formación profesional teórica y práctica, a jóvenes menores de 30 años y luchar contra la exclusión y discriminación en la formación y el empleo de la población gitana. 114 jóvenes se han beneficiado de este programa durante el pasado ejercicio.

114 jóvenes

Oportunidades de formación y desarrollo profesional

Nuestro compromiso con el aprendizaje y el desarrollo profesional de los equipos parte del convencimiento de que todos debemos ser partícipes del crecimiento de las personas en la compañía. El plan de formación tiene el objetivo de poner a disposición del empleado los recursos necesarios para potenciar sus habilidades y competencias para su desarrollo profesional y ofrece un catálogo de cursos adaptado al perfil de cada empleado.



Desarrollo profesional

El desarrollo profesional de los empleados es clave para alcanzar objetivos y dar una respuesta eficiente y adecuada a los clientes.

El objetivo es poner a disposición del empleado los recursos necesarios para potenciar sus habilidades y competencias para su desarrollo profesional.

Anualmente se identifican las fortalezas y las necesidades de desarrollo profesional de cada empleado a través de una evaluación de desempeño con el objetivo de identificar y gestionar el talento de la compañía, permitiendo reflexionar sobre las áreas fuertes y áreas de mejora detectadas, y estableciendo así planes de acción individuales para seguir creciendo.

Durante este ejercicio se han llevado a cabo más de 1.000 procesos de evaluación en nuestros equipos de tienda (encargados y segundos) y además se ha puesto en marcha el mismo proceso en los equipos de 1ª y 2ª línea de servicios corporativos (aproximadamente 250 empleados), logrando un mapa de talento como herramienta de gestión y planificación estratégica para la compañía.

Evaluación del desempeño por género y categoría profesional

Servicios Corporativos		
Directivos	Mandos Intermedios	Técnicos
15,23%	33,59%	51,17%
Hombres		Mujeres
36,71%		63,28%
Tiendas		
Encargados	Vendedores	
52,68%	47,32%	
Hombres		Mujeres
18,44%		81,56%



Programa de formación

Nuestro compromiso con el aprendizaje parte del convencimiento de que cada uno es el protagonista de su propio desarrollo.

El desarrollo profesional de los empleados es clave para alcanzar objetivos y dar una respuesta eficiente y adecuada a los clientes. El principal objetivo es facilitar los recursos y medios adecuados para el desarrollo de las competencias profesionales, tratando de dar respuesta a las necesidades reales de los empleados y mejorando así permanentemente sus conocimientos y aptitudes.

Cada año, elaboramos un Plan de Formación, comprometidos con la igualdad de oportunidades, que intenta cubrir múltiples disciplinas profesionales, idiomas y otros ámbitos de mejora personal. Disponemos de itinerarios de formación específicos para cada posición, tanto en modalidad presencial como digital, dirigido a la red de ventas y a los servicios corporativos.



A nivel internacional se han llevado a cabo a lo largo del año distintas acciones formativas de carácter presencial, en función de las necesidades estratégicas y operativas detectadas.

Estas acciones cubren una amplia variedad de contenidos, entre los que destacan: técnicas de venta, inventario, producto, click shopping o habilidades de dirección las cuales han contribuido tanto a la mejora de la capacitación de los equipos en el desarrollo de sus responsabilidades como en el impacto positivo del desarrollo del negocio en los países.



6.831

empleados que han recibido formación



42.937

horas de formación



16,39%

hombres



83,61%

mujeres

Horas de formación por categoría profesional

Servicios Corporativos			Tiendas	
Directivos	Mandos Intermedios	Técnicos	Encargados	Vendedores
303 h.	2.155 h.	7.040 h.	17.821 h.	15.618 h.

Formación presencial

Nuestra política de formación tiene como objetivo apoyar la consecución de los objetivos estratégicos del negocio. Por ello, el Departamento de Formación y Desarrollo, una vez recogidas y detectadas las necesidades formativas cada año, diseña un catálogo de cursos dirigidos tanto a la mejora de conocimientos técnicos como al desarrollo de habilidades profesionales.

Entre otros, hemos puesto en marcha este ejercicio programas de Productividad en tienda, con una nueva aplicación para la gestión del fichaje y de los horarios de la plantilla. Por otro lado, hemos dado continuidad a programas de idiomas presenciales en las oficinas de Madrid, Barcelona y en nuestro centro logístico de Aranjuez, y hemos trabajado con programas de Gestión Emocional (Mindfulness), dotando de recursos y técnicas para la "atención plena".



1.445

empleados de tienda



1.060

empleados de Servicios Corporativos



20.274

horas de formación presencial



Durante el 2018 se puso en marcha un programa interno de formación impartida por empleados, con resultados excelentes, aprovechando todo el talento interno de la organización. Se creó una escuela por áreas donde cada empleado puede elegir los cursos que más le interesen y asistir de forma presencial a las diferentes convocatorias

Este año hemos continuado con el proyecto que logró un gran éxito, y se ha completado mejorando la oferta formativa, mejorando los niveles de calidad. Gracias a los mentores, a sus conocimientos y su experiencia profesional y personal, los cursos han recibido una valoración y nivel de satisfacción superior a la del año anterior.

1.739

asistentes

23

mentores

5.668

horas

Formación E-learning

Apostamos por el desarrollo profesional dentro de la compañía, y el uso de una metodología digital nos permite hacer llegar más conocimiento al máximo número de empleados; para ello disponemos de **Be!Talent**, nuestro portal de formación y desarrollo al que tienen acceso todos los empleados desde su incorporación.

Los cursos están diseñados para hacerlos en un tiempo corto y ajustado a las jornadas de nuestros empleados, y el portal cuenta con un sistema de gestión del aprendizaje que nos permite hacer un seguimiento de su finalización y crear programas personalizados.



Formación a través de herramientas digitales

De manera complementaria, trabajamos con metodologías de gamificación a través de la app **Be!Talent&Game**, que busca aumentar la motivación de los participantes a través del juego, mediante técnicas de competición y recompensa: acumulación de puntos, escalado de niveles, desafíos o retos, etc.

La gamificación ya está implantada en España para Cortefiel, Pedro del Hierro, Women'secret y Springfield, y en Portugal, Rusia y México para Women'Secret y Springfield, con unos resultados muy positivos. Próximamente se ampliará el proyecto y se incorporarán nuevas marcas y nuevos países.

75%
empleados de tienda
registrados*

80%
usuarios en juego*

* Datos de España.

Remuneraciones medias por categoría profesional (euros)*

	Directores y mandos superiores	Mandos intermedios	Dependientes, administrativos y otros	Media
Alemania	0	44.784	22.812	25.140
Bangladesh	0	0	7.812	7.812
Bosnia	0	10.884	6.852	7.632
Bulgaria	0	27.540	13.164	18.576
Croacia	56.328	13.278	8.269	10.083
España	78.791	29.891	20.136	24.572
Francia	95.112	32.088	25.356	29.136
Hong Kong	84.811	49.002	35.366	45.120
Hungría	62.659	16.605	11.884	12.651
India	17.759	6.564	6.264	8.435
México	44.940	14.988	6.768	9.972
Montenegro	0	10.703	7.008	7.817
Portugal	130.212	20.772	13.932	15.756
Rusia	145.116	21.755	12.120	15.732
Serbia	69.170	10.563	6.379	8.445

Remuneraciones medias por género (euros)*

	Hombre	Mujer	Media
Alemania	35.916	22.560	25.140
Bangladesh	7.560	8.184	7.812
Bosnia	15.504	7.332	7.632
Bulgaria	18.516	18.588	18.576
Croacia	9.120	10.104	10.080
España	32.130	22.833	24.572
Francia	30.780	28.572	29.136
Hong Kong	58.098	37.376	45.120
Hungría	13.255	12.542	12.651
India	9.396	7.728	8.424
México	11.376	9.312	9.972
Montenegro	0	7.817	7.817
Portugal	20.460	14.988	15.756
Rusia	29.592	14.136	15.732
Serbia	25.173,01	7.322,64	8.445

Remuneraciones medias por edad (euros)*

	<25	25-35	35-50	>50
Alemania	11.766	17.275	27.377	24.165
Bangladesh	0	7.812	0	0
Bosnia	7.020	6.624	9.288	17.964
Bulgaria	14.496	18.012	30.252	0
Croacia	8.904	9.888	11.568	30.132
España	18.249	21.190	29.155	39.602
Francia	27.506	26.188	28.621	44.407
Hong Kong	22.848	28.956	51.036	44.988
Hungría	10.735	11.802	16.870	15.816
India	2.424	7.668	10.944	0
México	6.144	8.772	20.448	0
Montenegro	5.688	7.620	8.688	0
Portugal	13.476	14.280	20.028	30.816
Rusia	13.044	18.012	39.012	0
Serbia	6.345	6.579	11.663	16.203

* Calculado sobre las remuneraciones totales de la plantilla (fijo+ variable) convertido de moneda local a euros.

Diferencia en la retribución media por categoría profesional y género (datos para España)

General	Servicios centrales			Tiendas	
	Directores y Mandos superiores	Mandos intermedios	Dependientes, administrativos y otros	Mandos intermedios	Dependientes, administrativos y otros
29,19%	34,22%	2,96%	19,21%	9,31%	1,26%

Estos datos han sido calculados en base sólo a la diferencia salarial total percibida entre hombres y mujeres (retribución fija+variable) sin tener en cuenta otros factores que permitan una comparación precisa de trabajos equivalentes.

La diferencia salarial total del grupo resulta un 29,9% calculada teniendo en cuenta la ponderación del peso de cada país con respecto al grupo.

Número de despidos por género

	España		Internacional		Total
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	
Número de despidos	64	268	67	240	639

Número de despidos por categoría profesional

	España			Internacional		
	Mandos Superiores	Mandos Intermedios	Dependientes, administrativos y otros	Mandos Superiores	Mandos Intermedios	Dependientes, administrativos y otros
Número de despidos	6	94	232	3	56	248

Número de despidos por edad

	España	Internacional	Total
Menor de 25	58	41	99
Entre 35 y 50	177	45	222
Entre 25 y 35	92	18	110
Mayor de 50	5	7	12
Total	332	111	443

Alcance 93,6% de la plantilla

Accidentalidad laboral (datos para España)

	Hombres	Mujeres
Índice Frecuencia *	6,91	9,75
Índice Gravedad **	0,38	0,36
Días perdidos por accidentes	777	3.226

* Índice de frecuencia= (Nº de accidentes con baja en centro de trabajo *1.000.000) / Horas trabajadas

** Índice de gravedad= (Días de baja por accidente en centro de trabajo *1.000) / Horas trabajadas

Accidentalidad laboral (datos de Internacional)

	Hombres	Mujeres
Índice Frecuencia *	8,64	15,23
Índice Gravedad **	0,15	0,29
Días perdidos por accidentes	127	1.413

* Índice de frecuencia= (Nº de accidentes con baja en centro de trabajo + itinere *1.000.000) / Horas trabajadas

** Índice de gravedad= (Días de baja por accidente en centro de trabajo + itinere *1.000) / Horas trabajadas

6.

Cadena de suministro responsable

Nuestros proveedores

Código de Conducta Externo

Cadena de suministro responsable

Gestión de la logística





Nuestros proveedores

Actualmente se trabaja con proveedores de 50 países, tanto para la producción de prendas como para todo tipo de productos y servicios en aquellos países en los que la compañía tiene operación directa.

La transparencia, la igualdad de oportunidades y el interés mutuo son los ejes en los que se apoya la compañía para realizar la selección de proveedores. Elegirlos constituye un proceso intensivo de prospección y evaluación conforme a estándares de calidad, de producto, capacidad de producción y aspectos sociales.

El Grupo de Trabajo de Diligencia Debida de Terceros (GDDT), lleva a cabo procesos de revisión y control a determinados mercados, clientes y proveedores en función de determinados criterios de riesgo.

Se monitoriza la exposición del riesgo-país y se evalúan aquellos controles necesarios en terceros (proveedores o franquiciados) en función de sus circunstancias específicas por la criticidad de las operaciones.

Transparencia y comunicación

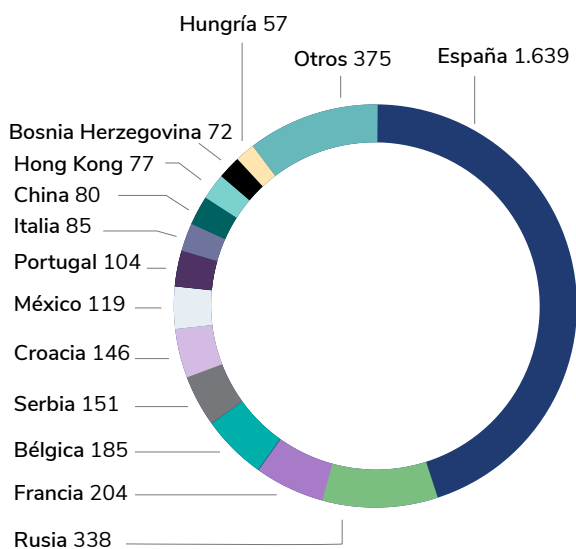
La comunicación con el proveedor debe realizarse de forma directa y transparente, tanto en la fase de contratación, como durante la prestación del servicio.

Los procesos de compra de servicios generales, el proceso de solicitud, contratación y adjudicación se realizan atendiendo a la tipología y al importe del producto o servicio, considerando el interés de la compañía y promoviendo de forma continua la transparencia, eficiencia y agilidad de los procesos de compra y contratación.

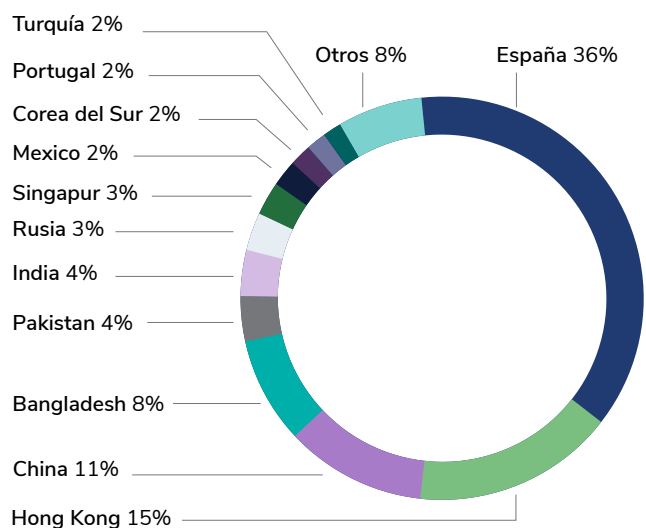
Para la gestión de compras de prendas y productos, existe un portal de proveedores que permite tener un acceso centralizado y único a toda la documentación y a las aplicaciones necesarias de una forma rápida y sencilla. Cada proveedor puede conectarse al portal desde cualquier parte del mundo y acceder a toda la información y aplicaciones a las que está autorizado. Es posible conocer en cada momento el estado de sus pedidos y facturas y la fase del circuito de aprobación en la que se encuentran.

La compañía dispone de un Canal de Denuncias al que, al que se accede tanto desde la intranet como desde la página web de la compañía, que permite a cualquier empleado o tercero comunicar posibles conductas irregulares, poco éticas o en contra de los principios establecidos por el Código de Conducta.

Número de Proveedores Activos (Prendas, productos y servicios)



Distribución de Pagos a Proveedores (Prendas, productos y servicios)



Código de Conducta Externo

En línea con los valores y compromisos en materia de comportamiento ético y responsable, la compañía extiende la responsabilidad a su cadena de suministro a través del Código de Conducta Externo. El objetivo último de este Código es integrar el respeto de los principios éticos y Derechos Humanos en todos los eslabones de la cadena de suministro.

Para asegurar que todos los proveedores trabajen bajo unas condiciones laborales responsables, el Código recoge 12 principios elementales basados en los principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y las directrices de la Organización Internacional del Trabajo (OIT).

La aceptación formal obligatoria del Código de Conducta Externo por parte de todos los proveedores mejora la trazabilidad del proceso, asegurando su conocimiento.

Además, para los proveedores de prendas, es una cláusula contractual en los contratos comerciales, y se someten a auditorías y evaluaciones periódicas para garantizar las condiciones laborales y sociales de sus trabajadores.

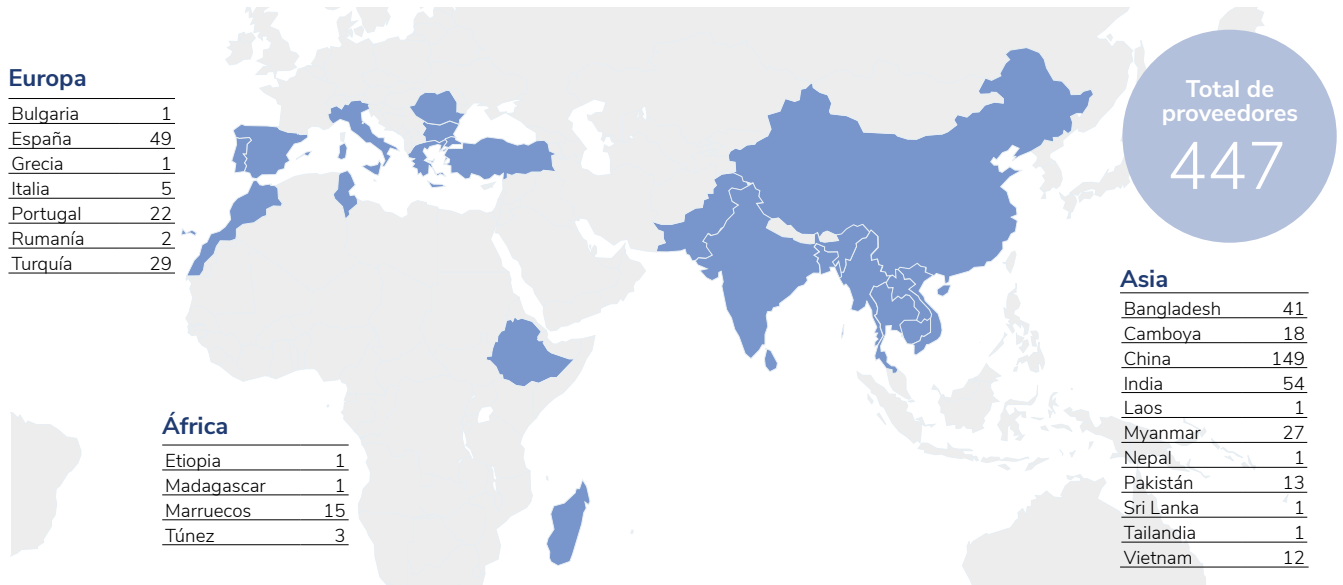


Código de Conducta Externo

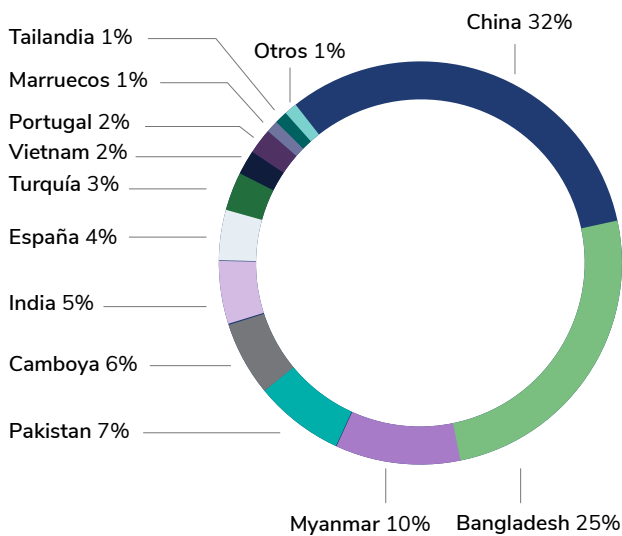
<p>1. Protección de los Derechos Humanos</p>	<p>2. Dignidad y respeto</p>	<p>3. Salud, seguridad e higiene</p>	<p>4. Pagas y beneficios</p>
<p>5. Horas laborales</p>	<p>6. Libertad de asociación y negociación colectiva</p>	<p>7. Trabajo forzado y obligatorio</p>	<p>8. No empleo infantil</p>
<p>9. No discriminación</p>	<p>10. Respeto al medioambiente</p>	<p>11. Cumplimiento de las leyes</p>	<p>12. Supervisión</p>

Cadena de suministro responsable

Proveedores de prendas clasificados por orígenes



Distribución de las compras de prendas por origen



Tendam trabaja bajo la premisa de promover las mejores prácticas en la cadena de suministro, basándose en una relación de confianza mutua con los proveedores, la colaboración a largo plazo, diálogo permanente y planificación conjunta.

Dentro de la cadena de suministro global, se lleva a cabo un proceso de prospección y homologación de proveedores conforme a estándares de calidad, de producto, capacidad de producción y aspectos sociales, para garantizar la calidad de los productos y las condiciones laborales y sociales de los proveedores.

Desde las oficinas de sourcing en Hong Kong, India, Bangladesh y Madrid se gestionan los proveedores y se controla la producción de las diferentes áreas geográficas. Su función principal es trabajar en coordinación con los proveedores y realizar la supervisión continua de las fábricas a través de auditorías de calidad y de cumplimiento del Código de Conducta.

Mecanismos de debida diligencia en DDHH





AMFORI es una asociación global para el comercio abierto y sostenible cuya misión principal es mejorar la sociedad y fomentar el uso sostenible de los recursos. A través de las iniciativas BSCI (Business Social Compliance Initiative) y BEPI (Business Environmental Performance Initiative) proporcionan un marco internacional para respaldar las actuaciones encaminadas a la reducción de los riesgos asociados a la cadena de suministro.

Amfori BEPI ofrece una amplia gama de servicios que permite a las empresas impulsar mejoras ambientales a lo largo de su cadena de suministro y llevar a cabo un comercio responsable. Cubre 11 áreas de desempeño ambiental que van desde el uso de energía y gases de efecto invernadero hasta la gestión química.

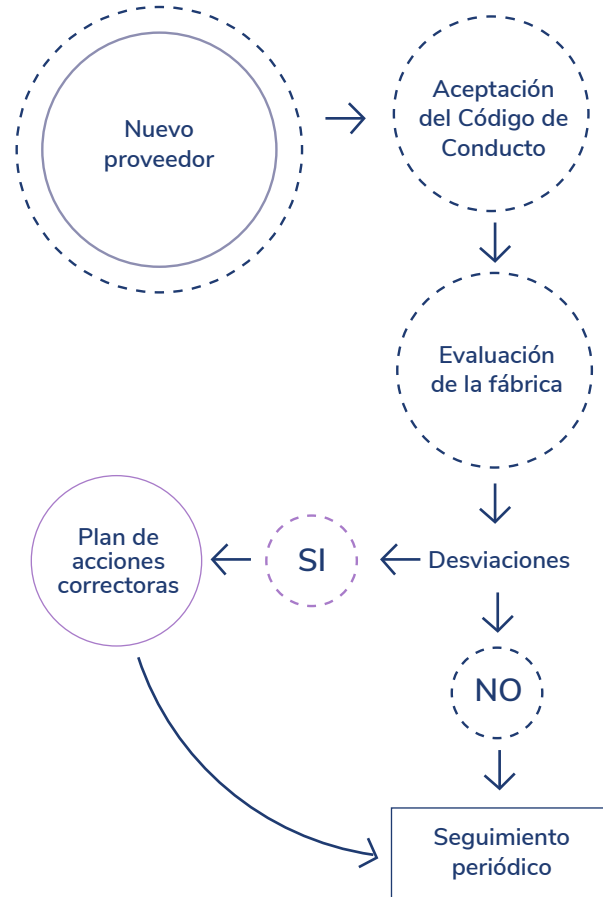
Tendam es miembro de AMFORI desde 2017, con el objetivo de reforzar la capacidad de evaluación y monitorización de proveedores a lo largo de toda la cadena de valor, a través de compartir el conocimiento y la experiencia con todos los miembros de la iniciativa.



Trazabilidad

Para llevar a cabo una mejor supervisión y seguimiento del producto, se ha implantado un sistema que mejora la trazabilidad de la cadena de suministro con todos los datos relativos al proveedor, fábricas donde se produce cada uno de los pedidos y los datos técnicos de la producción. Este sistema, permite a los equipos de compra y de auditoría tener una información inmediata sobre la trazabilidad de cada pedido.

Evaluación social de proveedores



Aceptación del Código de Conducta

Antes de comenzar cualquier relación de trabajo con un proveedor, llevamos a cabo una verificación de requisitos mínimos para todos los proveedores y aceptar nuestro Código de Conducta reflejando así su compromiso en materia de integridad, Derechos Humanos y medio ambiente.

Evaluación y validación

Para poder contratar un pedido, cualquier proveedor que trabaja por primera vez para cualquiera de las marcas de Tendam debe someterse a una evaluación por parte de los técnicos de la compañía sobre su capacidad técnica: procesos, maquinaria, capacidad de producción, etc.

Las evaluaciones se realizan en cada una de las fábricas que está previsto entren en la producción de los pedidos para la compañía. En el caso de que no se supere la auditoría técnica se dará por cerrado y no superado el proceso de evaluación, aunque se facilitará un período de tiempo a la fábrica para que aplique las acciones necesarias que le permitan cumplir con los requerimientos exigidos.

Además de la evaluación técnica, se realiza una evaluación de las condiciones laborales y sociales. Para cumplir con los requisitos establecidos, la fábrica puede presentar una certificación conforme a

esquemas internacionales, que será corroborada y verificada por los técnicos de la compañía o someterse a una auditoría por entidades independientes acreditadas.

Durante estas auditorías se realizan inspecciones visuales, entrevistas con la gerencia y los empleados y revisión de evidencias. En el caso de obtener un resultado poco satisfactorio, se dispone de una prórroga de 6 meses para que la fábrica se adecúe a los requerimientos exigidos por la compañía. Con este sistema, la compañía trabaja en el mantenimiento de las relaciones estables con sus proveedores, de forma que se apueste por una mejora continua. Se establecen lazos y se apoya al proveedor para la resolución de posibles incumplimientos en materia social y laboral.

El sistema de proveedores permite conocer el estado de las evaluaciones de cada una de las fábricas que trabajan para los diferentes proveedores, por lo que los pedidos sólo pueden grabarse para aquellas fábricas que ya se encuentran en el sistema con una evaluación positiva, en caso contrario debe iniciarse de nuevo el proceso.

Tolerancia cero

Si durante el proceso de auditoría se detectan incumplimientos graves en materia de Derechos Humanos, de trabajo forzoso y/o trabajo infantil o ausencia de libertad de asociación, se valorará la auditoría con un resultado negativo siguiendo el criterio de "Tolerancia Cero" definido en el Sistema de Auditoría Social. La compañía no trabajará con esa fábrica hasta que adecúe su situación a los mínimos requisitos establecidos.

Auditorías periódicas y revisiones

Las visitas periódicas de los técnicos de calidad de Tendam en las fábricas de los proveedores, permiten disponer de información adicional de primera mano sobre el seguimiento de las condiciones de trabajo, capacidad de producción y cumplimiento de estándares medioambientales y de calidad de los proveedores.

Con una periodicidad mínima de 3 años, cada fábrica es reevaluada completamente. Con el empleo de estas herramientas, la compañía vela para que sus proveedores trabajen de forma responsable, y le permite detectar y subsanar posibles desviaciones o no conformidades.

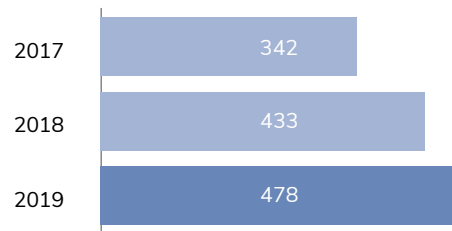
Programa de auditorías semi-anunciadas

La compañía dispone de un Programa de Auditorías semi-anunciadas que se realizarán a aquellas fábricas cuya puntuación en la auditoría previa obtuviera resultados bajos, así como a las fábricas que tengan un volumen de producción significativo.

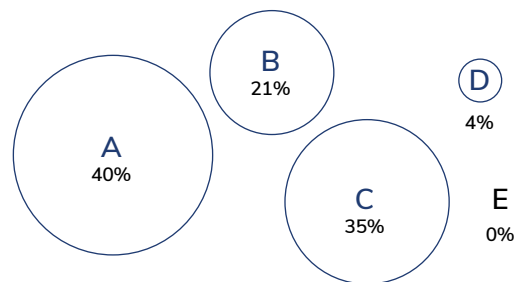
Fábricas evaluadas

Países	Nuevas	Renovaciones	Total
China	49	163	212
Bangladesh	22	50	72
Myanmar	16	22	38
India	10	26	36
Turquía	19	14	33
Marruecos	4	13	17
España	3	13	16
Pakistán	10	6	16
Camboya	4	11	15
Vietnam	3	6	9
Portugal	1	5	6
Sri Lanka	3	1	4
Túnez	0	2	2
Tailandia	0	1	1
Rumanía	1	0	1
TOTAL	145	333	478

Num de fábricas evaluadas: gráfico de evolución últimos 3 años



Clasificación de proveedores ABCDE



Clasificación efectuada bajo criterios propios de Tendam en función del resultado de las evaluaciones sociales de las fábricas.

Se establecen 5 categorías (A-B-C-D-E) basadas en el grado de cumplimiento de los principios del Código de Conducta en consonancia con la clasificación para proveedores de BSCI Amfori.

El 61% de las fábricas corresponden a clasificación A y B sin desviaciones significativas, el 39% con clasificación C y D presentan desviaciones que implican seguimiento del Plan de Acciones Correctoras en el plazo de un año y la clasificación E incumplimientos graves en proceso de revisión, necesitaría una reauditoría en menos de 6 meses.

Hacia una compra de producto más sostenible

Los departamentos de sourcing y compras de producto de las marcas trabajan en coordinación con los proveedores para incentivar la utilización de materiales más sostenibles y técnicas de producción más innovadoras.

- ◆ Se ha creado un grupo de trabajo interno, WE CARE, para promover y coordinar las iniciativas y propuestas de nuestros equipos y nuestros proveedores, relacionadas con la sostenibilidad y la innovación textil.
- ◆ Se ha creado una plataforma colaborativa donde poner en común las tendencias en el mercado y difundir conocimiento para la transformación hacia un modelo más sostenible.
- ◆ Se ha establecido un procedimiento interno de certificaciones y licencias sostenibles que da soporte a todas las marcas estableciendo criterios claros de cuál es la documentación necesaria, así como las distintas fases de implementación de cada uno de estos estándares/Certificaciones.
- ◆ Se llevan a cabo formaciones específicas, dirigidas especialmente a los equipos de compras y diseño, sobre productos y procesos sostenibles, certificaciones y estándares, así como las principales implicaciones ambientales de la cadena de suministro.

Gestión de la logística

Un aspecto clave en el desempeño de la cadena de suministro es la eficiencia con la que se gestiona la logística de los productos desde que salen de la fábrica hasta que llegan a las tiendas. Tendam canaliza esta gestión a través de dos ejes estratégicos de distribución.

Por un lado, se dispone de un centro de consolidación multimarca en Hong Kong desde donde se distribuye en cross-dock la mercancía de los proveedores asiáticos a la red de franquicias y tiendas propias en México. Además, en el país centroamericano se dispone de un centro de distribución específico para las entregas a tiendas propias y al franquiciado mexicano.

En Madrid, se ubica el centro logístico principal que actúa como centro de consolidación de franquicias de mercancía de proveedores en la zona euromediterránea, y es el distribuidor único para todas las tiendas propias de Europa. Este Centro logístico, emplazado en Aranjuez, recibe la mercancía de proveedores de todos los países y desde ahí abastece el 100% de las tiendas propias, el 70% de las tiendas

franquiciadas de todas las marcas de Tendam así como a los dos almacenes de e-commerce del grupo en España y Rusia.

El centro logístico de Madrid está certificado como Agente Acreditado y Expedidor Conocido de la Agencia Estatal de Seguridad, lo cual asegura que la cadena de suministro es segura y que se cumplen con los procesos y controles aduaneros, además de acortar significativamente los plazos de entrega.

La distribución multimarca supone una considerable reducción de los transportes y se realizan las entregas a tiendas fuera del horario comercial, para no entorpecer la actividad y minimizar los efectos del tráfico y la contaminación en zonas urbanas.



7.

Gestión ambiental

Comprometidos con la sostenibilidad ambiental

Prendas respetuosas con el medio ambiente

Compromisos con el cambio climático

Eficiencia energética

Emisiones





Comprometidos con la sostenibilidad ambiental



Economía circular

Trabajar en los principios de circularidad en todas nuestras marcas, desde la utilización de materiales más sostenibles, la eficacia en los procesos, la minimización de recursos, y el reciclaje y fin de vida de los productos.

Educar y crear conciencia

Desarrollar enfoques innovadores para nuestros equipos así como para educar a las próximas generaciones de diseñadores y elevar la conciencia con los consumidores sobre cómo pueden participar de estos compromisos globales.

Impulsar la colaboración intersectorial

Trabajar con socios, competidores y proveedores, así como plataformas de soporte que permitan la colaboración intersectorial para obtener soluciones clave que conjuntamente generen mayores impactos y sean viables y escalables.

Mejorar la trazabilidad y la medición

Mejorar los procesos internos en trazabilidad y medición y monitorización de resultados, así como de medición de los impactos de las operaciones.

Prendas respetuosas con el medio ambiente



Con el compromiso de trabajar de una manera más sostenible y respetuosa con el medio ambiente, nuestras marcas están ampliando sus colecciones concienciadas con los materiales y con los procesos. El uso de nuevos métodos de producción y de nuevos tipos de fibras y tejidos con innovación, nos ayuda a reducir el impacto medioambiental de nuestros productos.

Todas nuestras marcas han evolucionado de forma significativa en la producción de prendas más sostenibles bajo sus diferentes colecciones. Actualmente el 7% de la producción total del grupo se realiza bajo el amparo de términos más sostenibles y el objetivo para el próximo ejercicio 20-21 es alcanzar el 15% de forma global, volumen ya alcanzado por Springfield con su línea R[ECO]NSIDER.

R[ECO]NSIDER

honest
by women'secret

sustainable
collection

ECO-FRIENDLY

Fibras

Algodón orgánico

Sus semillas no están modificadas genéticamente y se cultiva sin fertilizantes ni pesticidas químicos. Necesita un 90% menos de agua que el algodón convencional.

Poliéster reciclado

El poliéster reciclado tiene la misma calidad que el poliéster virgen, pero consume menos recursos y emite menos CO₂ en su fabricación.

Lana reciclada

La lana es un material renovable y biodegradable, aislante y duradero que impide la fijación de los malos olores.

SORONA® Dupont™

Esta fibra sintética es un biopolímero, de origen parcialmente natural. Producirlo gasta menos energía, reduce las emisiones de CO₂ y emplea recursos naturales renovables en lugar de derivados del petróleo.

Uso del agua

El agua es el recurso natural más importante con el que contamos que es necesario preservar. La reducción del consumo de agua en la fabricación de nuestras prendas es uno de nuestros mayores objetivos.

La utilización de técnicas innovadoras en la producción del denim permite reducir el impacto ambiental de los acabados de este tipo de prendas.

Las tecnologías láser y ozono son las dos iniciativas que engloban nuestras prendas denim, dos técnicas clave para reducir el fuerte impacto medioambiental que supone la realización del acabado de este tipo de prendas.



Nanoburbujas: acabados de calidad, con la mínima cantidad de agua y sin residuos, ya que esta tecnología permite ahorrar agua, energía y productos químicos frente a procedimientos convencionales

Ozono: permite una oxidación natural con una gran reducción del consumo de agua y productos químicos como el cloro o el permanganato.

Láser: las tecnología de desgaste del denim mediante un proceso seco que no utiliza agua.



WE care

WE CARE es un grupo de interno de trabajo coordinado por el Departamento de Sourcing y Calidad y que reúne integrantes de los departamentos de diseño y compras de todas nuestras cadenas comerciales, así como de otros departamentos corporativos para promover y coordinar procedimientos, iniciativas y propuestas relacionadas con la sostenibilidad e innovación textil. Su objetivo principal es poner en conocimiento del equipo cuales son las áreas de mejora y las tendencias en el mercado para su puesta en marcha y contribuir así con la transformación hacia un modelo más sostenible.

ECOVERO™

La fibra LENZING™ Ecovero™ es una viscosa obtenida a partir de madera y celulosa sostenible, que procede de fuentes certificadas. Su producción reduce un 50 por ciento las emisiones e impacto en los recursos de agua, comparada con la viscosa genérica.

TENCEL® LYOCCELL

Tejidos biodegradables procedentes de la madera de árboles de eucalipto de boques gestionados de forma sostenible. Es muy agradable al tacto, muy resistente al estiramiento y a la formación de arrugas debido a su propiedad de control de la humedad.

Pluma RDS – RESPONSABLE DOWN STANDARD

Es un estándar global independiente y voluntario que garantiza un proceso libre de maltrato animal. La Pluma es 100% natural, biodegradable, garantiza ligereza, aislamiento y máxima transpirabilidad.

THERMOLITE®

El aislamiento THERMOLITE T-Down EcoMade proporciona una nueva generación de fibra sintética reciclada diseñada para reemplazar el plumón. Está aprobado por GRS y está hecho de fibra de PET 100% reciclada.

Plásticos

La lucha contra los plásticos y microplásticos es uno de los frentes más importantes de la protección de los océanos. Desde Tendam lo adoptamos como uno de los desafíos más retadores que tenemos por delante.

Durante los últimos años, se han ido sustituyendo las bolsas comerciales de plástico por papel o plástico reciclado (mín 70%). Las bolsas de papel, que se entregan al cliente cuentan con el certificado PEFC o FSC. Estas certificaciones evalúan toda la línea de producción forestal, desde el árbol hasta el producto final, verificando que su procedencia es respetuosa con el medioambiente.



Proyecto 3R – Plásticos preconsumo

Tendam trabaja para la reducción del plástico pre-consumidor que se genera en la cadena de suministro mediante la reducción o sustitución de los poly bags de polietileno que protegen la mercancía de la suciedad y la humedad hasta que llega al consumidor.

Con la implantación del PROYECTO 3R desde hace años, Springfield ha conseguido ahorros muy significativos, y sus resultados se están trasladando al resto de marcas del grupo en función de las particularidades de sus prendas y tejidos. El proyecto 3R se basa en la eliminación de las bolsas de polietileno individuales y la sustitución de la master polybag por papeles encerados, que protegen la totalidad de las prendas en cada caja.

Actualmente el grupo WE CARE coordina un nuevo proyecto de sustitución de los poly bags tradicionales con alternativas que contengan material reciclado y con un espesor reducido. Los próximos pasos se basan en buscar alternativas de eliminación de los polímeros derivados del petróleo y para ello se están analizando las diferentes soluciones en función de su viabilidad y resistencia. Se están testando alternativas con papel, materiales biodegradables y polímeros hidrosolubles.

Residuos

En los últimos años hemos ido instaurando diferentes medidas para conocer y gestionar los residuos que genera la compañía de forma directa e indirecta y así aplicar las soluciones más eficientes. Así hemos implantado procedimientos para mejorar y optimizar el uso de los recursos fomentando la reutilización y el reciclaje.



Envases y embalajes

El 70% de las cajas que llegan al centro logístico desde los proveedores son reutilizadas en el picking de reposición de tiendas, optimizando el uso de materiales y reduciendo la generación de nuevos residuos.

Además, para reducir la generación de residuos en el domicilio del consumidor, se llevan a cabo medidas de sustitución de materiales del packaging por otros de menor impacto medioambiental y eliminación de elementos innecesarios.

Residuos textiles

Tenemos un firme compromiso social con la gestión del residuo textil y su aprovechamiento de aquellas prendas que no se pueden poner en el mercado, de manera que se evite la destrucción o incineración de las prendas y la generación de residuos.

Para ello se dispone de un programa social implantado desde hace más de 15 años, a través del cual se ponen en valor estos productos mediante dos mecanismos: las donaciones en especie a entidades sin ánimo de lucro para su destino directo a programas de personas en riesgo de exclusión y por otro lado el proyecto Involucrados a través del cual se financian proyectos sociales con su venta en rastrillos solidarios, con lo que se consigue maximizar socialmente el valor de estos recursos fuera del mercado.

Durante este ejercicio se han gestionado por donación directa 23.430 prendas, y por otra parte a través del proyecto involucrados prendas por valor de 152.000€.

También, se han procesado a través de gestor autorizado otros 6.897 kg de residuo pre-consumo de los que el 98,88% se ha destinado a reutilización en el mercado de segunda mano y el 1,12% restante a reciclaje

Papel

Con el objetivo de reducir sustancialmente el consumo de papel en servicios centrales, se ha implantado la firma electrónica de contratos con terceros a través de la herramienta DocuSing, que permite completar aprobaciones de documentos, finalizarlos y firmarlos de forma rápida y segura desde cualquier dispositivo y sin necesidad de imprimir ningún documento. El Departamento Legal ha gestionado este ejercicio 752 contratos haciendo uso de esta herramienta.

La sustitución del ticket en papel por el ticket electrónico en el comercio online, supone una reducción estimada de 1 millón de tickets en papel desde que se implantó en mayo de 2019.

Además, en este año se ha reemplazado las impresoras individuales por impresoras colectivas de impresión eficiente con el objetivo de reducir el consumo de papel.

Gestión y Reutilización de Aparatos Eléctricos y Electrónicos

El tratamiento inadecuado de los residuos electrónicos genera graves problemas para la salud debido a sus componentes peligrosos y los procesos de tratamiento sin los medios e instalaciones adecuadas con personal cualificado suponen una amenaza adicional para el planeta.

Durante 2019 se han retirado un total 9.724 kg de Residuos de Aparatos Eléctricos y Electrónicos (RAEE) fundamentalmente pantallas, PCs de sobremesa y grandes equipos.

La retirada de equipos obsoletos en instalaciones y tiendas por gestor autorizado, incluye el borrado seguro de la información contenida en todas las unidades de memoria.

Se procede a la restauración de los equipos susceptibles de un segundo uso, priorizando la reutilización como la mejor de las opciones de tratamiento. De los residuos gestionados se han podido reutilizar un 6,92 % en peso de PCs de sobremesa y se han reacondicionado el 35% del total de otros dispositivos.

Compromisos con el cambio climático

En 2019 la compañía ha realizado grandes avances en sus compromiso con el cambio climático, alineando sus objetivos con iniciativas internacionales que mediante la cooperación sectorial y multinacional aúnen esfuerzos para la consecución del reto de la descarbonización para el 2050. Actualmente la compañía está inmersa en un proceso de definición de una nueva estrategia de cambio climático que le permita avanzar más y cumplir con todos los compromisos adquiridos.



The Fashion Pact

Tendam se ha adherido al Fashion Pact, la gran coalición de la que forman parte las principales compañías de moda a nivel global comprometidas con objetivos comunes ambientales clave en torno a los objetivos del Acuerdo de París de limitar el aumento de la temperatura del planeta por debajo de los 1,5°C.

Como parte de la estrategia de gestionar las operaciones de la manera más eficiente y respetuosa con el medioambiente, se marcan objetivos cuantitativos concretos con los que hacer frente a los retos de la industria en materia de lucha contra el cambio climático, Cuidado de los océanos y conservación de la biodiversidad. Todo bajo el marco de la iniciativa ScienceBased Targets (SBT – Objetivos Medibles Científicamente, en su denominación en español).

El firme compromiso con esta iniciativa nos ha llevado a formar parte de su Comité Ejecutivo así como de su Comité de Dirección con una participación activa en la toma de decisiones.

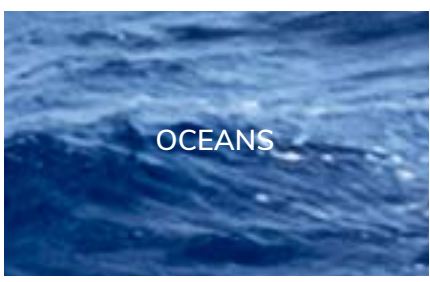
“Avanzamos de forma decidida en nuestra estrategia de sostenibilidad y pertenecer al Fashion Pact es muestra de nuestro compromiso que se traduce en políticas de control claras sobre aquellas operaciones en las que intervenimos directamente, buscando siempre la máxima eficiencia y el menor consumo”.

Jaume Miquel, Presidente y Consejero Delegado de Tendam

THE FASHION PACT



3 Pilars



Busines ambition for 1.5°C

En el contexto de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el cambio climático de 2019 (COP25), Tendam ha recibido el reconocimiento del Pacto Mundial de Naciones Unidas por su adhesión a la iniciativa Business Ambition for 1.5°C que se marcará objetivos de reducción del calentamiento global a 1,5°C, según el límite que la comunidad científica acordó para evitar los peores impactos sociales y ambientales.

Este compromiso de una reducción significativa de carbono para un futuro con emisiones netas cero de aquí al 2050, también compartido por el Fashion Pact, es parte del esfuerzo más ambicioso, llevado a cabo por empresas que demuestran liderazgo en un momento de inquietud e incertidumbre ambiental, social y económica.



UN Fashion Industry Charter for Climate Action

Con la intención de implementar los principios de la Carta de la Industria de la Moda para la Acción Climática Tendam se ha comprometido a trabajar en colaboración con las partes interesadas para conseguir los objetivos planteados.

Tendam se ha adherido al Fashion Industry Charter for Climate Action, tutelado por la Oficina de cambio climático de las Naciones Unidas, para definir los pasos de acción así como el establecimiento de un objetivo inicial para reducir las emisiones de GEI en un 30% para 2030 y otras medidas concretas, como la eliminación gradual de fuentes de carbón en las cadenas de suministro.



Metas 2020-2022

- ◆ Definición de nueva estrategia de cambio climático
- ◆ Carbon Disclosure Project
- ◆ Definición de objetivos de reducción SBTi



Eficiencia energética

Con más de 1.300 puntos de venta de gestión propia en todo el mundo, las tiendas se convierten en el centro neurálgico de la actividad que necesitan adaptarse a las necesidades delimitadas por cada espacio y a la oferta comercial específica y diferenciada de cada una de nuestras marcas.



Son uno de los puntos críticos del consumo eléctrico de nuestra actividad directa. Por eso, los factores ambientales y las condiciones de diseño de cada uno de los espacios, lleva a que cada proyecto de apertura o de reforma sea un proyecto en sí mismo de uso racional de la energía, teniendo en cuenta mejoras tanto en iluminación como en las instalaciones térmicas y de refrigeración para conseguir la mayor eficiencia energética y maximizar nuestros criterios de sostenibilidad.

El centro logístico de Aranjuez cuenta con una instalación fotovoltaica en toda la cubierta del edificio; equipos de iluminación de bajo consumo; automatismos de encendido y apagado en función de la luz ambiente; sectorización de zonas, y sistemas de domotización.

Energía Renovable

Tendam ha alcanzado el compromiso de adquisición de energía renovable. Durante el 2020, toda la energía consumida por las operaciones del grupo en España, lo que se corresponde con el 80% de la compra de energía eléctrica de sus operaciones propias, será Energía Renovable.

El contrato de suministro de electricidad renovable supone un volumen total de cerca de 80GWh/año y da cobertura a las 800 tiendas que las marcas de Tendam tienen en España, así como a las instalaciones operativas del grupo en el país, su sede central y los centros logísticos.

Así, el 100% de esta energía tendrá certificación con Garantía de Origen (GdOs) emitida por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) durante el 2020. De esta manera, se reducirá significativamente la huella de carbono ya que evitará la emisión de unas 30.000 toneladas estimadas de CO₂ a la atmósfera.



Objetivos energía eléctrica de origen renovable en operaciones propias





12,04%
Energía adquirida
renovable



Consumo de energía eléctrica (KWh)

	2017	2018	2019
Tiendas *	93.746.266	91.052.450	94.054.997
Sede central y oficinas	2.779.144	2.917.517	2.848.431
Centros logísticos y Almacenes	3.499.093	3.152.991	2.671.605
Total	100.024.503	97.122.958	99.575.033
Energía adquirida renovable**	0%	0%	12,04%

* Solo considerando el consumo eléctrico en las tiendas propias (sin corners) representa el 98,9% del total de la superficie comercial de tiendas propias.

** Energía adquirida renovable en España

Consumo de energía por país (KWh)

Países	2017	2018	2019
España	81.306.146	78.752.681	80.352.604
Bélgica	1.480.978	1.288.627	1.208.207
Croacia	4.800	51.513	570.000
Francia	641.937	712.856	910.050
Hungría	1.205.268	1.203.071	1.202.089
Luxemburgo	389.099	398.590	272.799
México	1.440.043	1.240.629	1.525.793
Montenegro	nd	nd	nd
Portugal	12.300.344	12.301.184	12.206.541
Rusia	839.518	852.527	916.000
Serbia	245.000	321.280	315.450
Total	100.024.503	97.122.958	99.575.033

Logística Eficiente

Las decisiones logísticas impactan directamente sobre las consecuencias ambientales. Durante este ejercicio, se han vuelto a reducir los trasportes aéreos disminuyendo las emisiones debidas a la importación y así como las derivadas de las exportaciones de larga distancia. Esto es consecuencia directa de la aplicación de un modelo de negocio no centrado en el fast fashion sino en una oferta comercial de valor, con mayor atemporalidad y más planificación.

Con respecto a el transporte terrestre, también las **medidas de eficiencia en el llenado de las cajas y camiones**, reduce la emisión de gases efecto invernadero por cada tonelada transportada.

La **distribución eficiente** a todas las tiendas se consigue gracias a dos grandes ejes: el centro de distribución en Aranjuez-Madrid y el centro de cross-dock en Hong Kong.

La distribución multimarca supone una considerable **reducción de los transportes** y se realizan las entregas a tiendas fuera del horario comercial, para no entorpecer la actividad y minimizar los efectos del tráfico y la contaminación en zonas urbanas.

Emisiones

Periodo de Cálculo: Año fiscal: 1 de marzo de 2019 al 29 de febrero de 2020

Método de cálculo: Emisiones GHG calculadas conforme al "Protocolo de Gases Efecto Invernadero (GHG Protocol). Estandar corporativo de contabilidad y Reporte" elaborado por el WRI (World Resources Institute) y el WBCSD (World Business Council for sustainable Development)

Emisiones Directas

Combustibles
Vehículos de renting
Recargas aire acondicionado

SCOPE 1

Emisiones indirectas

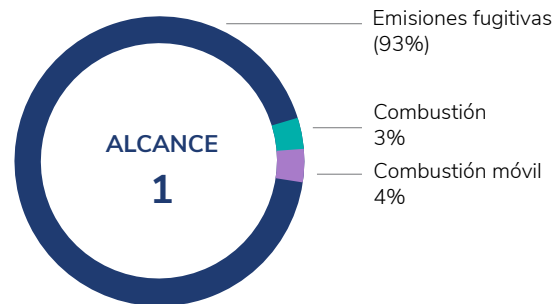
Electricidad adquirida	Transporte de proveedor a centro logístico - IMPORT
	Transporte a franquicias - EXPORT
	Transporte a tiendas de gestión propia
	Transporte online eCommerce
	Viajes empleados

SCOPE 2

SCOPE 3

SCOPE 1: Emisiones Directas: 3.198 TnCO₂ e

- ◆ **Combustibles:** Emisiones por empleo de combustible para calefacción en tiendas e instalaciones.
- ◆ **Refrigerantes:** Emisiones fugitivas de equipos de refrigeración en tiendas en España, Portugal y Bélgica.
- ◆ **Vehículos:** Emisiones por consumo de combustible de vehículos (al no tener flota propia sólo se consideran los vehículos de renting).



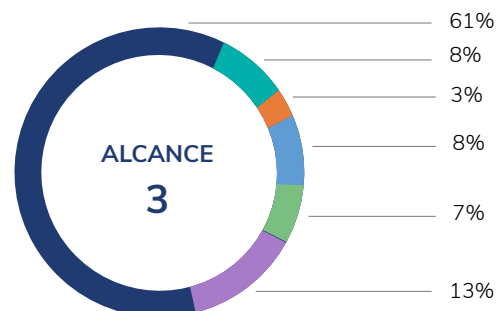
SCOPE 2: Emisiones Indirectas asociadas a la electricidad: 23.747 TnCO₂ e

- ◆ **Electricidad:** Emisiones derivadas del consumo de energía eléctrica en la Sede Central, centro logístico de Aranjuez (Madrid) y almacenes, sedes de países y toda la red de tiendas de gestión propia.

El alcance 2 se ha reducido un 32% con respecto al año anterior debido a la adquisición de energía renovable y debido a que las medidas de descarbonización están reduciendo el factor de emisión del mix eléctrico de las compañías suministradoras españolas.

SCOPE 3: Emisiones Indirectas asociadas a las actividades de transporte: 19.003 TnCO₂ e

- ◆ **Import:** Emisiones derivadas del transporte de mercancías desde los proveedores a los centros logísticos de HongKong y Aranjuez (Madrid)
- ◆ **Logística:** Emisiones derivadas del transporte de mercancías desde los centros logísticos a toda la red de tiendas de gestión propia
- ◆ **Export:** Emisiones derivadas del transporte realizado a toda la red de tiendas franquiciadas.
- ◆ **Ecommerce:** Emisiones derivadas del transporte de mercancías de la venta online
- ◆ **Viajes:** Emisiones derivadas de los viajes de negocio de los empleados



- ◆ Transporte a centros logísticos (import)
- ◆ Transporte de franquicias (export)
- ◆ Envíos compra Online
- ◆ Viajes de negocios
- ◆ Transporte a tiendas propias (nacional)
- ◆ Transporte a tiendas propias (internacional)

	2017	2018	2019
Scope 1	3.206	4.218	3.198
Scope 2	36.067	35.139	23.747
Scope 1+2	39.273	39.357	26.945
Scope 3	21.816	22.813	19.003

Las emisiones totales **han disminuido más de un 30% respecto a 2018**. La principal variación es en alcance 2 (emisiones debidas a la electricidad) debido a la adquisición de energía renovable y a que el factor de emisión de la comercializadora en España (supone casi el 80% del consumo total) ha bajado considerablemente ya que la descarbonización lleva a las eléctricas a variar su mix energético. En alcance 3, también disminuyen las emisiones debidas a la racionalización del transporte aéreo.

Emisiones directas de GEI

Tipo	CO ₂ (Tn CO ₂)	CH ₄ (Tn CO ₂ e)	N ₂ O (Tn CO ₂ e)	refrigerantes (Tn CO ₂ e)	GEI (Tn CO ₂ e)	%
Combustión fija	96,19	0,30	0,10	-	97	3%
Combustión móvil	121,13	0,03	1,73	-	123	4%
Emisiones fugitivas refrigerantes	-	-	-	2.978,99	2.979	93%
TOTAL (Tn CO₂ e)	217,32	0,33	1,83	2.978,99	3.198	100%

Emisiones indirectas de GEI por energía

Electricidad	23.747,31 (Tn CO₂ e)	100,0%
---------------------	--	---------------

Otras emisiones indirectas de GEI

Descripción	CO ₂ (Tn CO ₂)	CH ₄ (Tn CO ₂ e)	N ₂ O (Tn CO ₂ e)	GEI (Tn CO ₂ e)	%
Transporte a tiendas propias (Nacional)	1.284,69	0,29	16,59	1.302	7%
Transporte a tiendas propias (internacional)	2.394,50	0,26	28,21	2.423	13%
Transporte a centros logísticos (Import)	11.594,64	1,96	106,39	11.703	62%
Transporte a franquicias (Export)	1.552,56	0,26	15,37	1.568	8%
Envíos compra online	523,27	0,03	3,74	527	3%
Viajes de negocios	1.465,89	0,43	13,42	1.480	8%
Total (Tn CO₂ e)	18.815,55	3,23	183,73	19.003	100%

Ratios de consumo y emisiones indirectas por el uso de electricidad en tiendas

Países	KWh - tiendas	KWh/m ²	Tn CO ₂ e	kg CO ₂ e / m ²
España	74.914.916	266	17.241	61
Bélgica	1.193.924	215	247	45
Francia	903.007	212	37	9
Hungría	1.193.688	195	335	55
Luxemburgo	272.799	205	83	62
Croacia	570.000	144	111	28
Portugal	12.169.920	259	3.298	70
Serbia	315.450	46	219	32
Rusia	900.000	79	342	30
México	1.525.793	177	697	81
Total	93.959.497	249	22.612	60

Solo considerando el consumo eléctrico en las tiendas propias (sin corners) representa el 98,79% del total de la superficie comercial de tiendas propias.

Calculado en base a los factores de emisión de International Energy Agency (IAE 2016) y MITECO 2020

8.

Comprometidos con la sociedad

Alianzas estratégicas

Proyectos con Impacto Social

Voluntariado Corporativo





Alianzas estratégicas

Somos una compañía que quiere generar una influencia positiva en nuestra sociedad, convirtiéndonos en agente de cambio, apostando por la diversidad, la inclusión y el bienestar de las comunidades donde tenemos presencia.

Nuestra contribución se materializa a través de la colaboración con otras entidades para fomentar el trabajo en red, la innovación y la gestión del talento, contribuyendo a la mejora de la sociedad.



Fundación Seres

Formamos parte de la Fundación SERES junto con otras 140 empresas con el objetivo de impulsar actuaciones sociales de las empresas y transformar la realidad empresarial para construir una sociedad mejor y más sana.



Fundación Lealtad

La Fundación Lealtad es una organización no lucrativa independiente que busca fomentar la confianza de la sociedad en fundaciones y asociaciones de acción social para incrementar la colaboración por parte de empresas y particulares. Desde 2003, gracias a la estrecha colaboración entre ambas partes, Tendam ha apoyado la labor de difusión de la transparencia en el tercer sector.



Fashion Pact

Nos unimos a la coalición de la que forman parte las principales compañías de moda a nivel global comprometidas con objetivos comunes ambientales clave en torno al cambio climático, la biodiversidad y los océanos.



Foro Social de la Industria de la Moda

Se constituye como una plataforma de diálogo que integra organizaciones ligadas al sector de la Moda en España. A través de nuestra participación en el Foro promovemos el compromiso de las empresas en la mejora de la sociedad con actuaciones responsables, actuando como herramienta para el diálogo y la promoción de buenas prácticas.



UN Fashion Industry Charter for Climate Change

El sector de la moda está avanzando hacia un compromiso con la acción climática, y fruto de ello, es el lanzamiento en 2018 del Fashion Industry Charter. Esta Carta establece objetivos comunes para reducir las emisiones, así como analizar y establecer una vía de descarbonización para la industria de la moda basándose en metodologías de la Iniciativa de objetivos basados en la ciencia.

Tendam está presente en numerosas organizaciones nacionales e internacionales de referencia en el sector, participando activamente a través de sus órganos directivos, comités y grupos de trabajo y contribuyendo con las cuotas correspondientes requeridas. ACME (Asociación de Creadores de Moda de España), ACOTEX (Asociación Empresarial del comercio Textil, complementos y piel), AMFORI (BSCI - Foreign Trade Association), ANGED (Asociación Nacional Grandes de Empresas de Distribución), ASECOM (Asociación de Empresas de Confección y Moda de la Comunidad de Madrid), ASEPAM (Asociación Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas), EBCA (European Branded Clothing Alliance), FEDECON, FMRE (Foro de Marcas Renombradas Españolas).

Apostamos por la formación y el talento



Aula Tendam con la Universidad Politécnica de Madrid

Participamos en el Aula Tendam sobre Sostenibilidad, Responsabilidad e Innovación en el Diseño de Moda en colaboración con el **Centro Superior de Diseño de Moda de Madrid (CSDMM)**, adscrito a la Universidad Politécnica de Madrid. Esta colaboración es una muestra más del compromiso de la compañía con la sociedad y con el que se cumple su misión formativa con un triple objetivo: apoyar a los jóvenes con talento, formar profesionales y profesionalizar el sector, además de una clara apuesta por la innovación sostenible desde el proceso de diseño

Cátedra en ISEM Business Fashion School

La cátedra Tendam en el ISEM, Centro de la Universidad de Navarra, primera escuela de negocios especializada en empresas de moda de España, pone el foco en impulsar el talento joven y motivar su crecimiento profesional como pilares estratégicos para fomentar la empleabilidad. Tendam comparte el objetivo de formar a profesionales con capacidades de negociación y liderazgo para trabajar en la industria de la moda.



Atelier by ISEM

Tendam es colaborador de Atelier by ISEM, la aceleradora de startups de ISEM Fashion Business School, la escuela de negocios centrada en la industria de la moda, de la Universidad de Navarra. En esta tercera edición del proyecto, nos hemos unido a otras grandes compañías para fomentar nuevas alianzas con emprendedores y start-ups para poder incorporar las nuevas tecnologías en el desarrollo del tejido industrial en el sector del retail especializado en Moda.

Business Women Empowerment

La compañía patrocina esta iniciativa, impulsada por Cinnamon News, que tiene como objetivo contribuir al empoderamiento de las mujeres en el mundo económico y empresarial. Dentro de este marco, **Woman2Woman** es un programa de mentoring enfocado en la búsqueda de mujeres con vocación de convertirse en protagonistas de una nueva fase en la transformación en el mundo empresarial hacia la igualdad.

EngageMEN, comprometiendo a los hombres

Nuestro Consejero Delegado ha participado en los retos EngageMEN, iniciativa de Mujeres&Cia, con un claro desafío para acelerar el acceso de las mujeres a puestos de dirección. Fruto de esta participación la compañía ha puesto en marcha un nuevo proyecto interno de *sponsoring* para impulsar el liderazgo femenino en mandos intermedios y en la alta dirección y buscar la proporcionalidad.



Proyectos con impacto social

Mantenemos un fuerte compromiso con nuestros programas sociales como medio para contribuir a los Objetivos de Desarrollo Sostenible, fortaleciendo el bienestar de la comunidad. Ponemos especial atención en desarrollar programas que ayuden a mejorar la capacitación personal y profesional de las personas, reflejando nuestro compromiso con nuestros empleados y nuestra voluntad de ser un actor del desarrollo.



Movimiento #SIMEIMPORTA por la prevención del cáncer

Women'ssecret y la Fundación Dexeus Mujer han dado un paso más en la colaboración que mantienen desde 2013 para la prevención del cáncer de mama de origen hereditario. Este año se ha puesto en marcha la campaña "**A mí, me importa. ¿Y a ti?**", una iniciativa solidaria con la que la marca ha querido hacer un llamamiento a todas las mujeres para que se unan al movimiento #SIMEIMPORTA, cuyo objetivo es contribuir a mejorar la calidad de vida de las mujeres con cáncer y normalizar la enfermedad.

El proyecto **Post Sugery Bras** nació hace seis años para apoyar y contribuir a normalizar la vida de las mujeres que han padecido un cáncer de mama, con la voluntad de hacer su día a día más fácil. Se trata de una línea de lencería y ropa de baño creada para mujeres que han sufrido este cáncer, pensada para poder adaptarse al uso de prótesis o de uso post-quirúrgico.

En los últimos años han aumentado los diagnósticos de cáncer de mama en mujeres jóvenes, que, a menudo, tienen un origen hereditario. Para prevenirlos, la Fundación Dexeus mujer realiza test genéticos a mujeres con un posible perfil hereditario. La campaña que presentan ambas firmas este año, tiene por objetivo, precisamente, reforzar la prevención, y consiste en la puesta a la venta de una colección de ropa interior con el fin de obtener fondos para facilitar el acceso gratuito a estos test a mujeres que se encuentren en una situación de riesgo.



Premio SERES a la Innovación Social

La Fundación SERES cree firmemente en la innovación social como elemento indispensable para afrontar los retos de la sociedad y las organizaciones en la actualidad. En los premios SERES 2019 se han reconocido las mejores actuaciones estratégicas e innovadoras que generen valor para la sociedad y la empresa. La fundación ha premiado el proyecto #SIMEIMPORTA, por su carácter innovador y por generar valor para las mujeres.

INVOLUCRADOS con la comunidad

En 2005 nace el proyecto Involucrados, fruto del compromiso de la compañía con el desarrollo de la sociedad, contribuyendo a la salud y el bienestar de la comunidad. A través de una convocatoria pública, con bases y proceso transparente, se eligen 4 proyectos de distintas entidades sociales que serán las beneficiarias de la recaudación íntegra obtenida de la venta solidaria de muestras de la compañía.

Con este programa de Acción Social apoyamos proyectos que promueven la inserción social y laboral, la lucha contra la pobreza y la exclusión, así como la contribución a proyectos de Cooperación Internacional con intervención en países en desarrollo dirigidos a la lucha contra la pobreza y la exclusión.



En 15 años hemos hecho grandes cosas:

53

proyectos financiados
en todo el mundo

+1,6

millones de euros

+500.000

personas
beneficiadas

Fundación Gil Gayarre

La Fundación desarrolla su programa Agua y Ritmo ofreciendo un abordaje terapéutico de alteraciones emocionales y de salud asociadas a la discapacidad intelectual. El objetivo central es corregir y paliar aquellos problemas asociados a la discapacidad intelectual que limitan, aún más, el proceso de adaptación y desarrollo de la persona de forma integral y armónica. La terapia se desarrolla de forma individualizada, a través de dos tratamientos rehabilitadores/terapéuticos mediante la hidroterapia y musicoterapia.

40.369€ / España

178 familias

Asociación Española de Esclerosis Lateral Amiotrófica

El programa Cerca de ti de la Asociación Española de Esclerosis Lateral Amiotrófica (ADELA) se enfoca en la atención personal y vida autónoma de enfermos con Esclerosis Lateral Amiotrófica y sus familiares. Con este programa se cubren las necesidades de fisioterapeutas, logopedas, psicólogos, y otros profesionales de atención a personas con ELA, para mejorar su calidad de vida su entorno socio-familiar.

35.943€ / España

500 personas beneficiadas

Fundación Sauce

La Fundación promueve la incorporación al mundo laboral de personas con discapacidad y/o en riesgo de exclusión en la Asociación Textil de Battambang (Camboya). Este centro se ha convertido en una herramienta para la fabricación textil local y para la generación de oportunidades como fuente de empleo para personas que nunca habrían tenido oportunidad de incorporarse al mercado laboral.

37.225€ / Camboya

40 trabajadores con discapacidad

Fundación Recover

Bajo el lema "un fantasma detectable a tiempo", la Fundación Recover se centra en la detección del cáncer de Cervix en mujeres afectadas en Camerún. El cáncer de cuello de cervix es una enfermedad fácil de diagnosticar y de tratar por personal sanitario formado por lo que miles de muertes de mujeres pueden ser evitadas con un diagnóstico precoz de este tipo de cáncer.

38.632€ / Camerún

2.000 mujeres

PERFECTOS IMPERFECTOS para sensibilizar sobre la discapacidad



Cortefiel apoya a la Fundación Cadete con el proyecto Perfectos Imperfectos con el objetivo de destacar en positivo lo imperfecto, lo distinto y lo original de niños y niñas que han nacido con una discapacidad.

Se han destinado el 100% de los beneficios recaudados de la venta de la colección capsula formada por distintas prendas, tanto para hombre como para mujer. Se han becado 56 niños y niñas con distintos tipos y grados de discapacidad para recibir tratamientos de rehabilitación en 37 centros de la Comunidad de Madrid.



49.000€/ España

56 niños y niñas becados

Pulseras Solidarias WOMEN POWER



Women'secret ha colaborado con la campaña #GirlsGetEqual impulsada por Plan Internacional. Se trata de un movimiento global por la igualdad de las niñas y jóvenes que tiene lugar en más de 75 países, y que busca que las niñas sean vistas, escuchadas y valoradas en condiciones de igualdad.

Gracias a la campaña Women Power de Women'secret, con la que se pusieron a la venta unas pulseras diseñadas con motivo del Día Internacional de la Mujer, se recaudaron más de 50.000€ para contribuir a la financiación del programa educativo de Plan International en colaboración con la AECID, en los campos de Cox's Bazar (Bangladesh). Este proyecto beneficia directamente a más de 3.610 niñas y niños, jóvenes y mujeres, tanto refugiados rohingya como bangladesíes, impulsando la educación e igualdad de las niñas.

51.273€/ Bangladesh

3.610 niñas y niños

Women Together



Salvemos nuestro Mediterráneo



En el marco de su sello eco-friendly, R[ECO]INSIDER, y como parte de su compromiso estratégico por el cuidado del medio ambiente, Springfield colabora con National Geographic y Manu San Félix, en su proyecto Salvemos nuestro Mediterráneo.

La iniciativa forma parte de la campaña de comunicación del estreno del documental dirigido por el biólogo marino Manu San Félix y centrado en el proyecto Posidonia Maps, destinado a la conservación de posidonia oceánica presentes en el fondo marino del Mediterráneo en las Islas Baleares.

10.000€ por el Posidonia Maps



FASHION 2ND LIFE por el Alzheimer



Bajo el lema 'Fashion 2nd Life: Que nadie olvide sus recuerdos' Pedro del Hierro celebró una subasta de sus creaciones exclusivas para financiar la investigación para la cura de la enfermedad de Alzheimer.

La recaudación se destinó íntegramente a la financiación de un proyecto de investigación basado en la inmunoterapia dirigido por el CIMA (Centro de Investigación Biomédica de la Universidad de Navarra). El proyecto estudia cómo a través del sistema olfatorio se puede modular el sistema inmunitario y los efectos sobre la memoria de las activaciones o supresiones inmunológicas. Los resultados contribuirán a la búsqueda de una cura para la enfermedad de Alzheimer.

15.500€
para la investigación del Alzheimer

Premio Telva Solidaridad a la Fundación Andrés Marcio



Un año más Tendam patrocina la XXVI edición de los Premios TELVA Solidaridad que reconocen a cinco proyectos sociales. En esta ocasión, la compañía ha colaborado con la Fundación Andrés Marcio con la donación de 9.000€ para financiar hollers subcutáneos en miniatura para evitar la muerte súbita de niños con laminopatía. Se trata de una enfermedad Rara con una distrofia muscular congénita severa que, de momento, no tiene cura, y actualmente solo hay ocho casos identificados en España.

9.000€
donados a la fundación



Colaboraciones entre empleados



Los equipos de Women'secret organizaron un rastrillo solidario interno para ayudar a una compañera cuyo hijo padece Paraparesia Espástica Hereditaria, una enfermedad minoritaria neurodegenerativa.

La recaudación fue destinada íntegramente a la División de Genética Molecular en el Centro Médico de la Universidad de Columbia, una de los pocos centros de investigación que existen en el mundo sobre esta enfermedad rara, para el apoyo a la investigación (KIF1A Research) para conocer mejor la base genética de la enfermedad, su historia natural, qué apoyos son más útiles para las personas que la sufren y tratamientos potencialmente nuevos en el futuro. El avance en la investigación es clave para el desarrollo de tratamientos.

11.404€
recaudados para la investigación de la enfermedad

Donación de prendas

En Tendam existe un firme compromiso social para el aprovechamiento de las muestras y prendas de defecto que no se pueden poner en el mercado de forma comercial, de manera que se evita la destrucción de las prendas y por tanto la generación de residuos.

Para ello se dispone de un programa social implantado desde hace más de 15 años, a través del cual se ponen en valor estos productos mediante dos mecanismos: las donaciones en especie a entidades sin ánimo de lucro para su destino directo a programas de personas en riesgo de exclusión y por otro lado el proyecto Involucrados a través del cual se financian proyectos sociales con su venta en rastrillos solidarios, con lo que se consigue maximizar socialmente el valor de estos recursos fuera del mercado.

La forma más directa de aprovechamiento de sobrantes es su donación, pero, además, los ponemos en valor para generar unos recursos económicos que permiten crear un beneficio mucho mayor en la sociedad. De esta forma, se están maximizando recursos que la compañía no aprovecharía en su gestión comercial ordinaria evitando la generación de residuo textil.

23.430
unidades donadas con un valor de
156.200€



Voluntariado corporativo

A través de nuestro programa de voluntariado corporativo "Somos Voluntarios", los empleados pueden colaborar de forma activa en distintos programas sociales y medioambientales que les ofrezcan la oportunidad de aportar valor a la sociedad. Con esta iniciativa la compañía pone al servicio de las organizaciones del Tercer Sector el talento de sus profesionales para generar un impacto interno y externo, estando más cerca de la comunidad.

El programa gira en torno a dos líneas principales de actuación: la integración de colectivos en riesgo de exclusión social y la protección del medio ambiente.



167 voluntarios 872 horas



Apoyo a la mujer en Fundación Quiero Trabajo

Más de 15 voluntarias de Tendam colaboran con la Fundación Quiero Trabajo, impulsando la empleabilidad de mujeres en riesgo de exclusión social debido a su condición: migrantes, solicitantes de protección internacional y refugiadas, mayores de 45 años, madres solteras, etc.

Las voluntarias han atendido a 18 mujeres, ofreciendo sesiones de estilismo y mentoring con el objetivo de empoderarlas y aumentar su autoestima, para que afronten con confianza y seguridad el proceso de selección laboral.

Formación a alumnos de la Fundación Síndrome de down de Madrid

Más de 20 voluntarios imparten los talleres a los alumnos del programa formativo FOCUS de la Fundación donde se ofrece a los jóvenes con discapacidad, un espacio para su desarrollo personal y educativo, una vez finalizan su etapa escolar. Dentro de los módulos de comercio, hostelería y turismo, los voluntarios de Tendam ofrecen talleres formativos de estilismo personal y entrevistas de trabajo para su futura incorporación al mundo laboral.

Participamos en la COP25

Tendam dio apoyo al ayuntamiento de Madrid dentro del programa de voluntariado de la COP25, que se celebró en el mes de diciembre.

Como compañía y debido a nuestro compromiso con la sostenibilidad y el cambio climático, quisimos participar de primera mano en este evento de gran repercusión mundial. Un grupo de voluntarios participó en el stand dedicado a los Objetivos de Desarrollo Sostenible y la Agenda 2030 ubicado en la Zona Verde, dando a conocer los ODS y su contribución para conseguir un mundo mejor.



Celebramos el día mundial de la Limpieza Ambiental

El sábado 21 de septiembre celebramos el Día Mundial de la Limpieza Ambiental uniéndonos a más de 150 países que se reunieron ese mismo día para limpiar las calles, parques, playas y bosques. Invitamos a todos los empleados a participar junto a sus familias, lanzando el reto de conseguir reunir el mayor número de voluntarios y recoger la mayor cantidad de residuos posible en competición con otras compañías internacionales.

Llevamos a cabo acciones de retirada de residuos en el embalse de Valmayor, como parte del Proyecto Libera, en colaboración con SEO Birdlife y Ecoembes.

9.

Sobre este Informe

Alcance y cobertura del informe

Contribución económica

Principios del Pacto Mundial

Tabla de correspondencia con la Ley 11/2018

Verificación independiente





Alcance y cobertura del informe

Este Informe de Sostenibilidad 2019 comprende todas las actividades de Tendam Brands S.A., sociedad dominante y de aquellas sociedades directa o indirectamente controladas por ésta, las cuales conforman el Grupo Tendam.

El Informe incluye el **Estado de Información No financiera (ENIF)** consolidado de la compañía y su Grupo, correspondiente al ejercicio comprendido entre el 1 de marzo de 2019 y 29 de Febrero de 2020. Se presenta como informe separado que forma parte de Informe de Gestión Consolidado de la compañía y su Grupo.

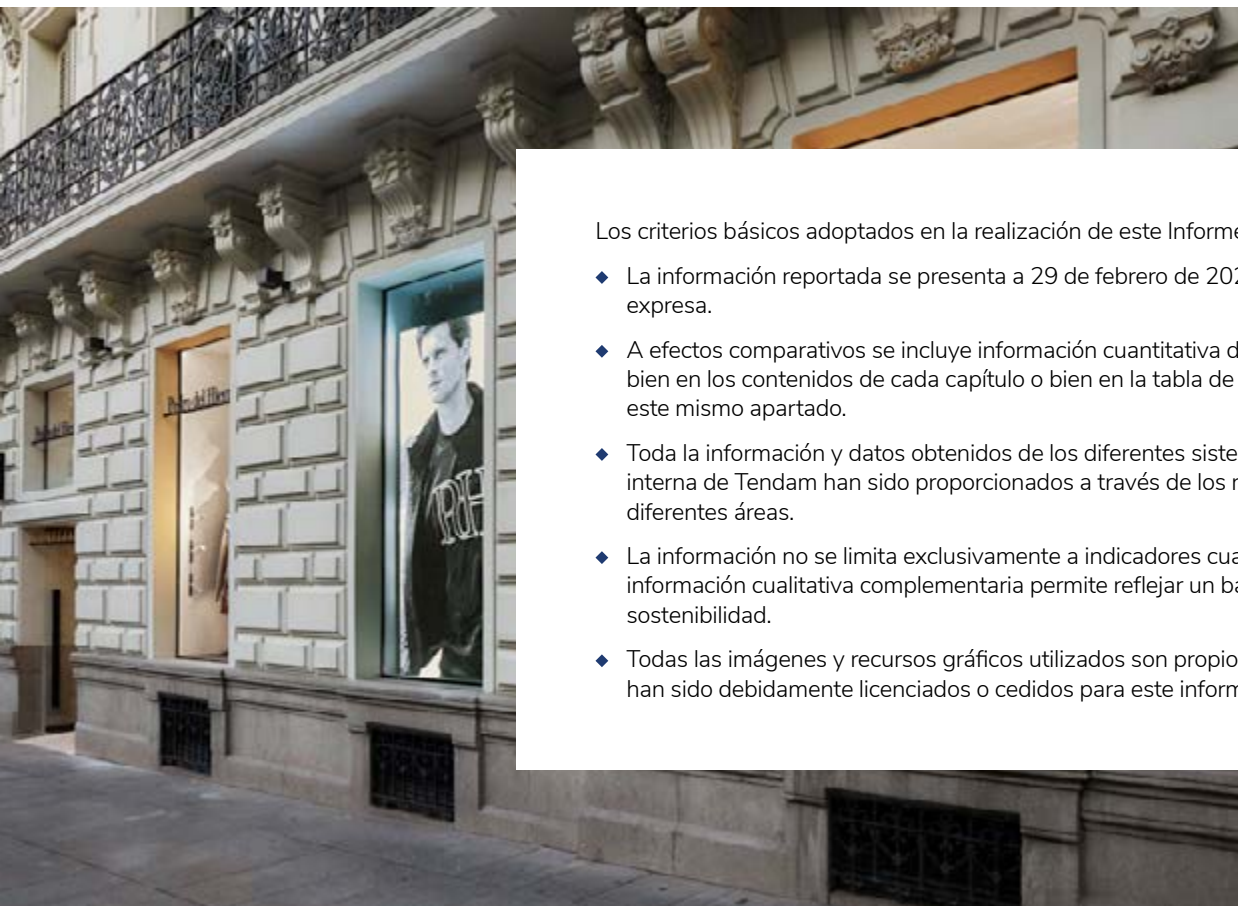
El Informe de Sostenibilidad 2019 ha sido formulado por el Consejo de Administración de la compañía y firmado por todos sus integrantes con fecha 30 de julio de 2020¹.

Los contenidos incluidos en este informe se han elaborado conforme a estándares internacionales como el Global Reporting Initiative, siguiendo las directrices y los principios establecidos en los SRS Standards (nivel de aplicación Comprehensive).

El informe incluye toda la información requerida por la Ley 11/2018, de 28 de diciembre, por la que se modifica el Código de Comercio, el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital aprobado por Real Decreto Legislativo 1/2010 de 2 de julio, y la Ley 22/2015 de 20 de julio, de auditoría de cuentas, en materia de Información No Financiera y Diversidad.

Para la elaboración del informe, se han considerado los aspectos ambientales y sociales relevantes del negocio en las áreas geográficas significativas donde se ejerce la actividad. En el caso de limitaciones en algunos contenidos, éstas se detallan en el apartado correspondiente del informe o en el índice correspondiente, existiendo el compromiso de continuar trabajando en la gestión interna de los datos para presentar la información más completa.

Se han tenido en consideración las características propias de la organización y las expectativas de las partes interesadas.



Los criterios básicos adoptados en la realización de este Informe son:

- ◆ La información reportada se presenta a 29 de febrero de 2020 salvo indicación expresa.
- ◆ A efectos comparativos se incluye información cuantitativa del ejercicio anterior, bien en los contenidos de cada capítulo o bien en la tabla de "KPIs Principales" de este mismo apartado.
- ◆ Toda la información y datos obtenidos de los diferentes sistemas de gestión interna de Tendam han sido proporcionados a través de los responsables de las diferentes áreas.
- ◆ La información no se limita exclusivamente a indicadores cuantitativos, sino que la información cualitativa complementaria permite reflejar un balance adecuado de la sostenibilidad.
- ◆ Todas las imágenes y recursos gráficos utilizados son propios de la compañía o han sido debidamente licenciados o cedidos para este informe.

1. Conforme a los plazos establecidos en el Real Decreto-ley 8/2020, de 17 de marzo, de medidas urgentes extraordinarias para hacer frente al impacto económico y social del COVID-19 y el Real Decreto-ley 19/2020, de 26 de mayo, por el que se adoptan medidas complementarias en materia agraria, científica, económica, de empleo y Seguridad Social y tributarias para paliar los efectos del COVID-19.

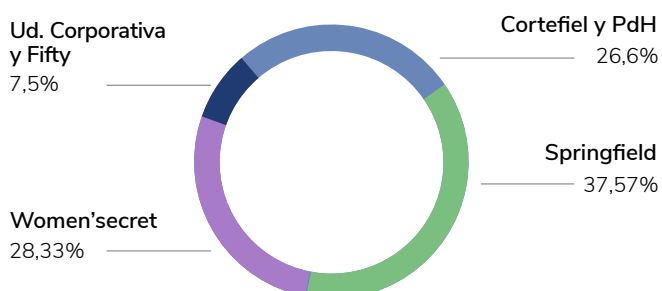
Contribución económica

Principales Magnitudes (Millones de euros)

	2018	2019
Inmovilizado no financiero	1.015,78	1.382,08
Inmovilizado financiero	21,57	21,70
Existencias	157,67	154,31
Clientes	15,40	24,91
Proveedores comerciales	223,40	228,36
Total ingresos de explotación	1.150,83	1.187,28
Margen bruto / Ingresos	61,74%	61,97%
Beneficio de explotación	119,91	125,10
EBITDA recurrente	161,71	296,97
Existencias / Ventas	13,79%	13,08%
Clientes / Ventas	1,35%	2,11%
Proveedores / Ventas	19,55%	19,36%

Ingresos (Millones de euros)

	2018	2019
Cortefiel y Pedro del Hierro	312,92	315,93
Women'secret	312,21	336,31
Springfield	444,21	446,02
Fifty	79,41	87,44
Unidad Corporativa	2,08	1,58



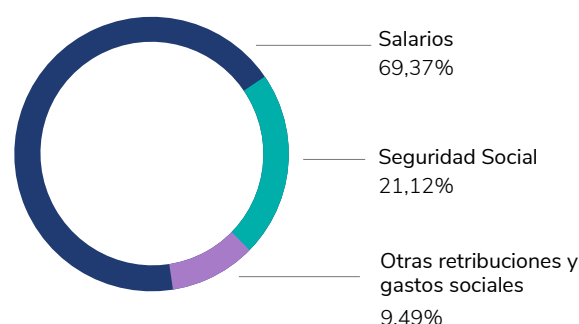
Provisiones de medio ambiente:

La compañía no tiene constituidas provisiones en materia medioambiental. Considera que los daños y responsabilidades que, en su caso, pudieran derivar de incidentes de esta naturaleza están suficientemente cubiertos por las pólizas de seguro con que cuenta el grupo.

Distribución del gasto (Millones de euros)

	2018	2019
Remuneración a empleados	220,97	235,16
Aprovisionamiento	440,35	451,50
Otros gastos de explotación	328,37	205,50

Remuneración empleados 2019



Resultado antes de impuestos (Millones de euros)

	2018 (pre-NIIF16)	2019 (pre-NIIF16)	2019 (post-NIIF16)
España	45,90	70,65	64,98
Portugal	11,17	12,30	11,41
Otros	23,75	-1,70	-3,98
Total	80,82	81,25	72,41

Durante el ejercicio 2019 han entrado en vigor nuevas normas contables entre la que destaca la NIIF16 aplicable al tratamiento contable de los arrendamientos. Los datos del ejercicio terminado el 29 de febrero de 2020 se incluyen tanto con el efecto de la aplicación de esta norma como sin el mismo, a efectos de facilitar la comparación con los datos del ejercicio anterior.

Impuestos sobre beneficios pagados:

En el ejercicio 19/20 se han registrado un total de 8,92 millones de euros como impuestos sobre beneficios pagados.

Subvenciones públicas:

La compañía no recibe subvenciones públicas, excepto en materia de formación para el empleo en España (Fundae) equivalentes a 0,32 millones de euros aportadas en concepto de bonificación de la cuota de la seguridad social.

KPIS principales 2018-2019

KPIS PRINCIPALES		2018	2019
TENDAM			
	Países donde tiene presencia	84	86
	Puntos de venta	1.993	1.990
Negocio	Tiendas propias	1.361	1.367
	Franquicias	632	623
	Mercados Online	38	47
	Millones de prendas producidas	90	91
GOBIERNO CORPORATIVO			
Formación Código de Conducta	Empleados formados	2.118	1.592
	Horas de formación	4.236	3.184
Canal de Denuncias	Visitas Canal de Denuncias	1.435	1.089
	Incidencias (Canal de Denuncias)	29	44
	Ratio denuncias por empleado (%)	0,22%	0,44%
Órganos de gobierno	% Mujeres en el Consejo de Administración	12,50%	14,28%
	% Mujeres en el Comité de Dirección	27,30%	27,30%
NUESTROS CLIENTES			
ONLINE	Mercados Online	38	47
	Crecimiento de venta online	30%	28,7%
	Cifra negocio online respecto al total	8%	9,6%
Clubs de fidelización	Número de socios	22 millones	26 millones
Seguridad de las prendas	Patrones analizados	11.399	11.242
	Ensayos químicos favorables	98,91%	98,9%
SAC	Operaciones realizadas	1.209.814	1.362.505
	Servicio de Atención al cliente	95%	94%
	Hojas de reclamaciones	1.074	1.155
NUESTRAS PERSONAS			
Empleados	Número de empleados	10.647	10.735
	% Personal de tienda	75%	78%
	% Personal Servicios Corporativos	25%	22%
	% Mujeres	83%	84%
Empleados por género	Nº de hombres	1.772	1.711
	Nº de mujeres	8.875	9.024
Empleados por país	Alemania	16	13
	Bangladesh	-	5
	Bélgica	153	139
	Bosnia	83	93
	Bulgaria	23	18
	Croacia	115	102
	España	7.434	7.381
	Francia	174	153
	Hong Kong	55	53
	Hungría	176	185
	India	10	12
	Luxemburgo	31	26
	México	203	276
	Montenegro	23	21
	Portugal	1.284	1.317
	Rusia	632	682
	Serbia	235	259

KPIS PRINCIPALES		2018	2019
Empleados por edad	Menores de 25	2.165	2.205
	Entre 25 y 35	4.725	4.627
	Entre 35 y 50	2.448	2.689
	Mayores de 50	470	532
Empleados por categoría profesional	Directores y Mandos Superiores	261	262
	Mandos Intermedios	2.022	2.070
	Dependientes y otros	8.412	8.403
Tipo de contrato por género	Indefinido - Hombres	1.271	1.286
	Indefinido - Mujeres	5.605	6.041
	Total Indefinido	6.876	7.327
	Temporal - Hombres	501	425
	Temporal - Mujeres	3.270	2.983
	Total Temporal	3.771	3.408
Tipo de contrato por Categoría Profesional	Indefinido - Mandos Superiores	253	253
	Temporal - Mandos Superiores	8	9
	Indefinido - Mandos Intermedios	1.950	2.025
	Temporal - Mandos Intermedios	72	45
	Indefinido - Dependientes y otros	4.673	5.049
	Temporal - Dependientes y otros	3.691	3.354
Tipo de contrato por edad	Indefinido - Menor de 25 años	492	1.121
	Indefinido - Entre 25 y 35 años	2.868	2.969
	Indefinido - Entre 35 y 50 años	2.220	2.074
	Indefinido - Mayor de 50 años	463	481
	Temporal - Menor de 25 años	1.673	1.084
	Temporal - Entre 25 y 35 años	1.857	1.658
	Temporal - Entre 35 y 50 años	228	615
	Temporal - Mayor de 50 años	7	51
Pormedio anual: tipo de contrato (España)	Indefinido - Hombres	917,25	951,58
	Indefinido - Mujeres	3.672,92	3.957,00
	Temporal - Hombres	460,75	353,50
	Temporal - Mujeres	2.570,75	2.351,75
	Indefinido - Mandos Superiores	205,92	208,58
	Temporal - Mandos Superiores	8,50	7,33
	Indefinido - Mandos Intermedios	1.413,25	1.465,00
	Temporal - Mandos Intermedios	27,83	19,25
	Indefinido - Dependientes, y Otros	2.971,00	3.235,00
	Temporal - Dependientes, y Otros	2.995,17	2.678,67
	Indefinido - Menor de 25 años	233,58	336,17
	Indefinido - Entre 25 y 35 años	2.245,58	2.279,42
Indefinido - Entre 35 y 50 años	1.708,58	1.858,33	
Indefinido - Mayor de 50 años	402,42	434,67	
Temporal - Menor de 25 años	1.373,67	1.204,33	
Temporal - Entre 25 y 35 años	1.499,50	1.306,08	
Temporal - Entre 35 y 50 años	149,92	184,58	
Temporal - Mayor de 50 años	8,42	10,25	
Tipo de jornada por género	Completa - Hombre	1.054	1.026
	Completa - Mujer	3.747	3.883
	Total Completa	4.801	4.909
	Parcial - Hombre	718	685
	Parcial - Mujer	5.128	5.141
	Total Parcial	5.846	5.826

KPIS PRINCIPALES		2018	2019	
Tipo de jornada por Categoría Profesional	Completa - Mandos Superiores	237	242	
	Completa - Mandos Intermedios	1.713	1.766	
	Completa - Dependientes y otros	2.851	2.901	
	Parcial - Mandos Superiores	25	20	
	Parcial - Mandos Intermedios	308	304	
	Parcial - Dependientes y otros	5.513	5.502	
Tipo de jornada por edad	Completa - Menor de 25 años	399	621	
	Completa - Entre 25 y 35 años	2.037	1.866	
	Completa - Entre 35 y 50 años	1.445	1.521	
	Completa - Mayor de 50 años	342	376	
	Parcial - Menor de 25 años	1.766	1.584	
	Parcial - Entre 25 y 35 años	2.688	2.761	
	Parcial - Entre 35 y 50 años	1.003	1.168	
	Parcial - Mayor de 50 años	128	156	
Pormedio anual: tipo de jornada (España)	Completa - Hombre	805,50	774,92	
	Completa - Mujer	2.265,33	2.230,00	
	Total Completa	3.070,83	3.004,92	
	Parcial - Hombre	572,50	530,17	
	Parcial - Mujer	3.978,33	4.078,75	
	Total Parcial	4.550,83	4.608,92	
	Completa - Mandos Superiores	189,17	193,83	
	Completa - Mandos Intermedios	1.159,17	1.193,75	
	Completa - Dependientes y otros	1.722,50	1.617,33	
	Parcial - Mandos Superiores	25,25	22,08	
	Parcial - Mandos Intermedios	281,92	290,50	
	Parcial - Dependientes y otros	4.243,67	4.296,33	
	Completa - Menor de 25 años	252,08	242,58	
	Completa - Entre 25 y 35 años	1.514,75	1.361,75	
	Completa - Entre 35 y 50 años	1.008,00	1.076,92	
	Completa - Mayor de 50 años	296,00	323,67	
	Parcial - Menor de 25 años	1.355,17	1.297,92	
	Parcial - Entre 25 y 35 años	2.230,33	2.223,75	
	Parcial - Entre 35 y 50 años	850,50	966,00	
	Parcial - Mayor de 50 años	114,83	121,25	
	Accidentalidad (España)	Indice Frecuencia - Hombres	15,00	6,91
		Indice Frecuencia - Mujeres	11,20	9,75
Indice Gravedad - Hombres		0,40	0,38	
Indice Gravedad - Mujeres		0,20	0,36	
Accidentalidad (Internacional)	Indice Frecuencia - Hombres	-	8,64	
	Indice Frecuencia - Mujeres	-	15,23	
	Indice Gravedad - Hombres	-	0,15	
Absentismo	Indice Gravedad - Mujeres	-	0,29	
	Nº de horas - Hombres	121.792	108.455	
	Nº de horas - Mujeres	669.672	817.258	
Despidos por género	Total horas absentismo	791.464	925.713	
	Nº de despidos - Hombres	122	131	
Despidos por categoría profesional	Nº de despidos - Mujeres	461	508	
	Nº de despidos - Mandos Superiores	12	9	
	Nº de despidos - Mandos Intermedios	102	150	
	Nº de despidos - Dependientes y otros	469	480	

KPIS PRINCIPALES		2018	2019
Despidos por edad (93,6% alcance)	Nº de despidos - Menor de 25	133	99
	Nº de despidos - Entre 35 y 50	260	222
	Nº de despidos - Mayor de 50	90	110
	Nº de despidos - Entre 25 y 35	15	12
Discapacidad	Nº de empleados con discapacidad	18	88
	Nº de empleados formados	6.013	6.831
	Nº de horas de formación	58.738	42.937
Formación	Horas de formación - Directivos	456	303
	Horas de formación - Mandos Intermedios	2.997	2.155
	Horas de formación - Técnicos	8.634	7.040
	Horas de formación - Encargados	26.152	17.821
	Horas de formación - Vendedores	20.499	14.457
CADENA DE SUMINISTRO			
Proveedores	Nº total de proveedores	3.932	3.632
	Nº de proveedores de prendas	464	447
Auditorías Sociales	Fabricas evaluadas Auditoría Social	433	478
MEDIO AMBIENTE			
Consumo de energía	Consumo en tiendas (MWh)	91.052.450	94.054.997
	Consumo en oficinas centrales (MWh)	2.917.517	2.848.431
	Consumo en centros logísticos y almacenes (MWh)	3.152.991	2.671.605
	Total energía consumida (MWh)	97.122.958	99.575.033
Energía renovable	% Energía renovable adquirida	0	12,04%
Consumo de combustibles	Gas natural (m³)	34.219	27.928
	Gasoleo (litros)	3.612	2.890
Emisiones	SCOPE 1 (TnCO2 eq)	4.218	3.198
	SCOPE 2 (TnCO2 eq)	35.139	23.747
	SCOPE 3 (TnCO2 eq)	22.813	19.003
Prendas sostenibles	Porcentaje de producción sostenible en el grupo	n.d.	7%
SOCIEDAD			
Contibución social	Donaciones directas a tercer sector (€)	215.327	298.230
	Nº beneficiarios - Proyecto Involucrados	57.747	26.206
	Donación en especie - Nº de prendas	17.700	23.430
	Donación en especie - valor monetario de las prendas (€)	118.000	156.200

Principios del Pacto Mundial

Desde que Tendam se adhirió al Pacto Mundial de las Naciones Unidas en 2002, presenta de forma anual los Informes de Progreso para informar de esta forma a sus grupos de interés, así como a la sociedad en general, sobre sus avances en los compromisos adquiridos al suscribir los Principios del Pacto Mundial.

Conforme a las mejores prácticas de elaboración de Informes de Progreso del Pacto Mundial, y dado el análisis realizado sobre materialidad y relevancia de los contenidos de este Informe de Sostenibilidad 2019, se han integrado los aspectos alineados con los 10 principios del Pacto Mundial que se pueden encontrar en diferentes puntos del informe, y que se vinculan en el índice con los indicadores requeridos por Global Reporting Initiative (GRI).



Esta es nuestra **Comunicación sobre el Progreso** en la aplicación de los principios del **Pacto Mundial de las Naciones Unidas**.

Agradecemos cualquier comentario sobre su contenido.

ÁREA	PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL DE LAS NACIONES UNIDAS	SRS STANDARDS
 DERECHOS HUMANOS	Principio 1. Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los Derechos Humanos fundamentales proclamados en el ámbito internacional.	GRI 103-2, GRI 410-1, GRI 411-1, GRI 412-1, GRI 412-2, GRI 412-3, GRI 413-1, GRI 413-2
	Principio 2. Las empresas deben asegurarse de no ser cómplices en abusos a los Derechos Humanos.	GRI 414-1, GRI 414-2
	Principio 3. Las empresas deben respetar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.	GRI 102-41, GRI 407-1, GRI 402-1
 NORMAS LABORALES	Principio 4. Las empresas deben eliminar todas las formas de trabajo forzoso u obligatorio.	GRI 409-1
	Principio 5. Las empresas deben abolir de forma efectiva el trabajo infantil.	GRI 408-1
	Principio 6. Las empresas deben eliminar la discriminación con respecto al empleo y la ocupación.	GRI 102-8, GRI 103-2, GRI 202-1, GRI 202-2, GRI 404-1, GRI 414-2, GRI 406-1
 MEDIO AMBIENTE	Principio 7. Las empresas deben apoyar los métodos preventivos con respecto a problemas ambientales.	GRI 201-2, GRI 301-1, GRI 302-1, GRI 303-1, GRI 305-1, GRI 305-2, GRI 305-3, GRI 305-6, GRI 305-7
	Principio 8. Las empresas deben adoptar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental.	GRI 307-1, GRI 308-1, GRI 308-2, GRI 103-2
	Principio 9. Las empresas deben fomentar el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.	GRI 302-4, GRI 302-5, GRI 305-5
 ANTICORRUPCIÓN	Principio 10. Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluyendo la extorsión y el soborno.	GRI 102-16, GRI 102-17, GRI 205-1, GRI 205-2, GRI 205-3, GRI 415-1

Tabla de correspondencia con la Ley 11/2018

INFORMACIÓN NO FINANCIERA A REPORTAR	Correspondencia orientativa GRI Standards	Página del Informe
INFORMACIÓN GENERAL		
Una breve descripción del modelo de negocio del grupo, que incluirá su entorno empresarial, su organización y estructura, los mercados en los que opera, sus objetivos y estrategias, y los principales factores y tendencias que pueden afectar a su futura evolución.	102-2 102-3, 102-4, 102-6, 102-7, 102-15	Pág 10 -29 Pág 36-37
Una descripción de las políticas que aplica el grupo respecto a dichas cuestiones, que incluirá los procedimientos de diligencia debida aplicados para la identificación, evaluación, prevención y atenuación de riesgos e impactos significativos y de verificación y control, incluyendo qué medidas se han adoptado.	102-2 102-3, 102-4, 102-6 102-15	Pág 33 Pág 36-39 Pág 42-43 Pág 50-52, 54-55
Los resultados de esas políticas, debiendo incluir indicadores clave de resultados no financieros pertinentes que permitan el seguimiento y evaluación de los progresos y que favorezcan la comparabilidad entre sociedades y sectores, de acuerdo con los marcos nacionales, europeos o internacionales de referencia utilizados para cada materia.	102-2 102-3, 102-4, 102-6 102-15	Pág 54-55 Pág 90-95
Los principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del grupo, entre ellas, cuando sea pertinente y proporcionado, sus relaciones comerciales, productos o servicios que puedan tener efectos negativos en esos ámbitos, y cómo el grupo gestiona dichos riesgos, explicando los procedimientos utilizados para detectarlos y evaluarlos de acuerdo con los marcos nacionales, europeos o internacionales de referencia para cada materia. Debe incluirse información sobre los impactos que se hayan detectado, ofreciendo un desglose de los mismos, en particular sobre los principales riesgos a corto, medio y largo plazo.	102-15	Pág 54-55
INFORMACIÓN SOBRE CUESTIONES MEDIO AMBIENTALES		
Información detallada sobre los efectos actuales y previsibles de las actividades de la empresa en el medio ambiente, salud y la seguridad, los procedimientos de evaluación o certificación ambiental, los recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales, la aplicación del principio de precaución y la cantidad de provisiones y garantías para riesgos ambientales.	103-2, 103-3, 102-11 102-15 307-1	Pág 98-107 Pág. 121
CONTAMINACIÓN		
Medidas para prevenir, reducir o reparar las emisiones de carbono que afectan gravemente al medio ambiente, teniendo en cuenta cualquier forma de contaminación atmosférica específica de una actividad, incluido el ruido y la contaminación lumínica.	305-6, 305-7	Pág 102-107
ECONOMÍA CIRCULAR Y PREVENCIÓN Y GESTIÓN DE RESIDUOS		
Medidas de prevención, reciclaje, reutilización, otras formas de recuperación y eliminación de desechos; acciones para combatir el desperdicio de alimentos	306-2	Pág 100-101 (1)
USO SOSTENIBLE DE LOS RECURSOS		
Agua: el consumo y suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales	303-1	(2)
Consumo de materias primas y las medidas adoptadas para mejorar la eficiencia de su uso	301-1	Pág 62 Pág 98-99
Energía: consumo directo e indirecto; medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética, uso de energías renovables	302-1, 302-1, 302-3	Pág 104-105

(1) El desperdicio de alimentos no aplica para la actividad de la compañía.

(2) Atendiendo a los resultados de nuestro análisis de materialidad, consideramos que los indicadores relacionados con el consumo de agua, no son materiales para la actividad de retail.

INFORMACIÓN NO FINANCIERA A REPORTAR	Correspondencia orientativa GRI Standards	Página del Informe
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	305-1, 305-2, 305-3	Pág. 106-107
Las medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático	201-2	Pág. 102-103 Pág. 106-107
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.	305-5	Pág. 37 Pág. 102-103 Pág. 106-107
PROTECCIÓN DE LA BIODIVERSIDAD		
Medidas tomadas para preservar o restaurar al biodiversidad	304-3	Pág. 102
Impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas	304-2	(3)
INFORMACIÓN SOBRE CUESTIONARIOS SOCIALES Y RELATIVAS AL PERSONAL		
EMPLEO		
Número total y distribución de empleados por sexo, edad, país y clasificación personal.	102-8, 405-1	Pág. 72-73
Número total y distribución de modalidades de contratos y promedio anual de contratos indefinidos, de contratos temporales y de contratos a tiempo parcial por: sexo, edad y clasificación profesional.	102-8	Pág. 73,75 Pág. 122-123
Número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional	401-1	Pág. 87
Las remuneraciones medias y su evolución desagregados por sexo, edad y clasificación profesional. Brecha Salarial, la remuneración puestos de trabajo iguales o de media de la sociedad.	102-38, 102-39	Pág. 86-87
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.	102-38, 102-39	Pág. 49
Implantación de políticas de desconexión laboral.	103-1; 103-2; 103-3	(4)
Empleados con discapacidad	405-1	Pág. 79
ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO		
Organización del tiempo de trabajo: número de horas de absentismo.	403-2	Pág. 77
Medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio corresponsable de estos por par de ambos progenitores.	401-3	Pág. 74-75
SALUD Y SEGURIDAD		
Condiciones de salud y seguridad en el trabajo.	403-3	Pág. 76-77
Accidentes de trabajo, en particular su frecuencia y gravedad así como las enfermedades profesionales; desagregado por sexo.	403-2	Pág. 77 Pág. 87

(3) No se han identificado impactos directos en áreas protegidas causados por la actividad directa de la compañía, pero existe el compromiso de trabajar por la protección de la biodiversidad ya que los impactos indirectos de las actividades afectan de forma global.

(4) Aún no se han formalizado políticas de desconexión, pero se está trabajando en una política corporativa en la materia que se implantará en el ejercicio 20-21.

INFORMACIÓN NO FINANCIERA A REPORTAR	Correspondencia orientativa GRI Standards	Página del Informe
RELACIONES SOCIALES		
Organización del diálogo social, incluidos procedimientos para informar y consultar al personal y negociar con ellos.	102-43, 402-1	Pág. 71
Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país.	102-41	Pág. 71
El balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y la seguridad en el trabajo.	403-4	Pág. 76-77
FORMACIÓN		
Las políticas implementadas en el campo de la formación.	404-2	Pág. 82-85
La cantidad total de horas de formación por categorías profesional.	404-1	Pág. 83
ACCESIBILIDAD UNIVERSAL		
Accesibilidad universal de las personas con discapacidad	103-1; 103-2; 103-3	Pág. 60-61
IGUALDAD		
Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres.	404-2	Pág. 78-79
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	404-1	Pág. 78-79
La política contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad.	406-1	Pág. 51 Pág. 78-79
INFORMACIÓN SOBRE RESPETO A LOS DDHH		
Aplicación de procedimientos de diligencia debida en materia de Derechos Humanos	103-2, 103-3, 102-15, 412-1	Pág. 42-43 Pág. 92
Prevención de los riesgos de vulneración de Derechos Humanos y, en su caso, medidas para mitigar, gestionar y reparar posibles abusos cometidos	412-1	Pág. 42-43 Pág. 92
Denuncias por casos de vulneración de Derechos Humanos	103-1; 103-2; 103-3	Pág. 43
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; la eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación; la eliminación del trabajo forzoso u obligatorio; la abolición efectiva del trabajo infantil.	408-1, 409-1	Pág. 42-43 Pág. 71
INFORMACIÓN SOBRE LA LUCHA A LA CORRUPCIÓN		
Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno.	103-2, 103-3, 102-15, 205-2	Pág. 52
Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales.	205-2	Pág. 52
Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro.	201-1	Pág. 52 Pág. 108-117

INFORMACIÓN NO FINANCIERA A REPORTAR	Correspondencia orientativa GRI Standards	Página del Informe
INFORMACIÓN SOBRE LA SOCIEDAD		
COMPROMISOS DE LA EMPRESA CON EL DESARROLLO SOSTENIBLE		
El impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local.	103-2, 103-3 ,413-1	Pág. 90-95
El impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio.	413-1	Pág. 90-95
Las relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos.	102-43	Pág. 38-39 Pág. 71
Las acciones de asociación o patrocinio.	103-1; 103-2; 103-3	Pág. 108-117
SUBCONTRATACIÓN Y PROVEEDORES		
La inclusión en la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales	103-2, 103-3	Pág. 90-93
Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental	308-1, 414-1	Pág. 90-93
Sistemas de supervisión y auditorías y resultados de las mismas	308-2, 414-2	Pág. 93-94
CONSUMIDORES		
Medidas para la salud y la seguridad de los consumidores.	416-1	Pág. 63
Sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de las mismas.	418-1	Pág. 64-66
INFORMACIÓN FISCAL		
Los beneficios obtenidos país por país	201-1	Pág. 121
Los impuestos sobre beneficios pagados	201-1	Pág. 121
Las subvenciones públicas recibidas	201-4	Pág. 121

Verificación independiente



KPMG Asesores, S.L.
Pº de la Castellana, 259 C
28046 Madrid

Informe de Verificación Independiente del Informe de Sostenibilidad de Tendam Brands, S.A. del ejercicio 2019

A los Accionistas de Tendam Brands, S.A.:

De acuerdo con el artículo 49 del Código de Comercio, hemos realizado la verificación, con un alcance de seguridad limitada, del Informe de Sostenibilidad adjunto (en adelante, el Informe), que incluye el Estado de Información No Financiera consolidado (en adelante EINF) correspondiente al ejercicio anual finalizado el 29 de febrero de 2020, de Tendam Brands, S.A. (en adelante, la Sociedad dominante) y sus sociedades dependientes (en adelante el Grupo) que se presenta como informe separado pero que forma parte del Informe de Gestión consolidado de 2019 del Grupo.

El contenido del Informe de Sostenibilidad 2019 incluye información adicional a la requerida por la normativa mercantil vigente en materia de información no financiera que no ha sido objeto de nuestro trabajo de verificación. En este sentido, nuestro trabajo se ha limitado exclusivamente a la verificación de la información identificada en la "Tabla de correspondencia con la Ley 11/2018" incluida en Informe de Sostenibilidad.

Responsabilidad de los Administradores

La formulación del EINF incluido en el Informe de Gestión consolidado del Grupo, así como el contenido del mismo, es responsabilidad de los administradores de la Sociedad dominante. El EINF se ha preparado de acuerdo con los contenidos recogidos en la normativa mercantil vigente y siguiendo los criterios de los *Sustainability Reporting Standards* de Global Reporting Initiative (estándares GRI) seleccionados de acuerdo con lo mencionado para cada materia en la "Tabla de correspondencia con la Ley 11/2018" que figura en el citado Informe de Sostenibilidad.

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

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



Nuestra independencia y control de calidad

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

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

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

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 revisión 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" (ISAE 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 aseguramiento limitado los procedimientos llevados a cabo varían en naturaleza y momento, y tienen una menor extensión, que los realizados en un trabajo de aseguramiento 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 y áreas responsables de la Sociedad dominante 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 la Sociedad dominante 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 fiscal 2019 en función del análisis de materialidad realizado por la Sociedad dominante y descrito en el apartado "Análisis de materialidad", considerando contenidos requeridos en la normativa mercantil en vigor.
- Análisis de los procesos para recopilar y validar los datos presentados en el EINF del ejercicio fiscal 2019.



3

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

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 Informe de Sostenibilidad 2019 de Tendam Brands, S.A. y sociedades dependientes correspondiente al ejercicio anual finalizado el 29 de febrero de 2020, no haya 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 seleccionados y de acuerdo con lo mencionado para cada materia en la “Tabla de correspondencia con la Ley 11/2018” del citado Informe de Sostenibilidad.

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.

KPMG Asesores, S.L.



Ramón Pueyo Viñuales
30 de julio de 2020

C O R T E F I E L

Pedro del Hierro

SPRINGFIELD

women'ssecret

FIFTY

hoss
INTROPIA

TENDAM
GLOBAL FASHION RETAIL

Avenida de Llano Castellano, 51 |
28034 Madrid

www.tendam.es

