

Informe de Sostenibilidad

Estado de Información No Financiera
2020



CORTEFIEL

Pedro del Hierro

SPRINGFIELD

women'secret

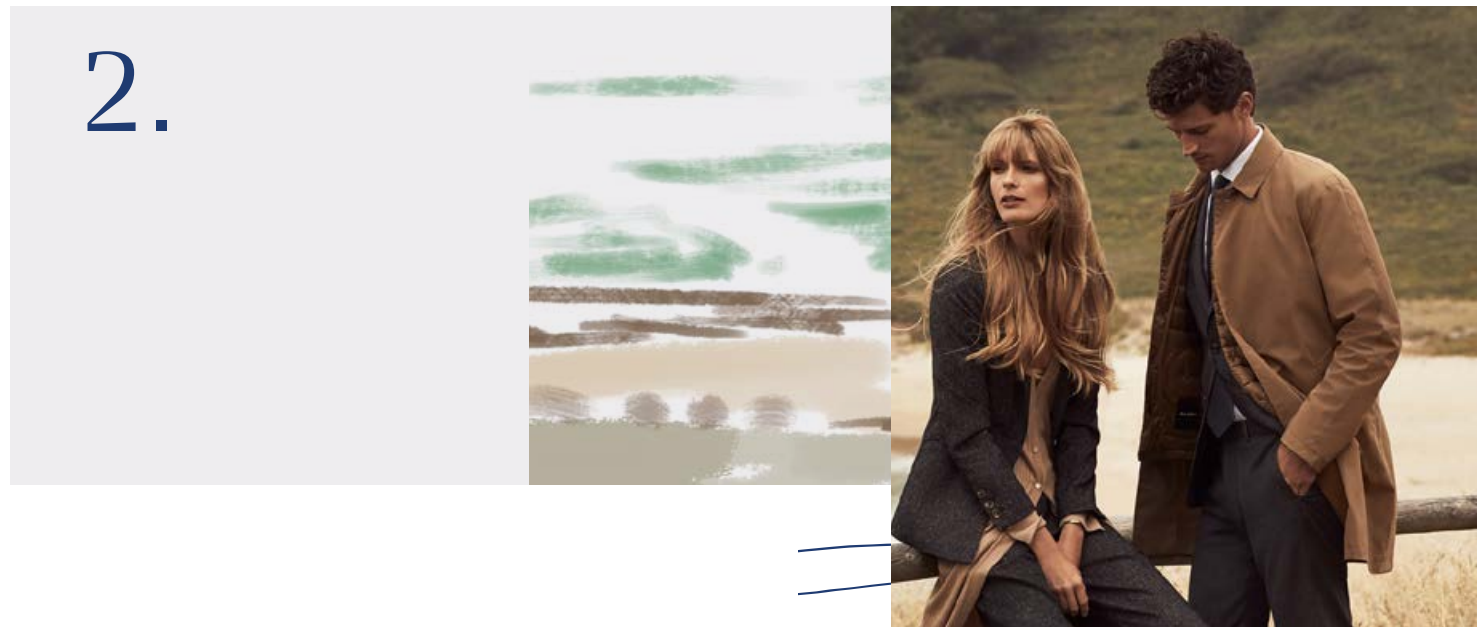
FIFTY

hoss
INTROIA

TENDAM

GLOBAL FASHION RETAIL

Índice



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:

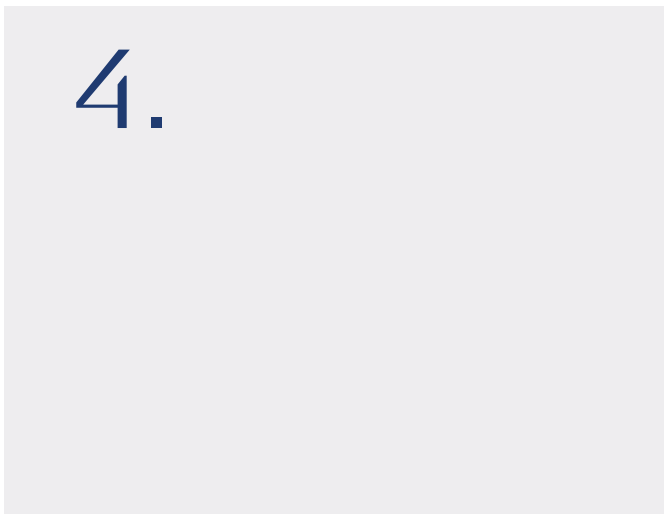
Dpto. de Comunicación y Responsabilidad Corporativa
Avda. Llano Castellano, 51 - 28034 Madrid (Spain)
www.tendam.es
prensa@tendam.es



Para más información sobre Tendam.
Visite nuestra página web: www.tendam.es/



3.



5.

Carta del Presidente y Consejero Delegado



Estimado stakeholder:

El Informe Anual de Sostenibilidad del ejercicio 2020 que ponemos a su disposición refleja el Estado de Información No Financiera y Diversidad.

Como documento parte del Informe de Gestión, contiene la información necesaria para evaluar el desempeño y la evolución económica, social ambiental y de gobernanza de Tendam. En tanto que todas las áreas y actividades del grupo se han visto impactadas por la pandemia generada por Covid-19, dedicaremos un capítulo específico al mismo. El impacto y magnitud de la pandemia ha probado nuestra capacidad para proteger financieramente a la compañía y rediseñar nuestra estrategia, profundizando con mayor intensidad en la agenda de transformación digital que nos permitirá crear una clara ventaja competitiva sostenible en el tiempo.

Creo firmemente que Tendam enfrenta el futuro como una compañía mucho más fuerte, no solo por su capacidad financiera a corto plazo sino desde la perspectiva de su modelo de negocio a largo plazo, lo que es aún más relevante.

Desde el inicio de la pandemia, Tendam se planteó conseguir tres objetivos:

- ◆ Proteger a la compañía: entendida como salud financiera (liquidez) y protección de empleados, clientes y proveedores.
- ◆ Contribución activa a la sociedad para ayudar a mitigar los impactos de Covid-19
- ◆ Transformación radical de nuestro modelo de negocio, a fin de conseguir una ventaja diferencial y competitiva post-Covid 19.

En el primer apartado, Tendam tuvo una actuación rápida y decidida, reduciendo compras un 27% de forma coordinada con nuestros proveedores, ajustando en un -40% las inversiones y cancelando todas las no relacionadas con transformación digital, reduciendo gastos en más de 120,4 M€, haciendo disponibles todas nuestras líneas de revolving desde el inicio de Marzo (totalmente repuesta en el segundo trimestre dada la buena evolución financiera de la compañía) y cualificando para un crédito adicional de 132,5M€ con los avales del Estado y gestionados por el ICO.

En el apartado de protección a empleados y clientes, la compañía implementó de forma extensiva el teletrabajo (aún operativo en la actualidad), efectuó de forma intensiva y recurrente test de antígenos en sus oficinas e invirtió más de 4,5M€ en medidas de protección tanto en tiendas como oficinas a nivel global. Bajo el paraguas del proyecto "Sunny Day", nos aseguramos una reapertura de tiendas en óptimas

condiciones sanitarias y con todos nuestros colaboradores ilusionados por volver a atender a sus clientes.

La compañía, además, tuvo una actitud solidaria en todas sus actuaciones:

- ◆ En su relación con proveedores se buscó de forma proactiva soluciones para mitigar el impacto del desplazamiento y/o anulación de pedidos.
- ◆ Canceló de forma proactiva pedidos a franquiciados, compartiendo todo nuestro plan de actuación, a fin de proteger la salud del canal.
- ◆ Complementó al 100% los ERTE's en España, a fin de garantizar el poder adquisitivo de nuestros colaboradores.
- ◆ Ofreció cerca de 2.000 microcréditos a tipo de interés cero, para todos los empleados que lo pudieran necesitar.
- ◆ Donó, en colaboración con compañías terceras (CLH, Openbank), más de 1M€ en material sanitario.
- ◆ Lanzó la iniciativa #Todos Sumamos. El Hilo que nos une, con la que se donó 1M€ en prendas para hospitales, residencias y otros centros sanitarios, 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.

En el tercer apartado: la transformación. La compañía ha iniciado el mayor proceso de transformación de su historia reciente, con una apuesta decidida a la digitalización y a la sostenibilidad. Bajo el paraguas de Tendam 5.0 nos definimos como "un ecosistema omnicanal único basado en segmentos clave de clientes a los que servimos a través de marcas propias, incubadas y de terceros, con la más elevada fidelidad de los clientes, construido sobre una eficiente plataforma común, donde los datos y la analítica avanzada constituyen el punto central de la estrategia".

En línea a este objetivo, en octubre del 2020 abrimos nuestras webs a terceros bajo el concepto de multibrand curated assortment. Bajo esta fórmula avanzada, en 2021 contaremos con más de 50 marcas vendiéndose en nuestro canal digital, para llegar a más de 150 marcas en otoño-invierno 2022.

Al mismo tiempo que consolidamos la marca Hoss Intropia adquirida en 2019, desarrollamos una colaboración con la marca Slowlove propiedad de Sara Carbonero e Isabel Jiménez, y preparamos el lanzamiento de una nueva marca propia.

Todo este trabajo, nos ha permitido:

- ◆ Lanzar en marzo de 2021 la marca Hoss Intropia a través de web y con corners seleccionados en tiendas de Cortefiel.
- ◆ Adquirir en marzo de 2021 la participación mayoritaria de la marca Slowlove y relanzarla de forma agresiva, tanto en web como en tienda física.
- ◆ Lanzar en abril de 2021 la marca High Spirits con la participación creativa de la Influencer María Pombo.

En paralelo a este proceso de transformación, la compañía va a duplicar sus inversiones en digitalización, a fin de dotar de OMS y RFID a toda su red de tiendas, y continuar avanzando en funcionalidades digitales.

Los cambios operativos y organizacionales en marcha, la evolución de las ventas a través del canal online que crecen a ritmos superiores al 70% sobre el periodo pre covid y más del 100% versus 2020 así como la evolución de las ventas de nuestras marcas en comparación con los datos del mercado, confirman que avanzamos en la dirección correcta y refuerzan nuestro compromiso con los planes de transformación de Tendam.

El entorno al que nos hemos enfrentado por la Covid-19 ha implicado un confinamiento total durante dos meses y medio en el primer trimestre de nuestro ejercicio fiscal comenzado el 1 de marzo de 2020. El resto del año se ha visto impactado por continuas restricciones a la movilidad, afectando a la práctica totalidad de poblaciones y territorios en los que operamos, lo que ha provocado un descenso del tráfico comparable anual (LFL) del -37,7%. Los cierres temporales de locales han tenido un impacto estimado de -186,5 millones de euros en ventas comparables.

Tendam registró un descenso de los ingresos del 34,5%, que se situaron en 777,2 millones de euros frente a los 1.187,3 millones alcanzados en el ejercicio anterior y las ventas a superficie comparable descendieron un 17,7%. El comportamiento fue muy diferente en los distintos canales en los que operamos. Así las ventas en tiendas físicas de gestión propia cayeron un 41,3% en el año (un -25,3% a superficie comparable excluyendo los cierres temporales por confinamiento) y las ventas digitales crecieron un 50% sobre el año anterior (+59,4% teniendo en cuenta los retornos en tienda física). Las ventas a franquicias disminuyeron un 56,5% versus el ejercicio anterior.

El margen bruto descendió en 1,71 p.p. hasta situarse en el 60,3%, por el cambio en el mix de canales, el movimiento de colecciones del primer al tercer trimestre y la presión promocional del mercado.

El EBITDA recurrente teniendo en cuenta la actual normativa NIIF16, se situó en 145,8 millones de euros frente a los 296,9 millones de euros alcanzados en el ejercicio anterior. El resultado de explotación de la compañía descendió hasta los -83,2 millones de euros frente los 122,6 millones registrados en 2019. El EBITDA recurrente pre NIIF16 se situó en 13,8 Millones de euros frente a los 162 millones de euros registrados en 2019.

El impacto de contagios y confinamientos de una inesperada tercera ola de la covid-19 durante enero y febrero de 2021, limitaron nuestra capacidad de liquidar stock por lo que los inventarios se situaron ligeramente por encima de la cifra de 2019 por primera vez en el ejercicio.

Con independencia de la pandemia, Tendam ha continuado creciendo el número de socios de sus clubes de fidelidad, que en la actualidad ya cuentan con más de 27 millones de asociados.

El informe detalla nuestros avances en los Objetivos de Desarrollo Sostenible desarrollando los compromisos adquiridos en las iniciativas globales de Naciones Unidas como el Fashion Industry Charter for Climate Action y la Global Business Ambition for 1.5°C del Pacto Mundial. La compañía también ha participado activamente en las actividades y progresos de The 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 y grupos de trabajo y nos hemos adherido a Forética para compartir las mejores practicas en contribución social y medioambiental.

Como miembro del Steering Committee del Fashion Pact he continuado con mi involucración directa junto a otros Presidentes y Consejeros Delegados, impulsando nuevas iniciativas individuales y colectivas relativas a fuentes de energía renovable, reducción de plásticos y nuevas fibras y materiales con impacto positivo en cultivos, agua y emisiones de CO₂, para la protección del Clima, la Biodiversidad y los Océanos y presentando el primer informe colectivo de objetivos y logros del sector representado por las compañías firmantes.

En coherencia con estas iniciativas, la compañía ha reducido sus emisiones de CO₂ durante el año en más de un 60% si consideramos la misma base de cálculo que el año anterior y un 38% incluyendo todas las categorías de impacto indirecto del alcance 3 que la compañía ha analizado y publica a partir este año. En 2020 el suministro de energía con certificación de origen renovable alcanza ya al 100% de su red comercial, edificios e instalaciones en España, su sede y principal mercado, lo que supone un 82% de la energía de las instalaciones propias a nivel global.

Por su parte la marca Springfield mantiene su compromiso con el medio ambiente con regeneración de un bosque, el #BosqueSpringfield junto a CO₂ Revolution en la provincia

de Burgos al norte de España donde con apoyo en tecnología dron se plantaron 30.000 árboles contribuyendo a eliminar más de 7.000 toneladas equivalentes de CO₂.

En 2020 hemos reportado individualmente nuestra evolución e iniciativas en reducción de emisiones de gases de efecto invernadero al Carbon Disclosure Project (CDP) consiguiendo una calificación B en el primer año que participamos en el rating, valorando nuestras estrategias y políticas en pro de la descarbonización por encima de la media del sector.

Tendam ha obtenido la medalla de plata (silver medal) de la calificador de ESG EcoVadis. Este resultado coloca a la compañía entre el 25% mejor puntuado de las empresas evaluadas y reconoce la labor de la organización en 4 ámbitos ESG: medio ambiente, prácticas laborales y derechos humanos, ética y compras sostenibles.

Hemos profundizado nuestra colaboración con las principales universidades y escuelas de negocios en España orientadas a la gestión y el diseño de moda como ISEM Business Fashion School de la Universidad de Navarra y CSDMM, centro de la Universidad Politécnica de Madrid. Hemos extendido nuestro apoyo al ámbito europeo a través del programa europeo erasmus+ de empleabilidad en sostenibilidad liderado por la Glasgow Caledonian University en colaboración con otras universidades de todo el continente. En esta misma línea hemos patrocinado foros de sostenibilidad para elevar el conocimiento del sector como las Jornadas de diseño sostenible UPM y el Foro Fashion Sustainability Shot de Modaes.es.

El comité transversal de la organización denominado WE CARE coordinado por los Departamentos 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, ha ampliado sus trabajos en 2020 analizando la idoneidad de nuevos materiales y certificaciones. Su trabajo junto a las áreas de diseño y compras de las marcas está permitiendo la aceleración de los programas de sostenibilidad en nuestras colecciones. El objetivo de la compañía es el de abordar en 2021 nuevas líneas de actuación como el estudio del impacto en biodiversidad y ciclo de vida, el objetivo de que nuestro algodón orgánico sea BCI y el compromiso con la iniciativa "Zero Discharge of Hazardous Chemicals (ZDHC)".

Tendam ha seguido trabajando con el objetivo de que en 2030 el 50% de las prendas sea más sostenible. Este movimiento está liderado en la compañía por Springfield con sus colecciones R[ECO]nsider que se consolida como programa medioambientalmente responsable con un 20% de producto de la marca, y Cortefiel y Pedro del Hierro con Eco-friendly que ya ha alcanzado un 18%.

Honest en Women'secret y recientemente Lifeway en Fifty están ya trabajando con nuevas fibras y tejidos sostenibles, materiales orgánicos y reciclados y procesos menos intensivos en agua para incrementar rápidamente su peso en el mix de colección.

En reducción de plásticos la compañía ha extendido el proyecto 3R de Springfield a otras marcas para minimizar el uso de envases y embalajes no comerciales participando en las reuniones de trabajo organizadas por The Fashion Pact para este fin de forma colectiva.

Mantenemos revisiones continuas tanto del sistema de auditoría social de terceros de Tendam y del sistema común social BSCI y medioambiental BEPI de Amfori, organización a la que pertenecemos. Este año las auditorías sociales han seguido aumentando con la inspección de 495 fábricas y hemos comenzado a reforzar la supervisión medioambiental con nuevos programas de auditoría.

Gracias a una estrecha relación de mutuo apoyo con nuestros proveedores hemos podido gestionar la graduación de pedidos, los ritmos de fabricación y entrega, así como las facilidades financieras necesarias a los fabricantes para atravesar esta crisis con el menor impacto posible a pesar de los fuertes descensos de demanda y cierres temporales de tiendas. También nos hemos adherido a iniciativas internacionales multi-stakeholder como el Covid-19 Call to action in the textile and garment industry, auspiciado por la Organización Internacional del Trabajo, la Organización Internacional de Empleadores y las federaciones sindicales internacionales como IndustriAll, para buscar soluciones a la caída de pedidos de producción en los países más vulnerables.

En el apartado de diversidad, Tendam es una compañía formada en un 84% por mujeres y un 59% de ellas tienen puestos de responsabilidad directiva. Para incentivar una mejor proporcionalidad en puestos directivos 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.

A pesar de las restricciones en el segundo año del programa de Voluntariado Corporativo Somos Voluntarios, los empleados han colaborado en muchas iniciativas como "El hilo que nos une, #TodosSumamos", acciones de apoyo a la mujer con la Fundación Quiero Trabajo, el programa FOCUS de la Fundación Síndrome de Down Madrid, la integración laboral de personas con discapacidad con la Asociación Argandini o la distribución de productos de primera necesidad a familias vulnerables afectadas por la crisis de la Covid-19 con la Fundación Altius.

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, la mencionada #BosqueSpringfield o el compromiso de Women'secret From us for you en el que las mujeres del equipo de la marca comparten sus testimonios en pro de la igualdad de las mujeres y el lanzamiento un año más del proyecto #SÍMEIMPORTA junto a la Fundación Dexeus con el proyecto "SIEMPRE SI" para mejorar la calidad de vida de las mujeres con Cáncer de Mama.

Tendam es una gran compañía, formada por grandes profesionales, hombres y mujeres comprometidos con la empresa y con la sociedad. En un año como el que hemos vivido han dado lo mejor de ellos y que han conseguido concluir con éxito los tres objetivos marcados desde el inicio: proteger a la compañía, a sus empleados, clientes y proveedores; tener una actitud proactivamente solidaria y definir una agenda radicalmente transformadora que coloque a la empresa en un punto de liderazgo aún mayor.

Estoy orgulloso de la compañía y de los equipos que represento. Y también del desempeño que colectivamente se ha conseguido en un año remarcablemente distinto. Entre todos hemos conseguido tener una compañía más fuerte, más responsable socialmente y más preparada para liderar el futuro y que ya ha empezado a mostrar sus frutos en los primeros meses de 2021.

Gracias a todos por su compromiso y confianza.

Jaume Miquel
Presidente y Consejero Delegado de Tendam

1. Nuestro año





Cifras clave

Nuestro negocio



777,2 Mill. €
facturación

80 países
en los que estamos
presentes

1.836
puntos de venta

324
proveedores
de prendas

140
millones de
consumidores en
nuestras webs

6 marcas: _____

C O R T E F I E L

Pedro del Hierro

SPRINGFIELD

17%
facturación online sobre el total
de la facturación del negocio

59%
crecimiento de la venta en el
canal online

27 Mill.
de socios forman parte
de nuestros **clubes**

220
millones de consumidores
acuden a nuestras
tiendas físicas

women'ssecret

FIFTY

hoss
INTROPIA

Responsables con nuestras prendas



64 Mill.
de prendas

12%
prendas sostenibles
en nuestras marcas

+39%
crecimiento de prendas sostenibles
respecto al año anterior

100%
prendas libres de sustancias nocivas

Impulsamos el **Eco WASH**, con la aplicación de tecnologías que nos permiten un menor uso de agua en el proceso de acabado de nuestros jeans



Actuamos sobre el clima



-38%

reducción de emisiones directas e indirectas de CO₂ respecto al año anterior con la ampliación del alcance 3 con nuevas categorías en el cálculo.

100%

energía renovable utilizada en nuestras tiendas, oficinas y centros logísticos de España

82%

energía renovable a nivel mundial

Este año hemos obtenido la valoración del desempeño sostenible por parte de terceros:

Hemos obtenido la valoración B



Somos un equipo



9.529 personas

88%

empleados en tiendas

12%

empleados en servicios corporativos

84%

de la plantilla son mujeres

59%

mujeres en puestos de dirección

100%

empleados cubiertos por un convenio colectivo o por la ley laboral correspondiente

Comprometidos con la sociedad



392.186 €

euros invertidos en donaciones al tercer sector

Hemos colaborado en distintos proyectos sociales enfocados en la promoción de la salud, la educación hacia el desarrollo sostenible y la igualdad de la mujer.



Proyecto solidario del grupo ante la Covid-19

+65.000

prendas donadas a instituciones sanitarias, residencias de mayores y otros centros

Se ha dado respuesta a

600

solicitudes recibidas en el proyecto

Resumen del año

2020 ha sido un año marcado por la pandemia y por la fuerte transformación que ha vivido la compañía. A lo largo de este año hemos aprendido y superando barreras que antes no hubiésemos imaginado y hemos seguido trabajando con decisión para construir el camino que marque la recuperación.

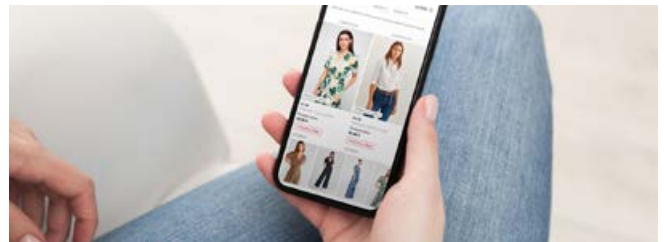
Somos un equipo

- ◆ Nuestro equipo está formado por un **84% de mujeres**, siendo una compañía representada por nuestra esencia mayoritaria femenina y caracterizada por abanderar la igualdad y la diversidad en todas las áreas y procesos de la compañía, desde la incorporación de perfiles hasta la promoción de las mujeres en puestos de dirección.
- ◆ A través de nuestro **programa de salud Be!Healthy** hemos acompañado a nuestros empleados y a sus familias durante el confinamiento domiciliario con propuestas para hacer ejercicio en casa, cuidando la alimentación y el bienestar emocional.
- ◆ Lanzamos nueva colaboración de **Be!talent** ofreciendo nuevos cursos online a través de nuestro portal de formación y apostamos por la formación en idiomas poniendo a disposición de todos los empleados una plataforma sencilla y ágil, para aprender idiomas desde cualquier dispositivo.



Seguimos creciendo

- ◆ Ampliamos nuestra oferta comercial ofreciendo, a través de nuestro canal online y tiendas de marcas propias, productos de terceras marcas de referencia internacional, complementando nuestro posicionamiento en función de la segmentación de nuestras marcas propias.



- ◆ En este año marcado por la pandemia el entorno online se ha convertido en el centro del negocio, completamente integrado con las tiendas físicas. Gracias a la rápida adaptación de la compañía, hemos experimentado un **incremento del 59% de la venta online** en 2020 que representa un 17% de la facturación total del Grupo.
- ◆ Hemos acelerado nuestras inversiones en logística RFID y análisis de datos para fortalecer nuestro **ecosistema omnicanal** con tiendas digitales totalmente conectadas con nuestra red de tiendas físicas de elevada capilaridad territorial.

Actuamos ante la Covid-19

Se han puesto en marcha todas las medidas necesarias para garantizar la **salud de los trabajadores** y clientes ante la Covid-19, reforzando las medidas de seguridad en tiendas y potenciando nuestros canales online.

Con el objetivo del mantenimiento del empleo y las **condiciones de los empleados**, se ofrecieron 2.000 microcréditos a interés cero, y el complemento de la prestación a los empleados afectados por ERTE en España, para mantener el 100% de su salario mensual durante los meses de confinamiento y restricciones.

Lanzamos la iniciativa **“Todos Sumamos, El hilo que nos une”** en solidaridad con los más afectados. Pusimos nuestras prendas y nuestra cadena de aprovisionamiento a disposición de las personas e instituciones que más lo han necesitado durante los primeros meses de la pandemia.

La sostenibilidad como guía

- ◆ **Carbon Disclosure Project (CDP)** ha reconocido la labor de Tendam en su lucha contra el cambio climático otorgando una calificación B, en el primer año que participamos en el ranking, valorando nuestras estrategias y políticas en pro de la descarbonización.
- ◆ Nos hemos adherido a **Forética**, organización empresarial referente en sostenibilidad y responsabilidad social corporativa, con el objetivo de continuar impulsando los aspectos medioambientales y sociales en nuestra estrategia de sostenibilidad.
- ◆ 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.
- ◆ Hemos conseguido nuevos hitos en nuestro compromiso en la lucha contra el cambio climático: comprometiendo la presentación de nuestros objetivos de reducción de GEI (Gases de efecto invernadero) en la iniciativa **Science Based Target (SBTi)** que nos permite el seguimiento de nuestra estrategia hacia la descarbonización en línea con el objetivo establecido en el Acuerdo de París de reducir los niveles de carbono.
- ◆ Seguimos trabajando en nuestra hoja de ruta para la sostenibilidad, cumpliendo con los objetivos establecidos para 2020. Nuestras marcas han alcanzado el 12% de **producción sostenible** puestas en el mercado con el objetivo de alcanzar el 25% de unidades bajo etiquetas sostenibles en el próximo año 2021.
- ◆ Hemos obtenido la medalla de plata (silver medal) de la calificador **EcoVadis**. Este resultado coloca a la compañía entre el 25% mejor puntuado de las empresas evaluadas por EcoVadis y reconoce la labor de la organización en 4 ámbitos ESG: medio ambiente, prácticas laborales y derechos humanos, ética y compras sostenibles.

En España, pusimos a disposición de las autoridades, otras empresas y organismos públicos nuestra red de aprovisionamiento global para la adquisición de material sanitario. Gestionamos el traslado a España de más de **1 millón de euros en material sanitario** (2,5 toneladas), en colaboración con otras empresas como Openbank y CLH.

Hemos respaldado la iniciativa **Call to action in the Global Garment Industry**, apoyada por la Organización Internacional del Trabajo (OIT), que tiene como objetivo catalizar la acción de toda la industria mundial de la confección para ayudar a los fabricantes a sobrevivir a la interrupción económica causada por la pandemia de la Covid-19.

Contribución social

- ◆ Seguimos, un año más, dando nuestro apoyo a la iniciativa **Business Women Empowerment** organizado por Cinnamon News con el objetivo de reunir a mujeres líderes para analizar y tratar de buscar soluciones a la desigualdad de género en las cúpulas directivas.
- ◆ Un año más, Women'secret y Dexus Mujer nos han invitado a unirnos al **movimiento #símeimporta** para prevenir el cáncer de mama, lanzando la campaña "SIEMPRE SÍ", animando a todas las mujeres a que se sumen a la lucha por la prevención y a la normalización de la enfermedad.
- ◆ En 2020 hemos continuado, un año más, con el compromiso y apoyo a la integración de la diversidad a través de la **campana Perfectos Imperfectos**, iniciativa realizada por Cortefiel junto a Fundación Cadete, con el objetivo de promover la integración social de niños y jóvenes con discapacidad.
- ◆ Participamos en un **Programa Europeo Universitario sobre sostenibilidad y empleabilidad** como socio de referencia, impulsado por la Universidad Glasgow Caledonian y financiado por el programa europeo Erasmus+. Esta iniciativa maximiza nuestro impacto junto con las colaboraciones que seguimos estableciendo con la **Universidad Politécnica de Madrid y el ISEM Business Fashion School**, para formar en ecodiseño, sostenibilidad y gestión a los futuros profesionales del sector.
- ◆ Extendemos los valores de la compañía para impulsar una gestión ética de los derechos humanos a lo largo de la **cadena de valor**, asegurando un impacto positivo y la creación de valor en los países en los que nuestros proveedores y fabricantes tienen presencia.



Nuestra respuesta a los desafíos ante la 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 Covid-19 ha generado un impacto negativo devastador en comunidades y economías en todo el mundo, afectando a la vida de las personas y al crecimiento de las empresas. Como empresa, hemos experimentado los daños y consecuencias económicas, incluidos cierres de tiendas y la disminución de empleo. Nuestra cadena de valor se ha visto afectada de forma directa en las distintas etapas, desde el proceso de diseño hasta los efectos ocasionados por los cambios en el comportamiento del cliente.

La compañía, cuya actividad en 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, así como la preservación de su estabilidad laboral y económica.
- ◆ Medidas encaminadas a la preservación de su negocio y de su propia salud financiera.
- ◆ Iniciativas de colaboración social, solidaria y activa.

La compañía consideró un compromiso ineludible ser parte activa y responsable de la sociedad en un momento que pide una implicación mayor por parte de todos y, a tal fin, ha puesto en marcha durante el año 2020 diversas iniciativas de cooperación y lucha contra los efectos de la pandemia.

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.

Compromiso con nuestros proveedores

Durante los primeros meses de la crisis provocada por el Covid-19, hemos decidido implantar medidas de protección de nuestros proveedores, con el objetivo de avanzar juntos y apalancarnos en una cultura de integración, unidad y solidez, fruto de la relación que hemos desarrollado con los miembros de nuestra cadena de suministro a través de los años.

Por esta razón, desde el primer momento la compañía se unió a la iniciativa **Call to Action in the Global Garment Industry** apoyada por la Organización Internacional del Trabajo (OIT), con el objetivo de potenciar nuestros esfuerzos para trabajar en un plan de continuidad con nuestros proveedores que garantizase su supervivencia y estabilidad durante la crisis, así como el mantenimiento de puestos de trabajo de sus empleados.

Este plan de contingencia incluyó medidas tales como:

- ◆ Ayuda a la financiación
- ◆ Apoyo en la implantación de medidas de salud y seguridad
- ◆ Relajación de los plazos de entrega
- ◆ Comunicación constante y atención a las necesidades derivadas de la pandemia.



Estamos al servicio del cliente

Hemos trabajado para seguir construyendo una relación sólida con nuestros clientes, más allá del momento de compra, focalizados en cuidar a nuestros socios que han sido una pieza clave para nuestra recuperación y crecimiento futuro.

La reapertura de la red de tiendas de la compañía tras los meses de confinamiento domiciliario fue progresiva, siguiendo las normas y directrices 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.

Aportación de material sanitario

Desde el inicio de la crisis, la compañía 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 de la compañía: 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 **65.000 prendas**, por valor de más de 1 millón de euros a PVP.

Entre otros, han recibido gratuitamente prendas de las marcas del grupo:

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

2. Nuestra compañía





Somos Tendam

Somos uno de los principales grupos de Europa en el sector moda, avalados por la trayectoria y experiencia lograda a lo largo de más de **140 años de historia**. Contamos con un equipo formado por más de 9.500 profesionales y una sólida huella internacional con presencia en **80 mercados**.

La compañía está especializada en la gestión de marcas del segmento premium mass market como alternativa de calidad entre el fast fashion y el lujo accesible. La suma de nuestras marcas 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. Sus colecciones se distribuyen a través de 1.836 puntos de venta situados en cuatro continentes y mercados online.

La sede central de la compañía se ubica en Madrid, disponiendo de oficinas en Barcelona y en otros países estratégicos con negocio en gestión propia. Para la gestión de la cadena de suministro global disponemos de centros internacionales de compras ubicados en España, Hong Kong, India y Bangladesh. Contamos con cinco centros logísticos que nos permiten obtener el máximo rendimiento y eficiencia en la distribución global.

Nuestro centro logístico principal ubicado en la Comunidad de Madrid actúa como centro de consolidación de franquicias y distribución único para tiendas propias de Europa. La compañía cuenta además con otro centro de distribución en España (Cuenca) desde donde se gestionan las operaciones online y otros tres centros logísticos en Hong Kong, México y Rusia.



AMÉRICA
232
Puntos de venta

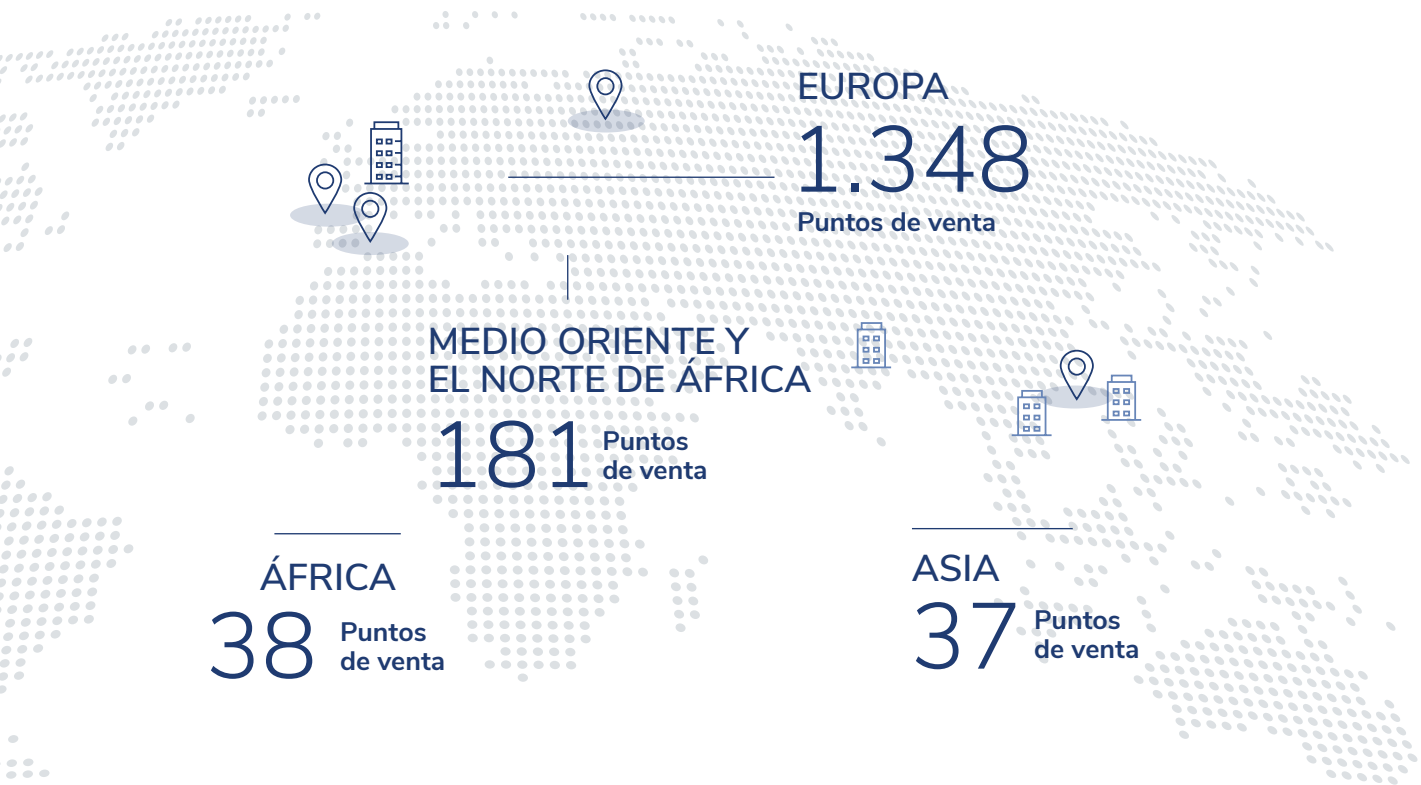
Avanzamos hacia la sostenibilidad para que nuestra forma de trabajar y nuestros productos marquen una diferencia positiva en la sociedad y en el medio ambiente.

80
Países



1.836
puntos de venta





Centros logísticos:

España (Aranjuez y Cuenca),
Hong Kong, México y Rusia.



Oficinas centrales:

España (Madrid)



Oficinas comerciales:

España (Barcelona),
Hong Kong, India y Bangladesh.

Mercados online

51



1.273

Tiendas de gestión propia



563

Franquicias



Presencia en el mundo

Tiendas propias

EUROPA	CTF	PDH	SPF	WS	FF	Total
Bélgica	-	-	15	9	-	24
Bosnia	1	-	7	6	1	15
Bulgaria	1	-	1	1	-	3
Croacia	-	-	9	10	1	20
España	138	4	290	298	57	787
Francia	-	-	57	4	-	61
Hungría	-	-	14	11	1	26
Italia	-	-	34	-	-	34
Luxemburgo	-	-	4	1	-	5
Montenegro	1	-	1	1	-	3
Portugal	23	-	63	55	11	152
Rusia	-	-	-	52	-	52
Serbia	1	-	19	21	1	42

AMÉRICA	CTF	PDH	SPF	WS	FF	Total
México	-	-	24	24	1	49

Actualmente tenemos presencia en 66 países a través de puntos de venta físicos y 14 países en los que tenemos presencia exclusivamente a través de la venta online.

Franquicias

EUROPA	CTF	PDH	SPF	WS	Total
Albania	1	-	1	1	3
Andorra	2	1	4	2	9
Armenia	-	-	1	2	3
Bielorrusia	-	-	1	4	5
Bosnia	-	-	1	-	1
Chipre	10	-	5	5	20
Croacia	-	-	-	1	1
Eslovenia	-	1	3	2	6
Estonia	2	-	5	5	12
Georgia	1	-	-	2	3
Gibraltar	1	-	1	1	3
Grecia	-	-	1	4	5
Irlanda	-	-	12	2	14
Italia	-	-	-	1	1
Letonia	1	-	1	2	4
Macedonia	-	-	2	1	3
Malta	1	-	2	2	5
Montenegro	-	-	-	1	1
Rusia	-	-	4	-	4
Serbia	-	-	2	2	4
Ucrania	-	-	6	11	17



ÁFRICA	CTF	PDH	SPF	WS	Total
Angola	7	-	7	7	21
Ghana	-	-	1	1	2
Isla Reunión	-	-	2	-	2
Kenia	7	-	1	1	9
Mauricio	1	-	1	2	4

AMÉRICA	CTF	PDH	SPF	WS	Total
Bermudas	-	-	-	1	1
Bolivia	2	1	2	2	7
Chile	-	-	-	14	14
Colombia	-	-	-	9	9
Costa Rica	1	1	6	6	14
Cuba	-	-	1	1	2
Ecuador	-	-	26	13	39
Guatemala	1	1	1	-	3
México	13	-	22	14	49
Paraguay	-	-	1	1	2
Perú	10	-	13	-	23
Rep. Dominicana	1	-	2	3	6
Venezuela	3	-	5	6	14

ORIENTE MEDIO Y NORTE DE ÁFRICA	CTF	PDH	SPF	WS	Total
Arabia Saudí	3	-	13	38	54
Baréin	-	-	-	1	1
Egipto	3	-	8	-	11
Emiratos Árabes	-	-	11	13	24
Irán	5	-	12	7	24
Iraq	2	-	2	2	6
Jordania	4	-	-	-	4
Kuwait	-	-	-	7	7
Líbano	11	-	11	4	26
Libia	1	-	1	1	3
Marruecos	-	-	-	3	3
Omán	-	-	-	2	2
Palestina	1	-	1	1	3
Qatar	-	-	1	5	6
Túnez	-	-	5	4	9
Uzbekistán	-	-	-	1	1

ASIA	CTF	PDH	SPF	WS	Total
Azerbaijan	-	-	-	2	2
Filipinas	3	8	8	6	25
Kazajistán	-	-	4	1	5
Pakistán	-	-	-	2	2



Mucho más que marcas

Es la primera marca creada por el grupo en 1945. Se asienta en valores como la elegancia, calidad, comodidad y funcionalidad de las prendas, representando con orgullo su tradición textil, con 75 años de experiencia en la confección y su compromiso con la sociedad.

Siempre inspirados por el cliente y sus necesidades, impulsa desde hace más de 40 años una comunidad de socios unidos por el interés en disfrutar de la moda. Hoy en día, gracias a la confianza y fidelidad de los clientes, más de 6,5 millones de personas forman parte del Club Cortefiel y disfrutan de sus ventajas.

Se etiqueta bajo el nombre Eco-friendly una colección más sostenible elaborada a partir de fibras recicladas, algodón orgánico y procesos de fabricación con un menor impacto sobre el medio ambiente, como el ahorro de agua en las prendas vaqueras y la reducción de hasta un 70% de los químicos utilizados en su producción y en sus acabados.

La marca se ha unido a una nueva aventura sostenible junto con Slowlove, firma de moda de Sara Carbonero e Isabel Jiménez. Se trata del lanzamiento de una colección cápsula de prendas en la temporada de otoño-invierno 2020, de la mano de una marca sostenible, comprometida con el planeta y las personas.

C O R T E F I E L



 **179,80 Mill. €**
Facturación (Incluye la facturación de PdH y Hoss)

 **23%** Facturación sobre el total

 **263** Puntos de venta

 **48** Países donde tiene presencia

 **23%** del equipo trabaja en Cortefiel, Pedro del Hierro y Hoss Intropia

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 al grupo 1992.

Fieles a sus valores de estilo, elegancia y calidad, la marca adapta las prendas y servicios a las nuevas necesidades de los clientes a través de la creatividad y siendo respetuosos con la cadena de producción y medio ambiente.

En esta ocasión se ha diseñado una nueva colección de hombre compuesta por prendas elaboradas a partir de algodón orgánico, con acabado antimanchas, antiolor, resistente a microbios, repelente al agua y fabricadas con material reciclado entre otros, poniendo especial atención al diseño de un estilo más casual, duradero y basado en dos valores principalmente: sostenibilidad e innovación.

Esta línea es una de las apuestas de la marca por la mejora en sus acabados técnicamente tratados para una mayor seguridad.



179,80 Mill. €

Facturación (Incluye la facturación de CTF y Hoss)



17 Puntos de venta independientes



280 Puntos de venta



42 Países donde tiene presencia



23% del equipo trabaja en Cortefiel, Pedro del Hierro y Hoss Intropia

 **SPRINGFIELD**



Springfield es una marca de estilo contemporáneo anclado en prendas icónicas con una base fuerte en la sostenibilidad, que permite a los seguidores de la marca expresarse tal y como son a través de la mejor propuesta calidad-precio.

En 2018 nace R[ECO]NSIDER de la preocupación por el planeta y la inquietud de ser más responsables. Con el compromiso de producir de una manera más sostenible y respetuosa con el medio ambiente, en 2020 la marca ha superado sus objetivos de crecimiento alcanzando el 20% en productos sostenibles, con la meta de alcanzar el 50% para 2023.

Este año Springfield ha vuelto a sus raíces a través de un símbolo que representa los valores con los que ha crecido a lo largo de su historia y que representa la marca más que nunca. Por ello, ha recuperado su icónico logotipo con el árbol como signo principal.

A través de la iniciativa #BosqueSpringfield, gracias a la masiva participación de los clientes, hemos contribuido a la lucha contra el cambio climático y la deforestación mediante la plantación de 30.000 árboles en una zona deforestada de Burgos. El procedimiento se ha realizado a través de drones, en colaboración con CO2Revolution.

Además de acciones ligadas al cuidado del planeta, Springfield se ha unido a Hemper y han creado una colección de accesorios diseñada por nuestra marca y donde Hemper ha puesto a nuestra disposición su red de artesanos en Nepal, haciendo así posible la elaboración de esta colección 100% fair trade realizada a base de cáñamo del Himalaya, una de las plantas más sostenibles del mundo.



275,19 Mill. €
Facturación



35% Facturación sobre el total



758 Puntos de venta



63 Países donde tiene presencia



36% del equipo trabaja en Springfield



Women'secret nace en 1993 como especialista en el sector de moda íntima femenina. Es una marca creada por y para mujeres, saludables y seguras de sí mismas, que ofrece prendas de corsetería, ropa de dormir y de baño, capaz de combinar feminidad, comodidad y calidad

Mantiene un alto nivel de compromiso con la sociedad y con causas relacionadas con temas que importan y preocupan especialmente a las mujeres.

Hace ocho años nació su proyecto más bonito, de la mano de la Fundación Dexeus Mujer, gracias al cual se contribuye a normalizar el día a día de las mujeres que han pasado por un cáncer de mama a través de la creación de una línea especial de ropa íntima y de baño pensada para ellas.

El pasado año 2019 la marca lanzó Honest by Women'secret, una nueva línea de prendas confeccionadas con algodón orgánico cultivado siguiendo estándares de sostenibilidad y que proviene de tierras libres de sustancias tóxicas que respetan la naturaleza del suelo, dando un paso más en el cuidado y el respeto del ecosistema de nuestro planeta".

Desde entonces, la marca sigue apostando por un futuro respetuoso con el medio ambiente y trabaja, cada día, por ampliar las opciones sostenibles con nuevas referencias de corsetería, lencería y baño, dentro de nuestra línea orgánica, Honest.

Para celebrar el Día Internacional de la Mujer, la marca creada por y para mujeres lanzó la campaña "From us, for you" donde refleja la sororidad y fuerza de una plantilla liderada por un 98% de mujeres. Se recopilieron historias personales del equipo de Women'secret, destacando una particularidad en común: la solidaridad y amistad entre ellas.



261,85 Mill. €
Facturación



34% Facturación sobre el total



725 Puntos de venta



73 Países donde tiene presencia



26% del equipo trabaja en Women'secret

women'secret



hoss
INTROPIA



Hoss Intropia tiene sus orígenes en 1994 y forma parte de Tendam desde finales del 2019, para relanzarse en 2021.

La adquisición de Hoss Intropia responde a la estrategia de crecimiento del grupo, que le permite obtener sinergias apalancando su estructura operativa. Además de a una estrategia de evolución, la adquisición de la marca responde a un criterio de oportunidad, reforzando la posición de la compañía en moda femenina dentro del segmento lujo asequible.

La marca vuelve este año y lo hace con la misma esencia de siempre. Con ese estilo de vida tan mediterráneo, con esa autenticidad innata y con las mujeres como fuente inagotable de inspiración. Más que una marca de moda es un estilo de vida, una filosofía y forma de vivir.

Es una marca diseñada para las mujeres que saben lo que quieren y que se sienten seguras con su propio estilo. A las que les gusta sentirse especiales y que su fortaleza interna destaque entre la multitud. Sus colecciones de estilo bohemio romántico-sofisticado y con personalidad propia, ofrecen opciones para vestir en el día a día y también para ocasiones especiales.

Hoss Intropia es un viaje hacia la naturalidad, una vuelta a la autenticidad y al estilo personal. Para asegurar el respeto a su esencia, Tendam ha incorporado a la diseñadora Alejandra Valero, responsable creativo de la anterior etapa de la marca durante más de ocho años.

Complementando la esencia de siempre de la marca se han añadido nuevas categorías de producto en las que prima la sostenibilidad como valor fundamental, hasta el punto de que toda su estrategia de crecimiento pasa por un compromiso creciente con el medio ambiente. El 30% de Hoss Intropia es sostenible. La marca trabaja con algodones orgánicos, materiales reciclados y lavado responsable para alcanzar porcentajes de sostenibilidad cada vez mayores.



Venta online
como eje principal



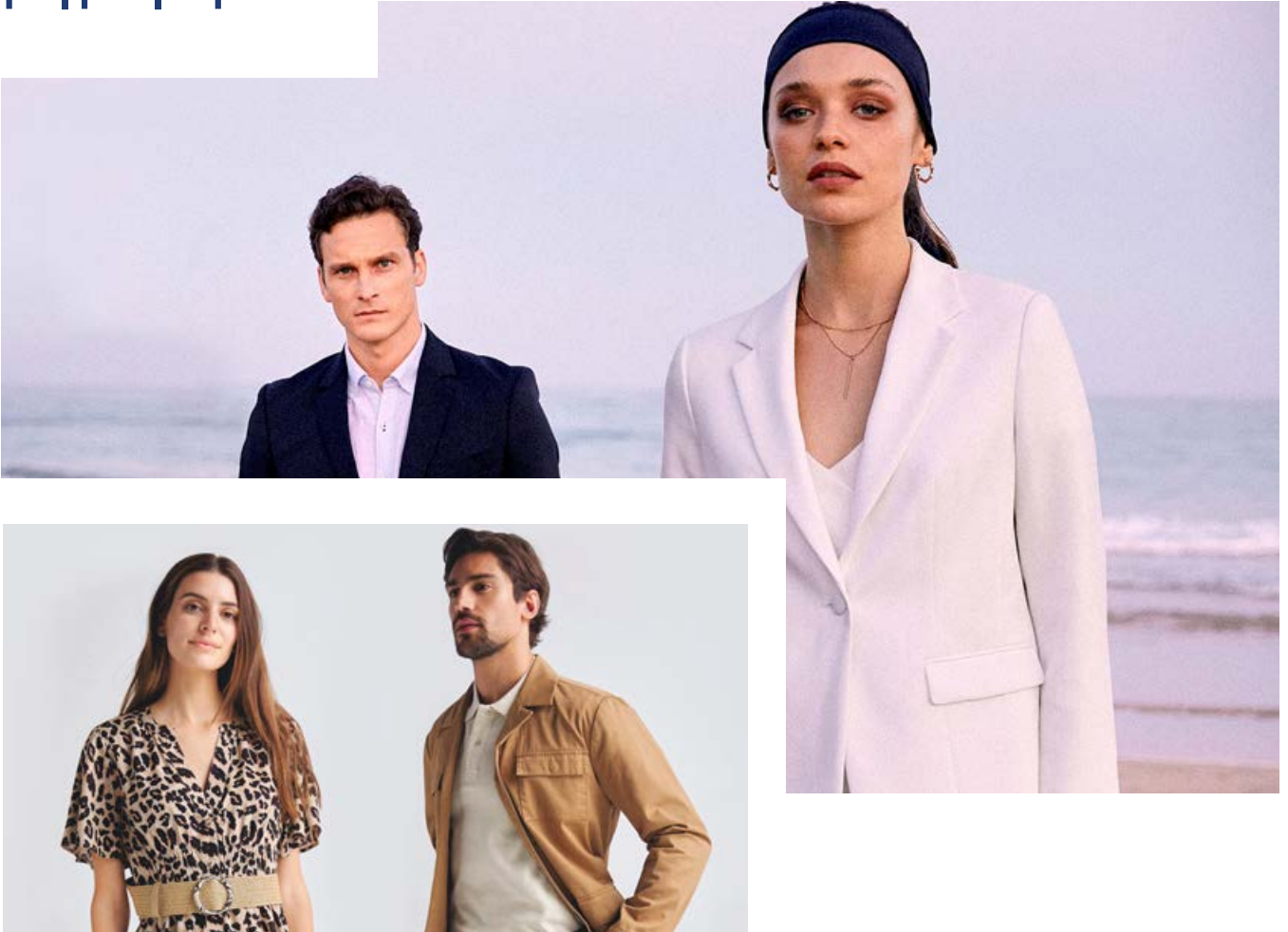
Presencia en las
26 principales tiendas de Cortefiel
y Pedro del Hierro de España



Apertura de **tiendas propias,**
franquicias y otros canales de
distribución dentro y fuera de España
como plan de crecimiento



FIFTY



58,96 Mill. €

Facturación



8% Facturación sobre el total



73 Puntos de venta



7 Países donde tiene presencia



8% del equipo trabaja en Fifty

FIFTY es la cadena multimarca de prendas outlet de Tendam que ofrece su marca propia Milano y productos outlet de las marcas del grupo sin renunciar al mejor diseño y calidad.

Desde el año 1997, la reinversión e innovación nos ha llevado a una expansión internacional con un alto nivel de reconocimiento, haciendo crecer así el "Smart shopping", pilar fundamental de nuestro exitoso sistema de negocio.

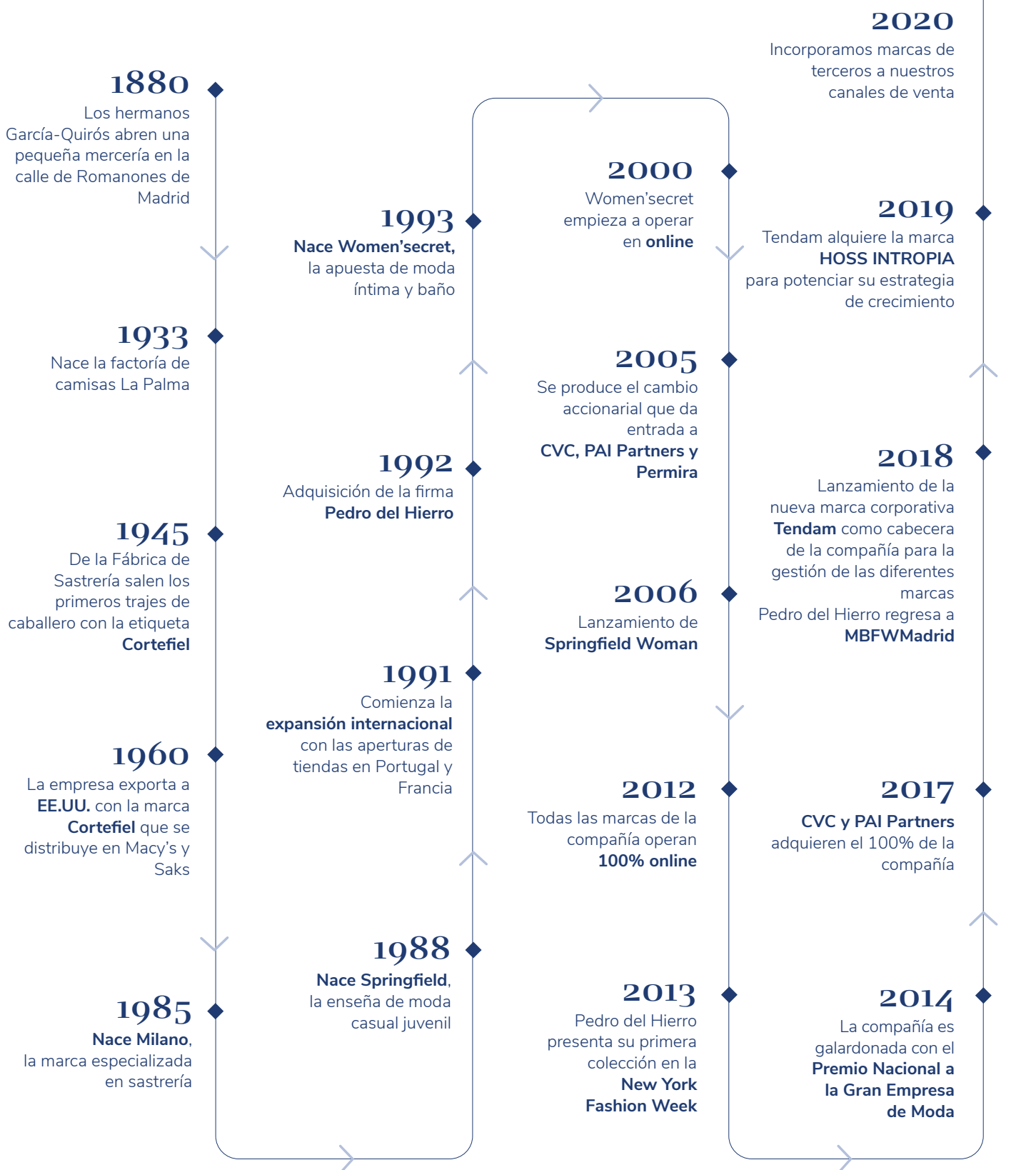
La cadena ha iniciado un proceso de producción adaptado a los nuevos planteamientos acorde a la estrategia de la compañía, apostando por un nuevo concepto basado en una línea eco friendly.

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

Milano ha lanzado su sello "Lifeway", un proyecto de moda sostenible que nace como paraguas para todas las iniciativas "eco-friendly" de la marca. Este sello, identificado con una etiqueta craft reciclada, pone de manifiesto el compromiso real de la marca con el medio ambiente.

140 años de historia

De Grupo Cortefiel a Tendam



Incorporamos marcas de terceros a nuestros canales de venta

Este año hemos abierto nuestro canal online y tiendas físicas para incorporar productos de terceras marcas de referencia a nivel nacional e internacional, evolucionando nuestro modelo de e-commerce.

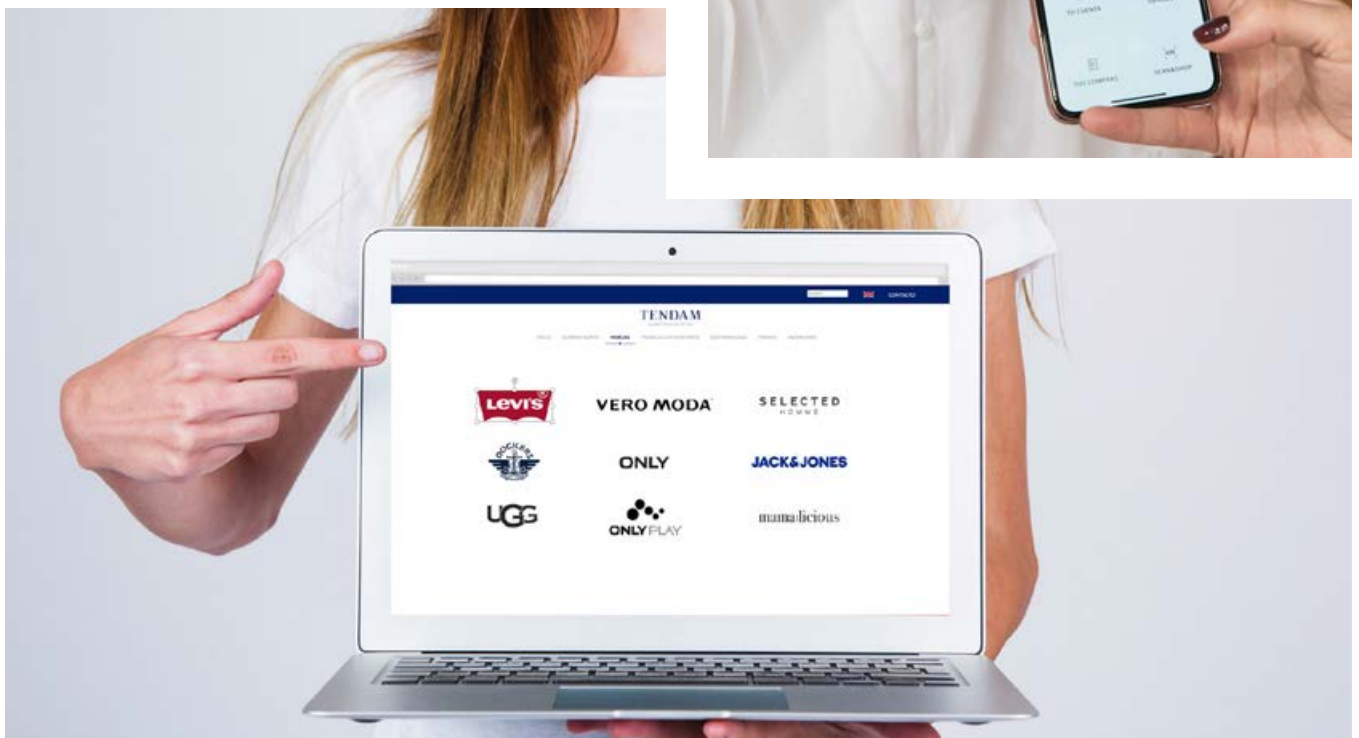
Marcas de otras compañías especializadas en moda y algunas en producto sostenible, completan la oferta de nuestras webs en función de la segmentación de nuestras marcas propias, y que podrán aprovechar las capacidades de los clubes de fidelización y la red omnicanal de Tendam.

Los clientes online pueden beneficiarse de una oferta creciente de productos de estas marcas cuidadosamente seleccionados, disponiendo de todas las ventajas y beneficios tradicionalmente asociados a las compras online la compañía:

- ◆ Entrega y devolución de pedidos en tienda sin coste
- ◆ Posibilidad de combinar varios productos en un mismo pedido
- ◆ Venta online desde tienda
- ◆ Servicio de atención al cliente
- ◆ Promociones especiales para clientes registrados
- ◆ Acumular puntos en los programas de fidelidad de cada cadena

Este movimiento representa un avance importante en la estrategia de potenciar el posicionamiento omnicanal del Grupo, reforzando el atractivo de nuestras tiendas digitales y consolidando mayores economías de escala en nuestra operación on-line.

Además, nos posiciona como el socio ideal tanto para grandes marcas internacionales de moda que busquen nuevos canales para llegar a sus clientes en la península ibérica, como para pequeñas marcas locales que están buscando herramientas con las que ganar visibilidad y acelerar su crecimiento online.



Identidad corporativa

Nuestro propósito en sostenibilidad

“Make fashion that matters”

En este año 2020 marcado por grandes cambios, hemos dado un impulso a la transformación de la compañía con la definición de nuestro propósito en sostenibilidad. Creemos que nuestra empresa solo obtendrá el éxito a largo plazo creando valor para nuestros grupos de interés.

Nuestro propósito en sostenibilidad es crear moda de calidad marcando la diferencia en la vida de las personas, la sociedad y el planeta. Nuestra forma de trabajar y nuestros productos deben marcar una diferencia positiva en la sociedad y en el entorno, contribuyendo al éxito continuo de la compañía.

Nuestro compromiso consiste en gestionar las operaciones de manera respetuosa con el planeta, marcándonos 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.

El propósito es el eje central de nuestra estrategia de sostenibilidad y guía las decisiones de la compañía a todos los niveles.

Estamos al servicio de las personas

Nuestra máxima de «marcar la diferencia en la vida de las personas» abarca al cliente, pero también a nuestro equipo y a los proveedores. Queremos generar un impacto positivo en el mundo, invirtiendo en las personas para mejorar sus vidas y construir un futuro mejor para todos.

Respetamos el medioambiente

Ponemos el foco en minimizar el impacto ambiental de la actividad, fomentando la economía circular y la lucha contra el cambio climático. Queremos inspirar y facilitar un entorno sostenible con la mirada puesta en los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas como hoja de ruta.

Confiamos en nuestro equipo

Contamos con un equipo comprometido, dispuesto a dar lo mejor de sí mismos para cumplir un propósito compartido. Mantener motivado a nuestro equipo es clave para garantizar su compromiso y su éxito a la hora de contribuir al progreso de las personas y las empresas.

Un compromiso compartido por todos

Desde los mandos de más alto nivel se vive el compromiso de trabajar para incorporar la sostenibilidad como parte de nuestro propósito, siendo compartido a todos los niveles de la organización. Se han creado nuevas estructuras de gobierno que hacen posible avanzar en esta dirección, fomentando la innovación y las alianzas como palancas estratégicas para alcanzar nuestras metas hacia el desarrollo sostenible.

Todas las marcas que forman parte de la compañía comparten el mismo propósito y cultura corporativa. La cultura de la compañía engloba nuestra misión, visión y 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.



3. Nuestra forma de trabajar





Trabajamos con una visión sostenible

En Tendam somos partícipes del reto global de promover el crecimiento económico, social y medioambiental, apalancando nuestros nuevos compromisos de sostenibilidad para potenciar nuestra contribución.

Como una de las principales compañías del sector moda en Europa, usamos nuestro tamaño y alcance global para expandir nuestro impacto positivo, con un modelo de negocio y una estructura de gobierno que impulsa el liderazgo y la transparencia. Tenemos la oportunidad de abordar los grandes desafíos sociales y ambientales actuales, reconociendo nuestra responsabilidad con el planeta y con las personas que son impactadas de forma directa por nuestra actividad.

Nuestra empresa ha superado muchos desafíos a lo largo de sus **140 años de historia** y estamos convencidos de que, al trabajar de la mano de todos nuestros grupos de interés, superaremos juntos los próximos retos que tenemos por delante.

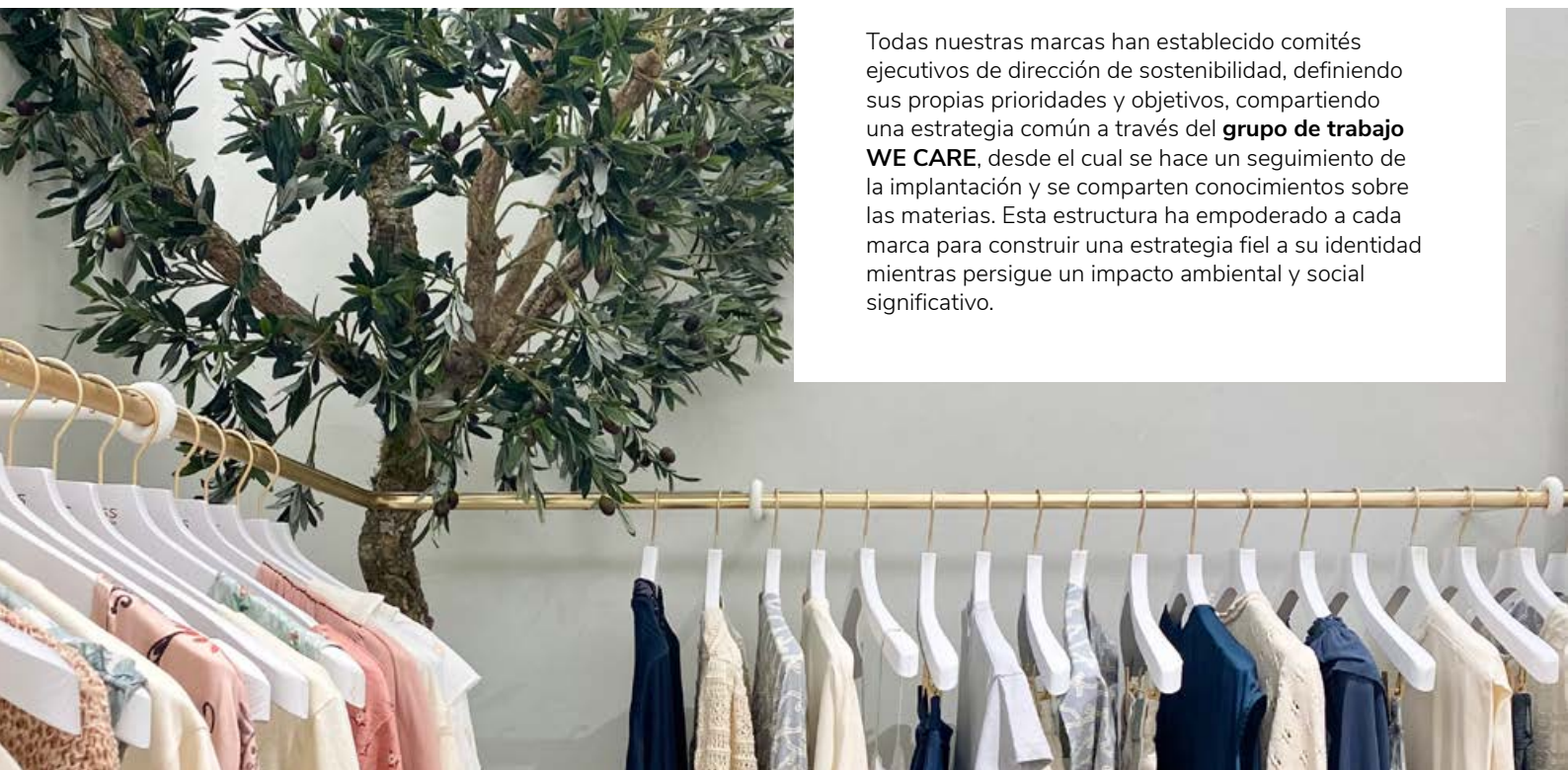
En 2020 nos hemos mantenido firmes en nuestro compromiso con el planeta, la sociedad y con la meta de contribuir, con nuestro negocio, al desarrollo sostenible trabajando para lograr avances en los objetivos globales. Cada uno de los equipos hemos mantenido un enfoque de trabajo poniendo en el centro la sostenibilidad, lo que nos ha llevado a maximizar la generación de valor, el progreso continuo y una búsqueda constante de mejora.

Reconocemos la importancia de **colaborar con toda nuestra cadena de valor** para lograr este cambio y por ello, debemos ir más allá, con nuestros valores como base en lo que hacemos todos los días e involucrando, tanto a nuestros equipos, como a los clientes y todos los grupos que intervienen a lo largo de la cadena de valor.

Trabajamos con el objetivo de maximizar nuestro impacto positivo y de integrar el comportamiento sostenible con la gestión del negocio y la cuenta de resultados. 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.

Para hacerlo posible, todos nuestros procesos se basan en nuestro propósito en sostenibilidad **Make fashion that matters** que guía nuestra hoja de ruta a la hora de trabajar. Cuidamos cada detalle, desde la elección de los materiales, como el diseño en taller hasta que la prenda llega a nuestro cliente, siempre manteniendo el sello de identidad que define cada marca.

Todas nuestras marcas han establecido comités ejecutivos de dirección de sostenibilidad, definiendo sus propias prioridades y objetivos, compartiendo una estrategia común a través del **grupo de trabajo WE CARE**, desde el cual se hace un seguimiento de la implantación y se comparten conocimientos sobre las materias. Esta estructura ha empoderado a cada marca para construir una estrategia fiel a su identidad mientras persigue un impacto ambiental y social significativo.

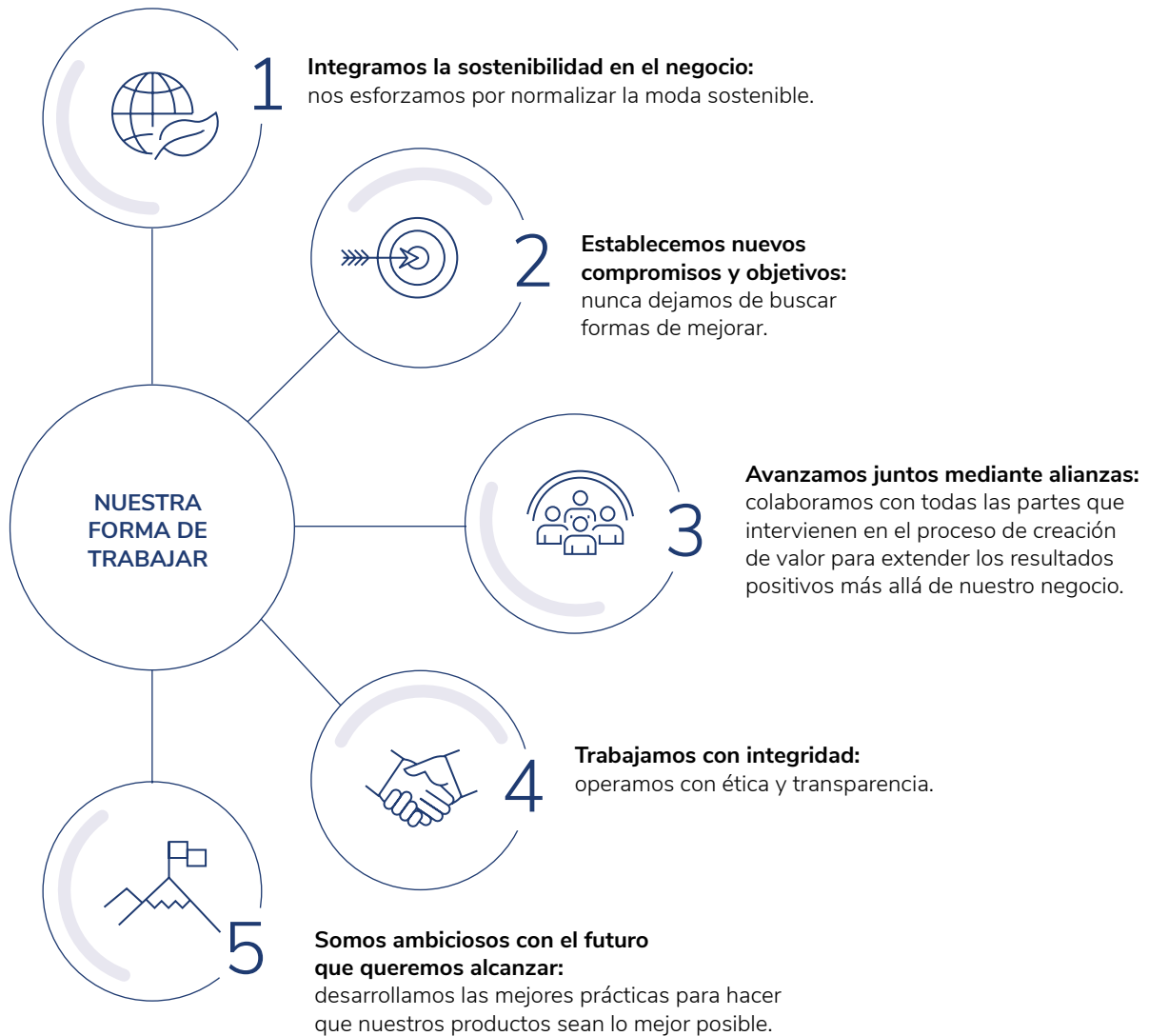


WE care

Con nuestro propósito como guía de nuestra forma de trabajar, mantenemos un firme compromiso con todo aquello que nos importa y que importa a nuestros grupos de interés. Para trabajar enfocados con esta visión, se ha creado un comité transversal en la organización denominado WE CARE, coordinado por el Departamento de Sourcing y Calidad y que reúne integrantes de varias áreas corporativas y de los Departamentos de Diseño y Compras de todas nuestras marcas. El objetivo es el de promover y coordinar las iniciativas y propuestas de nuestros equipos relacionadas con la sostenibilidad y la innovación textil.

Este grupo de trabajo se convierte en una fuente de conocimiento e innovación, que establece unos estándares comunes y verificables para compartir y fomenta la excelencia hacia la sostenibilidad completa y transversal en todo el Grupo. Representa, además, una herramienta muy poderosa que ha integrado más estrechamente las preocupaciones ambientales en la estrategia y los procesos de gestión de la compañía y sus marcas, con el fin de contribuir con la transformación hacia un modelo más sostenible y con garantía.

Nuestra forma de trabajar se plasma en los siguientes cinco principios:



Análisis de materialidad

En 2020 se ha actualizado el análisis y la matriz de materialidad presentados en el último Informe de Sostenibilidad de la compañía.

Se han incorporado nuevas entradas en el análisis de este año teniendo en cuenta las nuevas tendencias de analistas e inversores en materia ESG, las prioridades del principal grupo accionista de la compañía sobre asuntos de sostenibilidad, las líneas maestras del Plan Estratégico de Tendam sobre cuestiones ESG, el efecto

de la pandemia y su influencia en el entorno social. Se han incorporado también otros inputs derivados de los nuevos requisitos regulatorios sobre derechos humano, cambio climático y finanzas sostenibles y sus impactos en las operaciones de Tendam.

Todo ello, nos ha permitido identificar como resultado de la matriz de materialidad 13 asuntos relevantes y focalizar las prioridades de los planes y programas de sostenibilidad de la compañía.

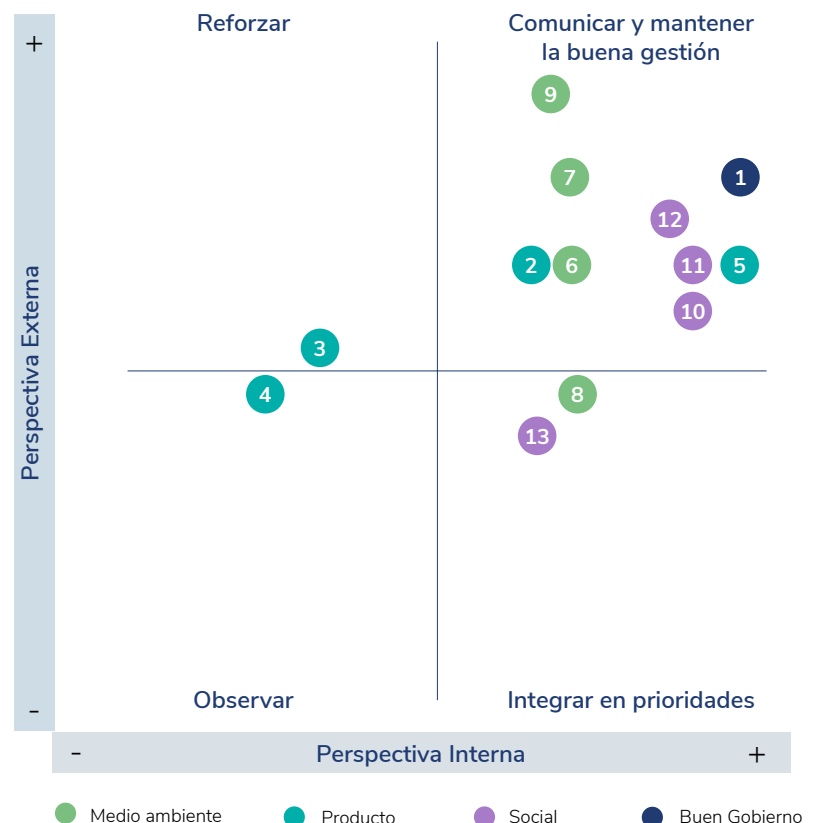


El resultado es una matriz de materialidad donde se reflejan 13 asuntos prioritarios representados en base a su relevancia para los grupos de interés internos y externos. Cada uno de los asuntos materiales resultantes incluye distintos subtemas que también son tenidos en cuenta a la hora de valorar su materialidad.

Este año, en el análisis se observa cómo los aspectos relativos a la **minimización de impactos ambientales** se posicionan en lugares más prioritarios que en ejercicios anteriores, así como la **eficiencia en el consumo de recursos naturales, las medidas de reciclaje y economía circular y la sustitución de plásticos**.

Para la compañía, los asuntos relacionados con la **transparencia en la cadena de suministro** ha adquirido mayor importancia en el último año, poniendo el foco en la nueva regulación en materia de Debida Diligencia en derechos humanos. Los asuntos relativos a las **condiciones laborales** tanto de los trabajadores propios como de los proveedores se mantienen como elementos clave de la gestión del negocio.

Matriz de materialidad



Asuntos relevantes

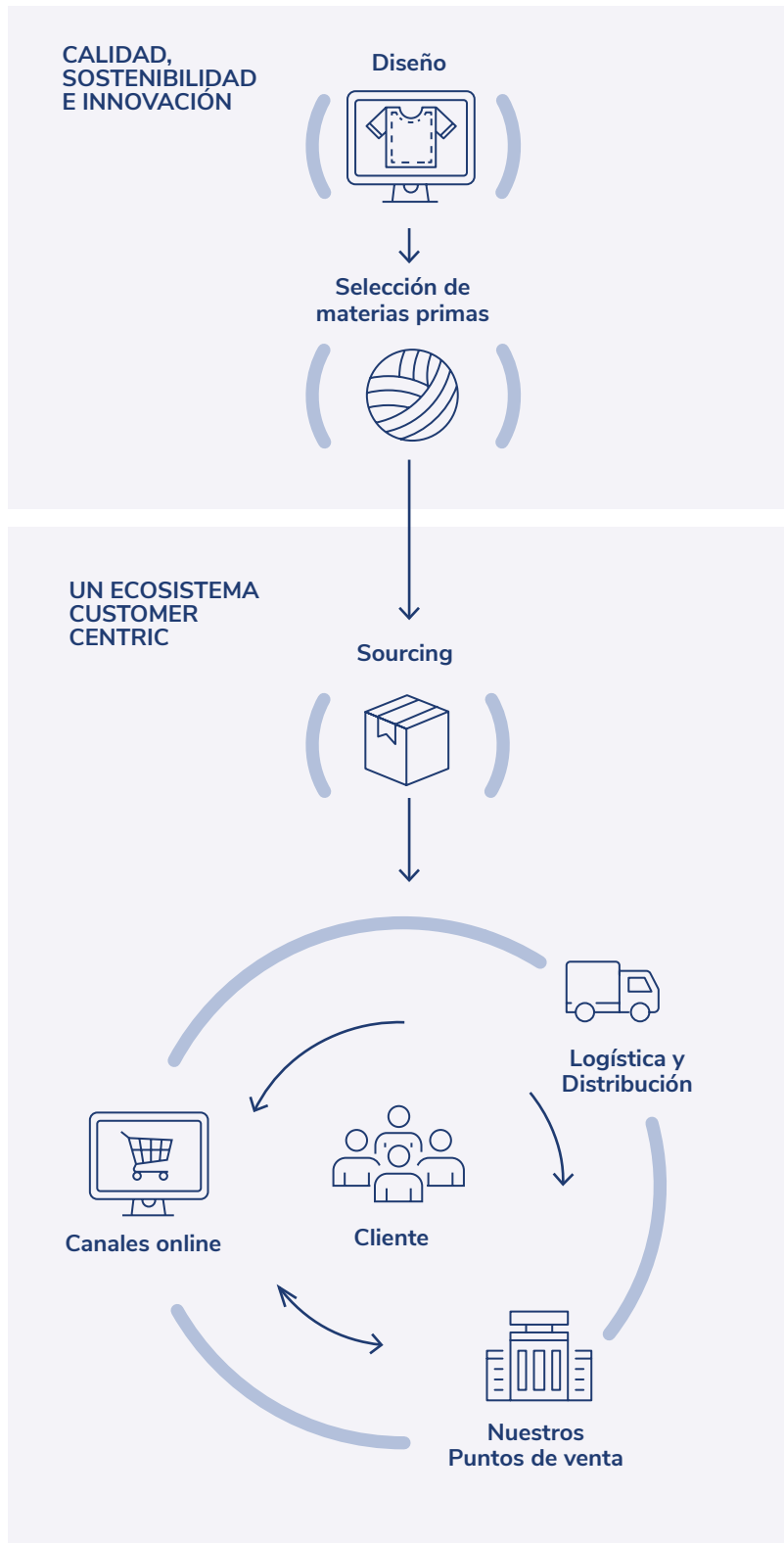
1	Ética y buen gobierno	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Principios éticos, honestidad e integridad, ◆ Buen gobierno ◆ Transparencia en la gestión
2	Innovación en producto y materiales	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Ecodiseño ◆ Aplicación de nuevos materiales
3	Sustitución del plástico	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Generación de alternativas al plástico en producto, embalaje y en mobiliario de tiendas
4	Calidad y seguridad del producto	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Garantía en los procesos de producción ◆ Estándares de calidad ◆ Seguridad al cliente.
5	Trazabilidad y transparencia de la cadena de suministro	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Auditorías a fábricas ◆ Sistemas informáticos para la trazabilidad del producto
6	Eficiencia en el consumo de recursos naturales	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Uso eficiente de materias primas (principalmente, algodón) ◆ Consumo de agua
7	Impacto al medio ambiente	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Minimización del impacto en la biodiversidad ◆ Reducción del uso de sustancias químicas ◆ Optimización de los procesos de transporte ◆ Minimización del packaging
8	Reciclaje y economía circular	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Recogida y reciclaje de prendas ◆ Conversión de los residuos textiles en nuevas prendas
9	Mitigación y adaptación al cambio climático	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Reducción de emisiones de gases de efecto invernadero ◆ Uso de energías renovables ◆ Compromisos adquiridos para luchar contra el cambio climático.
10	Atracción y retención de talento	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Adquisición de perfiles con capacidad de adaptación, resiliencia y capacidad comercial. ◆ Ser marca empleadora ◆ Desarrollo, formación y compensación a largo plazo
11	Diversidad e inclusión	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Diversidad de género, generacional, cultural y con capacidades diferentes ◆ Medidas y contextos inclusivos
12	Condiciones laborales en la cadena de suministro	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Respeto por los derechos humanos ◆ Condiciones de trabajo seguras ◆ Salarios justos ◆ Prevención de trabajo forzoso o infantil
13	Impacto a la sociedad	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Iniciativas de acción social ◆ Creación de empleo directo, indirecto e inducido

Participamos en iniciativas globales, en iniciativas educativas y de contribución a la sociedad, y formamos parte de distintos foros e iniciativas. En base a estas iniciativas, se ha realizado un análisis de los asuntos tratados en cada una de ellas, tenidas en cuenta en la elaboración de la Matriz de materialidad.

Un modelo que avanza hacia la sostenibilidad

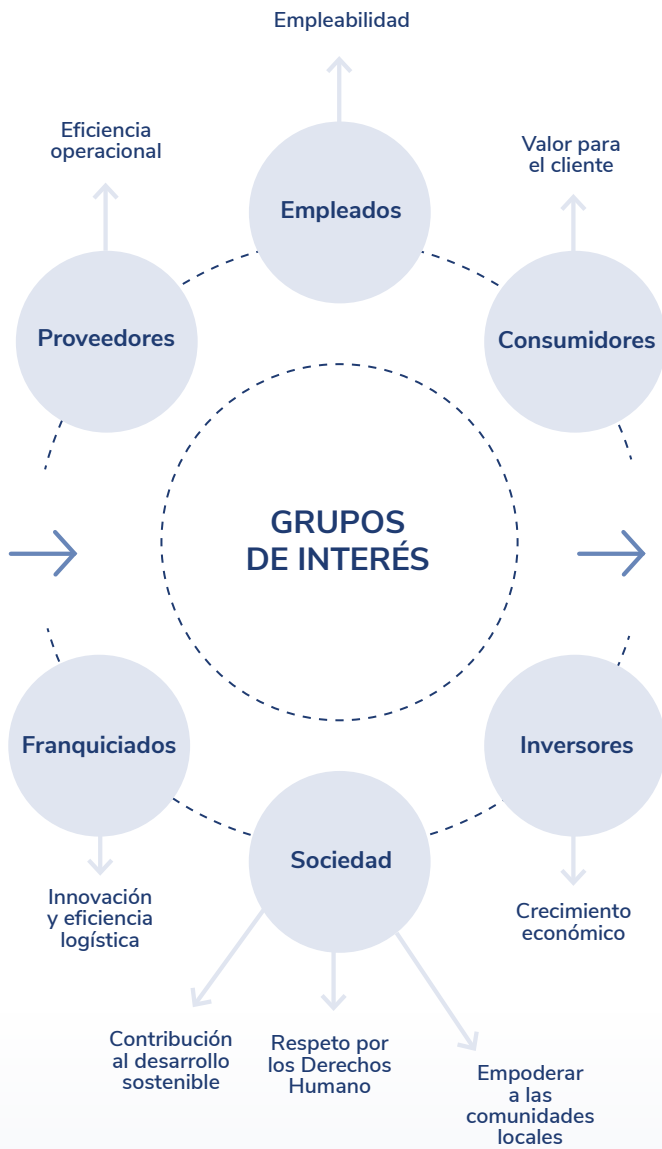
Tenemos la oportunidad de construir un nuevo modelo de negocio que nos permite la creación éticamente responsable de cada prenda y que busca extender nuestro compromiso como marca con una **producción de moda sostenible**. Este modelo nos permite mejorar la calidad de vida y contribuir a un futuro más saludable, tanto de nuestros empleados como de los consumidores, proveedores y la sociedad.

NUESTRO PROPÓSITO EN SOSTENIBILIDAD:
Make fashion that matters



Maximizar el impacto positivo en la sociedad y el medioambiente ...

COMPROMISOS CON LOS GRUPOS DE INTERÉS



PALANCAS ESTRATÉGICAS

PERSONAS



Igualdad

Diversidad

Talento

MEDIOAMBIENTE



Compra sostenible

Emisiones

Eficiencia energética

Reducción consumo

Residuos

Circularidad

GOBERNANZA



Buen gobierno

Transparencia

Compromiso ético

CADENA DE SUMINISTRO



Derechos humanos

Trazabilidad

Auditorías Sociales y medioambientales

CONTRIBUCIÓN SOCIAL



Contribución a la Agenda 2030

Voluntariado Corporativo

Impacto social positivo

... minimizar el impacto negativo

El primer paso para impulsar el cambio es comprender el impacto y la influencia que tenemos en cada etapa de la cadena de valor. Estamos incorporando la sostenibilidad como una parte esencial de cómo diseñamos la prenda, enfocándonos en materiales sostenibles y asegurándonos de que nuestra ropa se obtenga y se fabrique de una manera que respete a las personas, el medio ambiente y los animales.

Este compromiso se concreta en las diferentes etapas de diseño, producción y distribución de nuestros productos, que presenta oportunidades únicas para mejorar la sostenibilidad en el desempeño de nuestro negocio.



1. DISEÑO DE LA PRENDA

El diseño es la primera oportunidad en nuestra cadena de valor para incorporar objetivos sostenibles desde el principio del proceso. Para nosotros **cada prenda es un reto al que queremos aportar un valor añadido**, de manera que queremos prestar atención a las condiciones en las que se diseña, produce y distribuye cada una con el fin de minimizar su impacto en el medioambiente y en la sociedad. Eso conlleva diseñar con nuestro propósito en mente, incorporando calidad y durabilidad, garantizando un tratamiento químico seguro y una evaluación rigurosa de los materiales y los procesos de producción utilizados, enfocados en maximizar la vida de cada producto.



2. MATERIAS PRIMAS

Obtenemos materiales basados en su calidad y sostenibilidad, trabajando estrechamente con nuestra red de proveedores. Innovamos para traer nuestra visión de marca a la vida para inspirar y emocionar a nuestros clientes, mientras reducimos nuestro impacto en el entorno.

Somos conscientes de que para ofrecer a nuestros clientes productos excepcionales, las materias primas utilizadas para fabricarlos deben ser seguras para ellos, ofreciendo los máximos estándares de sostenibilidad posible.



3. SOURCING

La elaboración de prendas más sostenibles también se consigue a través de **procesos más respetuosos con el medioambiente**. Nuestras marcas fomentan la búsqueda de nuevos procesos en la fabricación, de la mano de proveedores estratégicos promoviendo, además, iniciativas para reducir el uso de agua y energía, así como la gestión responsable de químicos.

Seguimos invirtiendo en producto para impulsar mejoras en calidad, además de centrarnos en reducir, reutilizar y reciclar los residuos que se crean a lo largo de este proceso, buscando innovadores soluciones para avanzar hacia la circularidad de nuestro modelo de negocio.



4. LOGÍSTICA Y TRANSPORTE

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.

Buscamos la mejor combinación de opciones de envío basadas en velocidad, costos y sostenibilidad, y tomamos las medidas para minimizar el uso de energía y reducir residuos a lo largo de este proceso. Mejoramos la **eficiencia logística** de nuestras operaciones con el objetivo de reducir nuestro impacto en el medioambiente.



5. PUNTO DE VENTA

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 propio concepto y personalidad y ofrece una experiencia interactiva única. Nuestros equipos creativos, de marketing y comunicaciones aseguran que el producto esté en el centro de todo lo que hacemos. Construimos una conexión con nuestros clientes a través de experiencias innovadoras e inspiradoras, promoviendo el respeto por el medio ambiente a través de nuestras tiendas.



Palancas estratégicas

Nuestro propósito en sostenibilidad se ha materializado a través de distintos proyectos e iniciativas que hemos acelerado con nuestro **Plan ESG 2019-2021**.

La realización del análisis de materialidad nos permite enfocar nuestra agenda de sostenibilidad y establecer **cinco pilares que guían nuestra estrategia**, alineada con los Principios Rectores de las Naciones Unidas sobre Empresas y Derechos, los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU y el Acuerdo de París sobre el cambio climático.

El plazo de implementación de la estrategia y el cumplimiento de los objetivos se han visto afectados por la Covid-19, aunque, los fundamentos y la trayectoria de nuestra estrategia siguen siendo correctos. A lo largo del 2020 la compañía se ha visto influenciada por el entorno, fuertemente golpeado por la pandemia mundial y por la dirección que está siguiendo el Grupo, dando pasos agigantados en la materialización de compromisos adquiridos fruto de alianzas con terceros, especialmente enfocadas hacia los impactos en la sociedad y el medioambiente.

A su vez, la volatilidad en el entorno externo afecta nuestro desempeño general con la aparición de nuevas normativas en alguna de las áreas de nuestra actividad. Por ello, hemos actualizado nuestra estrategia holística y transversal para cumplir con nuestra visión, bajo el propósito en sostenibilidad que nos mueve **#Make fashionThatMatters**, potenciando nuestro plan estratégico con la incorporación dos nuevas palancas estratégicas.

Prendas sostenibles

Nos esforzamos por hacer moda de manera responsable y sostenible, visibilizando la sostenibilidad como eje estratégico. Buscamos tomar las mejores decisiones que podamos para nuestros clientes, para que no tengan que elegir entre lo que es sostenible y lo que no. Nos esforzamos por crear prendas de alta calidad y duraderas con un atractivo atemporal.

Derechos humanos

Mantenemos un compromiso permanente con el respeto y la promoción de los derechos humanos, reflejado en nuestras políticas corporativas. Este compromiso se manifiesta desde 2002 a través de nuestra adhesión al **Pacto Mundial de Naciones Unidas** con la incorporación de sus 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.

PERSONAS



Ser una empresa atractiva, que genera oportunidades de desarrollo, fomenta el talento y la diversidad como motor de cambio en la sociedad. Conseguir un desempeño ejemplar en el compromiso con los empleados, en un entorno saludable y libre de discriminación, donde atraer y fomentar el talento con una visión de largo plazo.

MEDIOAMBIENTE



Ser un referente en producto de moda sostenible de calidad, liderando en el sector con iniciativas que incrementen la capacidad de la industria de la moda usando nuevas tecnologías en los procesos de fabricación de manera que se minimice el impacto ambiental.

GOBERNANZA



Favorecer la implantación de un modelo de gestión de empresa responsable y sostenible basado en la integridad, transparencia y participación directa y creación de valor para los grupos de interés.

CADENA DE SUMINISTRO



Hacer un seguimiento adecuado de los proveedores de la cadena de suministro. Sensibilizar, en materia de responsabilidad social a aquellos que intervengan en el proceso de aprovisionamiento del grupo. Garantizar la coherencia de la Política de Compras con otras políticas existentes y fomentar la colaboración con proveedores para seguir mejorando los criterios medioambientales y sociales

CONTRIBUCIÓN SOCIAL









Colaborar en la mejora de la calidad de vida de las personas como organización que genera impacto social positivo y elevar estos valores a todos los empleados. Buscar aliados con los que dar respuesta a retos sociales y fomentar la comunicación sobre aspectos sociales con los distintos grupos de interés.







Plan estratégico ESG 2019-2021

A través del Plan Estratégico ESG 2019-2021 la compañía estableció objetivos y compromisos a cumplir en tres años, a los que nos hemos ido acercando mediante un trabajo continuo a lo largo de este año 2020.

A continuación, mostramos los objetivos clave, nuestro progreso hasta la fecha y hacia dónde nos dirigimos en el futuro. El grado de cumplimiento se muestra en las siguientes categorías: completado, avanzado y en proceso. También mostramos la actualización realizada sobre el Plan Estratégico debido a la situación en la que nos encontramos mundialmente y que ha modificado la forma de trabajar de todas las compañías, así como los planes estratégicos a corto plazo.

Asunto	ODS	Objetivo	Pasos de implementación	Estado	Avances 2020
MEDIOAMBIENTE		Reducción de emisiones de carbono	<ul style="list-style-type: none"> Nuevo informe de emisiones de GEI (Gases efecto invernadero) Establecer un plan de reducción de emisiones con compromisos específicos en la reducción de CO₂ 	●	Hemos realizado una extensión del estudio de emisiones CO ₂ realizando un cálculo más exhaustivo del Scope 3 que nos ha permitido establecer los objetivos SBTi con reducciones para los distintos Scopes.
		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 	●	La compañía ha trabajado en la implantación de proyectos de eficiencia energética como el uso de IOT en tiendas en España y la iluminación LED.
		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. 	●	Tenemos implantado un proceso para la gestión de los residuos que se generan en nuestras instalaciones y estamos trabajando por seguir implantado procedimientos para mejorar y optimizar el uso de los recursos fomentando la reutilización y el reciclaje.
		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) 	●	Nuestras marcas han alcanzado el 12% de producción sostenible puestas en el mercado con el objetivo de alcanzar el 25% de unidades bajo etiquetas sostenibles en el próximo año 2021.
		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" 	●	A través de We Care se han ofrecido formaciones en materia de sostenibilidad en las prendas a los departamentos de diseño y compras, así como otros departamentos transversales implicados en esta área.
		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. 	●	En los últimos años se han implantado distintas iniciativas para la reducción del uso de papel como el envío del ticket de compra de forma electrónica, impresoras colectivas y la firma de documentos en formato digital.

En progreso ● Avanzado ● Completado ●

	Asunto	ODS	Objetivo	Pasos de implementación	Estado	Avances 2020
PERSONAS	Diversidad		Plan de integración de la discapacidad	<ul style="list-style-type: none"> Promover la contratación directa de personas con discapacidad en equipos Plan de comunicación interna y sensibilización Acuerdo con la Fundación Inserta-ONCE 	<ul style="list-style-type: none"> ● ● ● 	Junto con la Fundación ONCE impulsamos la contratación de personas con discapacidad en distintos perfiles dentro de la compañía. Debido al impacto directo de la Covid-19 en este colectivo y la disminución de la contratación de la compañía, no se ha podido conseguir el 100% del objetivo.
			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 	●	Se ha finalizado la negociación del segundo Plan de Igualdad de la compañía.
	Atracción y retención del talento		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. 	●	Nuestro compromiso con el talento femenino se ha visibilizado con la apuesta por potenciar la formación: cada 4 becas de formación ofrecidas a los empleados 3 son cubiertas por mujeres.
			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. 	●	Contamos con un programa saludable que busca generar un impacto positivo en el bienestar y la motivación de los empleados.
GOBERNANZA	Buen gobierno		Supervisión de los asuntos ESG por el Consejo	<ul style="list-style-type: none"> Informar periódicamente sobre temas ESG al Consejo de Administración 	●	La compañía ha establecido un procedimiento de reporting al Consejo con el objetivo de avanzar en transparencia en temas ESG.
			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 	●	Se ha avanzado en la mejora de reportings a terceros y en la calidad de los KPIs
	Transparencia		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 	●	Este año la compañía se ha unido a Forética y al Call to Action in the Garment Industry. Fortalecemos las alianzas realizadas en los últimos años en el ámbito social y medioambiental.
			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 	●	La compañía dispone de una plataforma de gestión interna para la coordinación entre los departamentos de compras y sourcing con los proveedores. En 2020 hemos seguido trabajando en ampliar las funcionalidades de la plataforma, integrando las auditorías medioambientales.
SOCIEDAD	Cadena de suministro		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 	●	Hemos avanzado en la realización de un piloto con un 2% de las fábricas evaluadas bajo criterios medioambientales. Extendemos el control de seguridad de las prendas realizando un análisis más exhaustivo y riguroso en aquellas prendas con mayor riesgo.
		Contribución social		Contribución alineada con los ODS	<ul style="list-style-type: none"> Acuerdos con fundaciones alineadas 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. 	●

Lo que importa a nuestros grupos de interés

Conscientes de que los grupos de interés son un elemento esencial de nuestro modelo de negocio responsable, orientamos nuestra estrategia de sostenibilidad hacia los principales actores de los mercados donde tenemos presencia, impulsando un marco de relaciones duraderas basados en la transparencia y la mejora continua.

La compañía mantiene un diálogo fluido y constante con sus principales grupos de interés y pone a su disposición canales de comunicación que fomentan la participación e implicación y nos permiten conocer sus expectativas, mejorando la gestión de los riesgos y oportunidades.

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.

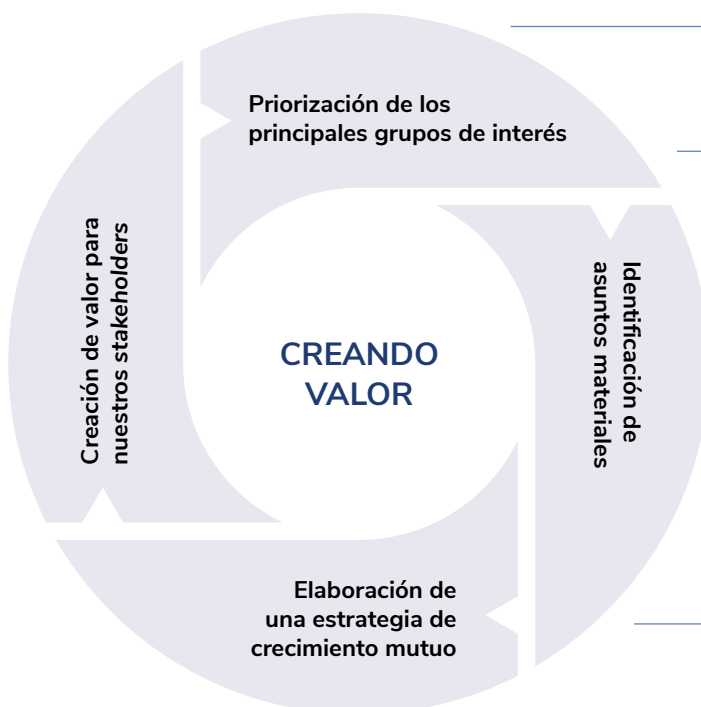
Participamos de manera activa en círculos de aprendizaje como foros de debate que constituyen mecanismos de gran utilidad. Estamos presentes en numerosas organizaciones nacionales e internacionales de referencia en el sector, participando activamente a través de sus comités de dirección y grupos de trabajo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

Creando valor para todos

La misión, visión, el propósito y valores de la compañía, junto con la estrategia de desarrollo sostenible expresan la orientación de nuestra forma de trabajar hacia la creación de valor sostenible compartido para los grupos de interés.

Nos encontramos en un contexto en el que los grupos de interés se han convertido en el centro de la estrategia de la compañía, aumentando la importancia del diálogo con ellos y de su involucración como herramienta clave para las empresas para desarrollar un modelo de negocio responsable y sostenible.

Trabajamos con el objetivo de crear valor para nuestros stakeholders y apoyar el desarrollo sostenible como beneficio para todos, especialmente para las generaciones futuras.



CLIENTES: nuestros clientes son el centro de la estrategia de la compañía, el centro de nuestra manera de trabajar.

EMPLEADOS: ofrecemos oportunidades laborales basadas en la igualdad y un lugar de trabajo en el que desarrollar el talento de cada uno.

PROVEEDORES: adoptamos un enfoque colaborativo para trabajar con ellos potenciando nuestro impacto positivo.

FRANQUICIADOS: son uno de los pilares fundamentales de nuestro modelo de negocio, extendiendo nuevos valores a lo largo de la red comercial.

COMUNIDADES: cuidamos el medio ambiente y las personas que nos rodean.

INVERSORES: generamos rentabilidad y crecimiento económico.

La gestión de las relaciones con los grupos de interés

Apostamos por un modelo de negocio, donde la escucha de los grupos de interés permite aprovechar las oportunidades que otorga el mercado. La compañía fomenta un diálogo bidireccional y transparente que permita afrontar los retos y oportunidades que surgen en el desarrollo de la actividad. La transparencia es la base para establecer cualquier tipo de relación basada en la confianza, clave para crear valor a largo plazo.

Se han identificado los diferentes grupos de interés, realizando un estudio para detectar cuales son los prioritarios para nuestra actividad y cuáles son sus respectivas expectativas en relación con sus actividades.

GRUPO	HERRAMIENTAS	ASUNTOS RELEVANTES
CLIENTES 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Web corporativa ◆ Webs de las marcas ◆ Canales comerciales ◆ Clubes 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 de calidad y aumentar la oferta sostenible ◆ 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"> ◆ Newsletter ◆ Plataformas de comunicación ◆ Convenciones de temporada ◆ Formación y asesoramiento 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Servicio integral en la gestión ◆ Comunicación fluida y permanente ◆ Formación y asesoramiento ◆ Relación transparente
COMUNIDADES 	<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

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 las Naciones Unidas, considerando que los esfuerzos han de dirigirse especialmente a aquellos objetivos sobre los que más podemos influir.

En este año hemos celebrado el 5º aniversario de la aprobación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) uniéndonos a la campaña #apoyamoslosODS en colaboración con la Red Española del Pacto Mundial, iniciativa a la que pertenecemos desde 2002.



Poniendo foco en nuestros ODS prioritarios

5 IGUALDAD DE GÉNERO

ASUNTOS MATERIALES

Diversidad e inclusión:

- ◆ Diversidad generacional, cultural y con capacidades diferentes
- ◆ Medidas y contextos inclusivos"

METAS PRIORITARIAS	ACTUACIONES	KPI'S
5.1 Poner fin a todas las formas de discriminación contra todas las mujeres y las niñas en todo el mundo	Garantizamos las mejores prácticas en la búsqueda, selección y fidelización del talento, asegurando los principios de igualdad de oportunidades y no discriminación .	Nuestro equipo está formado por 84% de mujeres
5.5 Asegurar la participación plena y efectiva de las mujeres y la igualdad de oportunidades de liderazgo a todos los niveles decisorios en la vida política, económica y pública	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Hemos impulsado el Women Sponsoring Program para la promoción de la mujer en puestos de dirección en la compañía. ◆ Establecemos colaboraciones con escuelas de negocio y universidades para ofrecer programas formativos y becas dirigidas a las mujeres de nuestro equipo. 	Un 59% de mujeres ocupan en puestos de dirección (un 3% más que en 2019)
5.c Aprobar y fortalecer políticas acertadas y leyes aplicables para promover la igualdad de género y el empoderamiento de todas las mujeres y las niñas a todos los niveles	Se promueven distintas Políticas enfocadas a la protección y empoderamiento de la mujer: negociación del II Plan de Igualdad, medidas ante la lactación y protocolo para la prevención contra el acoso sexual.	39 empleados han sido sancionados debido a situaciones de acoso o mobbing .



8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO



ASUNTOS MATERIALES

Condiciones laborales en la cadena de suministro

- ◆ Respeto por los derechos humanos
- ◆ Condiciones de trabajo seguras
- ◆ Salarios justos
- ◆ Prevención de trabajo forzoso o infantil

Atracción y retención de talento

- ◆ Adquisición de perfiles con capacidad de adaptación, resiliencia y capacidad comercial.
- ◆ Ser marca empleadora
- ◆ Desarrollo, formación y compensación a largo plazo

Impacto en la sociedad

- ◆ Creación de empleo directo, indirecto e inducido

METAS PRIORITARIAS

ACTUACIONES

KPI'S

8.3 Promover políticas orientadas al desarrollo que apoyen las actividades productivas, la creación de puestos de trabajo decentes, el emprendimiento, la creatividad y la innovación, y fomentar la formalización y el crecimiento de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas, incluso mediante el acceso a servicios financieros

- ◆ Nuestro **Código de Conducta Interno** pone de manifiesto y extiende los valores y principios de la compañía entre los empleados, favoreciendo la consolidación de una conducta empresarial aceptada y respetada por todos los empleados y directivos.
- ◆ Disponemos de un **Programa de Bienestar Be!Healthy** para fomentar la salud y calidad en el entorno de trabajo, junto con un Servicio de Salud y Prevención de Riesgos Laborales.
- ◆ Se ofrecen medidas de conciliación (flexibilidad horaria), beneficios sociales y servicio médico (acceso a seguro médico). Además, este año hemos fomentado el teletrabajo como medida idónea para conciliar al vida familiar y profesional.

9.529 personas forman parte del equipo
2.879 empleados formados
21.145 horas de formación

8.5 De aquí a 2030, lograr el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todas las mujeres y los hombres, incluidos los jóvenes y las personas con discapacidad, así como la igualdad de remuneración por trabajo de igual valor

- ◆ En 2019 firmamos un acuerdo con la **Fundación ONCE** para adherirnos al Programa INSERTA con el objetivo de visibilizar nuestro compromiso con la creación de empleo para personas con discapacidad.
- ◆ Seguimos apostando por el talento joven, trabajando por generar oportunidades a través de nuestro **Plan de prácticas profesionales**.

Actualmente mantenemos colaboraciones con más de **300 entidades** con los que busca fomentar la inclusión en el mercado laboral de los jóvenes y de los colectivos en riesgo de exclusión.

8.7 Adoptar medidas inmediatas y eficaces para erradicar el trabajo forzoso, poner fin a las formas contemporáneas de esclavitud y la trata de personas y asegurar la prohibición y eliminación de las peores formas de trabajo infantil, incluidos el reclutamiento y la utilización de niños soldados, y, de aquí a 2025, poner fin al trabajo infantil en todas sus formas

- ◆ Somos miembros de **AMFORI** desde 2017. A través de sus iniciativas de auditoría social y medioambiental nos proporcionan un marco internacional para respaldar las actuaciones encaminadas a la reducción de los riesgos asociados a la cadena de suministro.
- ◆ El **Código de Conducta Externo** extiende los valores y compromisos de la compañía a la Cadena de Suministro, asegurando las medidas efectivas para erradicar el trabajo forzoso, la esclavitud y el tráfico humano.
- ◆ Se realizan **auditorías sociales** con el objetivo de detectar cualquier vulneración de los compromisos adquiridos, junto con visitas semi-anunciadas a las fábricas.

Se han realizado **495 auditorías sociales** y 49 auditorías semi-anunciadas a fábricas para asegurar el cumplimiento de los principios éticos recogidos en el Código de Conducta de la compañía y la promoción del respeto por los DDHH a lo largo de la cadena de suministro

8.8 Proteger los derechos laborales y promover un entorno de trabajo seguro y sin riesgos para todos los trabajadores, incluidos los trabajadores migrantes, en particular las mujeres migrantes y las personas con empleos precarios

- ◆ La compañía impulsa la comunicación con las organizaciones sindicales, garantizando la libertad de afiliación y el derecho de los trabajadores a ser representados.
- ◆ A través de nuestro **Plan de Protección de la Salud** contribuimos a la seguridad y bienestar mediante: espacios cardioprotectados, servicio médico y servicio de Prevención de Riesgos Laborales.

100% de la plantilla está cubierta por un convenio colectivo y por la ley laboral correspondiente

12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES



ASUNTOS MATERIALES

Eficiencia en el consumo de recursos naturales:

- ◆ Uso eficiente de materias primas (principalmente, algodón)
- ◆ Consumo de agua

Reciclaje y economía circular

- ◆ Recogida y reciclaje de prendas
- ◆ Conversión de los residuos textiles en nuevas prendas

Innovación en producto y materiales:

- ◆ Ecodiseño
- ◆ Aplicación de nuevos materiales

Calidad y seguridad del producto:

- ◆ Garantía en los procesos de producción
- ◆ Estándares de calidad
- ◆ Seguridad al cliente.

METAS PRIORITARIAS	ACTUACIONES	KPI'S
<p>12.2 De aquí a 2030, lograr la gestión sostenible y el uso eficiente de los recursos naturales</p>	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Nuestras marcas siguen apostando por la creación de colecciones con materiales y procesos más respetuosos con el medioambiente. ◆ La compañía trabaja en una estrategia a nivel grupo: creación de un grupo de trabajo y formación en sostenibilidad dirigida a los departamentos compras, diseño y otras áreas involucradas en la estrategia de sostenibilidad. ◆ Impulsamos el Eco wash, con el uso de tecnologías que nos permiten un menor uso de agua en el proceso de acabado de nuestros jeans, así como la reducción de energía y la utilización de producto nocivos para la salud. ◆ Uno de los pilares en los que se sustenta la calidad de las prendas de todas nuestras marcas radica en el estricto control de los productos, que asegura el cumplimiento de los estándares requeridos y los niveles de calidad exigidos. 	<p>El 12% de nuestras prendas mantiene criterios sostenibles. Nuestro objetivo es llegar al 25% en 2022.</p> <p>Impulsamos el Eco WASH con la aplicación de tecnologías que nos permiten un menor uso de agua y reducción del uso de químicos en el proceso de acabado de nuestros jeans.</p>
<p>12.5 De aquí a 2030, reducir considerablemente la generación de desechos mediante actividades de prevención, reducción, reciclado y reutilización</p>	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Sistema de recogida selectiva en sede central y tiendas, así como reducción de plásticos de un solo uso. ◆ Hemos adecuado el packaging de nuestros envíos online al cliente con criterios sostenibles, eligiendo un envase de cartón en sustitución del plástico. ◆ Se ha llevado a cabo un proyecto de impresoras colectivas para la reducción de papel junto con la incorporación de una plataforma online para la firma de documentos electrónica. 	<p>Se han donado 26.730 prendas a entidades del tercer sector por valor de 178.200€.</p> <p>Se han firmado y ejecutado convenios de retirada con entidades gestoras para el reciclaje del residuo textil y de otras categorías.</p>
<p>12.6 Alentar a las empresas, en especial las grandes empresas y las empresas transnacionales, a que adopten prácticas sostenibles e incorporen información sobre la sostenibilidad en su ciclo de presentación de informes</p>	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Inclusión de información pública sobre sostenibilidad en distintos canales: paginas webs, RRSS, Informe Sostenibilidad, etiquetaje de las prendas, etc. 	

13 ACCIÓN POR EL CLIMA



ASUNTOS MATERIALES

Mitigación y adaptación al cambio climático:

- ◆ Reducción de emisiones de gases de efecto invernadero
- ◆ Uso de energías renovables
- ◆ Compromisos adquiridos para luchar contra el cambio climático.

Impacto al medio ambiente:

- ◆ Minimización del impacto en la biodiversidad
- ◆ Reducción del uso de sustancias químicas
- ◆ Optimización de los procesos de transporte
- ◆ Minimización del packaging

Sustitución del plástico:

- ◆ Generación de alternativas al plástico en producto, embalaje y en mobiliario de tiendas"

METAS PRIORITARIAS	ACTUACIONES	KPI'S
<p>13.1 Fortalecer la resiliencia y la capacidad de adaptación a los riesgos relacionados con el clima y los desastres naturales en todos los países</p>	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Los riesgos y oportunidades derivados del cambio climático forman parte del Mapa de Riesgos actual de la Compañía por lo que la aprobación y supervisión de la estrategia climática se realiza a través del máximo órgano de gobierno, el Consejo de Administración. 	<p>Dada la relevancia creciente de las cuestiones de cambio climático, en 2020 definimos una Hoja de Ruta Climática apoyada en la innovación constante y la colaboración de todos los miembros de la cadena de valor.</p>

METAS PRIORITARIAS	ACTUACIONES	KPI'S
<p>13.2 Incorporar medidas relativas al cambio climático en las políticas, estrategias y planes nacionales</p>	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Participación y adhesión en iniciativas medioambientales: Fashion Pact, 1.5° C Business Ambition, UN Fashion Charter for Climate Action y UN Global Compact. ◆ Durante el año 2020, continuamos trabajando en la preparación de los objetivos de reducción de emisiones para la aprobación por parte SBTi y durante el ejercicio 2021 éstos serán validados junto a su plan de reducción. ◆ En 2020 destacan nuestros resultados en el Carbon Disclosure Project (CDP) siendo reconocidos en nuestra labor en la lucha contra el cambio climático con una valoración B. Además, también hemos recibido la medalla de plata de manos de Ecovadis en nuestra apuesta por la sostenibilidad, la ética y la transparencia en las buenas prácticas de la Compañía. ◆ En reducción de plásticos Springfield lanzó en 2019 el proyecto 3R para minimizar el uso de envases y embalajes no comerciales, liderando el proceso para el resto del grupo. A lo largo de este año, el proyecto se ha ampliado tras un período de prueba ad hoc a otras de nuestras marcas con el objetivo final de que todas las marcas de Tendam sigan 3R durante el próximo año. 	<p>En 2020, hemos alcanzado el 100% de consumo de energía renovable en tiendas, oficinas y centros logísticos en España, lo que representa un 82% de todas las operaciones a nivel global. Uno de nuestros objetivos más ambiciosos en materia de cambio climático es alcanzar la neutralidad de carbono en 2040.</p>

16 PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS

ASUNTOS MATERIALES

Diversidad e inclusión:

- ◆ Diversidad generacional, cultural y con capacidades diferentes
- ◆ Medidas y contextos inclusivos

METAS PRIORITARIAS	ACTUACIONES	KPI'S
<p>16.5 Reducir considerablemente la corrupción y el soborno en todas sus formas</p>	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Somos 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. 	<p>Nuestros proveedores firman y aceptan el Código de Conducta Externo de la compañía.</p>
<p>16.6 Crear a todos los niveles instituciones eficaces y transparentes que rindan cuentas</p>	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Nuestros principios éticos quedan recogidos en el Código de Conducta que exige un compromiso de actuación ética y de estricto cumplimiento de la legalidad en el desarrollo de nuestra actividad, rechazando cualquier práctica empresarial ilícita, así como cualquier comportamiento inadecuado en el entorno laboral. 	<p>El 100% de los fabricantes de prendas aceptan el Código de Conducta asegurado la extensión de los valores de la compañía en la cadena de suministro.</p>

17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS

METAS PRIORITARIAS	ACTUACIONES	KPI'S
<p>17.16 Mejorar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible, complementada por alianzas entre múltiples interesados que movilicen e intercambien conocimientos, especialización, tecnología y recursos financieros, a fin de apoyar el logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible en todos los países, particularmente los países en desarrollo</p>	<p>Nuestra contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible 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.</p>	<p>En 2020 nos hemos unido a Forética y al Call to Action for Garment Industry de la OIT. Destacamos nuestra adhesión al Fashion Pact, Business Ambition 1,5° C UN Fashion Charter for Climate Action, Pacto Mundial de las Naciones Unidas, Fundación SERES, entre otros.</p>

Gobierno Corporativo

Con el foco puesto en la mejora continua y la búsqueda de un mayor grado de transparencia, eficacia y rigor en el funcionamiento de los órganos de gobierno, incorporamos en nuestra gestión prácticas y recomendaciones, nacionales e internacionales, en materia de buen gobierno, comportamiento ético y cumplimiento normativo.

Órganos de gobierno

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 2019 se celebró el jueves 3 de septiembre de 2020².

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 y Riesgos** 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 (el 25%, incluyendo a la secretaria del Consejo).

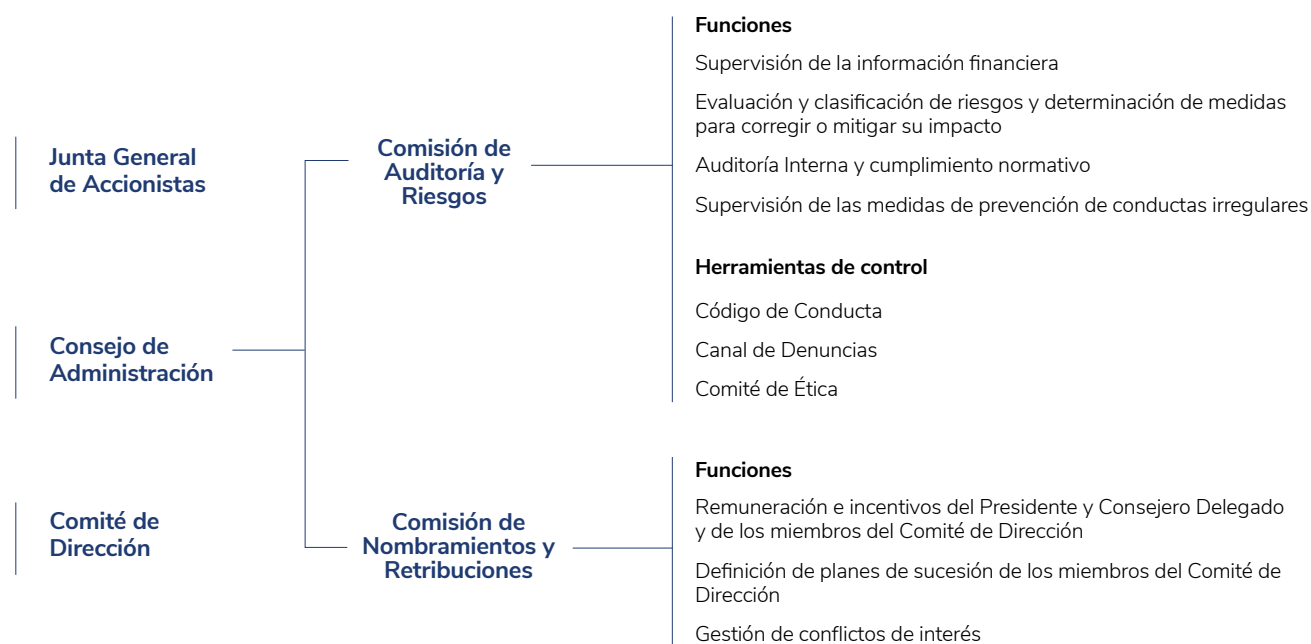
Su tamaño, composición, así como la cualificación de sus miembros, es acorde a la estructura, complejidad y necesidades del Grupo y permite una gestión diligente y ágil de los asuntos que puedan presentarse.

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 participada al 50% por CVC y PAI Partners a través de la sociedad Castellano Investments, S.a.r.l.

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

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

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.
2. Fecha acorde a la normativa aprobada con medidas extraordinarias debido al impacto de la Covid-19 para la ampliación de plazos de formulación y aprobación de las Cuentas Anuales.



Miembro	Perfil	Comisión
Jaume Miquel Naudí	Presidente y Consejero Delegado	
José Antonio Torre de Silva y López de Letona en representación de Theatre Directorship Services Beta, S.A.R.L.	Consejero	Presidente de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones Vocal de la Comisión de Auditoría y Riesgos
Federico Conchillo Armendariz	Consejero	Vocal de la Comisión de Auditoría y Riesgos Vocal de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones
Michel Maurice Paris (*)	Consejero	
Álvaro Sendagorta Cudos en representación de Theatre Directorship Services Delta, S.A.R.L.	Consejero	Vocal de la Comisión de Auditoría Vocal Comisión de Nombramientos y Retribuciones
Javier de Jaime Guijarro en representación de Theatre Directorship Services Alpha, S.A.R.L.	Consejero	
Laura Muries Fenoll	Consejera	Presidenta de la Comisión de Auditoría y Riesgos Vocal de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones
Mar Oña	Secretaria – No Consejera	Secretaria de la Comisión de Auditoría y Riesgos y de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones

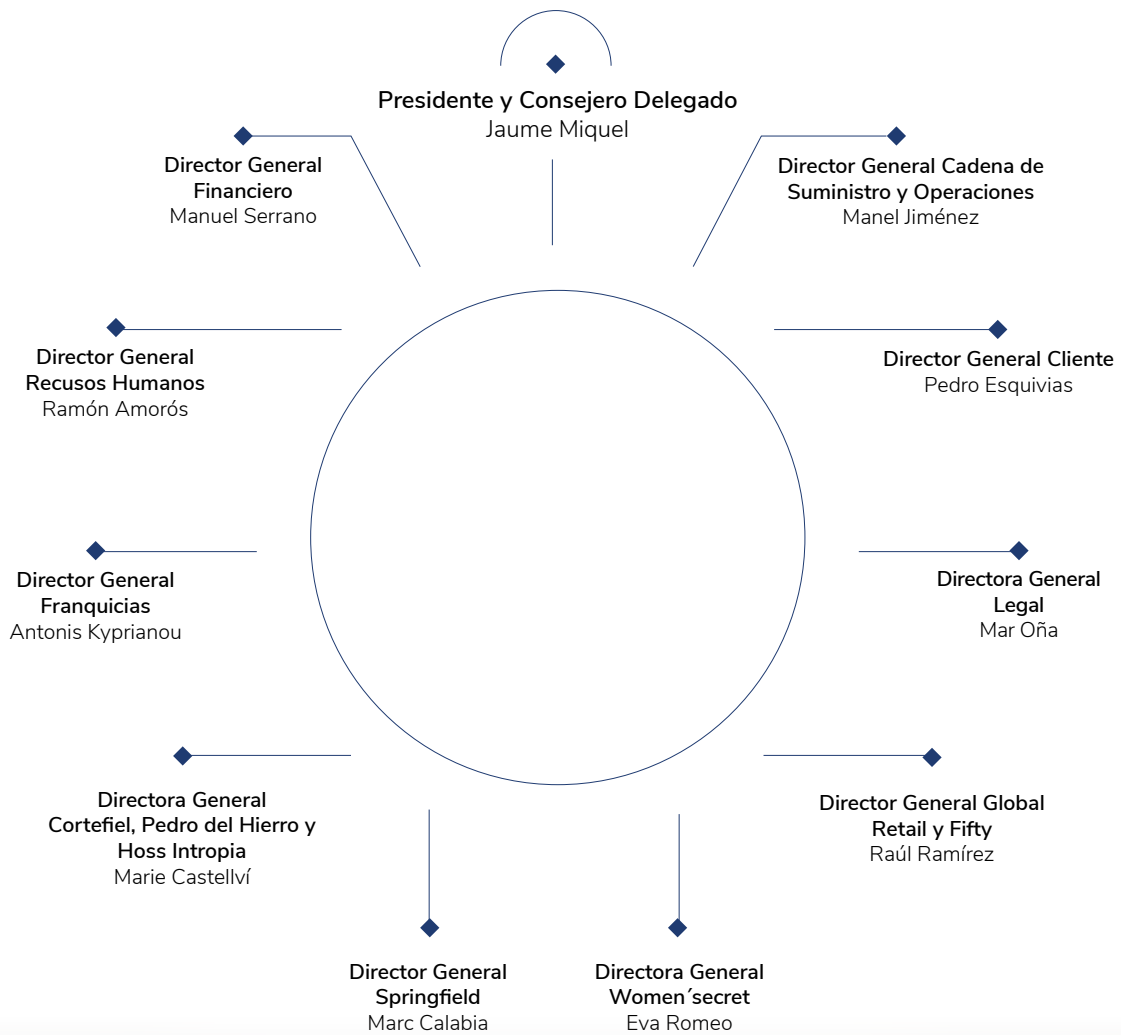
(*) Nota: En octubre de 2020, D. Michel Maurice Paris reemplaza a D. Fabrice Andre Paul Fouletier como consejero. Con posterioridad al cierre, en [marzo de 2021], es a su vez sustituido por Dña. Julie Gautier. Con su incorporación, 2 de los 7 miembros del Consejo (un 28,6% del total) pasan a ser mujeres (el 37,5% incluyendo a la secretaria del Consejo).

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% de representación femenina).



TENDAM
GLOBAL FASHION RETAIL

Política de remuneraciones

Conforme a los estatutos de la compañía, 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 2020, la remuneración del Presidente y Consejero Delegado y de altos directivos de la compañía, por todos los conceptos, ha ascendido a un total de 3.580.460 euros brutos. Desagregada por género, asciende a un total de 337.193 euros brutos anuales, de media, en el caso de los hombres y de 294.304 euros en el caso de las mujeres.

Conflictos de interés

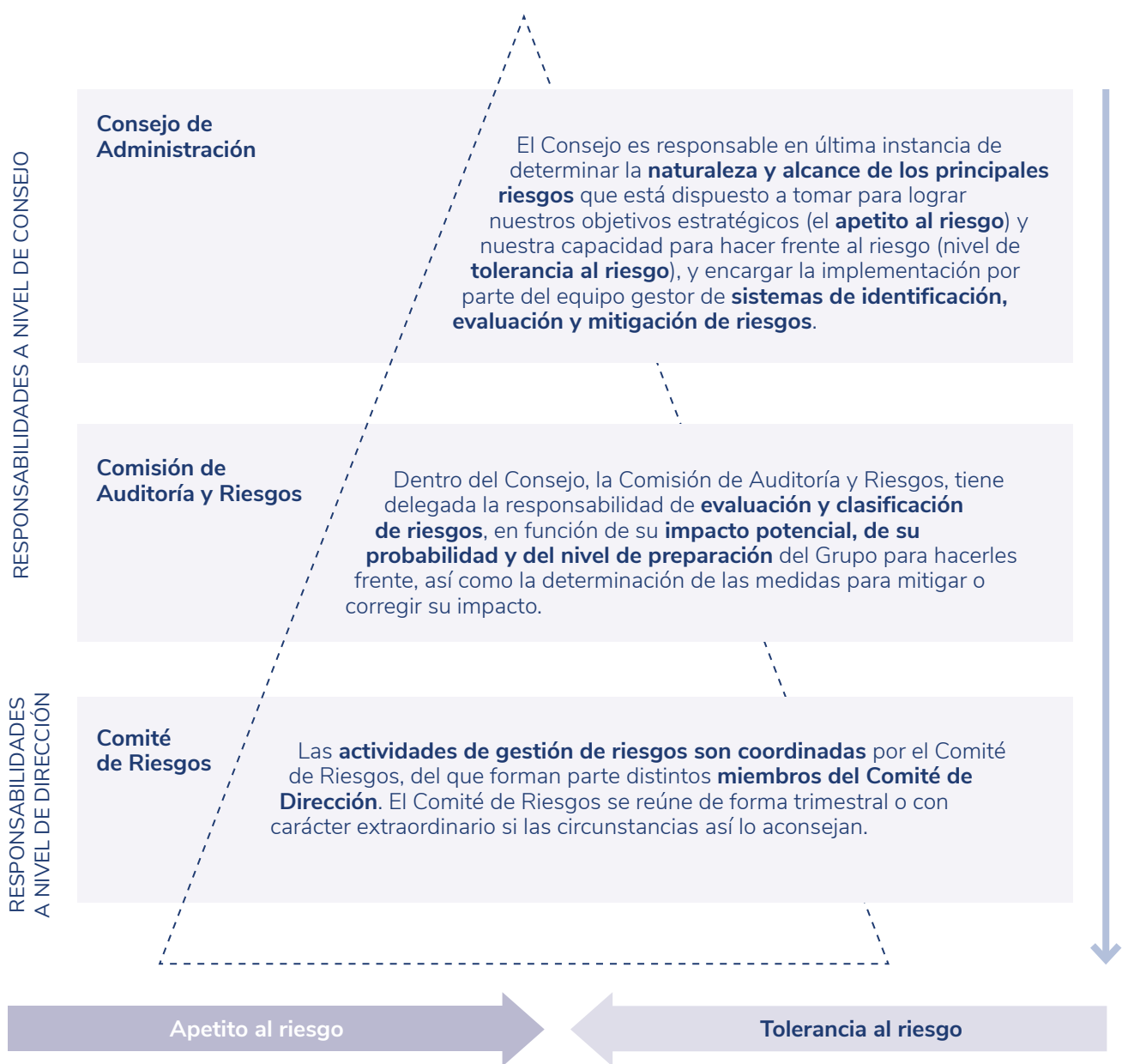
Los consejeros tienen la obligación de comunicar al Consejo de Administración cualquier situación de conflicto, directo o indirecto, que ellos o personas vinculadas a ellos pudieran tener con los intereses de la compañía y tienen, en tal caso, la obligación de abstenerse de participar en la toma de la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



Nuestro sistema de gestión de riesgos

El gobierno y supervisión de los riesgos

La estrategia del Grupo tiene en cuenta los riesgos así como las oportunidades que deben monitorizarse y gestionarse activamente para lograr generar valor sostenible a largo plazo, en la medida en la que se maximiza el impacto positivo y se minimiza el potencial impacto negativo. Para ello, la compañía cuenta con una estructura de gestión de riesgos con una doble perspectiva: el foco de supervisión a nivel de los órganos de gobierno y el foco de coordinación a nivel de la Dirección.



Tanto el apetito al riesgo como el nivel de tolerancia al mismo son elementos clave en los procesos de evaluación e implementación de medidas efectivas de prevención y mitigación, asegurando además una correcta alineación con la estrategia de la compañía

El proceso de gestión de los riesgos

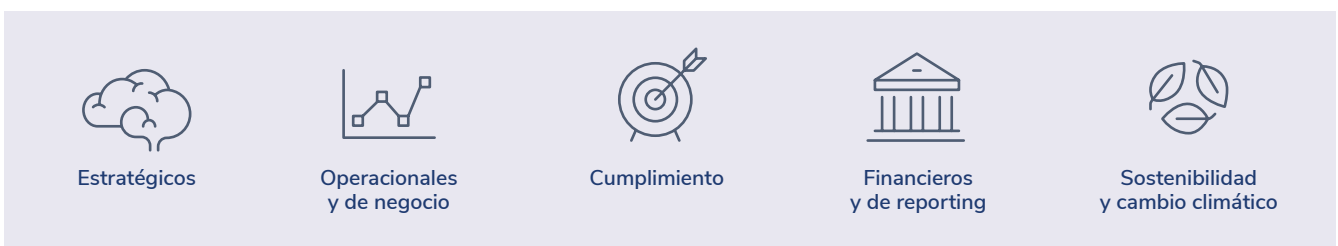
La gestión de riesgos se realiza de manera **transversal** y forma parte de la actividad operativa diaria de la compañía. Desde el inicio del ciclo de gestión se toman en **cuenta los aspectos materiales** para la organización y sus grupos de interés así como las prioridades en cada ámbito. Asimismo, el **proceso de identificación, evaluación e implementación de medidas efectivas es continuo**, aplicándose las observaciones y cambios necesarios de acuerdo al dinamismo del entorno y del propio Grupo.



La compañía cuenta con un **mapa de riesgos**, agrupados en distintas categorías en función de su naturaleza que se actualiza y revisa periódicamente. Para su seguimiento, se dispone de una **herramienta de monitorización**, basada en indicadores de seguimiento, y una serie de normas, **protocolos y procedimientos** de control de riesgos específicos y medidas específicas.

CATEGORIZACIÓN DE LOS RIESGOS

Riesgos identificados en el mapa de riesgos actual



Riesgos emergentes bajo observación: "Watch list"



Durante el 2020, siguiendo el principio de mejora continua, el Grupo realizó un ejercicio de revisión del mapa de riesgos, incorporando los ajustes necesarios en el catálogo de riesgos, su definición, el potencial impacto y la probabilidad de su ocurrencia así como los planes de acción asociados. Además, se han incluido nuevos escenarios de riesgo, incluida la irrupción de la pandemia Covid-19.

El impacto de la crisis causada por la Covid-19 en la gestión del negocio ha sido abordado por la compañía desde su inicio, antes incluso de la declaración oficial de pandemia por los gobiernos y organismos internacionales. En este sentido, se establecieron las medidas de contención y mitigación

correspondientes en relación a las condiciones de trabajo de los empleados (teletrabajo, retribución, etc.), la salud y la seguridad de empleados en todas las instalaciones de la compañía (oficinas, tiendas, etc.), de colaboradores y de clientes, la gestión de la relación con la cadena de suministro, las operaciones logísticas así como el riesgo macroeconómico y la gestión de la Tesorería.



1. RIESGOS ESTRATÉGICOS

Descripción

Desde el punto de vista de riesgos estratégicos se engloban riesgos relacionados con aspectos de ciberseguridad y protección de datos, recursos humanos, reputación corporativa y los efectos de la pandemia a corto plazo. Más específicamente estos riesgos se refieren a:

- ◆ Impacto a corto plazo del Covid-19, así como las necesidades de adaptación requeridas, especialmente en materia de salud y seguridad
- ◆ Riesgos relacionados con las brechas de seguridad y ciberataques
- ◆ Impacto en la retención del talento y el engagement
- ◆ Riesgos relacionados con la reputación y el posicionamiento público y el deterioro de la marca

Medidas adoptadas

- ◆ En materia de brechas de seguridad y ciberataques, 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.
- ◆ 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.
- ◆ La compañía cuenta con un **Comité de Ciberseguridad** que se encarga de supervisar los planes de acción implantados y las medidas tomadas ante eventuales incidentes de seguridad.
- ◆ En relación a la retención del talento, el Grupo cuenta con **planes de detección y seguimiento del talento** en las diferentes categorías profesionales así como iniciativas concretas de **formación y desarrollo profesional así como campañas de comunicación específicas**.
- ◆ En materia de riesgos reputacionales, el Grupo establece procedimientos y mecanismos de mitigación del riesgo reputacional, incluyendo, 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**. Cuenta con **planes específicos de comunicación** con cada público de interés y participa en iniciativas sectoriales de impacto positivo. Además, desarrolla planes específicos de relación compañía-cliente con el correspondiente seguimiento de KPI (NPS, recomendaciones, etc.).





2. RIESGOS OPERATIVOS Y DE NEGOCIO

Descripción

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. Entre los riesgos identificados en esta sección se encuentran:

- ◆ Riesgos operacionales asociados con la transformación digital y la omnicanalidad
- ◆ Riesgos relacionados con la adaptación del modelo de tiendas propias a los cambios del entorno
- ◆ Riesgos relacionados con el negocio de franquicias
- ◆ Riesgos relacionados con la gestión de la cadena de suministro y su adaptación a las nuevas realidades

Medidas adoptadas

- ◆ Aceleración de los **modelos de transformación digital**, orientadas al fortalecimiento de los nuevos canales.
- ◆ Existen **planes de revisión constante y adecuación de la estrategia en el portfolio de tiendas** con el objetivo de verificar un dimensionamiento y capilaridad óptimos.
- ◆ Desarrollo de planes específicos para **potenciar la estrategia de venta online de los franquiciados**. Además, se ha desarrollado un programa adaptado a las necesidades de los países de los franquiciados.
- ◆ Monitorización del **coste de aprovisionamientos** que puede venir motivado por el aumento del precio de las materias primas, del coste de la mano de obra o del impacto en la variación del tipo de cambio.
- ◆ La compañía cuenta con planes de **continuidad de negocio** para la gestión de los riesgos asociados a la cadena de suministro. Además, se desarrollan **planes dinámicos de gestión de la cartera de proveedores** en función del servicio, necesidades y riesgos concretos.
- ◆ La compañía tiene establecidos procedimientos de diligencia debida, con homologación previa obligatoria y **auditoría para sus proveedores y franquiciados**, basados en criterios RBA (risk-based approach).



3. RIESGOS DE CUMPLIMIENTO

Descripción

El Grupo está expuesto a riesgos regulatorios y de cumplimiento 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. Además, abarca riesgos de naturaleza no financiera.

Medidas adoptadas

- ◆ 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 dispone de **Códigos de Conducta** que gestiona las pautas éticas de empleados y terceros.
- ◆ Los aspectos de compliance son vigilados **directamente por los órganos de gobierno y de dirección** estableciendo así un marco de supervisión eficaz.
- ◆ De manera específica y para los temas que así lo requieran, se **realizan auditorías anuales que aseguran la correcta ejecución de procedimientos y políticas**.



4. RIESGOS FINANCIEROS Y DE REPORTING

Descripción

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 y no financiera.

Medidas adoptadas

- ◆ 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. Además, cuenta con un modelo específico que evalúa el riesgo de volatilidad entre divisas.
- ◆ 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 en los procesos de elaboración de la información financiera.
- ◆ En relación a la información no financiera, existen **herramientas que permiten la compilación y reporte de datos no financieros** que permite la respuesta a los distintos requerimientos normativos.



5. RIESGOS DE SOSTENIBILIDAD Y CAMBIO CLIMÁTICO

Descripción

Tendam está expuesta, dentro de sus operaciones habituales, a riesgos asociados a la situación climática y los impactos sobre el medio ambiente y la población, que pueden afectar a su modelo de negocio en términos operativos, financieros y reputacionales.

- ◆ Riesgos físicos: La afección a los recursos naturales y la biodiversidad puede provocar disrupción en nuestra cadena de suministro, afectar el abastecimiento de materias primas, así como la producción y distribución de productos terminados.
- ◆ Riesgos de transición: La regulación y las políticas europeas cada vez más estrictas en términos ambientales podrían afectar a nuestra operativa.

Medidas adoptadas

La compañía ha establecido medidas específicas para combatir los riesgos asociados al cambio climático:

- ◆ Establecimiento de **compromisos con iniciativas** tales como **SBTi O The Fashion Pact**, asociados a un plan de reducción y a una hoja de ruta climática.
- ◆ Compra de **energía renovable** que cubre el 100% de nuestras operaciones e instalaciones propias en España (que supone aproximadamente el 82% del consumo global).
- ◆ Incremento de **producción “sostenible”** con objetivos específicos asociados.
- ◆ Puesta en marcha de un proyecto de **estrategia de cambio climático** y de reporting asociado.
- ◆ Proyecto piloto que utiliza **“Internet of Things” con el objetivo de alcanzar un 15% de ahorro energético** en la domótica de tienda.

Riesgos emergentes “Watch List”



Efectos a largo plazo de la pandemia

El impacto de la pandemia Covid-19 puede ser prolongado, lo que lleva a interrupciones a más largo plazo de la cadena de suministro, cambios en la demanda de los consumidores y restricciones de viaje



Transformación de los modelos de negocio y nuevas tecnologías

Aparición de cambios en los modelos de negocio y marcas emergentes disruptivas asociado a los rápidos cambios tecnológicos que suponen adaptar el negocio y la oferta de valor para el consumidor



Nuevos modelos de trabajo y necesidades de los empleados

Necesidad de adaptación a las nuevas demandas del trabajo remoto, necesidad de desarrollar nuevas habilidades en el personal para hacer frente a demandas del entorno y fomento del vínculo de los empleados con la empresa, entre otros.



Riesgos relacionados con la cadena de suministro

Necesidad de trazabilidad completa de la cadena de suministro para gestionar riesgos indirectos y cumplir con nuevos requerimientos regulatorios



Preferencias cambiantes del consumidor

Existencia de mayores y más crecientes expectativas en torno a la sostenibilidad de la empresa y del producto



Aparición de nuevos riesgos de mercado y condicionantes geopolíticas

Impacto de regulación y medidas en mercados internacionales que pueden afectar la logística de las operaciones, la producción y el traslado de mercancías



Ética y transparencia



Actuar con respeto, honestidad e integridad es parte esencial de nuestra cultura y estrategia corporativa. Nuestras políticas están destinadas a establecer comportamientos éticos y transparentes, orientadas a asegurar la adecuación y observancia de sus obligaciones, tanto internas como externas.

Nuestros principios éticos quedan recogidos en el Código de Conducta que exige un compromiso de actuación ética y de estricto cumplimiento de la legalidad en el desarrollo de nuestra actividad, rechazando cualquier práctica empresarial ilícita, así como cualquier comportamiento inadecuado en el entorno laboral.

Nuestra gestión de la ética en la organización está basada en el uso de las siguientes herramientas:



Un **Plan de formaciones específicas** para determinados colectivos de la organización, entre las que se incluye la formación vinculada al Código de Conducta y otras materias de cumplimiento ético.



El **Comité de Ética**, que es el máximo órgano competente dentro de la compañía en la administración del Código de Conducta.



Un **Código de Conducta Interno** que recoge los principios básicos de actuación para todos los empleados de la compañía.



Un **Código de Conducta para proveedores y franquiciados**, que traslada nuestra cultura ética a la cadena de suministro. Su firma es obligatoria para todos los proveedores y franquiciados con los que colaboramos.



Un **Canal de Denuncias** que permite a empleados y terceros comunicar de forma directa, y de manera confidencial o anónima, y en cualquier idioma, consultas y/o posibles incumplimientos irregulares que no sean éticos.



Comité de Ética

En materia de ética y transparencia, la compañía cuenta con un 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.

El Comité tiene como objeto, entre otros, gestionar el sistema de vigilancia y cumplimiento del Código de Conducta, así como realizar el análisis y valoración de los casos recibidos a través del Canal de Denuncias estableciendo, además, las acciones necesarias.

Por otro lado, debe velar por examinar los proyectos asociados a este área, y sus modificaciones, asegurando que cumplen las exigencias normativas y que son adecuados para la Compañía.

Código de Conducta para empleados

El Código de Conducta Interno, aprobado por el Consejo de Administración, 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. Su objetivo es favorecer la consolidación de una conducta empresarial aceptada y respetada por todos los empleados y directivos.

Todos los empleados en España tienen la obligación de realizar un curso de formación general sobre el Código de Conducta Interno cuando se incorporan a la compañía. Este año, se ha realizado una píldora audiovisual dirigida al personal de tiendas en España con el objetivo de difundir los contenidos del Código de Conducta de forma más creativa. Se prevé una implantación internacional del curso, siendo traducido al portugués para poder extenderlo a los empleados ubicados en tienda en el país.



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



Promulga asimismo nuestra misión, visión y valores, 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

Formación y comunicaciones del Código de Conducta

La compañía tiene implantado, desde 2016, un programa específico de formación continua en materia de Código de Conducta a través de nuestra plataforma digital de formación Be!Talent. 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 la publicación de newsletters, envío de emails informativos o la difusión de mensajes a través de la intranet corporativa.

De forma interna, tanto el Código de Conducta como las Políticas y Procedimientos corporativos, han sido comunicados a los empleados y publicadas en la intranet de la compañía y en la página web.



486

empleados formados en Código de Conducta



972

horas de formación

Código de Conducta para proveedores y franquiciados

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, asegurando su conocimiento.

Para asegurar que todos los proveedores trabajen bajo unas condiciones laborales responsables, el Código recoge **12 principios** elementales que incluyen compromisos relacionados con cuestiones como la protección de los derechos humanos, condiciones laborales, cumplimiento normativo, respeto al medio ambiente, entre otros. Estos principios recogidos en el Código están basados en los principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y las directrices de la Organización Internacional del Trabajo (OIT)



Nuestra **Política de contratación de bienes y servicios** establece que en los contratos comerciales se debe incluir entre sus cláusulas contractuales la obligatoriedad de adherirse a nuestro Código de Conducta Externo como requisito indispensable para colaborar con un tercero, velando por que nuestros proveedores desarrollen su actividad de forma responsable.

Canal de Denuncias

La compañía dispone de un Canal de Denuncias, accesible 24 horas al día, 7 días a la semana tanto desde la intranet como desde la página web. Este canal permite a cualquier empleado o tercero comunicar posibles conductas irregulares, poco éticas o en contra de los principios establecidos por el Código de Conducta Interno y Externo. Su gestión corresponde a una empresa externa, que garantiza el anonimato, la confidencialidad y la seguridad de todo el proceso de denuncia, sin repercutir en represalias por dicha comunicación realizada a través del canal, siempre que se realice actuando de buena fe.

Las denuncias recibidas son derivadas a las diferentes áreas del Comité de Ética en función de la materia de la que se ocupa. Posteriormente, son investigadas y gestionadas por el departamento correspondiente al área a la que afecta y reportadas en última instancia, al Comité de Ética. A éste corresponde, en función de si las circunstancias así lo aconsejan, la decisión última. A través del buzón comite.etica@tendam.es se puede remitir cualquier consulta con relación al Código o cualquier incidencia relacionado con éste.

Durante el ejercicio 2020 el Canal de Denuncias ha recibido 570 visitas y se han reportado 23 incidencias. El número de visitas ha disminuido un 55% respecto al año anterior debido a que se ha visto afectado por el confinamiento de la población y la situación de teletrabajo actual con motivo de la pandemia de la Covid-19. Todas las denuncias recibidas eran relativas a temas laborales y de fraude. Se han resuelto todas las incidencias recibidas, excepto una que no ha sido resuelta dentro del año de reporte, aplicándose las medidas disciplinarias correspondientes.



Nuestros proveedores firman y aceptan el Código de Conducta Externo.

Programa de cumplimiento normativo

Tendam dispone 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.

La gestión de los Códigos 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.



Políticas y procedimientos

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

Las políticas, protocolos y documentos internos se han puesto a disposición de todo el personal que se encuentran disponibles en la intranet de la compañía.

Recursos Humanos



Código de Conducta Interno

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

Plan de Igualdad

Cadena de Suministro



Código de Conducta Externo para proveedores y franquiciados

Protocolo de Auditorías Sociales y Medioambientales a proveedores

Política de adquisición de bienes y servicios.

Política de Contratación

Cliente



Protocolo de Calidad y Seguridad de producto

Política de seguridad de la información

Social



Política de donaciones a entidades con fines sociales

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.

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.

Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro

Somos una compañía comprometida en materia social y que colabora de manera habitual con fundaciones, asociaciones y otras entidades sin ánimo de lucro.

La compañía desarrolló y aprobó la **Política de donaciones a entidades con fines sociales**, estableciendo 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 actualmente un procedimiento de gestión y control de cualesquiera colaboraciones y/o donaciones que realice la compañía.

Las aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro se efectúan analizando adecuadamente la entidad receptora de la donación o patrocinio, así como su reputación y transparencia financiera.

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.



TENDAM
GLOBAL FASHION RETAIL

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. La compañía ha realizado grandes avances en los últimos 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.

Nuestros compromisos 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. La compañía 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 de la compañía**, se adecúan a la normativa en materia de Protección de Datos vigente en cada uno de los países en donde opera. Contamos con un Delegado de Protección de Datos (DPO), en contacto regular con todos los miembros relevantes de la compañía. Disponemos de 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.

Dada la importancia que Tendam da a la privacidad, en julio de 2020 se contrató con un tercero una auditoría externa de protección de datos. Para la realización de la auditoría se concertaron reuniones con los diferentes colectivos de Tendam involucrados en la operativa en el tratamiento de datos; con el soporte de las áreas de Auditoría Interna, del Departamento Legal y el DPO (Data Protection Officer) y se ha diseñado un Plan de Acción GDPR FY2021-2022 con distintas actuaciones que se están llevando a cabo durante dicho año fiscal.

Durante 2020 se han ofrecido a los empleados formaciones obligatorias en materia de protección de datos y seguridad de la información, con el objetivo de visibilizar el interés de la compañía en conseguir que la seguridad de la información sea una prioridad. A través de estas formaciones se ofrece a los empleados las herramientas para aprender a proteger sus datos personales y aumentar la concienciación sobre seguridad.

	Formación en Seguridad de la Información	Formación en Privacidad de Datos y RGDP
 Empleados formados	570	431
 Horas de formación	1.710	1.293



Socios de referencia

Somos una compañía que quiere generar un impacto positivo en la sociedad y en el medioambiente, convirtiéndonos en agente de cambio, apostando por la diversidad, la inclusión y el bienestar de las comunidades donde tenemos presencia, así como la protección de la biodiversidad, el uso responsable del agua y la reducción de emisiones de CO₂.

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. 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.

FORÉTICA

Este año nos hemos incorporado a Forética para reforzar nuestro compromiso con la sociedad, que nos permitirá continuar avanzando en la integración de los aspectos sociales, ambientales y de buen gobierno en la estrategia y gestión de la compañía.

Socio de
forética

Colaboraciones sociales

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

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, la compañía ha apoyado la labor de difusión de la transparencia en el tercer sector



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.



Colaboraciones en el ámbito ambiental

The 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.



UN Fashion Industry Charter for Climate Action

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.



Business Ambition for 1.5° C

Esta iniciativa surgió como una llamada urgente a la acción de una coalición global de las Naciones Unidas, junto con líderes empresariales y las industrias de distintos sectores. Nos unimos a esta llamada durante la celebración de la COP25 en Madrid, comprometiéndonos a establecer objetivos SBTi de reducción de emisiones. Actualmente, más de 500 empresas han respondido a la carta abierta de los líderes mundiales y han firmado el reconocimiento Business Ambition for 1,5 ° C.



Colaboraciones transversales

AMFORI



Con el objetivo de reforzar nuestro compromiso con la gestión responsable de la cadena de suministro y el esfuerzo conjunto con nuestros proveedores por la mejora continua de las condiciones de trabajo y respeto a los derechos humanos, en 2017 nos adherimos a AMFORI. A través de esta colaboración, apostamos y promovemos la visibilidad de la producción responsable, las prácticas que mejoren la gestión de las cadenas de suministro y la minimización de riesgos.

Call to action in the Global Garment Industry

Hemos respaldado la iniciativa Call to action in the Global Garment Industry, apoyada por la Organización Internacional del Trabajo (OIT), que tiene como objetivo catalizar la acción de toda la industria mundial de la confección para ayudar a los proveedores y fabricantes a sobrevivir a la interrupción económica causada por la pandemia de la Covid-19.

El Pacto Mundial de las Naciones Unidas

El Pacto Mundial de Naciones Unidas es la mayor iniciativa de sostenibilidad corporativa desarrollada en el mundo, con el objetivo principal de alinear la estrategia y las operaciones de las empresas con los diez principios éticos con los que se comprometen. Desde 2002 la compañía forma parte de la iniciativa y trabaja para convertirse en un agente de cambio, extendiendo la sostenibilidad y la promoción de los derechos humanos a lo largo de la cadena de valor.



La compañía 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)
- ◆ AEC (Asociación Española de la Calidad)
- ◆ ANGED (Asociación Nacional Grandes Empresas de Distribución)
- ◆ ASECOM (Federación Moda España)
- ◆ ASEPAM (Asociación Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas)
- ◆ EBCA (European Branded Clothing Alliance)
- ◆ FEDECON (Federación Española de Empresas de la Confección)
- ◆ FMRE (Foro de Marcas Renombradas Españolas)
- ◆ Foro Inserta-Once
- ◆ Mesa Nacional de la Moda

4. Nuestros compromisos





Comprometidos con las personas



 <p>PRIORIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ Flexibilidad laboral y conciliación ◆ Seguridad y salud ◆ Crecimiento profesional y gestión del talento 	 <p>AVANCES 2020</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ Adaptación ante la Covid-19 ◆ Finalizamos la negociación para la firma del II Plan de Igualdad ◆ Fortalecer el programa de bienestar fomentando hábitos saludables 	 <p>METAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ Aumentar la presencia de mujeres en posiciones directivas ◆ Mantener la igualdad salarial ◆ Potenciar el plan de formación y crecimiento interno
---	---	--

Nuestros empleados son nuestro mayor activo y una pieza imprescindible en la generación de valor, representando a la perfección los valores de nuestra compañía tales como el respeto, transparencia, igualdad de oportunidades y diversidad.

Estamos comprometidos con nuestro modelo de crecimiento profesional, garantizando una cultura de liderazgo y excelencia en todo lo que hacemos. Más de 9.500 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.

Queremos que todas las personas que se unan a nuestro equipo se den cuenta de su pleno potencial y lo hacemos promocionando un lugar de trabajo cada vez más diverso e inclusivo, con el objetivo de expandir la representación en todas las dimensiones de la diversidad a largo plazo.

Establecemos condiciones de trabajo de calidad, ofreciendo oportunidades a todos los colectivos por igual, promoviendo el desarrollo profesional y velando por su salud y seguridad. Nos preocupamos por crear la mejor experiencia, enfocada en atraer y desarrollar a los empleados, dirigiendo nuestros esfuerzos en retener el talento de los profesionales que ya están en la compañía a través de la formación y las promociones internas.

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.

Este año 2020, en el que el mundo ha sufrido una pandemia mundial ante la Covid-19, la compañía ha tomado multitud de medidas extraordinarias en relación con la gestión de las personas, la protección social y sanitaria de los empleados, la seguridad de los clientes y la continuidad de las operaciones mediante el despliegue intensivo de la tecnología y el teletrabajo.

Número de empleados por género, edad y categoría profesional y su evolución

		2020		2019		2018	
		Plantilla	%	Plantilla	%	Plantilla	%
Género	Hombres	1.491	15,65%	1.711	15,94%	1.772	16,64%
	Mujeres	8.038	84,35%	9.024	84,06%	8.875	83,36%
	Total	9.529		10.735		10.647	
Rango de edad*	Menores de 25	1.785	18,73%	2.205	21,93%	2.165	22,07%
	Entre 25 y 35	4.378	45,94%	4.627	46,03%	4.725	48,17%
	Entre 35 y 50	2.785	29,23%	2.689	26,75%	2.448	24,96%
	Mayores de 50	581	6,10%	532	5,29%	470	4,79%
	Total	9.529		10.053*		9.808*	
Categoría profesional	Directivos	251	2,63%	262	2,44%	261	2,45%
	Mandos Intermedios	2.381	24,99%	2.070	19,28%	2.022	18,99%
	Técnicos	6.897	72,38%	8.403	78,28%	8.364	78,56%
	Total	9.529		10.735		10.647	

* Alcance 2018: 92% de la plantilla
Alcance 2019: 93,6% de la plantilla

Evolución del número de empleados por país

País	2020	2019	2018
Alemania	7	13	16
Bangladesh	5	5	-
Bélgica	107	139	153
Bosnia	78	93	83
Bulgaria	15	18	23
Croacia	97	102	115
España	6.792	7.381	7.434
Francia	129	153	174
Hong Kong	52	53	55
Hungría	155	185	176
India	11	12	10
Luxemburgo	26	26	31
México	242	276	203
Montenegro	19	21	23
Portugal	1.150	1.317	1.284
Rusia	395	682	632
Serbia	249	259	235

En 2020:



9.529

personas forman parte del equipo



8.038 (84%)

Mujeres



1.491 (16%)

Hombres

Conciliación y beneficios sociales

La conciliación y organización del tiempo de trabajo es fundamental para nuestros empleados, logrando un equilibrio entre la vida personal y laboral. Por ello, la compañía ofrece 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 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, que incluye productos y servicios en condiciones ventajosas, tales como los cheques guardería, seguro sanitario, ayuda al estudio o adquisición de ordenadores, entre otros.

En el marco de la transformación digital ante la Covid-19 hemos avanzado hacia modelos de organización del trabajo más flexibles **fomentando el teletrabajo**, de manera que se favorece al equilibrio de la vida laboral y personal.

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

Número de días de baja por nacimiento de hijos

	España		Internacional	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Nº de días	2.939	28.917	345	62.161

Permisos y excedencias (Datos para España)

Número de empleados	Hombres	Mujeres	Total
PERMISOS MATERNIDAD / PATERNIDAD			
Permiso de paternidad y maternidad	57	343	400
Riesgo durante el embarazo	0	291	291
REDUCCIÓN DE JORNADA / EXCEDENCIAS			
Reducción por guarda legal hijo menor de 12 años	18	827	845
Reducción por cuidado de familiares	1	10	11
Reducción por motivos personales	1	21	22
Reducción por cuidado de hijos menores enfermos	0	12	12
Excedencia	17	100	117



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.

Dado que la negociación colectiva no se estructura igual en todos los países, la compañía no cuenta con convenios colectivos aplicables en varios países por no darse las condiciones legales, sociales o de tipo de negocio o sector que permitan su implantación. Los convenios colectivos en vigor suponen mejoras sobre las condiciones de trabajo y empleo en relación con los mínimos de derecho necesario de cada legislación. La plantilla en España, Bélgica, Francia, México y Portugal está **cubierta al 100% por sus respectivos convenios colectivos**. En el resto de los países se aplica la ley laboral correspondiente en cada territorio.

Con carácter general, los procedimientos de información, representación y consulta con los trabajadores se recogen y regulan en los diferentes convenios colectivos y se articulan a través de los órganos de representación laboral regulados en los mismos.

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.

Los empleados 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, 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 294 delegados de personal y miembros de comité. En 2020 han tenido lugar 20 reuniones con los representantes de los trabajadores en España y 14 en el resto de países. Se facilita 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 permanente.

100%

de la plantilla cubierta por convenio colectivo o su ley laboral correspondiente



Seguridad, salud y bienestar

Seguimos velando por la salud y el bienestar de nuestros empleados a través del **Plan de protección de la salud** que desarrollamos cada año, de manera que contribuimos a la seguridad y bienestar mediante:

Con el impacto de la pandemia causada con la Covid-19, la compañía evaluó el nuevo contexto y desarrolló un plan de actuación para garantizar la salud y la seguridad de nuestros empleados, clientes y proveedores.

Con este plan de actuación como hoja de ruta, guiados por las recomendaciones de la **Organización Mundial de la Salud (OMS)** y de las autoridades sanitarias nacionales correspondientes, hemos trabajado en la aplicación de distintas medidas con el fin de minimizar el riesgo al que nuestros empleados puedan verse expuestos, anticipando en varios países algunas de estas medidas a partir de la experiencia adquirida en España.

Estas medidas incluyen, entre otras, las siguientes:

- ◆ Manual de actuación para sedes corporativas y tiendas
- ◆ Aprovisionamiento y entrega de medios de protección
- ◆ Guías de actuación ante posibles contagios
- ◆ Teletrabajo y evaluación de los lugares de trabajo habilitados para ello
- ◆ Seguridad presencial

Para garantizar la seguridad y la salud de nuestros empleados en todos los servicios activos, la compañía ha puesto a su disposición los equipos de protección y las medidas de higiene necesarias. Se realizan test periódicos y los espacios de trabajo se han reorganizado para poder

mantener las distancias adecuadas de seguridad. Nuestro equipo sanitario y PRL monitoriza 24 horas al día la situación y ofrece el apoyo necesario a aquellos empleados que necesitan solucionar situaciones o tienen dudas sobre la mejor manera de proceder. Hasta la fecha, se han atendido más de 1.597 casos (contactos con positivo, personas con síntomas y casos con positivo en covid-19).

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 cardíaca.

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.



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

- ◆ Gestión de la pandemia y todas las actuaciones relacionadas con ésta
- ◆ 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.
- ◆ Conciertos con clínicas oftalmológicas y dentales.
- ◆ Colaboración con el Centro de Transfusión de la Comunidad de Madrid.

Asistencia Sanitaria (datos de España)

Nº de pruebas realizadas ante la covid-19 en oficinas y centro logístico	2.439
Nº de consultas de medicina general	4.892
Nº de actuaciones de enfermería	3.540
Nº de medicamentos dispensados	2.521
Nº de recetas dispensadas	1.200
Nº de trabajadores vacunados de antigripal	175
Nº de trabajadores vacunados de otras vacunas	48
Nº de reconocimientos médicos	876

Accidentalidad Laboral (datos de España)

Accidentes con baja en el centro de trabajo	Hombres	Mujeres
Leves	6	57
Graves-mortales	0	0
Accidentes con baja in itinere		
Leves	11	44
Graves-mortales	0	0
Accidentes sin baja	26	108
Total Accidentes	43	209

Cultura del bienestar

Durante los últimos años, hemos continuado construyendo sobre nuestra creencia de alentar a las personas a llevar un estilo de vida activo y saludable.

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. Debido al impacto de la pandemia, estas actividades se han visto afectadas ya que para su desarrollo no es posible mantener las condiciones necesarias para velar por la seguridad de todos.

Gestión del estrés ante la pandemia: apoyar el bienestar emocional y mental de nuestros empleados fue un enfoque clave para nosotros en 2020. Realizamos distintas comunicaciones enfocadas a paliar factores estresantes adicionales creados a partir de la Covid-19.

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.

Acceso a GYMPASS: es una plataforma online que da acceso a los empleados a una amplia red de centros deportivos y diversas apps de entrenamiento online, nutrición, meditación, psicología y mucho más. Durante los meses de confinamiento domiciliario se ofrecieron clases en directo y sesiones especiales enfocadas a paliar el estrés psicológico.

Taller de Mindfulness y clases de Yoga: ambas iniciativas se realizan de forma digital 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 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 59 delegados en materia de Prevención distribuidos en 23 provincias, representando a 5.073 empleados en materia de PRL. Se mantienen reuniones trimestrales con los 15 Comités de Seguridad y Salud, que 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 2020 se han llevado a cabo las siguientes actuaciones, entre otras:

- ◆ Realización de Autoevaluación de Riesgos del puesto de Teletrabajo para los trabajadores de las oficinas durante el confinamiento.
- ◆ Redacción y revisiones de los manuales de actuación ante Covid-19
- ◆ Elaboración de formaciones específicas sobre las medidas de seguridad y salud ante Covid-19 en tiendas.
- ◆ Control y seguimiento de las Inspecciones de Sanidad por Covid-19 realizadas en tiendas.
- ◆ Adecuación de puestos de trabajo en las oficinas y en el Centro Logístico.
- ◆ Estudio, detección y prevención de posibles problemas de clima laboral en los centros de trabajo, llevándose a cabo 60 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 208 tiendas.
- ◆ La formación en seguridad y salud se ha fortalecido a través de la herramienta online formando 525 empleados.

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
Índice Frecuencia *	11,40	16,45
Índice Gravedad **	0,20	0,53
Días perdidos por accidentes	301	3.262

Nº horas de absentismo laboral*

	2020	2019	2018
Hombres	145.380	108.455	121.792
Mujeres	1.056.472	817.258	669.672

* Número de horas no trabajadas por accidente laboral y enfermedad común. Se incluyen las horas no trabajadas por absentismo debido a la baja médica por infección de la Covid-19.

Formación en seguridad y salud (datos para España)

Empleados que han recibido formación en PRL	Hombres	Mujeres
Encargados	13	94
Dependientes	36	382
Horas de formación en PRL	425	3.555

Velamos por la seguridad de los empleados contratados por nuestros proveedores

Respecto del personal indirecto, realizamos una labor de coordinación que permite asegurar que las actividades y operaciones de nuestros proveedores se desarrollan de acuerdo con las especificaciones, términos y condiciones de seguridad acordados y legalmente exigibles, con el fin de proteger la seguridad y salud de los trabajadores.

Accidentalidad laboral (datos de Internacional)

	Hombres	Mujeres
Índice Frecuencia *	2,00	9,75
Índice Gravedad **	0,01	0,24
Días perdidos por accidentes	10	1.559

* 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

Igualdad, diversidad e inclusión

Nuestro enfoque hacia el crecimiento empresarial y de los empleados está impulsado por la creencia en la diversidad, en todas sus formas, fomentando la creatividad y la aceleración de la innovación.

Igualdad de género

Somos una compañía abierta y solidaria, con la meta de ofrecer a nuestra gente espacios de trabajo donde se sientan valorados y apreciados. 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. Estamos comprometidos con la igualdad, diversidad e inclusión de los clientes, de las distintas marcas y de los países donde estamos presentes.

Trabajamos enfocados en seguir avanzando para potenciar y desarrollar el talento dentro de la compañía, permitiendo a nuestros empleados contribuir al crecimiento mutuo de la mejor manera posible, aprovechando su potencial.

Somos una compañía formada por mujeres

Para celebrar el Día Internacional de la Mujer Women'secret, con una plantilla en la que el 98% son mujeres, lanzó la campaña "From us, for you" donde refleja la sororidad de su plantilla liderada por mujeres. La marca compartió una recopilación de historias profesionales y personales de algunas de las mujeres que hay detrás de la marca con una particularidad en común: la solidaridad y amistad entre ellas.



En 2020, hemos dado grandes pasos en nuestro camino por alcanzar y promover la diversidad en nuestro equipo:

- ◆ Se ha finalizado la negociación de nuestro **II Plan de Igualdad** donde se abordan numerosos objetivos con sus correspondientes medidas, con las que nos comprometemos a cumplir y seguir posicionándonos a favor de la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres en nuestro equipo.
- ◆ Hemos intensificado nuestros esfuerzos para fomentar un **entorno de trabajo** centrado en la igualdad, la inclusión, el empoderamiento y el respeto. Buscamos atraer un equipo diverso que, además, sea una representación de los consumidores a los que servimos y las comunidades en las que vivimos y trabajamos.
- ◆ 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.
- ◆ Como parte de nuestro compromiso por una comunicación más respetuosa con la mujer, hemos desarrollado un **Protocolo sobre el uso de lenguaje inclusivo** en nuestros canales de comunicación. Además, contamos con un **Protocolo interno 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.
- ◆ Estamos trabajando en la realización, de cara al próximo año, de distintas acciones de **formación y sensibilización** específica en igualdad a la plantilla y, sobre todo, dirigida a puestos clave que tengan especial incidencia en cuestiones de igualdad dentro de la organización.
- ◆ Seguimos avanzando en el **Women Sponsoring Program**, proyecto interno para impulsar el liderazgo femenino en mandos intermedios y en la alta dirección y buscar la proporcionalidad.

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

Servicios centrales			Tiendas	
Directores y Mandos superiores	Mandos intermedios	Dependientes, administrativos y otros	Mandos intermedios	Dependientes, administrativos y otros
30,60%	21,61%	2,32%	10,78%	2,38%

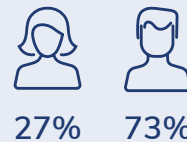
Estos datos han sido calculados en base sólo a la diferencia salarial total percibida entre hombres y mujeres (retribución fija+variable) sin tener en cuenta otros factores que permitan una comparación precisa de trabajos equivalentes. El resultado positivo obtenido indica que la retribución salarial media de los hombres es mayor que el de las mujeres en el porcentaje indicado. La diferencia salarial total del grupo resulta un 29,24% calculada teniendo en cuenta la ponderación del peso de cada país con respecto al grupo.

EngageMEN, comprometiendo a los hombres

Nuestro presidente y consejero delegado, Jaume Miquel, participó en los retos EngageMEN, iniciativa de MujeresyCia. Estos retos consisten en que mujeres en altos cargos, desafían a sus homólogos varones a acelerar el acceso de las mujeres a puestos de decisión. Con esta iniciativa asumimos la meta de impulsar el liderazgo femenino en mandos intermedios y en la alta dirección y trabajar para erradicar estereotipos.

Nuestro objetivo para impulsar la proporcionalidad de mujeres en el Comité de Dirección

ACTUALIDAD



HORIZONTE 2030



Inclusión laboral

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 en nuestra 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 59 empleados con discapacidad: 48 mujeres y 11 hombres.

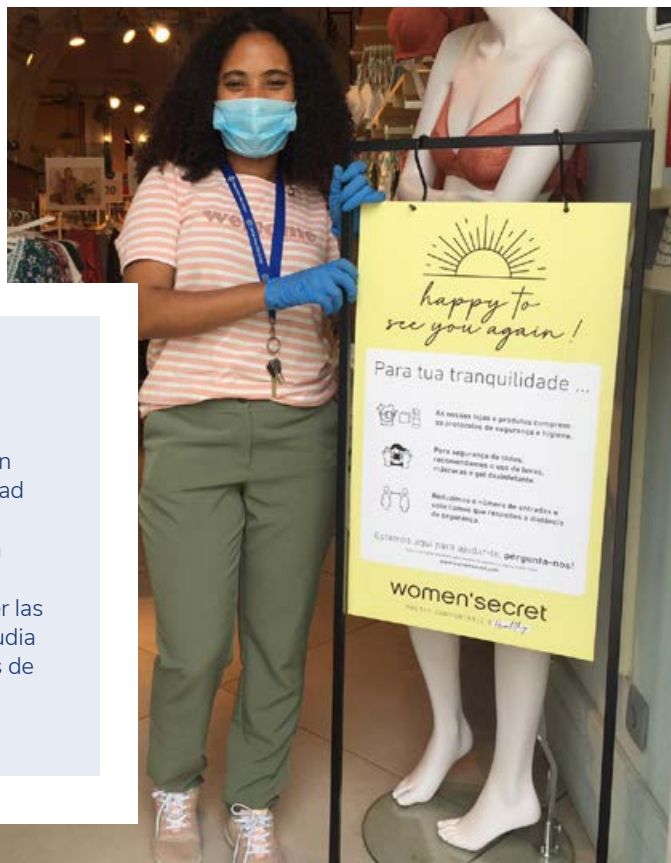
Durante este año afectado por la Covid-19 no hemos podido avanzar con algunos de nuestros proyectos como hubiéramos podido hacer en una situación normal, teniendo que centrarnos en un primer momento en los proyectos y procedimientos que garantizaran una vuelta segura a la actividad para nuestros empleados y nuestros clientes. Nuestro compromiso de colaboración en la integración laboral de personas con capacidades diferentes sigue intacto, a pesar de no haber podido avanzar en el número de contrataciones debido a la pandemia y a la disminución de posiciones vacantes en la compañía, y se retomará con la misma implicación que antes de la Covid-19.

En 2020 hemos seguido impulsando nuestro compromiso con la integración laboral manteniendo estas acciones, aunque se han visto afectadas de forma directa por la Covid-19:

- ◆ Con motivo del aniversario de la firma del Convenio en el marco del Programa Inserta, hemos realizado una campaña de sensibilización interna dando a conocer la historia de superación de uno 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.
- ◆ 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.

Diversidad en las nuevas contrataciones

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.



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 con 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**.

Durante el año 2020 se ha avanzado en el 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.

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.

Apostamos 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.



51
Promociones

Comprometidos con el empleo 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 la compañía hemos formado a cientos de jóvenes ofreciendo garantías de éxito y una alta tasa de contratación. 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.

Al inicio del año 2020 pudimos lanzar nuestro programa de prácticas llegando a gestionar 102 incorporaciones las cuales, debido a la situación sanitaria que vivimos el pasado marzo, tuvieron que verse interrumpidas, así como el programa de prácticas de la empresa, el cual se espera poder retomar por completo para la temporada Otoño/Invierno del 2021.



Promoviendo la integración laboral

Nos comprometemos a seguir avanzando en la contratación laboral, promoviendo la contratación de personas con discapacidad y 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.

La compañía promueve programas que van destinados a diferentes colectivos:

INICIATIVAS

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.

Programa Incorpora

A través de este programa de la **Fundación La Caixa**, buscamos 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.

Fórmate con Garantía

Nos hemos unido al programa Fórmate con Garantía con la **Fundación 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.

Debido a la pandemia estos programas de inclusión laboral se han visto paralizados, por lo que hemos puesto en marcha otras iniciativas, participando en distintos programas de empleabilidad de la mano de Cáritas, la Cruz Roja y otras entidades solidarias. También colaboramos con el proyecto **FOLM ("From outdoors to labor market")**, dirigido a jóvenes que residan en Cantabria, con edades comprendidas entre los 18 y los 29 años y que se encuentren en situación de desempleo y sin estudios los 6 meses previos. El proyecto de inserción laboral para jóvenes se va a realizar en **España, Polonia e Irlanda**.

Hemos establecido más de **50 colaboraciones** con entidades para la inclusión laboral de personas en riesgo de exclusión social.



Formación y desarrollo

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**. Invertimos en nuestra gente en todos los niveles de nuestra organización a través de recursos accesibles y programas de formación estructurados que ofrecen oportunidades de desarrollo para todos los empleados, potenciando sus habilidades y competencias.

Nuestro objetivo es inspirar e involucrar al talento de la compañía a través de un marco coherente que empodera empleados para impulsar su trabajo mientras se construyen relaciones sólidas. Cultivamos una cultura que atrae e involucra a los empleados y les brinda oportunidades para lograr sus metas.

Creamos, gestionamos y ofrecemos cursos para empleados cubriendo una gran variedad de temas, ofreciendo un catálogo de cursos adaptado al perfil de cada empleado. En 2020, ampliamos nuestra formación digital a través de la colaboración con plataformas virtuales que nos han facilitado potenciar la formación en idiomas y en cursos de corta duración y de temáticas variadas.

A lo largo de la pandemia de la Covid-19, el equipo de formación se ha adaptado con agilidad, ha establecido prioridades y ha revisado las soluciones de aprendizaje para garantizar que la formación crítica se ha seguido impartiendo de forma segura y evaluada en función de los riesgos, respetando las directrices y la legislación vigente en cada caso. Se han incorporado cada vez más herramientas digitales que han permitido adaptar los contenidos de las formaciones a formato Teams.

Aunque la situación de este año nos ha impedido dar continuidad al Programa de Evaluación del Desempeño, trabajamos para identificar las fortalezas y las necesidades de desarrollo profesional de cada empleado recogiendo necesidades formativas e impulsando reuniones de feedback entre el responsable y el empleado, donde poder reflexionar y establecer planes de acción individuales para seguir creciendo.

Programa de formación

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

La situación excepcional causada por la Covid-19 ha reducido de manera significativa la formación presencial. Gracias al enorme esfuerzo realizado hemos conseguido adoptar una gran parte de la actividad formativa para ser impartida en otros formatos, causando un aumento considerable de la proporción de horas de formación virtuales (on-line).

El uso de una metodología de formación e-learning 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.

Hemos trabajado este año centrados en nuestro lema **"Hoy es un buen día para aprender"**, y a través de nuestro portal de Formación y Desarrollo **Be!Talent**, hemos puesto a disposición de los empleados numerosos cursos digitales enfocados a mejorar sus habilidades en materia de liderazgo, creatividad, resiliencia, adaptación al cambio... además de acompañar a la compañía en el cumplimiento de la legalidad, formando a todos los empleados en materia de RGPD y seguridad de la información.

Nosotros creemos en el potencial de nuestros empleados y proporcionamos innumerables oportunidades profesionales para aquellos que quieran aprender y crecer con nosotros. Por ello, la compañía ha establecido acuerdos de colaboración con distintas escuelas de negocio, ofertando recursos de formación en distintas áreas.

Estamos **comprometidos con los equipos de tienda**, por eso trabajamos con ellos en su nueva etapa como responsables del punto de venta (bien por ser nueva incorporación o bien por ser promocionado), con programas para Encargados y Segundos que cubren todos los contenidos necesarios para la gestión de su día a día como managers de tienda: liderazgo, producto, visual, RRHH...



21.145 horas de formación



2.879 empleados formados

7.419 asistentes en las distintas actividades formativas



80% mujeres formadas



20% hombres formados

Horas de formación por categoría profesional

		2020	2019	2018	
Horas formación	Servicios Corporativos	Directivos	180 h.	303 h.	456 h.
		Mandos intermedios	1.315 h.	2.155 h.	2.997 h.
		Técnicos	3.652 h.	7.040 h.	8.634 h.
	Tiendas	Encargados	9.472 h.	17.821 h.	26.152 h.
		Vendedores	6.526 h.	14.457 h.	20.499 h.

Formación a través de gamificación

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.

Los resultados son muy positivos y los empleados valoran mucho participar en esta forma de aprendizaje:

Empleados de tienda registrados



71%

España

33%

Internacional

usuarios en juego



83%

España

79%

Internacional



Nuestras personas en cifras

Distribución de la plantilla y promedio anual por tipo de contrato

			2020		2019		2018	
				Promedio		Promedio ²		Promedio ²
Contrato indefinido	Género	Hombres	1.258	1.285	1.286	952	1.271	917
		Mujeres	6.199	6.164	6.041	3.957	5.605	3.673
	Categoría profesional	Directivos	244	255	253	209	253	206
		Mandos intermedios	2.306	2.370	2.025	1.465	1.950	1.413
		Técnicos	4.907	4.824	5.049	3.235	4.673	2.971
	Rango de edad ¹	Menor de 25	929	914	1.121	336	492	234
		Entre 25 y 35	3.338	3.240	2.969	2.279	2.868	2.246
		Entre 35 y 50	2.616	2.687	2.074	1.858	2.220	1.709
		Mayor de 50	574	608	481	440	463	402
	Contrato temporal	Género	Hombres	233	318	425	354	501
Mujeres			1.839	2.426	2.983	2.352	3.270	2.571
Categoría profesional		Directivos	7	9	9	336	8	8
		Mandos intermedios	19	87	45	2.279	72	29
		Técnicos	2.679	2.648	3.354	1.858	3.691	2.995
Rango de edad ¹		Menor de 25	856	1.059	1.084	1.204	1.673	1.374
		Entre 25 y 35	1.040	1.398	1.658	1.306	1.857	1.499
		Entre 35 y 50	169	271	615	185	228	150
		Mayor de 50	7	17	51	10	7	8

Distribución de la plantilla y promedio anual por tipo de jornada

			2020		2019		2018	
				Promedio		Promedio ²		Promedio ²
Jornada a tiempo completo	Género	Hombres	944	984	1.026	775	1.054	805
		Mujeres	3.448	3.678	3.883	2.230	3.747	2.265
	Categoría profesional	Directivos	237	241	237	194	237	189
		Mandos intermedios	2.036	1.194	1.766	1.194	1.766	1.159
		Técnicos	2.901	2.302	2.901	1.617	2.851	1.722
	Rango de edad ¹	Menor de 25	427	503	621	243	399	252
		Entre 25 y 35	1.938	1.941	1.866	1.362	2.037	1.515
		Entre 35 y 50	1.604	1.741	1.521	1.077	1.445	1.008
		Mayor de 50	423	480	376	324	342	296
	Jornada a tiempo parcial	Género	Hombres	547	609	685	530	718
Mujeres			4.590	4.849	5.141	4.079	5.128	3.978
Categoría profesional		Directivos	18	22	20	22	25	25
		Mandos intermedios	104	335	308	291	308	282
		Técnicos	4.774	5.092	5.502	4.296	5.513	4.244
Rango de edad [*]		Menor de 25	1.358	1.447	1.584	1.298	1.701	1.355
		Entre 25 y 35	2.440	2.579	2.761	2.224	2.279	2.230
		Entre 35 y 50	1.181	1.265	1.168	966	922	850
		Mayor de 50	158	168	156	121	683	115

¹ Alcance 2018: 92% de la plantilla / Alcance 2019: 93,6% de la plantilla

² Promedio anual 2018 y 2019 publicado con datos de la plantilla de España (68,75% del alcance)

Número de despidos por género, edad y categoría profesional y su evolución

			2020	2019	2018
Género	Hombres		122	131	122
	Mujeres		613	508	461
Categoría profesional	Directivos		11	9	12
	Mandos intermedios		211	150	102
	Técnicos		513	480	469
Rango de edad*	Menor de 25		332	99	133
	Entre 25 y 35		264	222	15
	Entre 35 y 50		118	110	260
	Mayor de 50		22	12	90

* Alcance 2018: 92% de la plantilla
Alcance 2019: 93,6% de la plantilla




Remuneraciones medias por país

	Categoría profesional			Género		Rango de edad				Retribución media
	Directivos	Mandos intermedios	Técnicos	Hombre	Mujer	<25	25-35	35-50	>50	
Alemania	-	47.224	21.302	39.045	21.112	-	16.218	27.235	22.210	25.140
Bangladesh	-	-	8.078	7.861	8.398	-	7.861	8.398	-	8.078
Bélgica	52.348	25.316	17.926	22.146	16.756	12.411	14.953	20.137	19.890	17.589
Bosnia	-	8.193	6.407	19.615	6.804	6.285	6.130	9.160	20.691	7.131
Bulgaria	-	12.086	5.044	5.518	8.803	6.575	8.222	15.502	-	8.789
Croacia	65.804	10.689	7.883	7.828	9.660	8.191	9.622	12.008	-	9.641
España	70.584	31.607	21.091	33.533	24.189	18.710	21.949	30.031	39.227	25.949
Francia	138.580	29.741	24.354	35.785	27.418	25.627	24.588	27.319	42.594	29.834
Hong Kong	95.773	56.169	32.896	60.547	37.841	23.247	27.830	55.062	45.542	46.460
Hungría	51.477	13.415	10.033	12.116	12.124	10.208	11.038	16.448	16.553	12.123
India	18.471	6.043	6.592	9.519	8.057	2.543	8.074	10.503	-	8.719
Luxemburgo	-	42.587	29.162	27.523	32.160	31.376	29.741	36.231	-	31.976
México	42.446	9.964	6.048	10.615	8.703	6.161	8.396	16.457	-	9.232
Montenegro	-	10.319	6.434	-	8.263	7.243	7.727	9.307	-	8.263
Portugal	85.079	16.552	12.780	18.546	13.930	13.362	14.098	16.765	14.880	14.541
Rusia	50.106	6.519	4.636	14.128	5.495	4.921	6.193	14.390	-	6.175
Serbia	74.678	8.082	5.849	19.035	6.890	5.958	5.954	11.711	17.017	7.876

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

Cuidamos el medioambiente



 PRIORIDADES	 AVANCES 2020	 METAS
<ul style="list-style-type: none"> ◆ Impacto positivo en el medioambiente y lucha contra el cambio climático ◆ Calidad y seguridad de las prendas ◆ Alcanzar la circularidad en la cadena de valor ◆ Reciclaje y uso eficiente de materias primas 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Hemos establecido objetivos alineados con SBTi ◆ Hemos recibido la evaluación de terceros sobre nuestro desempeño ◆ Hemos establecido una hoja de ruta de cambio climático 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Adhesión a nuevas iniciativas ◆ Disminución de nuestra huella de carbono (alcanzar la neutralidad de carbono en 2040). ◆ Alcanzar el 100% de energía renovable en nuestras operaciones en 2030 ◆ Implementación de la estrategia de cambio climático

Nuestro compromiso con la sostenibilidad está basado en la creencia de que para nuestro crecimiento futuro necesitamos abordar activamente los desafíos a los que se enfrenta la industria y el mundo en el que vivimos.

A medida que la crisis climática global se convierte en un asunto crítico en nuestra actividad, nuestras prioridades con la sostenibilidad y las áreas de enfoque requieren una mayor revisión constante, trabajando por fijar metas ambiciosas que nos permitan alcanzar los compromisos establecidos tanto en nuestro Plan estratégico ESG como aquellos adquiridos con nuestra adhesión a distintas iniciativas.

Para cumplir con nuestros objetivos de responsabilidad y contribuir de forma real a los Objetivos de Desarrollo Sostenible, reconocemos la necesidad de trabajar con terceros. A lo largo de los últimos años hemos establecido alianzas que nos han permitido fomentar conjuntamente el intercambio de conocimientos y recursos para maximizar el impacto positivo que generamos y que podemos llegar a generar con nuestra actividad.



Como parte de nuestra estrategia nos unimos en 2019 al **The Fashion Pact**, una coalición global de empresas de la industria textil y de la moda comprometidas con un núcleo común de objetivos ambientales clave en tres áreas: detener el calentamiento global, restaurar biodiversidad y la protección de los océanos. También nos unimos a la Carta de la Industria de la Moda para la Acción Climática del **Fashion Industry Charter for Climate Action de las Naciones Unidas**, con la que nos comprometemos a objetivos de reducción de emisiones GEI para 2030. Hemos recibido el reconocimiento **Business Ambition 1.5° C del Pacto Mundial de las Naciones Unidas** por alinearnos con los compromisos públicos de reducción de sus emisiones en consonancia con la limitación del aumento de la temperatura global a 1,5°C establecido en el Acuerdo de París.

Nuestra visión de la sostenibilidad abarca todas las áreas y procesos de nuestro negocio: productos y oferta al cliente, cadena de suministro y bienes no comerciales como envases y artículos utilizados en interiores de tiendas, instalaciones y distribución.

Principales líneas de actuación con el medioambiente



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.



Cambio climático

Estamos comprometidos en ser parte de la solución a la crisis climática, por lo que, partiendo de nuestra estrategia de cambio climático, buscamos alcanzar objetivos de reducción significativos a lo largo de la cadena de valor. Tenemos el foco puesto en tres principales áreas: eficiencia energética, energía renovable y reducción de emisiones de CO₂.



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.



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.



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.



Nuestra meta es ser neutrales en carbono en nuestras propias operaciones en 2040 y obtener el 100% de nuestra electricidad de fuentes renovables en 2030.

Resultados de valoraciones del desempeño sostenible por parte de terceros

Cada año, la compañía rinde cuentas de forma exhaustiva de sus compromisos, prácticas y desempeño en sostenibilidad a través del Estado de Información No Financiera, que es publicado a través de los distintos canales públicos de la compañía. Además, es evaluada de forma periódica en su desempeño en sostenibilidad por analistas en ESG. El resultado de estas evaluaciones y resultados, se utilizan a nivel interno para hacer un diagnóstico propio y detectar oportunidades de mejora en nuestros procesos.

En 2020 destacan nuestros resultados en **Carbon Disclosure Project (CDP)** siendo reconocidos en nuestra labor en la lucha contra el cambio climático con una valoración B. Además, también hemos recibido la medalla de plata (silver medal) de manos de **Ecovadis** en nuestra apuesta por la sostenibilidad, la ética y la transparencia en las buenas prácticas de la compañía.



Nuestro aporte a la lucha contra el cambio climático



La gestión sostenible de nuestra actividad en toda la cadena de valor y la lucha contra el cambio climático son elementos prioritarios para la consecución de los objetivos estratégicos. De esta manera, en la compañía hemos establecido una hoja de ruta que marca las pautas a corto, medio y largo plazo para reforzar nuestro aporte a la descarbonización de la economía y nuestra contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Gobernanza de los asuntos climáticos

Los riesgos y oportunidades derivados del cambio climático forman parte del **Mapa de Riesgos** actual de la Compañía por lo que la aprobación y supervisión de la estrategia climática se realiza a través del máximo órgano de gobierno, el Consejo de Administración. Por su parte, la Comisión de Auditoría y Riesgos, como uno de los principales órganos consultivos del Consejo, es la responsable de garantizar el cumplimiento de los planes de mitigación y corrección asociados a riesgos climáticos. Por su parte, el Comité de Dirección y el Presidente-CEO son los encargados de proponer los objetivos asociados y observar la evolución de los indicadores planteados. Además, los asuntos climáticos son tratados periódicamente en diferentes escenarios a lo largo del ejercicio, utilizando un sistema de reporte a los órganos de gobierno y de dirección correspondientes que busca identificar cambios y necesidades en la implementación de las iniciativas relacionadas con el clima y la gestión medioambiental.

Los órganos de gobierno y la alta dirección de Tendam intervienen directamente en la definición de la estrategia y los objetivos en materia de sostenibilidad y cambio climático

Fruto del compromiso con la lucha contra el cambio climático y con la transparencia, en 2020 hemos empezado el alineamiento de nuestro reporte a las recomendaciones del **TCFD (Task Force on Climate-related Disclosures)** y esperamos fortalecer la divulgación sobre nuestros riesgos y oportunidades relacionados con el clima en los próximos ejercicios.



The Fashion Pact

Tendam forma parte de la iniciativa **The Fashion Pact** desde 2019. Esta coalición de empresas del sector textil y de la moda tiene un triple objetivo, especialmente en materia medioambiental: la lucha contra el cambio climático, la conservación de la biodiversidad y la protección de los océanos. Bajo una agenda común que impulsa la mejora de la estrategia y la gestión sostenible, las organizaciones miembro incorporan objetivos concretos que ayuden a avanzar a la industria en materia de sostenibilidad.

De manera particular, en Tendam nos hemos alineado con el objetivo de la iniciativa en relación a la implementación de los SBTs (Science Based Targets) y desarrollado durante 2020 su hoja de ruta que nos permita definir la ambición de reducción.

Además, participamos de manera activa en la toma de decisiones a través de nuestra participación en el Comité Ejecutivo y Comité de Dirección de The Fashion Pact.



Nos encontramos en proceso de definición de un sistema de incentivos para la dirección que incluya el componente de sostenibilidad y asuntos climáticos, de acuerdo a indicadores específicos que permitan evaluar los resultados de cada ejercicio. A nivel de Dirección, el equipo responsable de Compras, cuenta con objetivos que forman parte de su remuneración anual, vinculados al suministro de prendas con criterios de sostenibilidad que tienen un impacto positivo directo en los asuntos relacionados con el clima.



Business Ambition 1.5° C del Pacto Mundial de las Naciones Unidas

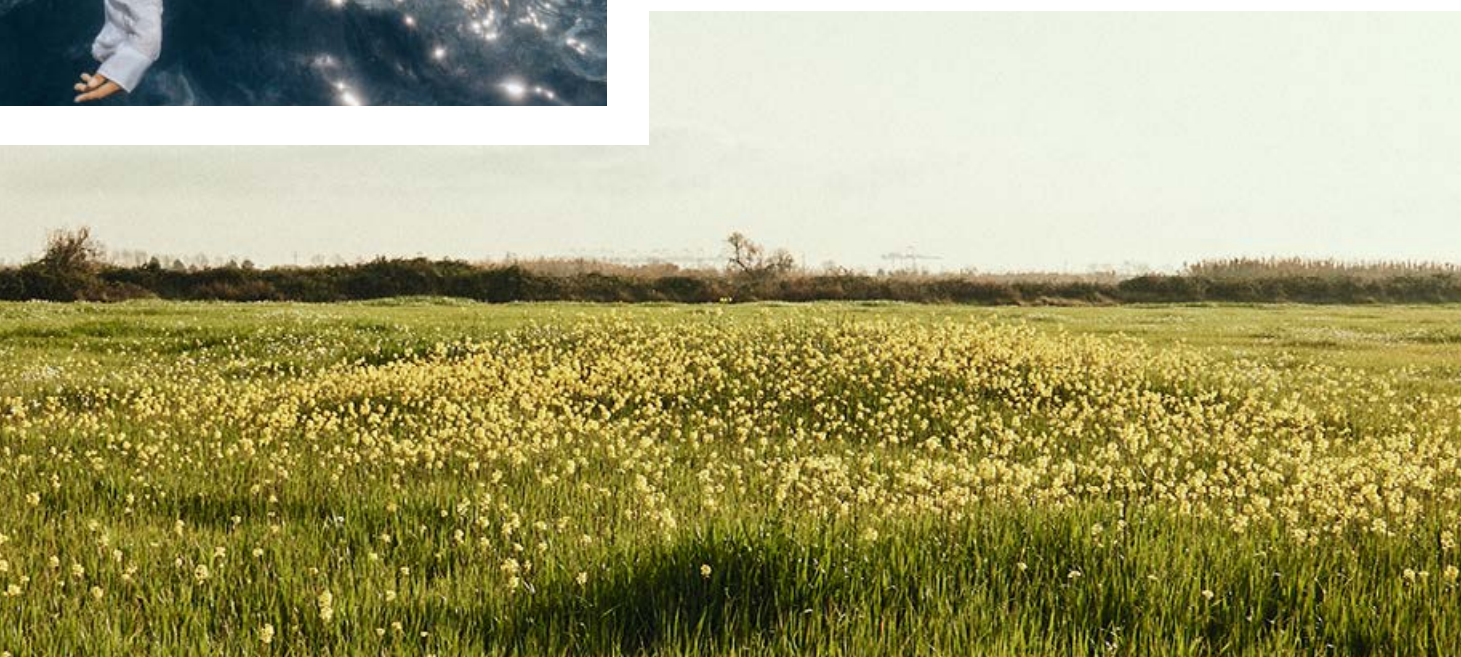
Continuamos realizando esfuerzos en materia de fijación de objetivos de reducción de emisiones basados en la ciencia a través de la iniciativa a la que nos adherimos en 2019, Business Ambition 1.5° C. Esta iniciativa está alineada con el Fashion Pact, y establece la ambición de emisiones netas cero para 2050.

United Nations Fashion Industry Charter for Climate Action

Formamos parte de esta iniciativa liderada por la Oficina de Cambio Climático de Naciones Unidas y continuamos con nuestro compromiso de implementar los principios que establece la Carta de la Industria de la Moda para la Acción Climática. El objetivo primario es la reducción de emisiones de un 30% para 2030 (objetivo actualmente en revisión). De esta forma, seguimos las recomendaciones en relación a la implementación de medidas y a los pasos necesarios para la consecución de dichas metas.

Science Based Target Initiative (SBTi)

Durante el año 2020, continuamos trabajando en la preparación de los objetivos de reducción de emisiones para la aprobación por parte SBTi y durante el ejercicio 2021 éstos serán validados junto a su plan de reducción. De esta manera, formalizamos en compromisos medibles y específicos nuestra labor a favor de la lucha contra el cambio climático y continuamos con la promoción de la transición hacia una economía baja en carbono.



Riesgos y oportunidades de los asuntos climáticos

La identificación y evaluación de los riesgos y oportunidades que se generan a raíz de los efectos climáticos es un factor determinante en la gestión nuestra actividad y en la definición de la estrategia a corto, medio y largo plazo. El resultado de este proceso conlleva la adopción de medidas -preventivas o mitigantes- que permitan reducir el impacto de los riesgos y aprovechar las oportunidades que se generan. A lo largo de los próximos ejercicios, sumaremos a nuestro proceso de gestión, un análisis financiero que permita cuantificar y monitorizar el impacto de cada riesgo.



Oportunidades climáticas

Entendemos que los cambios provenientes del cambio climático no son solo negativos, sino que se presentan oportunidades que deben ser aprovechadas. Por ello, reconocemos una oportunidad en nuevas expectativas de consumidores relacionadas con alternativas de **productos más sostenibles**. Existe en el mercado un reconocimiento de la relevancia de las prendas sostenibles y que causan menor impacto en el medio que nos rodea. Hemos adaptado nuestro modelo a estas demandas y expectativas, estableciendo objetivos en torno al crecimiento de la producción y oferta con criterios sostenibles.

Desde el punto de vista de los **riesgos climáticos**, consideramos los siguientes:

REGULACIÓN

Actuales Contamos con un **Programa de Cumplimiento** para prevenir los riesgos asociados a los incumplimientos de la normativa vigente, con el objetivo de mitigar la creciente complejidad de la legislación internacional en los países en los que operamos.

Emergentes Posibles normativas emergentes relevantes que puedan surgir y afectar a nuestras operaciones comerciales (incluyendo regulación referida a cuestiones tales como carbon taxes, prácticas agroecológicas, uso de materiales, reciclaje, etc.). Por esta razón, evaluamos continuamente las posibles normativas emergentes relevantes que puedan surgir y afectar a nuestras operaciones comerciales.

MERCADO Y REPUTACIÓN

Mercado Estos riesgos se refieren a posibles cambios en la oferta y la demanda de materias primas o productos básicos. Abarcan riesgos que van desde la disponibilidad de materiales y productos específicos hasta el cambio de hábitos de los clientes o el descenso del consumo en determinados mercados. Evaluamos y monitorizamos frecuentemente estos asuntos estableciendo planes de acción adecuados.

Reputación Percepción externa sobre la gestión de la sostenibilidad y las cuestiones relacionadas con el clima. En el 2020, hemos definido una nueva estrategia climática para afrontar adecuadamente los cambios de visión de consumidores y grupos de interés y cumplir con nuestros compromisos.

FÍSICOS

Crónicos Los cambios a largo plazo en los patrones climáticos pueden afectar a la disponibilidad de materias primas para la fabricación de nuestros productos, por eso, en Tendam estamos firmemente comprometidos a invertir en I+D+i para encontrar nuevos procesos de fabricación más sostenibles y materiales alternativos.

Agudos Los fenómenos meteorológicos extremos y las catástrofes naturales, se tienen en cuenta por la potencial interrupción de la cadena de suministro. Así, estamos desarrollando políticas, objetivos y medidas para limitar, evitar y reducir el efecto de las emisiones de efecto invernadero, aumentar el consumo de energías renovables y fortalecer los compromisos adquiridos para luchar contra el cambio climático.



Nuestra hoja de ruta

Marco de la estrategia climática

Asumimos nuestra responsabilidad como agente relevante en el sector y nos comprometemos con el medioambiente, desarrollando nuestra actividad con él en el centro de nuestras preocupaciones. Así, el **Plan estratégico ESG 2019-2021** ya contempla dentro de sus objetivos asuntos relacionados con economía circular, eficiencia energética y emisiones de carbono. Sin embargo, dada la relevancia creciente de las cuestiones de cambio climático, en 2020 definimos una Hoja de **Ruta Climática** que recoge un enfoque holístico con **cinco pilares estratégicos**, apoyados en la innovación constante y la colaboración de todos los miembros de la cadena de valor. El establecimiento de esta Hoja de Ruta supone un hito ambicioso que busca desarrollar iniciativas de mejora en cada momento de la cadena de valor, desde el diseño pasando por el proceso productivo, la distribución y logística hasta llegar al consumidor y al fin de vida de los productos.



Nuestro compromiso con el cambio climático se cimienta sobre los siguientes pilares:

1. Gobierno corporativo y estrategia de cambio climático

Definición de una estructura de gobernanza al más alto nivel para la estrategia de cambio climático

2. Neutralidad de carbono

Monitorización y reducción de emisiones de GEI y transición hacia energías renovables

5. Reporting y comunicación transparente

Mejora del reporting climático y alineamiento con los principios de transparencia globales de la compañía

4. Compromiso

Generar alianzas y colaboración con los grupos de interés para generar sinergias

3. Economía circular

Materias primas recicladas e impulso del reciclaje de nuestros productos al final de su ciclo de vida



Cada uno de los pilares conlleva iniciativas a ser desarrolladas en el corto-medio plazo (2021-2022) y medio-largo plazo (2023-2025).

- 1. Gobierno corporativo y estrategia de cambio climático** – desarrollo de políticas internas de sostenibilidad y construcción de un mapa de responsabilidad de los asuntos de cambio climático a alto nivel y en toda la organización.
 - ◆ Redefinir la estructura de responsabilidades asociadas a la estrategia de cambio climático en los órganos de gobierno, Comité de Dirección y en otros niveles jerárquicos.
 - ◆ Establecer un sistema de incentivos (monetarios y no monetarios).
 - ◆ Crear una nueva metodología de evaluación de riesgos y oportunidades climáticas.
 - ◆ Implementar herramientas financieras que apoyen la evaluación de proyectos e iniciativas relacionadas con cambio climático.

- 2. Neutralidad de carbono** – monitorización de la huella de carbono y definición de estrategias de reducción.
 - ◆ Revisar y ampliar el alcance del cálculo de la huella de carbono en toda la cadena de valor estableciendo objetivos específicos, estableciendo una herramienta interna de monitorización.
 - ◆ Evaluar la incorporación de criterios sostenibles en edificios a través de una Política global en la materia.
 - ◆ Escalar el consumo de energías renovables en todas las operaciones y fomentar su uso en la cadena de suministro.
 - ◆ Evaluar la implementación de un Programa de Movilidad Sostenible.
 - ◆ Evaluar la participación de programas de compensación de emisiones.

- 3. Economía circular** – ampliación de las líneas de producto sostenibles y desarrollo de herramientas de diseño sostenible. Utilización de materiales reciclados e impulso del reciclaje de nuestros productos al final de su ciclo de vida.
 - ◆ Implementar una herramienta de selección de materiales sostenibles.
 - ◆ Desarrollar una Política de Ecodiseño y metodología que considere los criterios evaluados en la herramienta de selección de materiales.
 - ◆ Implementar programas de formación de Eco-diseño a las áreas responsables.
 - ◆ Desarrollar un programa global de reducción de residuos en todas las fases con mayor generación.

- 4. Compromiso** – impulsar la conciencia climática entre los stakeholders de Tendam y promover la transformación en todas las fases de nuestra cadena de valor, interna y externamente.
 - ◆ Diseñar una estrategia de engagement y colaboración con grupos de interés (proveedores, consumidores, etc.) para promover buenas prácticas relacionadas con sostenibilidad y cambio climático.
 - ◆ Continuar la colaboración con proyectos e iniciativas sectoriales y globales en la materia.
 - ◆ Diseñar un programa de formación en sostenibilidad y cambio climático para los proveedores.
 - ◆ Actualización de los procedimientos de compra sostenibles reforzando los criterios relacionados con cambio climático.

- 5. Reporting y comunicación transparente** – promover la transparencia como base de nuestro compromiso con un desempeño positivo.
 - ◆ Continuar aplicando mejoras al reporte anual de sostenibilidad a todos los niveles, siguiendo los principales estándares reconocidos en la materia.
 - ◆ Actualizar el sistema de reporting interno sobre asuntos climáticos.
 - ◆ Continuar la participación en iniciativas de divulgación y desempeño relevantes.

Nuestro progreso: principales métricas

Eficiencia energética



Para alcanzar nuestra ambición en materia de cambio climático, la eficiencia energética juega un rol esencial. Apostar por modelos de consumo basados en energías limpias, implementar iniciativas de eficiencia en tiendas, centros logísticos y almacenes así como fortalecer las relaciones y el compromiso holístico con todos los grupos de interés de nuestra cadena de valor, son los principales focos de nuestro esfuerzo.

El consumo eléctrico es el principal impacto de la actividad, especialmente el relacionado a nuestras tiendas. Es por esta razón que hemos establecido un programa de aplicación de criterios de sostenibilidad para la gestión de estos espacios que ha continuado fortaleciéndose durante el ejercicio de 2020.



En 2020, hemos alcanzado el 100% de consumo de energía renovable en tiendas, oficinas y centros logísticos en España, lo que representa un 82% de todas las operaciones a nivel global.

Iniciativas de eficiencia energética en tiendas

Proyecto IoT de eficiencia energética en tiendas

Establecimiento de un sistema de eficiencia energética que mide y gestiona el comportamiento energético y asegura un mínimo garantizado de reducción de KWh de 9% en tiendas. El proyecto piloto incluye tiendas de la marca Cortefiel en la Comunidad de Madrid para las que se ha visto un ahorro de aproximadamente 14% y en Andalucía, con un ahorro de 15%. En ambos casos se excluye el periodo de confinamiento producido por el Covid-19.

En una segunda fase del proyecto se extenderá a la Comunidad Valenciana y otras tiendas de la región norte.

Uso de iluminación LED

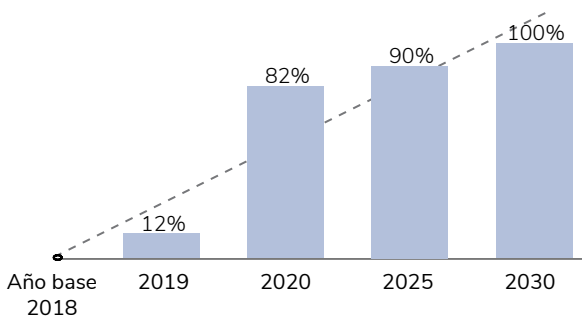
Hemos incorporado tecnología LED en nuestras tiendas desde 2015 con el objetivo de utilizar equipos de iluminación con características eco-eficientes que faciliten la reducción del consumo. Desde 2017 es el único tipo de iluminación que se instala en aperturas o reformas en nuestras tiendas. Actualmente el 30% de nuestras tiendas dispone de esta tecnología y estamos trabajando para ampliarlo en los próximos años.

La iluminación LED es hasta un 80% más eficiente y consume menos energía que la iluminación tradicional, mostrando una reducción en la potencia consumida que oscila entre un 10 y un 20%.

Nuestra apuesta por la energía de origen renovable

En 2020 hemos continuado trabajando en nuestro compromiso de adquisición de energía renovable en operaciones propias. El contrato de suministro de electricidad renovable da cobertura a todas las más de 787 tiendas en España así como centros logísticos, almacenes y oficinas situados en el país.

En los próximos ejercicios continuaremos trabajando en la búsqueda de soluciones tanto adquisición de electricidad de origen renovable como la evaluación de otras alternativas para mantenernos en línea con nuestro objetivo de aquí a 2030.



Queremos alcanzar el 100% de energía renovable en nuestras operaciones en 2030.

Consumo de energía eléctrica (KWh)¹

	2020	2019	2018
Tiendas ²	63.919.885	94.054.997	91.052.450
Sede central y oficinas	2.592.081	2.848.431	2.917.517
Centros logísticos y Almacenes	2.439.948	2.671.605	3.152.991
Total	68.951.914	99.575.033	97.122.958

¹ Estos datos recogen el impacto de la Covid-19 del consumo eléctrico en las distintas instalaciones del grupo.

² Solo considerando el consumo eléctrico en las tiendas propias (sin corners) representa el 98,81% del total de la superficie comercial de tiendas propias.

Consumo de energía por país (KWh)

Países	2020	2019	2018
España	56.747.647	80.352.604	78.752.681
Bélgica	971.507	1.208.207	1.288.627
Bosnia	nd	nd	nd
Bulgaria	44.789	95.500	nd
Croacia	396.600	570.000	51.513
Francia	608.770	910.050	712.856
Hungría	1.003.895	1.202.089	1.203.071
Luxemburgo	233.476	272.799	398.590
México	1.321.320	1.525.793	1.240.629
Montenegro	nd	nd	nd
Portugal	6.583.941	12.206.541	12.301.184
Rusia	733.728,79	916.000	852.527
Serbia	306.240	315.450	321.280
Total	68.951.914	99.575.033	97.122.958

Eficiencia en la logística y transporte

En 2020 hemos continuado implementado las medidas de eficiencia en el llenado de las cajas y en su desplazamiento a los vehículos de transporte. Este modelo tienen un impacto directo en la reducción de gases de efecto invernadero.

De la misma forma, la ubicación estratégica de nuestros centros de distribución en Aranjuez-Madrid y el centro de cross-dock en Hong Kong, facilita organizar de manera más eficiente las entregas e impactar directamente en la reducción de los transportes.

En los próximos ejercicios nos embarcaremos en el diseño de un plan de movilidad sostenible tal y como se ha establecido en la Estrategia Climática, que ampliará las iniciativas en este ámbito.

Energía renovable adquirida

82% 12,04% nd*

2020 2019 2018

* Hasta 2018 no se detallaba el porcentaje de energía renovable en el mix de energía adquirido al proveedor. Energía renovable adquirida en España



Emisiones

En línea con lo dispuesto en nuestra hoja de ruta climática, nos esforzamos por conocer y mejorar nuestra huella de carbono y de esta forma fijamos objetivos ambiciosos.

Durante el año 2020, continuamos trabajando en la preparación de los objetivos de reducción de emisiones para la aprobación por parte SBTi y durante el ejercicio 2021 éstos serán validados junto a nuestro plan de reducción.



Uno de nuestros objetivos más ambiciosos en materia de cambio climático es alcanzar la neutralidad de carbono en 2040

Alcance 1 y 2

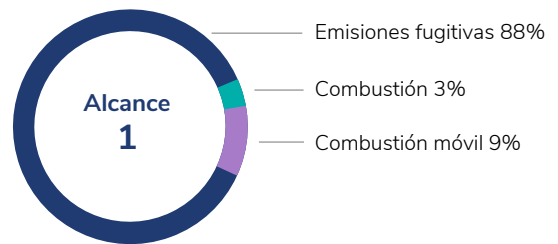
Alcance 1 emisiones directas: 2.145 TnCO₂ e

- ◆ **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.
- ◆ **Combustión móvil:** emisiones por consumo de combustible de vehículos (al no tener flota propia sólo se consideran los vehículos de renting).

Alcance 2 emisiones indirectas asociadas a la electricidad: 4.160 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.

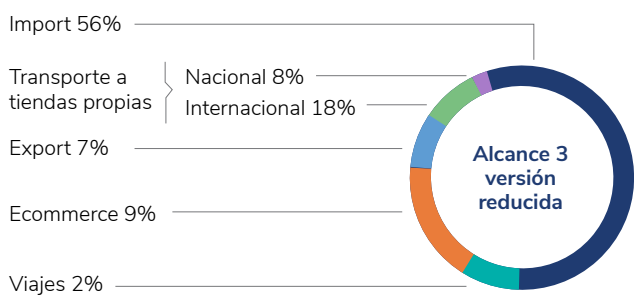
Las emisiones de alcance 1 y 2 se han reducido en un 77% con respecto al año anterior y, aunque impactadas por el descenso de la actividad provocada por la Covid-19, han sido el resultado de la apuesta por energías renovables y otras medidas de eficiencia energética.



Alcance 3

Durante 2020 y en líneas con nuestro compromiso en materia de acción climática, hemos desarrollado un proceso de ampliación del estudio de la huella de carbono en su alcance 3, incluyendo nuevas categorías.

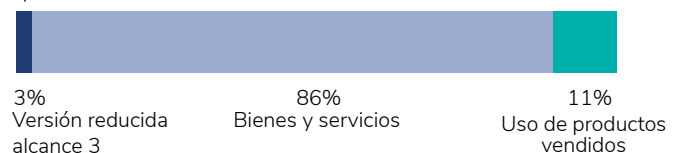
Alcance 3 versión reducida*: 10.095 TnCO₂ e



- ◆ **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
- ◆ **Bienes y servicios:** emisiones derivadas de la compra de bienes y servicios (prendas)
- ◆ **Uso de productos vendidos:** emisiones por el uso por parte de los consumidores de los bienes y servicios vendidos

Las emisiones de alcance 3 se han reducido con respecto al año anterior en un 42% y un 36% si consideramos la versión reducida y la versión extendida, respectivamente.

Alcance 3 versión extendida**: 334.505 TnCO₂ e



* Este apartado incluye las mismas categorías de alcance 3 del período de reporting anterior, con el objetivo de comparar la evolución

** Este apartado incluye categorías adicionales de alcance 3 según el estudio ampliado de la huella de carbono.

Periodo de cálculo: Año fiscal: 1 de marzo de 2020 al 28 de febrero de 2021

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)

Total emisiones de CO ₂ (Tn CO ₂ e)	2020	2019	2018
Scope 1	2.145	3.198	4.218
Scope 2	4.160	23.747	35.139
Scope 1+2	6.305	26.945	39.357
Scope 3	versión reducida	10.934	19.003
	versión extendida	334.505	526.425

Las emisiones totales han disminuido más de un 60% respecto a 2019 si tomamos en cuenta la versión reducida del alcance 3. Asimismo, la reducción global experimentada si consideramos la versión extendida del alcance 3, alcanza un 38%.

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	53,54	0,15	0,04	-	53,73	2,50%
Combustión móvil	192,62	0,02	2,61	-	195,25	9,10%
Emisiones fugitivas	-	-	-	1.895,94	1.895,94	88,40%
TOTAL (Tn CO₂ e)	246,16	0,17	2,65	1.895,94	2.144,92	100%

Emisiones indirectas de GEI por energía

Electricidad	4.159,59 (Tn CO ₂ e)	100%
---------------------	---------------------------------	------

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)	829,39	0,14	11,20	840,73	8%
Transporte a tiendas propias (internacional)	1.901,97	0,19	22,46	1.924,61	18%
Transporte a centros logísticos (Import)	6.075,04	1,09	68,28	6.144,41	56%
Transporte a franquicias (Export)	812,00	0,12	9,26	821,38	7%
Envíos compra online	942,02	0,04	6,62	949,00	9%
Viajes de negocios	251,98	0,03	1,96	253,97	2%
Total (Tn CO₂ e)	10.784,04	1,62	119,78	10.933,80	100%

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

Países	m ²	Consumo kWh - tiendas	kWh/m ²	GEI (Tn CO ₂ e)	Kg CO ₂ e/m ²
España	281.755	51.776.801	183,77	0	0
Bélgica	5.550	959.082	172,81	169	30
Bosnia	2.982	-	-	-	-
Bulgaria	702	44.789	63,80	22	31
Croacia	3.944	396.600	100,55	75	19
Francia	4.252	606.503	142,65	41	10
Hungría	6.136	996.617	162,43	252	41
Luxemburgo	1.333	233.476	175,11	152	114
México	8.634	1.318.865	152,76	646	75
Montenegro	620	-	-	-	-
Portugal	47.066	6.559.468	139,37	2.296	49
Rusia	11.405	721.444	63,26	274	24
Serbia	6.827	306.240	44,86	213	31
Total	381.206	63.919.884,87	167,68	4.140,00	10,86

Solo considerando el consumo eléctrico en las tiendas propias (sin corners) representa el 98,81% del total de la superficie comercial de tiendas propias. Calculado en base a los factores de emisión de International Energy Agency (IAE 2016), MITECO 2020, European Environment Agency (EEA, 2017) y el Registro Nacional de Emisiones RENE México (2020).

Prendas respetuosas con el medio ambiente

Trabajamos con la ambición de utilizar nuestra posición e influencia para impulsar mejoras sociales y ambientales y fomentar la innovación a lo largo de nuestra cadena de valor, desde el abastecimiento de materias primas materiales hasta la fabricación de productos terminados.



Nos aseguramos de que las prendas hayan sido obtenidas y fabricadas de una manera que respete a las personas, el medio ambiente y los animales. Seguimos aumentando la proporción de fuentes más sostenibles y materiales reciclados en todas las marcas, incluso durante los patrones de compra impredecibles causados por Covid-19, mientras seguimos trabajando para mejorar la trazabilidad y transparencia de nuestra cadena de suministro.

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 12% de la producción total del grupo se realiza bajo el amparo de términos más sostenibles y el **objetivo para el próximo ejercicio 21-22 es alcanzar el 25% de forma global**.

Seguimos fomentando un entorno de innovación y colaboramos con nuestros proveedores para impulsar mejoras en áreas como materiales sostenibles, gestión química, reducción del uso de agua y reciclaje de residuos para impulsar juntos el camino hacia la completa circularidad.

Hacia una compra 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.

Prioridades para integrar la sostenibilidad en la creación de nuestras prendas

Estamos enfocados en alcanzar nuestro objetivo de adquirir el **100% de nuestro algodón más sostenible para 2023**, logrando nuestra meta mediante un enfoque de cartera, que incluye trabajar con socios, como Textile Exchange y con nuestra adhesión en 2021 a Better Cotton Initiative.




Los productos circulares requieren una elección de material cuidadosamente considerada. Para 2023 nuestro objetivo es que el 100% de nuestro algodón sea sostenible y en 2025 alcancemos el 50% de prendas sostenibles en nuestras marcas.




PRODUCTO

- ◆ Ecodiseño
- ◆ Elección de materias primas sostenibles
- ◆ Trazabilidad en la creación de la prenda




IMPACTO AMBIENTAL

- ◆ Reducir las emisiones de CO₂ vinculadas a la cadena de valor
- ◆ Ciclo de vida del producto
- ◆ Circularidad



CADENA DE SUMINISTRO

- ◆ Selección de proveedores ambientalmente y socialmente responsables
- ◆ Detección de riesgos y temas críticos



IMPACTO EN EL ENTORNO

- ◆ Preservar las especies y la biodiversidad
- ◆ Bienestar de los animales
- ◆ Respeto por las comunidades locales



Materiales

Dentro de la selección de las materias primas de las prendas también se incluyen una variedad de procesos, incluidos el teñido y la impresión. Trabajamos para lograr una producción de menor impacto abarcando nuestras prioridades en **cinco grandes bloques**:

- ◆ Minimización y gestión del uso del agua
- ◆ Aumentar el uso de materiales reutilizados y reciclados
- ◆ Reducir cantidad de productos químicos utilizados
- ◆ Mejorar calidad de las prendas
- ◆ Gestionar los residuos durante el proceso (reducir, reciclar y reutilizar)

Este año hemos trabajado en definir atributos positivos clave relacionados con una gran variedad de programas ambientales que impulsan mejoras en las etapas del ciclo de vida de nuestras prendas. Hemos trabajado en el establecimiento de un proceso de trazabilidad y verificación de productos sostenibles con tres objetivos para el próximo año: establecer un procedimiento para rastrear y verificar todas las iniciativas sostenibles a nivel de producto, unificar la estrategia de compra de todas las marcas y agregar transparencia y trazabilidad de las unidades en todas las etapas de la producción.

Estamos desarrollando actualmente un mapa de proveedores sostenibles estratégicos con los que trabajar conjuntamente e integrar la sostenibilidad en las prendas. Evaluamos estos materiales utilizando verificaciones de terceros: datos de evaluación del ciclo de vida y evaluaciones comparativas de materiales externos, así como certificaciones.



Materias primas y fibras utilizadas

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. Además de cuidar el planeta, obtenemos materiales libres de sustancias químicas y toxinas.

Lino sostenible

Una fibra cultivada en Europa de forma sostenible, que utilizamos solo o mezclado con algodón orgánico. Un material único, duradero, fresco y versátil.

Poliéster reciclado

Tiene la misma calidad que el poliéster convencional, pero consume menos recursos y emite menos CO₂ en su fabricación. Reciclar es una forma de respetar el medioambiente. Reciclar para respetar.

THERMOLITE ®

Este innovador aislamiento se desarrolló como una alternativa ecológica y sostenible a las plumas naturales. Está hecho de fibra de PET 100% reciclada.

Gestión del agua

El agua es el recurso natural más importante con el que contamos. La reducción del consumo de agua en la fabricación de nuestras prendas es uno de nuestros mayores objetivos. Como compañía estamos buscando formas de reducir nuestro impacto con el uso nuevas tecnologías en la cadena de suministro, así como la introducción de materiales eficientes en en las distintas gamas de productos.

Impulsamos el **Eco WASH**, con la aplicación de tecnologías que nos permiten un menor uso de agua en el proceso de acabado de nuestros jeans, así como la reducción de energía y la utilización de productos nocivos para la salud.

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.



Lenzing™ Ecovero™

Esta fibra procede de fuentes certificadas con la etiqueta ecológica de la UE. Esto significa que respetan el medioambiente durante todo su ciclo de vida desde que se extrae la materia prima hasta su producción, distribución y eliminación. Su producción reduce un 50% las emisiones e impacto en los recursos de agua, comparada con la viscosa genérica.

Algodón reciclado

Los restos son clasificados y agrupados por colores para conseguir el nuevo algodón en colores diferentes reduciendo el uso de tintes o químicos agresivos. Así, ahorramos agua, CO₂ y evitamos otros impactos del cultivo del algodón.

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.

Seguridad de las prendas

Uno de los pilares en los que se sustenta la calidad de las prendas de todas nuestras marcas 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.

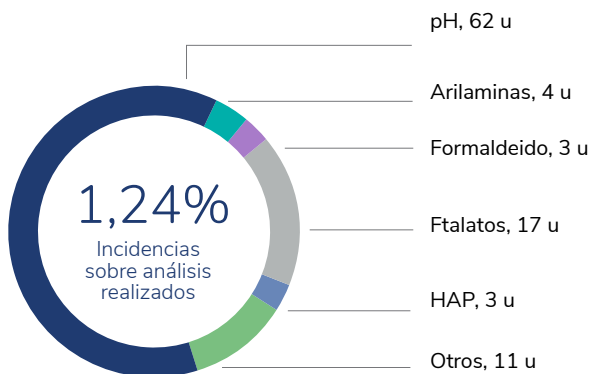
Al inicio de la cadena, se realizan auditorías periódicas a las fábricas de los proveedores para asegurar que cumplen con la normativa aplicable y estándares de producción, seguridad del producto, etc.; y que el proveedor cumple con las especificaciones técnicas y estándares de calidad de la compañía, para cada uno de los productos solicitados.

Un año más, continuamos cumpliendo con nuestro compromiso para eliminar el uso y liberación de productos químicos no deseados a lo largo del proceso de creación de nuestras prendas. 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*, solidesces, 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.

Nuestro objetivo es adherirnos a la iniciativa **Zero Discharge of Hazardous Chemicals (ZDHC)** en 2021 con la meta de implementar una hoja de ruta que nos ayude a evitar el uso de sustancias prohibidas durante la producción y fabricación, y a asegurar que el producto final sea el más idóneo y seguro para nuestros clientes.

Incidencias químicas



8.128
Patrones analizados



98,76%
ensayos químicos favorables



Nuestras tiendas

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

Energía renovable



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.

Bolsas de papel



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.

Espacios accesibles



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.

Eficiencia energética



Como parte de un proyecto piloto, hemos instalado soluciones Eco Smart basadas en Internet de las Cosas (IoT) orientadas a consumir menos energía y conseguir un mayor confort al ofrecer la iluminación y temperatura óptimas en cada momento. Se ha conseguido reducir un 15% el consumo energético en las tiendas Cortefiel donde se ha implantado.

Elementos sostenibles



Entre los materiales empleados por las marcas para el mobiliario, iluminación y pavimento en la renovación del estilo de sus tiendas, se ha incrementado la presencia de elementos con certificaciones medioambientales, poniendo el foco en la mejora continua y progresiva, con el objetivo de ofrecer una mayor eficiencia energética, con un menor impacto en la huella de carbono.



Gestión de los residuos

Tenemos implantado un proceso para la gestión de los residuos que se generan en nuestras instalaciones realizando un correcto clasificado y su recogida y posterior reciclado por gestores autorizados. Trabajamos por seguir implantado procedimientos para mejorar y optimizar el uso de los recursos fomentando la reutilización y el reciclaje, ante el reto paralelo de gestionar de forma responsable los residuos generados.

Junto a nuestras prendas, se ponen disposición del cliente materiales de envase y embalaje (bolsas, etiquetas y

elementos protectores) que son gestionados por los Sistemas Integrados de Gestión de Envases y Embalajes disponibles en los mercados en los que operamos. La compañía abona a un ente gestor autorizado sin ánimo de lucro el coste que supone la recogida y gestión de los envases y embalajes distribuidos a los clientes.

Llevamos a cabo diferentes proyectos relacionados con la reducción del impacto medioambiental en nuestra cadena de valor, que se detallan a continuación:

Principales iniciativas

Eliminación de plásticos



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.

Todas las **perchas** que suministramos son para exposición en tienda por lo que reducimos drásticamente las reposiciones y por lo tanto el índice de residuo generado por roturas o reemplazo/sustitución. La mayoría de los modelos que usamos son provenientes de madera sostenibles con certificación PEFC.

En la sede central se ha empezado con el proyecto de **eliminación de los plásticos** de un solo uso. En el servicio de comedor se utilizan recipientes de cartón y se está trabajando para minimizar otros elementos de plástico. También se han implantado máquinas de vending de agua en máquinas de vending.

Hemos avanzado en el reciclaje con el uso de bolsas de polietileno utilizadas en la cadena de suministro con un 50% de plástico reciclado. También se han reemplazado las piezas de plástico para el transporte de las camisas por unas piezas de papel que actúan como soporte de sujeción en los cuellos.

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.

La sustitución del ticket en papel por el **ticket electrónico** en el comercio online. También se ofrece a los clientes la posibilidad de recibir el ticket de compra en tienda física y los tickets de devolución por correo electrónico.

En la sede central existía un sobredimensionamiento y alta dispersión del parque de impresión que, entre otros aspectos, nos impedía ir hacia un modelo sostenible. Se han reemplazado las impresoras individuales por impresoras colectivas de impresión eficiente con el objetivo de reducir el consumo de papel gracias a la eliminación de impresiones abandonadas y a la optimización de las políticas de impresión.

Este proyecto se ha extendido en las tiendas, permitiéndonos reducir el impacto medioambiental al consumir hasta un 50% menos de energía que los dispositivos láser de color y genera un 94% menos de suministros y residuos de envases.

Packaging



Todo nuestro packaging lleva papel **certificado PEFC o FSC**, con las que verificamos que la madera u otros productos forestales utilizados proceden de bosques gestionados de acuerdo a criterios de sostenibilidad.

Este año hemos empezado un proceso de sustitución de los dos envases que se enviaban a cliente en los envíos online por un único **sobre de papel certificado** adaptado para usarse como envase único para envío final. Están compuestos por un 70% de material virgen y 30% de material reciclado, con una impresión realizada con tintas al agua, que no incluyen metales pesados o químicos abrasivos. Con esta iniciativa suprimiremos como mínimo el 95% el plástico en el packaging on line. Además, el propio envase incluye una cinta de doble cierre en la solapa lo que permite hacer las devoluciones con el mismo packaging fomentando así la reutilización.

En reducción de plásticos Springfield lanzó en 2019 el proyecto 3R para minimizar el uso de envases y embalajes no comerciales, liderando el proceso para el resto del grupo. A lo largo de este año, el proyecto se ha ampliado tras un período de prueba ad hoc a otras de nuestras marcas con el objetivo final de que todas las marcas de Tendam sigan 3R durante el próximo año.

Textil



En nuestro compromiso con la circularidad del textil, para las prendas que no hemos podido reutilizar en estas temporadas hemos identificado alternativas de donación y reciclaje para apoyar nuestro objetivo no perder estos recursos. 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 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 26.730 prendas, por valor de 178.200€. También, se han procesado a través de un gestor autorizado otros 7.688 kg de residuo textil de los que el 96% se ha reciclado y un 4% corresponde a residuos no recuperables.

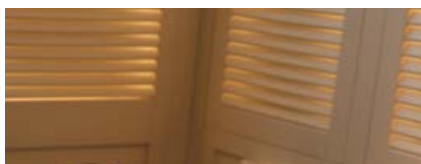


Gestión y Reutilización de Aparatos Eléctricos y Electrónicos



Durante 2020 se han retirado un total 9.197 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 38,60% en peso de PCs de sobremesa lo que nos ha permitido ahorrar 1.715 kg de CO₂ que de otra manera habrían sido liberados a la atmósfera.






Tipo de residuo	TOTAL (kg)
Cartón y papel	709.800
Otro residuos no peligrosos	250.264
Plástico	18.967
Madera	21.741
Envases	2.080
Residuos peligrosos	9.911

Estos datos corresponden a los residuos generados en nuestras instalaciones en España.

Cerca del cliente



 <p>PRIORIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ Flexibilidad en las opciones de entrega y devolución ◆ Servicio al cliente ◆ Innovación en los productos y que incluyan criterios sostenibles ◆ Experiencia de compra omnicanal 	 <p>AVANCES 2020</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ Hemos adaptado nuestras tiendas para proporcionar un ambiente seguro a nuestros clientes ◆ Incorporamos innovaciones sostenibles en nuestras tiendas para mejorar la eficiencia energética 	 <p>METAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ Seguir avanzando en innovaciones para maximizar la omnicanalidad ◆ Trabajar en potenciar la comunicación y la transparencia sobre la cadena de valor ◆ Asegurar el cumplimiento de los DDHH en relación al cliente.
--	--	---

Creemos que nuestros clientes merecen lo mejor de un trabajo bien hecho, ropa de calidad que se haya obtenido y fabricado de una manera respetuosa con las personas y con el medio ambiente, y trabajamos para poder ofrecérselo. Nuestros clientes confían en que vivamos nuestros valores y que transmitamos nuestra esencia en nuestro trabajo diario.

El cliente es el centro de nuestra actividad, por lo que queremos garantizar una atención multicanal y satisfactoria. Miles de consumidores visitan nuestras tiendas todos los días o compran a través de nuestros canales online.


Nuestro estilo de vida ha cambiado y nuestros clientes también, viéndose fuertemente influenciados por cuestiones como el cambio climático y la defensa de condiciones laborales justas. Además, nos encontramos ante un consumidor que cada vez está más conectado y demanda poder realizar sus compras de forma rápida y eficiente, buscando una mayor flexibilidad.

Por ello trabajamos teniendo en cuenta todos estos detalles para **crear una excelente experiencia de compra para el cliente**. Buscamos nuevas soluciones para mejorar la posibilidad de realizar una compra totalmente omnicanal, tanto en tienda física como online, aprovechando la complementariedad de estos canales.

Somos una compañía con una fuerte presencia tanto digital como física. Durante el 2020 hemos demostrado la importancia de mantener una fortaleza operativa y de una adaptación rápida de formatos de distribución capturando

mejor las oportunidades de venta. Esta adaptación del enfoque, particularmente hacia el entorno digital, nos ha permitido estar a disposición completamente del cliente, creando nuevas formas de llegar a él a través de nuevos canales de recogida más flexibles.

Nuestros clientes merecen un excelente servicio de una manera que debemos tenerlos en cuenta, escucharlos e involucrarlos a la hora de tomar decisiones. Desarrollamos relaciones con nuestros clientes basadas en la confianza mutua y el diálogo abierto y constructivo. Contamos con una base de clientes formada por más de **27 millones de socios** de nuestros clubes de fidelización.



En 2020, las ventas online han crecido un

59%

y representan el 17% de la cifra de negocio total.

Un modelo con el cliente en el centro

CONOCEMOS A NUESTRO CLIENTE

Utilizamos toda la información y conocimiento que tenemos de nuestro cliente para desarrollar una propuesta de valor adaptada a él. A través de la investigación y el análisis utilizamos los datos que obtenemos para poder tomar decisiones de cara a satisfacer mejor sus necesidades.

DIÁLOGO FLUIDO

Aumentamos y mejoramos constantemente la asistencia que ofrecemos a los clientes para asegurarnos de que puedan contactarnos en cualquier momento del día a través del canal que ellos elijan: teléfono, correo electrónico, redes sociales, etc. En la actualidad, ofrecemos asistencia de servicio al cliente en 9 idiomas.

CANALES DIGITALES

Nos acercamos al cliente a través de nuestras plataformas digitales, que nos permiten mantener una relación bidireccional escuchando su opinión en todo momento. Destacamos momentos importantes de la marca realizando comunicaciones que aportan valor al cliente, dándoles la oportunidad de participar de primera mano en distintas iniciativas, involucrándoles en una propuesta que enriquece a la sociedad.



COMPROMISO DESDE LA DIRECCIÓN

Nuestros equipos de dirección de las distintas marcas del grupo reciben actualizaciones periódicas sobre el desempeño de las ventas y la reputación de la marca. Estas actualizaciones ayudan a la dirección a desarrollar y mantener su conocimiento sobre las tendencias de los clientes, así como los potenciales problemas y cómo pueden ser resueltos.



Nuestras tiendas

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.

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. Trabajamos por incorporar elementos sostenibles en los puntos de venta como parte de nuestra estrategia para promover un impacto positivo en el entorno, para la sociedad y el medioambiente.

Creamos una experiencia omnicanal



TIENDA FISICA

Hemos incorporamos mecanismos tecnológicos e innovadores de ayuda a **la venta asistida al cliente desde tienda**. Gracias a esta aplicación, los vendedores tienen acceso desde su tablet a toda la información sobre producto que necesiten, a tiempo real y a un solo clic, y sin tener que abandonar al cliente en ningún momento. La App 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.

Esta experiencia omnicanal completa, permite ofrecer nuevos servicios online a través de las **APPs de cada marca**. 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 27 millones de socios de los clubes 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.

Con el fin de hacer más fácil la compra a nuestros clientes se ha habilitado la **recogida multimarca** en más de 141 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.

TIENDA FISICA



Compra online con recogida en tienda, reservando el 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.



CANAL ONLINE



En este contexto de pandemia y con muchas tiendas de la compañía afectadas por las restricciones, nuestros clientes nos han seguido buscando y nos eligen en el entorno digital, valorando nuestra diferenciación y nuestra propuesta de marca. En 2020, hemos experimentado un **crecimiento del 59% del canal online** con un peso del 17% sobre la venta total del grupo.

Hemos **eliminado los tickets en formato papel** que se incluían en todos los pedidos online, siendo sustituidos por tickets digitales que se adjuntan en los emails de confirmación del pedido, consiguiendo una reducción importante del impacto ambiental. Adicionalmente, desde las APPs de las marcas se pueden consultar todos los tickets de las compras realizadas.

Este año hemos lanzado un **nuevo packaging** de envío de pedidos online al cliente en el que utilizamos una única bolsa de papel eliminando las dos bolsas que se enviaban anteriormente. Esto ya ha afectado al 30% de los pedidos enviados durante el año, sumando un total de 1,2 millones de pedidos.

Concepto "Easy Shopping"



Recogida multimarca: nos permite comprar en una marca y recoger el pedido en tienda de otra marca del grupo.



Devoluciones en tienda bonificando al cliente con un 20% del valor de su devolución si esta se realiza en tarjeta abono.

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.

Trabajamos 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.

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.

Atención telefónica al cliente durante la pandemia

Con el objetivo principal de ampliar los servicios ofrecidos a nuestros clientes hemos lanzado un servicio de venta telefónica con entrega inmediata. Durante este año en el que se han sucedido medidas restrictivas de horarios, aforos y cierres de tienda, nos ha llevado a lanzar este servicio en un entorno en el que algunos clientes son reticentes a ir a las tiendas y en el que es más importante que nunca poner todo el stock de las tiendas a disposición de los clientes. Una vez el cliente ha encontrado el producto y realizado la compra, recibe el pedido en su domicilio en un tiempo máximo de 90 minutos. El servicio está activo en 130 tiendas de España.



Nos relacionamos con el cliente a través de nuestros clubes de socios

Los clubes de fidelización de cada una de las marcas son nuestro activo más importante. Actualmente contamos con más de **27 millones de socios** en los clubes de fidelidad de Cortefiel, Springfield, Women'secret y Hoss Intropia. Nuestra misión es crear una relación sólida y duradera con nuestros 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, recibimos feedback de los productos y de las necesidades de los clientes trabajando en la mejora de la personalización de la oferta al cliente.

Llega el #HOSSL0VERS club

El club es un homenaje a todas las mujeres que aún recuerdan con nostalgia lo que significó Hoss Intropia para ellas y que han esperado pacientemente nuestro regreso, y ha dado la bienvenida a todas las que se enamoran de la marca en su relanzamiento. Con todas ellas, y para ellas, se ha creado una comunidad en la que podrán ser las primeras en descubrir los nuevos diseños de su marca favorita y, a su vez, vivir experiencias exclusivas. Todas, en su individualidad, son únicas, auténticas, pero hay algo que les une; todas son fieles a sí mismas, todas son #HossLovers.

Ya somos más de

21.000 #HossLovers



Servicio de atención al cliente

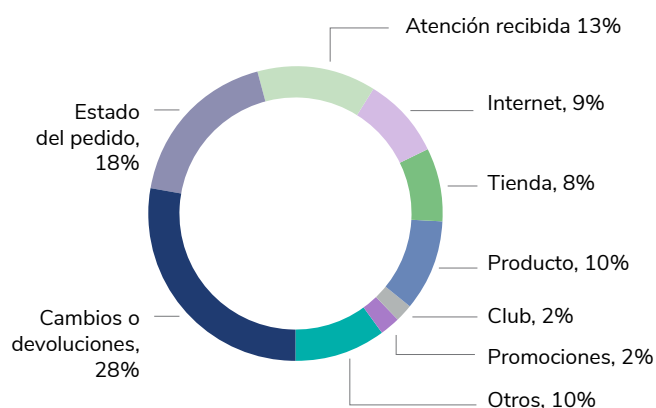
Nos mostramos cerca de nuestros clientes con una atención cuidada y personalizada, y mantenemos abiertos distintos canales para poder establecer una comunicación permanente y bidireccional.

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.

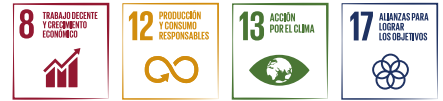
En 2020 se han realizado un total de 2.299.262 gestiones a través de los distintos canales que se ponen a disposición de los clientes, con un 92,93% de nivel de servicio en Atención al Cliente. La compañía tiene en consideración la opinión del cliente y se esfuerza en resolver todas sus observaciones satisfactoriamente, consiguiendo que durante este año sólo un 0,6% fueron quejas o reclamaciones. A lo largo de este año se han recibido 1.002 reclamaciones, siendo 717 precedentes de hojas oficiales en 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.

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.

Reclamaciones por tipología



Gestión sostenible de la cadena de suministro

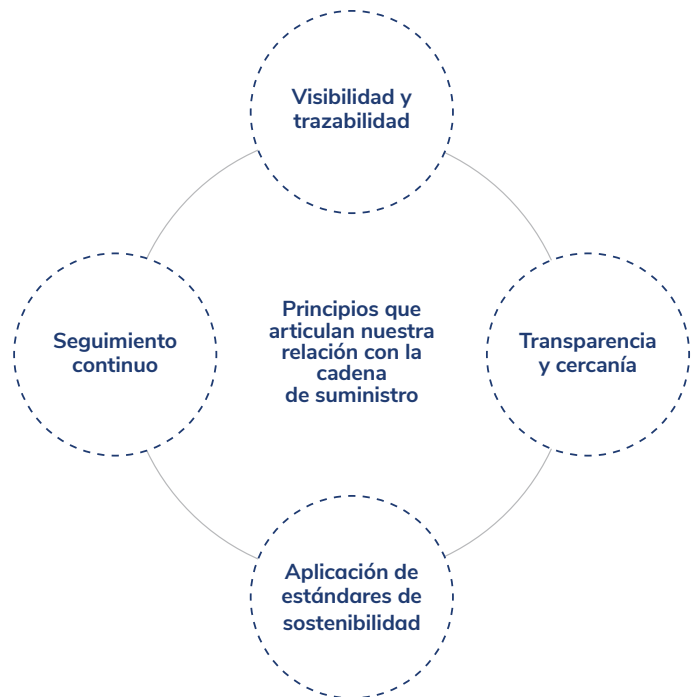


 PRIORIDADES	 AVANCES 2020	 METAS
<ul style="list-style-type: none"> ◆ Respeto por los derechos humanos ◆ Reducción del impacto ambiental ◆ Protección de la salud y seguridad en las operaciones 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Desarrollo de un programa piloto de auditorías ambientales ◆ Definición de un plan de acciones correctivas de auditorías medioambientales ◆ Implementación de políticas y medidas de protección ante la Covid-19 ◆ Creación e implantación de un sistema de trazabilidad en cadena de suministro 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Extender el programa de auditorías ambientales y doblar el número de fábricas ◆ Fortalecer los sistemas de trazabilidad de la cadena de suministro ◆ Consolidar el esquema BSCI en nuestra cadena de suministro

Una relación basada en la cercanía

Trabajamos con todos nuestros proveedores basándonos en una relación de estrecha colaboración, asegurando de esta forma la transparencia, el progreso y el interés mutuo en todas nuestras operaciones. Siguiendo los principios de actuación en los que se enmarca nuestra cultura corporativa, tenemos el compromiso de acompañar a nuestros proveedores en todo momento con el propósito de extender las buenas prácticas a todos los eslabones de la cadena de suministro.

De esta manera, vertebramos la gestión y trabajamos junto con los proveedores para garantizar la gestión sostenible de las operaciones de aprovisionamiento, así como la implementación de medidas clave en asuntos prioritarios en materia de sostenibilidad, calidad y eficiencia. En este sentido, como socios y colaboradores trabajamos para implementar buenas prácticas en materias como salud y seguridad de los empleados, seguridad del producto o minimización de impactos ambientales, en el marco de una colaboración que genera valor a largo plazo, la mutua confianza, el diálogo permanente y la planificación conjunta para conseguir los objetivos establecidos.



Durante los primeros meses de la crisis provocada por el Covid-19, hemos implantado medidas de protección para nuestros proveedores, con el objetivo de avanzar juntos y apalancarnos en la cultura de integración, unidad y solidez de la relación que hemos desarrollado junto con los miembros de nuestra cadena de suministro a través de los años.

Los procesos de compra de servicios generales, el proceso de solicitud, la 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. Todos los proveedores de prenda con los que trabajamos, son previamente aprobados y homologados siguiendo criterios técnicos y sociales, además, los productos bajo bandera sostenible están sujetos a controles y auditorías periódicas atendiendo a estrictos controles sociales, químicos y ambientales según el estándar.

Para el desarrollo de los procesos de compras y la supervisión de la aplicación de criterios técnicos y sostenibles contamos con un departamento transversal que se encarga de la selección, evaluación y validación de los proveedores de prendas a nivel grupo y que sirve a todas las marcas de la compañía. Dicha naturaleza transversal fomenta el desarrollo y unificación de criterios y la implementación coordinada de los planes de acción y promueve la mejora continua de manera homogénea.



“Lo que diferencia nuestra relación con Tendam respecto a otros clientes es el factor humano. Existe una conexión especial con las personas que integran este equipo. Cuando hablas con ellos, sientes que respetan y valoran tu trabajo, y eso te inspira a seguir mejorando cada día”.

Mohsin Gheewala, director de Selimpex International

Apoyo y compromiso. Estas son las palabras con las que Mohsin Gheewala, director de Selimpex Internacional, resumen la reacción de Tendam ante uno de los episodios más difíciles en la historia de esta empresa pakistaní. Cuando en febrero de 2019 su fábrica de Karachi sufrió un devastador incendio, la compañía tenía claro que lo primero eran las personas, y después, todo lo demás.

Por eso, además de interesarnos por la salud de sus profesionales y ofrecer toda nuestra colaboración en esos primeros instantes, asumimos el pago de las líneas afectadas y decidimos esperar los meses necesarios hasta el restablecimiento de su producción. Una vez recuperada la actividad normal, retomamos los pedidos como parte de la relación de lealtad que teníamos, como veníamos haciendo desde 2013. “El mayor apoyo recibido entonces fue el suyo, mayor incluso que el de otros clientes con los que llevábamos más tiempo trabajando”, señala Mohsin Gheewala.

La relación con Selimpex se basa en el estilo propio que la compañía imprime al trato con todos sus proveedores: proximidad, estabilidad y confianza. En este caso, además, confluye una manera compartida de entender el sector de la moda, con el desarrollo de prendas de calidad como prioridad, y un compromiso común con el respeto a los derechos humanos y el cuidado de las personas. Nuestra exigencia en este ámbito ha sido determinante, tal y como reconoce Selimpex, en sus avances en cuestiones como la igualdad de género.

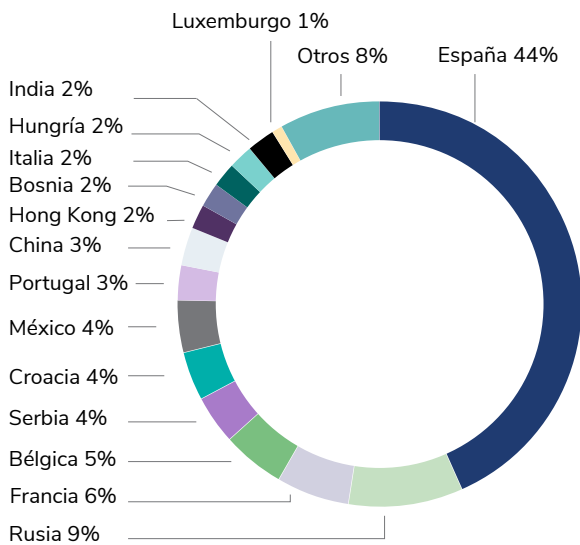
Seguiremos avanzando, porque del mismo modo que no dudamos ni un segundo sobre dónde debían situarse nuestras prioridades en los días posteriores al incendio, en Tendam estamos seguros de compartir hoja de ruta en materia de compromiso con las personas y los derechos humanos.

Características de la cadena de suministro: visibilidad y trazabilidad

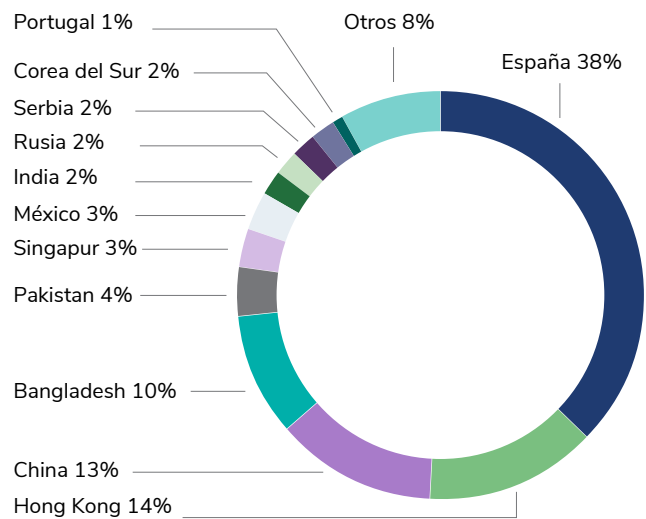
Nuestro compromiso con la producción sostenible nos lleva a seguir unos procesos intensivos de verificación y validación de cada proveedor que contratamos. Buscamos proveedores comprometidos con la calidad del producto, capacidad de producción y atención en el ámbito social.

Este año, además, hemos puesto especial atención a los aspectos medioambientales buscando la excelencia en materia de producción respetuosa, limpia y responsable. Todo ello, se consigue a través de la más rigurosa inspección y monitorización de los proveedores, para la identificación de las prácticas de éstos y su consecuente mejora.

Número de proveedores activos (prendas, productos y servicios)



Distribución de pagos a proveedores (prendas, productos y servicios)

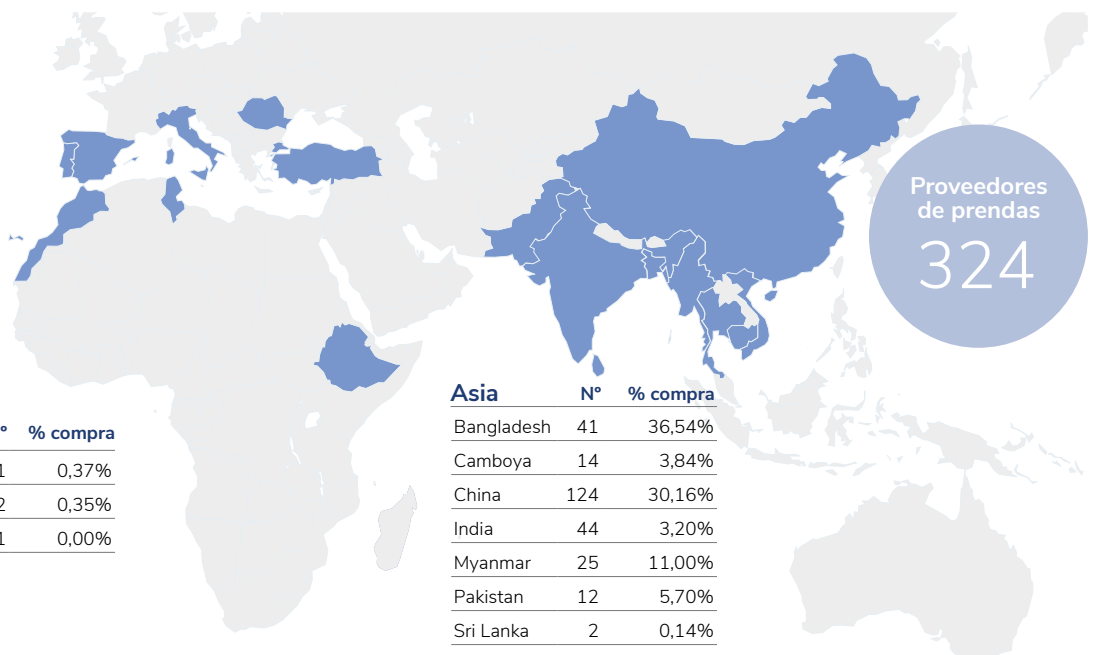


Proveedores de prendas clasificados por origen y distribución de la compra

Europa	Nº	% compra
España	47	2,39%
Italia	5	0,33%
Portugal	17	0,44%
Rumanía	2	0,15%
Turquía	22	3,05%

África	Nº	% compra
Marruecos	11	0,37%
Etiopía	2	0,35%
Túnez	1	0,00%

Asia	Nº	% compra
Bangladesh	41	36,54%
Camboya	14	3,84%
China	124	30,16%
India	44	3,20%
Myanmar	25	11,00%
Pakistan	12	5,70%
Sri Lanka	2	0,14%
Tailandia	1	0,74%
Vietnam	7	1,26%



Logística y transporte

La gestión de la logística de manera eficiente supone un aspecto clave en nuestra estrategia, tanto para asegurar la calidad como elemento integrante del desempeño en materia de sostenibilidad. Así, la gestión y supervisión de la cadena de suministro, especialmente la de nuestros proveedores de prendas, es crucial para nuestros esfuerzos en materia ambiental. Para ello contamos con 5 centros logísticos en torno a dos principales ejes estratégicos de distribución.

El eje principal de distribución se organiza alrededor del centro logístico de Aranjuez, certificado como Agente Acreditado y Expedidor Conocido de la Agencia Estatal de Seguridad. Desde allí se distribuye la mercancía al 100% de las tiendas propias de las marcas de la compañía y al 70% de las franquicias. En Cuenca (Tarancón) se almacena el stock para todas las operaciones de comercio electrónico.

Por otro lado, en Hong Kong disponemos de un centro de consolidación multimarca que distribuye en cross-dock la mercancía de los proveedores asiáticos al continente asiático y a las tiendas propias y franquicias en México. Este último dispone de su propio centro logístico para la gestión de la distribución de la mercancía a nivel local.

La centralización de la distribución multimarca supone un mayor aprovechamiento de los trayectos y, por lo tanto, una reducción de las emisiones. Además, de cara a reducir los efectos del tráfico y la contaminación en zonas urbanas las entregas a tiendas se realiza fuera del horario comercial.

Comunicación constante y efectiva

Para asegurar el correcto funcionamiento de la cadena de suministro las oficinas de sourcing de Hong Kong, Bangladesh, India y Madrid promueven la transparencia y la comunicación. Son los responsables del seguimiento tanto en la contratación como durante la prestación del servicio. Para ello, disponemos de un portal de proveedores donde se pueden rastrear e identificar en tiempo real todos los pedidos de las marcas a nivel mundial. Los proveedores tienen acceso a esta plataforma donde pueden seguir sus pedidos, pagos y demás información autorizada.

Además, con el propósito de asegurar la satisfacción de todos los agentes implicados en la cadena de valor, los proveedores tienen a su disposición un Canal de Denuncias donde tanto empleados como terceros pueden comunicar conductas irregulares.



5 Centros logísticos

135.000 m²
Superficie de almacenamiento

86,104 millones
de prendas expedidas

Principios y política para la gestión de la cadena de suministro

Código de Conducta Externo

Los criterios y exigencias para con nuestros proveedores están recogidos en el Código de Conducta Externo de la compañía. El Código consiste en un manifiesto de conducta al que todos nuestros proveedores deben adherirse y adoptar como propio y que recoge los principios de actuación alineados con el Pacto Mundial de las Naciones Unidas y las directrices de la Organización Internacional de Trabajo. El fin último es velar por el cumplimiento ético y el respeto a los derechos humanos de cualquier colaborador que forme parte de nuestra cadena de suministro.

El primer acercamiento a cualquier proveedor empieza por la aceptación del Código de Conducta Externo como una declaración de intenciones condicionante para los contratos comerciales aceptando el compromiso del respeto de las disposiciones que incluye. Así, para asegurar su correcta aplicación, se realizan una serie de auditorías y evaluaciones periódicas de seguimiento. A través del seguimiento exhaustivo y periódico de las fábricas aseguramos un correcto funcionamiento de las operaciones y procuramos el desarrollo ético y sostenible de los proveedores y sus comunidades.

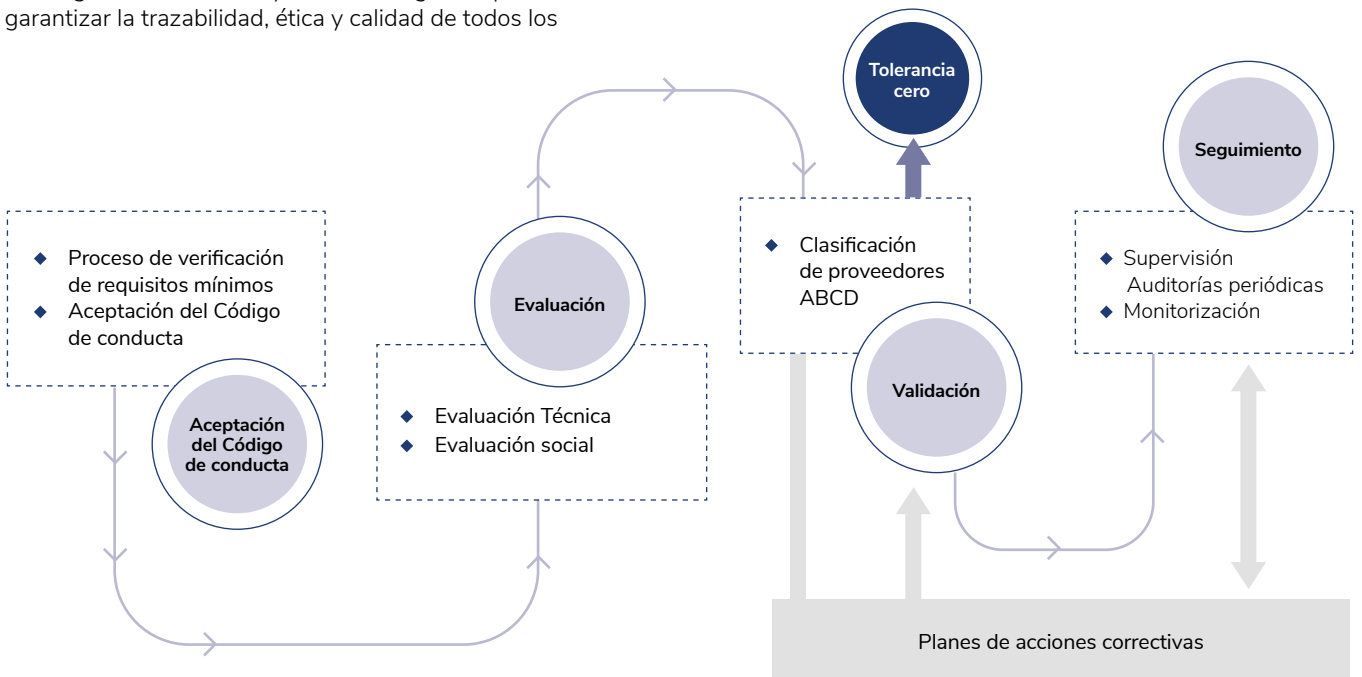


Mecanismos de gestión

Procedimientos formales

En la compañía nos aseguramos de que nuestros proveedores y todos los eslabones de nuestra cadena de valor están alineados con nuestros compromisos. Antes de establecer una relación con un nuevo proveedor nos aseguramos de que sus procesos, políticas y protocolos encajan con nuestros compromisos en materia de sostenibilidad. Para ello se lleva a cabo un proceso de investigación, evaluación y validación riguroso para garantizar la trazabilidad, ética y calidad de todos los

procesos y productos. El primer paso para la validación de un proveedor es la aceptación y firma de los compromisos adquiridos a través del Código de Conducta. A través de este y de la mano de Amfori, confirmamos que cumple los requisitos mínimos en ámbitos como la Ética y los derechos humanos así como cuestiones medioambientales.



AMFORI

Con el objetivo de reforzar nuestro compromiso con la gestión responsable de la cadena de suministro y el esfuerzo conjunto con nuestros proveedores por la mejora continua de las condiciones de trabajo y respeto a los derechos humanos, en 2017 nos adherimos a AMFORI. Esta entidad apuesta y promueve la visibilidad de la producción responsable, las prácticas que mejoren la gestión de las cadenas de suministro y la minimización de riesgos.

A través de la iniciativa BSCI (Business Social Compliance Initiative) y su enfoque integral se permite supervisar el desempeño social. El Código de Conducta de BSCI tiene 11 principios que van desde la remuneración justa hasta la ausencia de trabajo infantil. La transformación está enfocada desde un

punto de vista gradual permitiendo a las empresas supervisar, comprometerse y capacitarse de manera continua.

Por su parte, AMFORI BEPI (Business Environmental Performance Initiative) ofrece una aproximación metodológica para evaluar el desempeño ambiental, basada en 11 aspectos relevantes del rendimiento medioambiental en las cadenas de suministro. Esta alianza agiliza la mejora constante a través del mapeo, análisis y monitorización del progreso.



Evaluación y validación

El proceso de evaluación consiste en el análisis de las capacidades técnicas y productivas, aspectos sociales e impacto ambiental de cada una de las fábricas con las que se entabla una relación. Para confirmar la veracidad de la información de las fábricas se realizan visitas, inspecciones visuales y entrevistas con empleados y gerentes.

Con el fin de promover la mejora constante, las fábricas con resultados no satisfactorios disponen de una prórroga de hasta 6 meses para adaptarse a las demandas de la compañía. Las fábricas con resultados satisfactorios, al embarcarse en la relación comercial con la compañía aceptan el proceso de monitorización y seguimiento como parte del nuestro Programa de Auditorías, para su correcta evolución.



Evaluación técnica

Para asegurar la calidad y eficiencia en todos nuestros pedidos, antes de realizar un acuerdo comercial con un proveedor se realiza una evaluación técnica de todas las fábricas con las que se va a trabajar. La evaluación técnica busca garantizar la capacidad de los proveedores de satisfacer las expectativas productivas: procesos, maquinaria, capacidad de producción. La evaluación técnica es determinante para el resto del proceso de evaluación, por lo que aquellas fábricas que no la superen satisfactoriamente darán por concluido su proceso de evaluación hasta su adaptación a los requerimientos.

Trazabilidad y gestión de proveedores

La compañía dispone de una plataforma de gestión interna para la coordinación entre los departamentos de compras y sourcing con los proveedores. Dicha plataforma sirve como un espacio de supervisión de toda la información relativa a las evaluaciones realizadas en la cadena de suministro, el seguimiento de los aspectos de mejora en materia de sostenibilidad y de manera general, como un avance en lograr una trazabilidad robusta.

A esta plataforma pueden además acceder los proveedores y tener visibilidad sobre cuestiones clave para su progreso y sus planes de actuación.

En 2020 hemos seguido en ampliar las funcionalidades de la plataforma adaptándola para poder integrar las auditorías medioambientales de manera que permita, en un futuro, a los proveedores realizar un seguimiento de su resultado y mejorar su desempeño ambiental.

Con la ayuda de un consultor externo, este año hemos trabajado en la instauración de un programa de trazabilidad y mapeo de proveedores con el objetivo de controlar nuestra cadena de suministro más allá del Tier 1 en el horizonte 2021-2023.

Tras la realización de la trazabilidad de los proveedores de la familia de Denim, la cual ha servido como piloto, se está trabajando en el resto de categorías de producto y nuestra intención es abarcar un amplio volumen de compra durante el ejercicio 2021.



Evaluación Social

Para acreditar las correctas condiciones laborales en las fábricas y el respeto a los derechos fundamentales de los trabajadores, los proveedores pueden presentar una certificación conforme a esquemas internacionales o someterse a auditorías independientes acreditadas que serán corroboradas y verificadas por los técnicos de la compañía. En Tendam contamos con un procedimiento formalizado de evaluación de condiciones laborales y sociales que aseguren el respeto de los derechos humanos de todos los implicados en la producción. En ella se contempla el respeto por unas condiciones de trabajo dignas, la correcta información de los empleados de sus derechos como trabajadores y una justa remuneración y horarios laborales, entre otras.

Auditorías periódicas

Un sistema de auditorías periódicas permite el seguimiento y monitorización de las fábricas como mecanismo de supervisión en materia de producción, desarrollo social y medioambiental. Cada dos años las fábricas son reevaluadas de manera integral. El sistema de proveedores mantiene actualizado el estado de los proveedores desde que entran en proceso de licitación y a lo largo de toda su relación profesional con Tendam. Si una fábrica deja de cumplir los requisitos o no cumple los planes correctivos, la plataforma anula e impide la producción con ellos hasta su revisión.

Programa de Auditorías semi-anunciadas

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

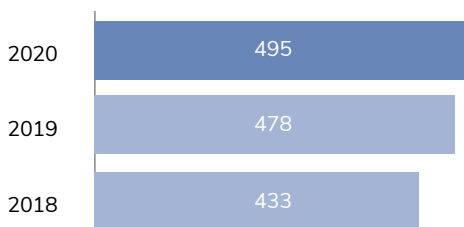
Tolerancia cero

Cualquier proceso de auditoría que derive en resultados negativos en materia social implicará una negativa inmediata por parte de Tendam en la posible colaboración con el proveedor. Seguimos el criterio de Tolerancia Cero con aquellos proveedores no respeten las políticas de derechos humanos como la integridad física, trabajo forzoso o infantil o ausencia de libertad de asociación. El sistema de Auditoría Social tiene el objetivo de impulsar y promover las buenas prácticas por lo que las fábricas podrán postularse de nuevo una vez adecuada su situación a los requerimientos.

Auditorías sociales realizadas a fábricas

Países	Nuevas	Renovaciones	Total
China	62	187	249
Bangladesh	11	52	63
Etiopía	1	1	2
Myanmar	13	29	42
India	19	30	49
Italia		2	2
Turquía	9	16	25
Marruecos	2	2	4
España	5	9	14
Pakistán	3	9	12
Camboya		12	12
Vietnam	3	9	12
Portugal		4	4
Sri Lanka	3	0	3
Tailandia		1	1
Rumanía		1	1
TOTAL			495

Num de fábricas evaluadas: gráfico de evolución últimos 3 años



Planes correctivos

En caso de identificar potenciales conflictos o áreas de mejora, se establece un plan correctivo al cierre de la auditoría. Los planes correctivos se desarrollan a medida de cada proveedor, según sus circunstancias y condiciones. El plan correctivo consiste en un documento de mutuo acuerdo donde se establecen los problemas de incumplimiento y las oportunidades de mejora de la fábrica. Este documento será el orden del día de la reunión de cierre de la auditoría, con el que la dirección de la fábrica deberá estar de acuerdo. En función de las necesidades, se establece un plan de acción correctivo y preventivo con fecha de inicio el día de la auditoría. Finalmente, firmado y aprobado por tanto por el auditor como por la dirección de la fábrica, este servirá de guía para las próximas auditorías y el seguimiento de las mejoras.

Sistema de clasificación A, B, C, D E

Entre las 598 fábricas con las que contamos, se han definido categorías según el grado de cumplimiento del Código de Conducta y siguiendo los principios establecidos por Amfori. Actualmente contamos con 5 categorías, de la A a la E siendo la A la mayor puntuación.

A & B > Pueden producir. La auditoría se renueva cada dos años.

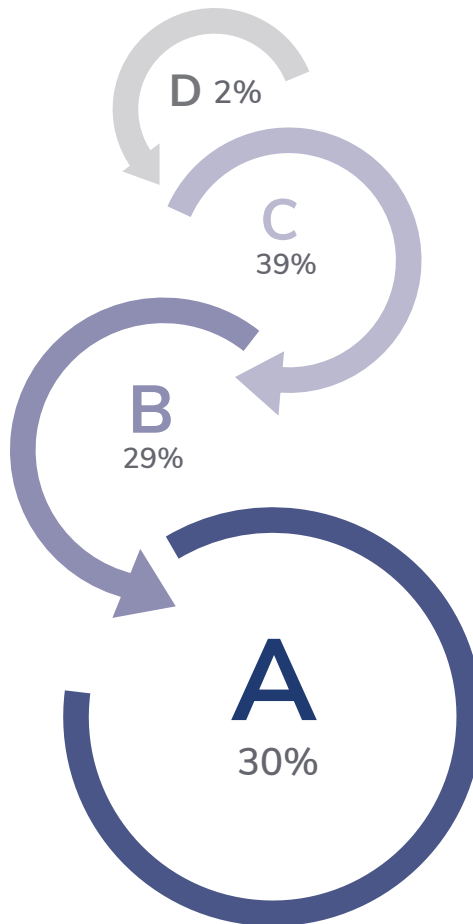
C & D > Pueden producir. La auditoría será revisada al año y se repetirá la auditoría completa a los dos años.

E > Pueden producir y se hará un seguimiento cada 6 meses de los planes correctivos.

Tolerancia cero > Aquellas fábricas que no superen satisfactoriamente la auditoría podrán adaptarse a los requerimientos y entregar una certificación de órganos acreditados corroborando dichas mejoras. Las fábricas que obtengan una valoración menor a la D dos veces consecutivas quedaran vetadas permanente según los criterios de Tolerancia Cero.



Clasificación proveedores



Medidas de apoyo durante la crisis del Covid-19

Debido a la situación derivada de la Covid, se han tenido que tomar medidas drásticas con el objetivo de proteger la salud tanto de los auditores como de los empleados de las fábricas. Por ello, durante 2020 se han tomado las siguientes medidas en relación con las auditorías:

- ◆ Contacto limitado y aplicación de medidas de distancia de seguridad
- ◆ Mascarilla obligatoria para el auditor y todos aquellos que con los que interactúa
- ◆ Acceso a gel hidroalcohólico
- ◆ Arreglo de espacios auditados y límites según aforos en espacios interiores para preservar la distancia social
- ◆ Desarrollo de entrevistas en salas privadas para uso único del auditor y el entrevistado manteniendo distancia de seguridad.

Evaluación Medioambiental

Este 2020 lanzamos el programa de auditoria medioambiental para proveedores siguiendo criterios de gestión en esta materia. En el piloto realizado en 2020 el 57% de los proveedores analizados en materia de sostenibilidad han obtenido la máxima puntuación. **El objetivo para 2021 es conseguir doblar el número de fábricas que hemos evaluado este año.**

Los aspectos enmarcados en este requerimiento de evaluación son el sistema de gestión ambiental, la gestión responsable del agua, químicos, vestidos, residuos, emisiones, entre otros. Durante la auditoria se revisa no solo la fábrica sino la documentación respectiva a temas medioambientales: permiso de construcción, SCIA, autorizaciones de infraestructura y técnicas o tests de residuos en el agua. Coincide además con una actualización del test de seguridad y salud del producto por parte de REACH que ha sido actualizado e incluido en nuestros criterios.



Mecanismos de debida diligencia en DDHH



Socialmente responsables



 PRIORIDADES	 AVANCES 2020	 METAS
<ul style="list-style-type: none"> ◆ Creación del empleo ◆ Diversidad e igualdad ◆ Establecer alianzas para el desarrollo social 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Lanzamiento de una iniciativa solidaria para paliar los efectos de la Covid-19 en los más vulnerables ◆ Nuestras marcas han seguido apostando por acciones solidarias para empoderar a la mujer y fomentar la inclusión social. ◆ Nos hemos adherido a Forética 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Promover iniciativas de voluntariado corporativo en el entorno digital ◆ Potenciar las colaboraciones sociales con entidades a través de nuestras marcas. ◆ Alinear nuestra contribución social con la consecución de la Agenda 2030.

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.

En 2020 nos hemos encontrado ante nuevos desafíos, en un año marcado por una demanda global de solidaridad, que nos ha motivado a seguir creciendo en un entorno en constante proceso de transformación y adaptación de las compañías. En este contexto, en el que se ha dado gran importancia a la integración de criterios de responsabilidad social en la visión estratégica, hemos trabajado por impulsar nuestra contribución positiva a la sociedad a corto y largo plazo.

Este año nos hemos incorporado a Forética para reforzar nuestro compromiso con la sociedad, que nos permitirá continuar avanzando en la integración de los aspectos sociales, ambientales y de buen gobierno en la estrategia y gestión de la compañía.

Como parte activa y responsable de la sociedad, hemos puesto en marcha diversas iniciativas de cooperación con distintas entidades con el objetivo de contribuir a la lucha contra la propagación del virus y mitigar los efectos sobre todas las personas.



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.

Apoyo a la mujer

Seguimos colaborando 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. Con la llegada de la pandemia se han ofrecido las sesiones de mentoring a las usuarias vía online, siguiendo con el objetivo de empoderarlas y aumentar su autoestima, para que afronten con confianza y seguridad el proceso de selección laboral.

Formación para la inclusión laboral

Nuestros voluntarios imparten talleres a los alumnos del programa formativo FOCUS de la **Fundación Síndrome de Down de Madrid** 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.



Ayudamos ante la Covid19

Como parte del programa de Voluntariado Corporativo invitamos a los empleados a continuar ayudando en unos momentos tan difíciles para muchos. Nuestros voluntarios participaron en la preparación de prendas para el envío a hospitales y residencias a través de la iniciativa “El hilo que nos une” que puso en marcha la compañía durante los meses de confinamiento. A través de la **Fundación Altius** pudimos colaborar en la distribución de cestas de productos de primera necesidad para familias vulnerables afectadas por el desempleo y especialmente a las afectadas social, humana o sanitariamente por la COVID - 19.

Promovemos la integración laboral

Cortefiel ha ofrecido a la **Asociación Argadini** su colaboración en estilismo para sus estudiantes con discapacidad intelectual, donando prendas de la colección para que formen parte de su uniforme para aquellos eventos en los que trabajan como azafatos dentro del programa de prácticas.

Colaboraciones estratégicas

Mantenemos un compromiso de colaboración con la sociedad que va más allá de nuestra actividad y que se concreta con nuestra participación en distintas iniciativas para la promoción de la empleabilidad justa, la igualdad y la protección del medio ambiente.

Promoción de la sostenibilidad

II Jornada sobre Sostenibilidad, Responsabilidad e Innovación en Moda

Por segundo año consecutivo organizamos junto al Centro Superior de Diseño de Moda de Madrid (CSDMM), perteneciente a la Universidad Politécnica de Madrid (UPM), una jornada sobre Sostenibilidad, Responsabilidad e Innovación en el Diseño de Moda, donde expertos en moda comparten su conocimiento sobre la realidad del sector.

#BosqueSpringfield

Springfield ha lanzado la iniciativa #BosqueSpringfield junto con CO2Revolution con el objetivo de contribuir a la lucha contra el cambio climático y la deforestación, a través de la plantación de 30.000 árboles en una zona de Burgos deforestada hace años a causa de un incendio.

Fashion Sustainability Shots

Somos los patrocinadores de la creación de un nuevo espacio informativo audiovisual junto a Modaes. A través de un espacio exclusivo en su página web, compartimos contenidos relevantes sobre sostenibilidad dentro de la industria de la moda, en un formato de entrevistas a profesionales destacados de la industria y del negocio textil.

Formación y talento

Aula Tendam de sostenibilidad con la Universidad Politécnica de Madrid

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, es una muestra más de nuestro compromiso 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 ISEM, centro de la Universidad de Navarra, la 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.



Programa Europeo Universitario sobre sostenibilidad y empleabilidad

Participamos en este Programa sobre sostenibilidad como socio de referencia, impulsado por la Universidad Glasgow Caledonian y financiado por el programa europeo Erasmus+. A través del programa se busca dotar a las próximas generaciones de profesionales del sector de todos los conocimientos necesarios en materia sostenible.

Participamos en esta iniciativa en colaboración con distintas instituciones académicas: Universidad Politécnica de Valencia, Universidad Villanueva de Madrid y otros centros de Portugal y Francia.

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.



Foto tomada de la última sesión realizada presencialmente antes de la Covid-19

Apoyamos la integración y la diversidad

Business Women Empowerment

Patrocinamos 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 este compromiso, hemos 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 de Mama

Women'secret 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. El proyecto Post Sugery Bras nació hace siete 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 pensada para poder adaptarse al uso de prótesis o de uso post-quirúrgico.

Este año se ha presentado la campaña "SIEMPRE SÍ", una iniciativa solidaria con la que la marca ha querido hacer un llamamiento a todas las mujeres para que se unan al movimiento #SÍMEIMPORTA, cuyo objetivo es contribuir a mejorar la calidad de vida de las mujeres con cáncer y normalizar la enfermedad.

Con la campaña lanzada este año con motivo del Día Internacional del Cáncer de Mama se ha puesto a la venta una colección de ropa interior con el fin de obtener fondos para facilitar el acceso gratuito a test genéticos a mujeres con predisposición hereditaria al cáncer. De esta manera podrán conocer el riesgo que tienen de desarrollar esta enfermedad o transmitirla a sus hijos, con el fin de tomar las medidas preventivas necesarias.



39.249€ recaudados en España y Portugal



54 mujeres se han beneficiado de los test genéticos



Perfectos Imperfectos para sensibilizar sobre la discapacidad

Cortefiel apoya, un año más, a la **Fundación Cadete** con el proyecto Perfectos Imperfectos con el objetivo de avanzar con nuestro compromiso y apoyo a la integración de la diversidad destacando en positivo lo imperfecto, lo distinto y lo original de niños y niñas que han nacido con una discapacidad.


Como fruto de esta colaboración, la marca puso a la venta una colección cápsula en la que los niños y niñas de la Fundación participaron en el diseño durante una sesión de "técnica libre de pintura" que Cortefiel celebró a principios del año.

Durante la jornada nacieron los bocetos que posteriormente el equipo de diseñadores de Cortefiel adaptó para el diseño final, haciéndoles protagonistas de un proyecto creado por y para ellos.

El objetivo de esta colaboración es promover la integración social de niños y jóvenes con discapacidad, a través del acceso a tratamientos de psicoterapia, logopedia, fisioterapia y terapia ocupacional. Gracias a los beneficios recaudados, 36 niños y jóvenes han recibido becas para poder continuar con sus tratamientos durante 10 meses en centros especializados.



 **29.600€** recaudados

 **36** niños y jóvenes han sido becados para poder continuar con sus tratamientos

Donaciones en especie

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 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.

	Prendas donadas	Valor monetario
2020	26.730	178.200€
2019	23.430	156.200€
2018	17.700	118.000€

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.



Más colaboraciones solidarias

Patrocinadores de los Premios Solidaridad de TELVA 2020

Un año más y desde hace 10 años, somos patrocinadores de los Premios TELVA Solidaridad. En este año tan difícil para algunos colectivos hemos patrocinado el primer premio de la categoría nacional otorgado a la Casa Caridad Valencia para su proyecto destinado a ofrecer soluciones de urgencia ante las consecuencias de la Covid-19 en sus escuelas infantiles.



Juntos contra el cáncer colaborando con la AECC

El pasado 19 de octubre nos unimos al Día Mundial del Cáncer de Mama colaborando con la Asociación Española contra el Cáncer (AECC) y apoyando la lucha contra el cáncer de mama a través de donaciones directas. La contribución de cada empleado a la causa fue doblada por la compañía. A su vez, Fifty lanzó una campaña en sus tiendas y contribuyó a la causa con la venta de 7.000 pulseras de la AECC entre sus clientes.

Brisas de ilusión & sonrisas al sol

Fifty lanzó el proyecto solidario "Brisas de ilusión & sonrisas al sol" a favor de la Fundación Blas Mendez Ponce, con el objetivo de apoyar a los niños y niñas oncológicos y con enfermedades de difícil curación, mejorando su calidad de vida gracias a los beneficios obtenidos con la venta de una colección cápsula creada por la marca.



Compra de material sanitario

La compañía puso a disposición de las autoridades y otras empresas y organismos su red de aprovisionamiento global para la adquisición de material sanitario a través de su red de proveedores internacionales. Se gestionó el traslado a España de más de 1 millón de euros en material sanitario (2,5 toneladas), en colaboración con otras empresas como Openbank y CLH.

Fabricación de materiales de protección para residencias de la tercera edad

La colaboración de nuestros empleados del taller de patronaje y nuestra red de proveedores ha puesto en marcha la fabricación de material sanitario (batas y mascarillas), enviadas sin coste alguno a residencias de ancianos, habiéndose entregado hasta la fecha 2.000 batas. Por otra parte, en colaboración con la Escuela de Moda de la Universidad Francisco de Vitoria, se han proporcionado tejido ya cortado para la confección de 7.000 mascarillas.

Cuidamos a nuestros mayores con Cruz Roja

Nuestra firma Pedro del Hierro colabora con Cruz Roja participando con el programa ENRED@TE dirigido a acompañar a personas mayores, a reducir la soledad y el aislamiento en el que se encuentran. La marca ha diseñado una sudadera solidaria con el objetivo recaudar fondos dedicando el 100% de los beneficios obtenidos al programa de la organización sanitaria.

Evolución de las donaciones directas al tercer sector (€)

2020	2019	2018
392.186 €	298.230 €	215.327€

Atendemos a los refugiados de Lesbos

El pasado septiembre un incendio destruyó el campo de refugiados de Moria (Lesbos), el mayor campamento para refugiados en Europa. Ante esta situación de emergencia, hemos colaborado donando un total de 3 palets con prendas de abrigo movilizados por la Asociación Olvidados.

“Súmate, Operación Solidaria” (S.O.S)

Nos unimos a esta iniciativa coordinada por la Fundación KPMG y canalizada a través de Banco de Alimentos de Madrid, Caritas Diocesanas de Madrid y Cruz Roja con el apoyo de la Comunidad de Madrid y el Ejército de Tierra. La Fundación puso en marcha la iniciativa que busca sumar los esfuerzos de empresas privadas, Administraciones Públicas y el tercer sector para multiplicar la distribución de alimentos y productos de primera necesidad a personas sin recursos,

Fashion 2nd Life – Que nadie olvide sus recuerdos

En el mes de diciembre celebramos una venta solidaria en el Showroom de la compañía cuya recaudación obtenida ha sido destinada al proyecto “Fashion 2nd Life” iniciado en 2019 por Pedro del Hierro. Esta iniciativa, contribuye con la financiación del proyecto de investigación contra la enfermedad de Alzheimer desarrollado por el Centro de Investigación Médica Aplicada de la Universidad de Navarra.

Llegan los “Reyes magos de verdad”

Una vez más, nos unimos a la campaña “Reyes magos de verdad” en un año en el que más que nunca la ilusión es fundamental. Más de 120 personas de la Sede Central participaron de la iniciativa consiguiendo reunir 170 regalos, tanto para niños como ancianos que viven en residencias para personas mayores.

Colaboración con un comedor social

En su tercer año consecutivo parte del equipo de Fifty visitaron el Comedor Social Hijas de la Caridad del colegio María Inmaculada, dedicado a las personas más pobres y desamparadas, aportando una donación de alrededor de 100kg de ropa y una donación económica por valor de 1.500€. y la participación de nuestros voluntarios.



Aportaciones realizadas en 2020 al tercer sector

Cadena	Concepto	Entidad destinataria	Aportación económica
Tendam	Premios Telva Solidaridad	Casa Valenciana de la Caridad	9.000 €
Cortefiel	Perfectos Imperfectos	Fundación Cadete	29.574 €
Tendam	Campaña "Día Internacional Cáncer de Mama"	AECC	5.880 €
Women'ssecret	Movimiento #Simeimporta	Fundación Mujer Dexeus	42.822 €
FIFTY	Campaña "Brisas de ilusión y sonrisas al sol"	Fundación Blas Méndez Ponce	6.095 €
Pedro del Hierro	Proyecto "Fashion Second Life"	Fundación para la Investigación Médica Aplicada (CIMA) de la UNAV	7.100 €
Tendam	Iniciativa "El hilo que nos une"	Varias entidades	216.965 € *
Women'ssecret	Donación de mascarillas	ASION	750 €

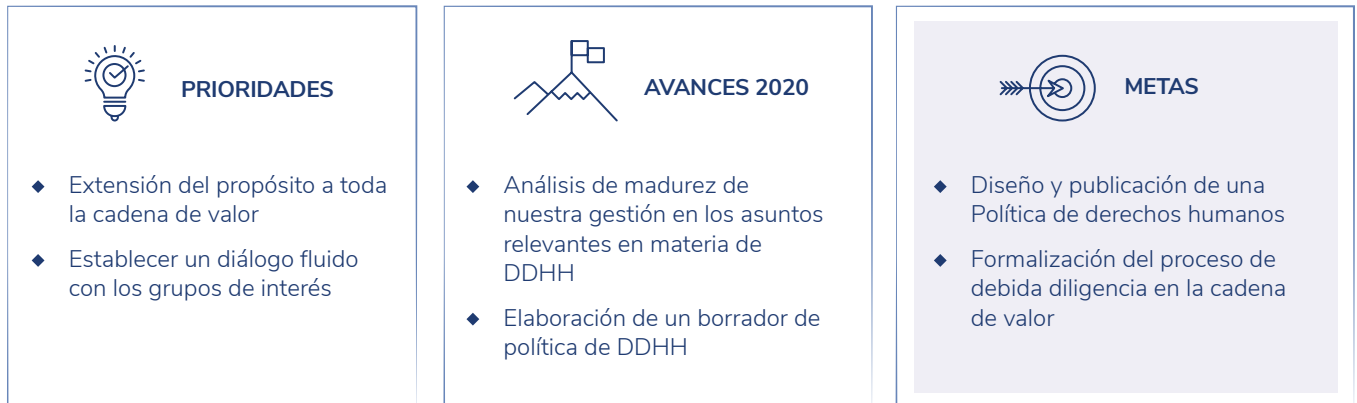
* Valor a coste. El valor de mercado ascendió a 1 millón de euros.

Otras aportaciones con carácter social realizadas en 2020

Cuota anual	Fundación SERES	19.000 €
Cuota anual	Fundación LEALTAD	5.000 €
Cátedra Tendam	Univ. Navarra-ISEM	30.000 €
Aula Tendam	Univ. Politécnica de Madrid	20.000 €
Total		392.186 €

Donaciones en especie al Tercer Sector: 26.730 prendas, valoradas en 178.200€, 101 entidades beneficiarias

Respeto por los derechos humanos



El respeto a los derechos humanos es parte de la esencia de Tendam. Es nuestra manera de ser y entender nuestro rol en la sociedad. Somos estrictos en el cumplimiento de la legislación, pero la mayor exigencia es con nosotros mismos y con nuestro compromiso con el cuidado de las personas, estableciendo nuestros estándares en las mejores prácticas.

Estamos preparados para operar en un entorno en el que los derechos humanos cobran cada vez más peso en las agendas públicas y privadas.

En los últimos años los derechos humanos cobran cada vez más peso en la agenda pública, siendo el hito más destacado el anuncio de la próxima Directiva europea de Debida Diligencia de derechos humanos, que obligará a las empresas europeas a responsabilizarse del impacto de su actividad en los derechos humanos a lo largo de toda su cadena de valor. Un entorno desafiante que nos impulsa a seguir reforzando nuestro compromiso y nuestro deber de cuidado con el propósito que nos define y, asimismo, hacerlo extensible a toda nuestra cadena de valor y nuestros grupos de interés.

Para avanzar en esta dirección con paso firme y seguro, consideramos fundamental conocer y comprender de dónde partimos. Por ello, en 2020 decidimos llevar a cabo un análisis de madurez de nuestra gestión en los asuntos relevantes en materia de derechos humanos con un doble objetivo:

- ◆ Identificar oportunidades en relación con aquellas personas a las que nuestra actividad impacta o podría impactar de manera directa o indirecta en sus derechos fundamentales, es decir nuestros **right holders**.
- ◆ Detectar **posibles riesgos en la cadena de valor** y diseñar respuestas para su mitigación.

El diagnóstico, en el que han participado activamente diferentes áreas de la empresa (compras, recursos humanos, compliance o sostenibilidad), se ha realizado siguiendo la metodología del LabS de derechos humanos de SERES, basada en las recomendaciones de los Principios Rectores, el Danish Institute, la guía de debida diligencia de la OCDE y el análisis de madurez de **SHIFT**. Los resultados de este diagnóstico realizado, que compartimos en esta memoria, contribuirán al desarrollo de una hoja de ruta que nos permita seguir avanzando en un modelo de gestión de derechos humanos capaz de afrontar con éxito los retos que se perfilan en el horizonte.



Un modelo responsable de gestión de los derechos humanos que emana de nuestra cultura

Nuestro compromiso con los derechos humanos está formalizado desde el año 2012 en nuestro Código de Conducta. En él se especifican nuestros compromisos en relación con las personas que forman parte de nuestra cadena de valor, bien por ser empleados de Tendam, empleados de colaboradores o proveedores, clientes o ciudadanos de las comunidades en las que operamos.

Nos sentimos responsables del impacto que generamos en las personas con las que nos relacionamos a través de nuestras operaciones, con independencia del país donde se encuentren. Una aproximación a las personas que nace de nuestro propósito, intrínseca a todas las marcas que componen la compañía y que hemos ido enriqueciendo con las recomendaciones de marcos de referencia externos e iniciativas multistakeholder que nos permiten identificar y avanzar en nuevos retos en el impacto en las personas, como los asociados a la digitalización.

Incorporamos los nuevos retos identificados en el diagnóstico a nuestro marco normativo, liderado por el código de conducta interno y externo, y aseguramos su cumplimiento e integración en el negocio. Este proceso de inclusión viene marcado por la alta dirección de Tendam, supervisado por los órganos de gobierno y coordinado y gestionado por la dirección de las áreas de la compañía.

Iniciativas de las que formamos parte

Somos conscientes de que abordar cuestiones de derechos humanos es un tema complejo que no podemos abordar solos y, por ello, llevamos años no solo dedicando grandes esfuerzos a elevar los estándares de respeto y promoción de los derechos humanos en el seno de la compañía, sino sumándonos también a iniciativas *multistakeholder* encaminadas a reforzar este cumplimiento.

Muestra de ello son las iniciativas de las que formamos parte:

Transversales

- ◆ LabS de Empresa y Derechos humanos de la Fundación SERES, al que pertenecemos desde su fundación en 2018

Sociales

- ◆ AMFORI (Trade with Purpose), Business Social Compliance Initiative (BSCI).
- ◆ ASEPAM (Asociación Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas).
- ◆ Call to Action in the Global Garment Industry de la OIT a raíz de la situación Covid-19.
- ◆ Foro Inserta-Once
- ◆ Business Women Empowerment.
- ◆ Foro Social de la Moda

Ambientales

- ◆ The Fashion Pact,
- ◆ UN Fashion Industry Charter For Climate Action
- ◆ Global Climate Action

MARCO DE REFERENCIA EXTERNO

- ◆ Carta Internacional de derechos humanos
- ◆ Declaración de la Organización Internacional del Trabajo (OIT)
- ◆ Principios Rectores sobre Empresas y Derechos Humanos de Naciones Unidas
- ◆ Directrices de la OCDE para empresas multinacionales
- ◆ Pacto Mundial de las Naciones Unidas

Mecanismos de reclamación

Disponemos de un Canal de Denuncias accesible, tanto a través de la intranet, como de la página web, que permite a cualquier empleado o tercero comunicar posibles conductas contrarias al Código de Conducta de Tendam. Este mecanismo garantiza el anonimato, la confidencialidad y la seguridad en el proceso de denuncia. En 2020 no se ha recibido ninguna denuncia por vulneración de derechos humanos.

Fruto de nuestro compromiso con una cultura ética, creemos en la respuesta inmediata y ejemplar ante situaciones críticas, y nos proponemos avanzar en la consolidación de mecanismos de reparación en este tipo de episodios.

MARCO NORMATIVO INTERNO

El Código de Conducta Interno es la espina dorsal de nuestro modelo de cultura ética. Un marco integral y adaptado a las cuestiones relevantes del negocio, que se completa con otras herramientas:

- ◆ Código de Conducta para proveedores y franquiciados
- ◆ Procedimiento de Compra Responsable
- ◆ Diligencia Debida y Auditoría de relaciones con terceros
- ◆ Política de Comunicación Responsable

Mirando al futuro



Nuestra exigencia nos impulsa a mirar hacia el futuro, y por ello, en los próximos años avanzaremos hacia un modelo estratégico de la gestión de los derechos humanos que genere relaciones más sólidas con nuestros grupos de interés.

Trabajaremos en cuatro líneas de actuación:

Diseño y publicación de una Política de derechos humanos e Integración de la política en el marco normativo de la compañía, en convivencia con los Códigos de Conducta y Políticas existentes.	Formalización del proceso de debida diligencia en la cadena de valor	Formalización del diálogo con los grupos de interés	Extensión del propósito a toda la cadena de valor y grupos de interés
--	--	---	---

Right holders, las personas en el centro de todo

En el proceso de diagnóstico de madurez hemos identificado a aquellas personas a las que nuestra actividad impacta o podría impactar de manera directa o indirecta en sus derechos fundamentales, **right holders**, y hemos profundizado en los asuntos más relevantes de nuestra relación con ellos:

				
RIGHT HOLDERS	Nuestros empleados	Empleados de los proveedores	Clientes	Personas de las comunidades locales
Cuestiones relevantes	Contratación y retribución justas Seguridad y salud Libertad de asociación Diversidad e igualdad	Condiciones de contratación justas y libertad de asociación (Cumplimiento OIT) Trazabilidad control de proveedores Trazabilidad y control de la cadena de suministro hasta materias primas Prácticas de compras responsables Empoderamiento local	Seguridad y salud (uso del producto) Comunicación responsable, transparente e inclusiva, generación de consumidor consciente Privacidad y uso de datos	Protección ambiental y seguridad (uso de químicos) Negocios inclusivos Diálogo con comunidades Impulso de la gobernanza efectiva



Nuestros empleados

Respeto mutuo y confianza son las claves de la gestión de nuestros profesionales. Fomentamos un entorno de trabajo positivo, estimulante y seguro. Nuestro Código Ético y políticas de recursos humanos articulan un marco de relaciones basadas en el respeto a la dignidad de las personas, la equidad, el trato justo y la tolerancia cero al abuso de autoridad o al acoso.

La diversidad de los equipos es para la compañía un factor competitivo ya que refleja la diversidad de nuestros mercados y clientes y nos ayuda a comprender mejor el negocio y a consolidar nuestro crecimiento a largo plazo.

Garantizar la seguridad y salud de nuestros empleados ha sido uno de los principales retos en 2020. Hemos trabajado sin descanso para garantizar la seguridad de nuestros profesionales sin menoscabo de la atención a nuestros clientes. Y hemos logrado superar el reto gracias al compromiso de todos.



Empleados de los proveedores

En Tendam tenemos un estilo propio de relación con nuestros proveedores. Contamos con una selección limitada de proveedores a los que conocemos bien y con los que compartimos relaciones duraderas y de confianza. Planificamos de manera razonable nuestros pedidos en función de su capacidad, evitando ser causa indirecta del menoscabo en las condiciones laborales de sus empleados.

El porcentaje de rotación del 10% que hemos tenido en 2020 supone una evidencia de este compromiso y una garantía de estabilidad.

En 2020 hemos estado más cerca que nunca de ellos, acompañándolos en la crisis de la Covid-19, apoyando medidas para garantizar su seguridad y salud, con ayudas de financiación, prefinanciación o mejora de las condiciones. Por otro lado, hemos incorporado a nuestra plantilla a los empleados de un proveedor afectado por la pandemia, y hemos continuado confiando en ellos incluso cuando su producción ha estado interrumpida durante meses.

Disponemos además de un sistema de identificación y gestión de riesgos para asegurar el cumplimiento de los compromisos de protección de derechos humanos en la cadena de suministro.

Esto se formaliza en un Código de Conducta para proveedores y franquiciados de obligado cumplimiento para todas las empresas que colaboran con nosotros y en un marco normativo cuyos pilares son:

- ◆ Diligencia Debida y Auditoría de relaciones con terceros, en determinados mercados y proveedores.
- ◆ Principios de Compras Responsables, que contempla los principios para integrar aspectos sociales y ambientales en este proceso.
- ◆ Sistema de trazabilidad, control y seguimiento de proveedores a través de auditorías sociales.



Clientes

Los clientes son el motor que nos impulsa a ser mejores cada día. Les debemos gran parte de lo que somos y se lo devolvemos en forma de un sólido compromiso con la protección y promoción de sus derechos fundamentales, que en su caso adopta tres principios fundamentales:

- ◆ Protección de su salud y seguridad, mediante el control de la composición de las prendas, y el cumplimiento de los estándares y niveles de calidad exigidos.
- ◆ Una comunicación inclusiva, transparente, y comprometida con la diversidad.
- ◆ La garantía de un uso seguro, responsable y transparente de los datos de carácter personal, en particular de los obtenidos en nuestro club de fidelización.



Personas de las comunidades locales

Entendemos que la mejor manera de generar un impacto positivo local es mediante el compromiso con el desarrollo de nuestros proveedores locales, pero vamos más allá y trabajamos para crear un impacto positivo en las personas de los entornos en los que operamos.

Desde nuestro propósito establecemos compromisos específicos con el impacto ambiental en materia de reducción de plásticos, reducción de emisiones, gestión de químicos o gestión responsable del uso del agua.

5. Sobre este Informe





Alcance y cobertura del informe

Este Informe de Sostenibilidad 2020 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 2020 y 28 de febrero de 2021. Se presenta como informe separado que forma parte del Informe de Gestión Consolidado de la compañía y su Grupo.

El Informe de Sostenibilidad 2020 ha sido formulado por el Consejo de Administración de la compañía y firmado por todos sus integrantes con fecha 31 de mayo de 2021.

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 28 de febrero de 2021 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.



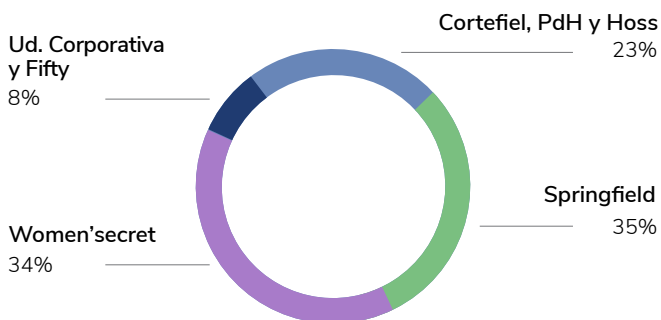
Contribución económica

Principales Magnitudes (Millones de euros)

	2020	2019	2018
Inmovilizado no financiero	1.299,85	1.382,08	1.015,78
Inmovilizado financiero	20,82	21,70	21,57
Existencias	155,86	154,31	157,67
Clientes	10,23	24,91	15,40
Proveedores comerciales	250,00	228,36	223,40
Total ingresos de explotación	777,18	1.187,28	1.150,83
Margen bruto / Ingresos	60,26%	61,97%	61,74%
Beneficio de explotación	-83.285	122.562	119.316
EBITDA recurrente	145,83	296,97	161,71
Existencias / Ventas	20,43%	13,08%	13,79%
Clientes / Ventas	1,34%	2,11%	1,35%
Proveedores / Ventas	32,76%	19,36%	19,55%

Ingresos (Millones de euros)

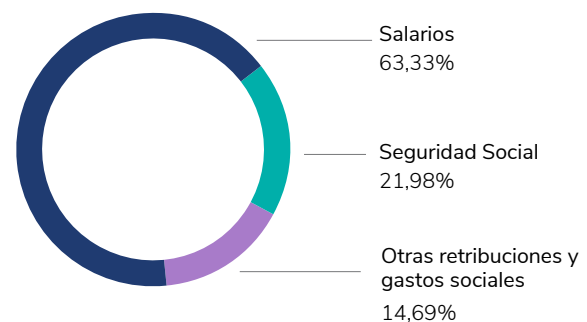
	2020	2019	2018
Cortefiel, Pedro del Hierro y Hoss	179,80	315,93	312,92
Women'secret	261,85	336,31	312,21
Springfield	275,19	446,02	444,21
Ingresos Otros (Fifty)	58,96	87,44	79,41
Unidad Corporativa	1,39	1,58	2,08



Distribución del gasto (Millones de euros)

	2020	2019	2018
Remuneración a empleados	213,61	235,16	220,97
Aprovisionamiento	308,86	451,50	440,35
Otros gastos de explotación	159,36	205,50	328,37

Remuneración empleados 2020



Resultado antes de impuestos* (Millones de euros)

	Feb. 2020	Feb. 2021
España	64,98	-101,4
Portugal	11,41	-1,59
Francia	-0,30	-10,59
Mexico	-2,29	-5,97
Rusia	-3,74	-7,29
Otros	2,34	-9,87
Total	72,41	-136,72

*Post IFRS

Impuestos sobre beneficios pagados: en el ejercicio 20/21 se han registrado un total de 2,79 millones de euros como impuestos sobre beneficios pagados.

Subvenciones públicas: Se incluyen subvenciones por importe de 10.922 miles de euros recibidas tanto en España en concepto de bonificaciones en cotizaciones a la Seguridad Social obtenidas por el acogimiento de trabajadores al ERTE de fuerza mayor derivado de la Covid-19 (8.988 miles de euros) como en determinadas filiales por apoyo de los diferentes gobiernos nacionales en relación con la Covid-19.


La compañía también ha recibido en materia de formación para el empleo en España 129.020€ aportadas en concepto de bonificación de la cuota de la seguridad social (Fundae) y otras cuantías derivadas en esta materia.

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.

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 2020, 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 18-31 Pág 38-43
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 34-35 Pág 38-45 Pág 54-63 Pág 130-133
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 10-11 Pág 54-59 Pág 112-121
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 54-59
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 86-105 Pág. 137
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 86-97
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 104-105 (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 98-101
Energía: consumo directo e indirecto; medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética, uso de energías renovables	302-1, 302-1, 302-3	Pág 94-95

(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. 96-97
Las medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático	201-2	Pág. 86-97
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. 42-43 Pág. 86-97
PROTECCIÓN DE LA BIODIVERSIDAD		
Medidas tomadas para preservar o restaurar al biodiversidad	304-3	Pág. 88-89
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. 71
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. 84
Número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional	401-1	Pág. 85
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.	405-2	Pág. 78, 85
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.	405-2	Pág. 53
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. 76
Medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio corresponsable de estos por par de ambos progenitores.	401-3	Pág. 72
SALUD Y SEGURIDAD		
Condiciones de salud y seguridad en el trabajo.	403-3	Pág. 74-76
Accidentes de trabajo, en particular su frecuencia y gravedad así como las enfermedades profesionales; desagregado por sexo.	403-2	Pág. 76

(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.

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. 73
Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país.	102-41	Pág. 73
El balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y la seguridad en el trabajo.	403-4	Pág. 74-76
FORMACIÓN		
Las políticas implementadas en el campo de la formación.	404-2	Pág 82-83
La cantidad total de horas de formación por categorías profesional.	404-1	Pág 82-83
ACCESIBILIDAD UNIVERSAL		
Accesibilidad universal de las personas con discapacidad	103-1; 103-2; 103-3	Pág. 103
IGUALDAD		
Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres.	404-2	Pág. 77-79
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. 77-79
La política contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad.	406-1	Pág. 63 Pág. 77-79
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. 130-133 Pág. 121
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. 130-133 Pág. 121
Denuncias por casos de vulneración de derechos humanos	103-1; 103-2; 103-3	Pág. 130-133
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. 130-133 Pág. 73
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. 64
Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales.	205-2	Pág. 64
Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro.	201-1	Pág. 64 Pág. 122-129

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. 46-49 Pág. 71 Pág. 122-129
El impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio.	413-1	Pág. 46-49 Pág. 122-129
Las relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos.	102-43	Pág. 44-45 Pág. 73
Las acciones de asociación o patrocinio.	103-1; 103-2; 103-3	Pág. 122-129
SUBCONTRATACIÓN Y PROVEEDORES		
La inclusión en la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales	103-2, 103-3	Pág. 116
Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental	308-1, 414-1	Pág. 112-116
Sistemas de supervisión y auditorías y resultados de las mismas	308-2, 414-2	Pág. 117-121
CONSUMIDORES		
Medidas para la salud y la seguridad de los consumidores.	416-1	Pág. 102
Sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de las mismas.	418-1	Pág. 111
INFORMACIÓN FISCAL		
Los beneficios obtenidos país por país	207-4	Pág. 137
Los impuestos sobre beneficios pagados	207-4	Pág. 137
Las subvenciones públicas recibidas	201-4	Pág. 137

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 2020

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 28 de febrero de 2021, 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 2020 del Grupo.

El contenido del Informe de Sostenibilidad 2020 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 el apartado "Tabla de correspondencia con la Ley 11/2018" incluida en el 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 el apartado "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 2020 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 2020.



- 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 2020.
- Comprobación, mediante pruebas, en base a la selección de una muestra, de la información relativa a los contenidos incluidos en el EINF del ejercicio fiscal 2020 y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información.
- Obtención de una carta de manifestaciones de los Administradores y la Dirección.

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 2020 de Tendam Brands. S.A. correspondiente al ejercicio anual finalizado el 28 de febrero de 2021, 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 el apartado “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 Vinales

31 de mayo de 2021

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

