

A woman with long dark hair is sitting on a bed with white linens. She is wearing a plaid suit jacket and matching trousers over a white shirt. She is holding a white handbag with a gold chain strap and a cigarette in her right hand. The background is a blurred indoor setting.

TENDAM

GLOBAL FASHION RETAIL

Informe de Sostenibilidad

Estado de Información
no financiera

2018

CORTEFIEL

Pedro del Hierro

SPRINGFIELD

women'ssecret

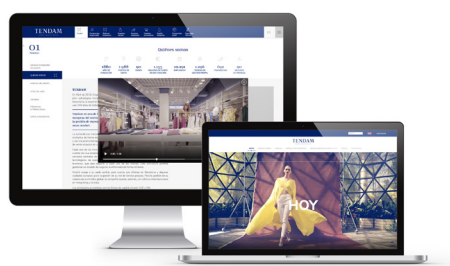
FIFTY

Índice

Mensaje del consejero delegado / 4

Cap.1. Tendam

- Nuestra compañía / 8
- Tendam en el mundo / 10
- Nuestras marcas / 13
- Hitos del año / 24
- 138 años de historia / 26



Este informe está también disponible con un contenido más extenso, incluyendo material multimedia en: www.memoriaaudiovisualtendam.es

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



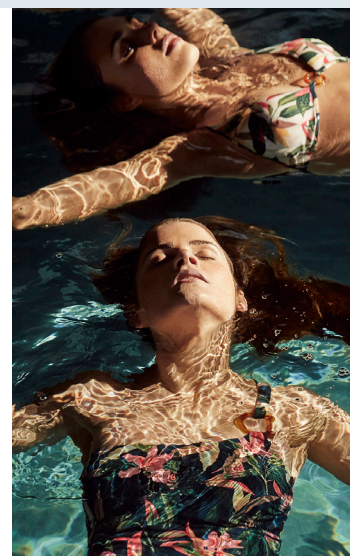
CONTACTO

Para nosotros es muy importante su opinión sobre este informe o sobre cualquier aspecto sobre 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

Cap.2. Compromiso responsable

- Misión, visión y valores / 32
- Análisis de materialidad / 33
- Enfoque sostenible / 34
- Relación con los grupos de interés / 36
- Contribución al desarrollo sostenible / 38



Cap.3. Gobierno corporativo

- Estructura de la propiedad / 42
- Estructura de gobierno / 42
- Ética corporativa y cumplimiento normativo / 46
- Gestión de riesgos / 48



Cap.4. Nuestros clientes

Omnicanalidad y experiencia de cliente / 52
Nuestras tiendas / 54
Innovación y sostenibilidad en las prendas / 56
Comunicación multicanal / 58
Comunicación responsable / 60
Seguridad de la información y protección de datos / 61



Cap.7. Gestión ambiental

Gestión ambiental / 94
Eficiencia energética / 96
Emisiones / 97

Cap.5. Nuestras personas

Compromiso con las personas / 64
Relaciones laborales / 67
Conciliación y beneficios sociales / 68
Igualdad, diversidad e inclusión / 70
Gestión del talento / 73
Formación / 76
Seguridad y salud / 80



Cap.8. Compromiso social

Alianzas estratégicas / 102
Proyecto Involucrados / 103
Movimiento #símeimporta / 106
Otras iniciativas solidarias / 108
Proyectos con impacto / 110

Cap.6. Cadena de Suministro Responsable

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



Cap.9. Sobre este informe

Alcance y cobertura del informe / 114
Contribución económica / 115
Principios del pacto mundial / 116
Tabla de correspondencia con la Ley 11/2018 / 117
Verificación independiente / 121

Mensaje del consejero delegado



© Charles Best

TENDAM nace gracias a la trayectoria, experiencia y crecimiento de Grupo Cortefiel, un grupo con **138 años de historia**.

Estimados stakeholders,

Un año más me dirijo a ustedes para presentar nuestro Informe Anual de Sostenibilidad. Esta es nuestra décimotercera edición de un documento que nos enorgullece especialmente. Tendam es una compañía comprometida con la sociedad, el entorno y la transparencia y esta Memoria es su reflejo. Este año, forma parte del Informe de Sostenibilidad el Estado de Información no Financiera, como documento separado, integrante del Informe de Gestión, dando respuesta a los nuevos requisitos legales en materia de información no financiera y diversidad.

El año 2018 fue el del lanzamiento de nuestra nueva marca de grupo, Tendam, pero también fue el de su consolidación en el mercado. Nuestro nuevo nombre fue recibido positivamente y adoptado de forma rápida y eficaz. La nueva denominación ha contribuido a la mejora de la percepción de la compañía en su conjunto y por extensión de sus marcas comerciales Cortefiel y Pedro del Hierro, Springfield, Women'ssecret y Fifty, representando plenamente la diversidad de la compañía.

A finales de 2016 poníamos en marcha un nuevo plan estratégico, que se aceleró en 2017 y que durante 2018 alcanzó su velocidad de crucero con el resultado de que Tendam es una compañía operativa y financieramente saneada. Nuestro plan

de transformación es hoy reconocido por el sector, como lo confirma el premio Retail Transformation and Re-invention Award recibido en abril de 2018 con motivo del World Retail Congress celebrado en Madrid.

Dentro de este marco consolidamos la mejora operativa y corregimos la situación financiera; aceleramos la estrategia omnicanal de la compañía; innovamos en tecnología y gestión de datos y fortalecimos la presencia de nuestras marcas comerciales en el mercado.

El ejercicio pasado será recordado por la industria del retail como uno marcado por la volatilidad y la necesidad de flexibilidad y capacidad de adaptación. Tendam se adelantó a esta necesidad.

Entre el 1 de marzo de 2018 y el 28 de febrero de 2019, los ingresos de la actual sociedad cabecera del grupo, Tendam Brands, en su primer ejercicio fiscal completo, alcanzaron los 1.150,83 millones de euros.

El EBITDA recurrente se situó en 161,7 millones de euros y el EBT alcanzó los 80,8 millones de euros. Esto se ha conseguido gracias a la gestión del stock, haciendo nuestra rotación de producto más eficiente, la protección del margen bruto y un menor apalancamiento financiero.

Muy relevante en nuestro negocio fueron las ventas online, que se han incrementado en un 30%, y ya representan el 8 % de la facturación en España. Estas cifras consolidan la propuesta omnicanal de Tendam que ha conseguido armonizar los diferentes canales de ventas de forma rentable gracias a una estructura logística, de gastos, comisiones y operativa integrada y eficaz, lo que permite a cada marca ofrecer a los clientes una experiencia coherente con sus valores y preferencias en su tienda, en las tiendas de otras marcas del Grupo, presencial y digitalmente, sirviendo en el punto de entrega de su elección.

Nada de esto sería posible sin nuestros clientes, que han renovado una vez más su confianza en nuestras marcas Cortefiel, Pedro del Hierro, Springfield, Women'secret y Fifty. Muestra de ello es que los clubes y programas de fidelización han seguido creciendo y ahora contamos con más de 22 millones de asociados para el conjunto de las firmas. Pero esto no es nuevo, está en el ADN de la compañía. Conociendo al cliente y estableciendo un diálogo es como estamos dándole el valor que busca creando un vínculo emocional. En este sentido se aceleraron estrategias CRM claves como son las de multiclub, multicanalidad y personalización. Materializamos proyectos en digital que marcan la diferencia como la reserva en tienda, la recogida multimarca o la ampliación del click-shopping a algunos de nuestros mercados de gestión propia. En 2018 también continuamos con nuestra expansión internacional, ganamos visibilidad y posicionamiento de nuestras marcas con, entre otros, la vuelta a la MBFW Madrid y una importante inversión en comunicación.

Las personas que forman parte de Tendam en todo el mundo y su talento son nuestro mejor activo y artífices del éxito de la compañía, por eso trabajamos continuamente bajo las premisas de excelencia y formación, flexibilidad y calidad.

Como parte de una sociedad moderna e inclusiva damos pasos firmes en tener una plantilla diversa e integradora. En este sentido, hemos firmado un convenio con el Programa Inserta de la Fundación ONCE como parte de uno de nuestros objetivos fundamentales: el desarrollo de relaciones laborales basadas en la igualdad de oportunidades y la no discriminación, promoviendo un entorno de trabajo abierto e integrador.

Importante también es el talento futuro y por ello, nos embarcamos en iniciativas como el Aula Tendam, sobre Sostenibilidad, Responsabilidad e Innovación en el Diseño de Moda en el Centro Superior de Diseño de Moda en la Universidad Politécnica de Madrid. En otro ámbito el programa Atelier by ISEM, del que formamos parte junto a ISEM Fashion Business School permite al grupo contribuir de forma activa y aportando conocimiento real de la industria apoyando a las start-up fashtech. También en esta línea, desde Pedro del Hierro y de la mano del IED Madrid y The Woolmark Company participamos en Merino Traveller, un proyecto de moda que auna diseño, materia prima renovable y formación para el empleo.

Seguimos reforzando nuestros proyectos sociales más emblemáticos como Involucrados, que es posible gracias al trabajo de voluntarios de nuestra compañía y de entidades sociales. Desde que empezamos con esta acción, hemos recaudado más de 1,4 millones de euros, que se han distribuido entre más de 53 proyectos de más de 40 organizaciones no gubernamentales.

Otra de las iniciativas de las que más orgullosos estamos es Cosas que sí Importan, una iniciativa impulsada por Women'secret, pero adoptada por todos y cada uno de los que formamos Tendam, destinada a mujeres afectadas por cáncer de mama. La marca junto a la fundación Dexeus Mujer ha creado una línea de lencería, que se conoce con el nombre de Post Surgery Bra (PSB). Este proyecto ha logrado el reconocimiento de la sociedad y se ha traducido en los premios que le han otorgado en el ámbito de la innovación y la responsabilidad social corporativa en diversos medios de comunicación, como Expansión y Cinco Días.

Tendam seguirá abrazando nuevos retos con los que generar un impacto positivo para dar solución a grandes problemas sociales.

En el ámbito de los Derechos Humanos, nuestro compromiso es firme con nuestra cadena de suministro global. Continuamos con los programas de supervisión, que iniciamos hace más de 15 años, mejorando la trazabilidad e implantando medidas de debida diligencia que nos permitan avanzar en garantías.

También, parte de nuestro compromiso con la sociedad pasa por la sostenibilidad. Ejemplos como el Merino Traveller antes mencionado o R[eco]insider, una colección lanzada por Springfield en septiembre de 2018 que se basa en el uso de fibras orgánicas y tecnologías sostenibles en los procesos de acabado del denim, se suman a nuestro compromiso con el cambio climático y la economía circular. Nuestra apuesta por el cuidado del medioambiente es firme y la materializamos dando los pasos adecuados, ajustados a la realidad y de forma constante y sostenida.

Con estas iniciativas y nuestro trabajo diario, queremos seguir avanzando en nuestros compromisos con el Pacto Mundial e ir aportando pasos para la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas.

El entorno es siempre cambiante y presenta retos. En 2018, Tendam ha sabido superarlos con flexibilidad y capacidad de adaptación. Así seguiremos haciéndolo.

Jaume Miquel
Consejero Delegado





1.

Tendam

Una compañía con 138 años
de historia.
Especializada en el segmento
premium mass market

Nuestra compañía

Tendam

En abril de 2018, Grupo Cortefiel, cambió su denominación a Tendam, como parte del plan estratégico iniciado en 2016. La creación de Tendam está avalada por la trayectoria, la experiencia y el crecimiento experimentado por Grupo Cortefiel durante casi 140 años de historia.

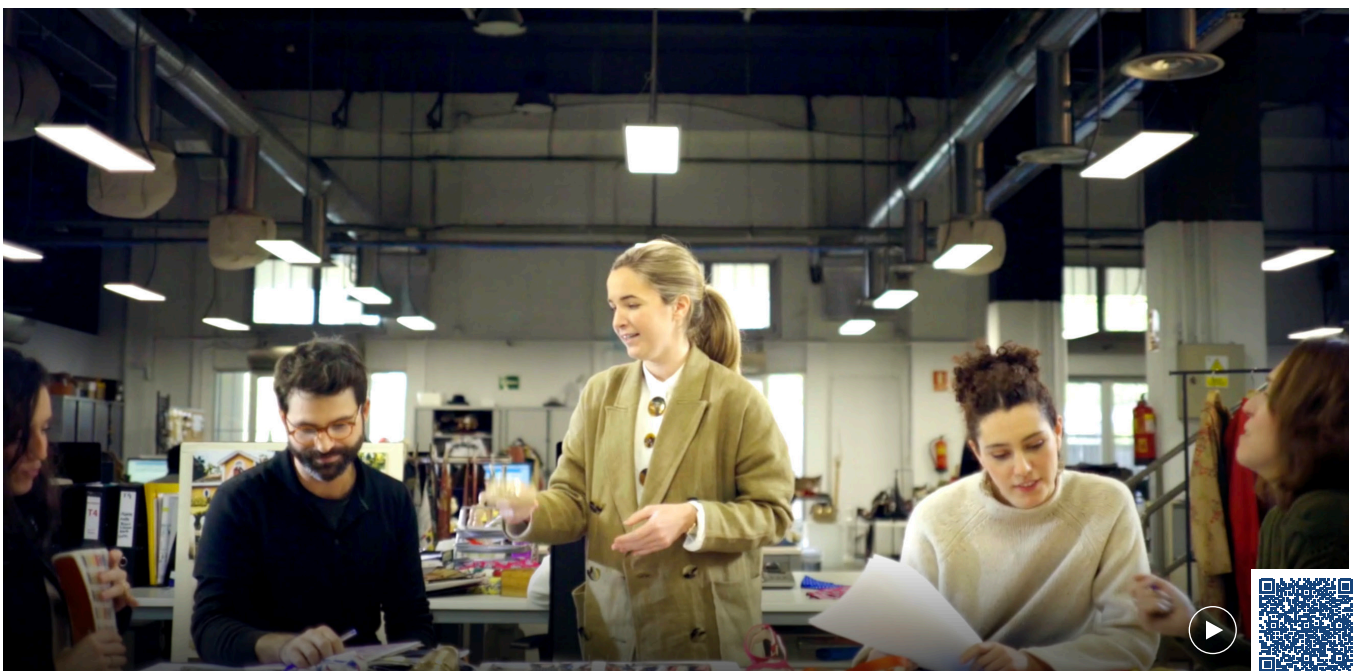
Tendam es una de las principales compañías europeas del sector moda y está especializada en la gestión de marcas en el segmento premium mass market

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

La compañía cuenta con 5 marcas: Cortefiel, Pedro del Hierro, Springfield, Women'secret y Fifty

Cada una de las marcas que conforman Tendam se dirige a un público específico y cuenta con sus propios equipos creativos, de diseño, comerciales y de gestión. En los servicios centrales de la matriz confluyen las funciones administrativas, financieras, tecnológicas, de expansión, aprovisionamiento, operaciones y política de recursos humanos, que dan soporte a cada una de las marcas. Esta estructura permite gestionar un modelo de negocio multiformato de forma eficiente.

Madrid acoge a su sede central, pero cuenta con oficinas en Barcelona y algunas ciudades europeas para la gestión de su red de tiendas propias. Para la gestión de su cadena de suministro global, la compañía tiene, además, oficinas internacionales en Hong Kong, India y Bangladesh.



Enlace al video

Nuestras cifras



1880

Año de fundación



5

Marcas



1.150

Mill. de € facturación



38

Mercados online



84

Países donde tiene presencia

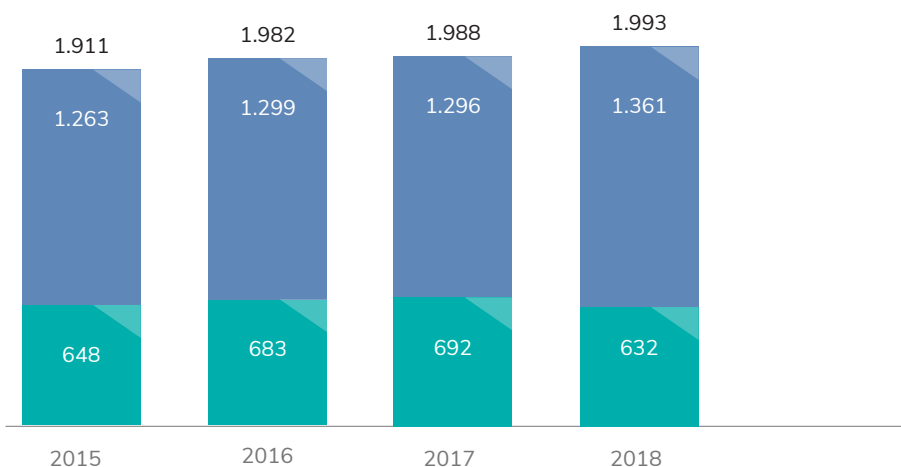


90

Millones de prendas

Evolución puntos de venta

(Datos a 28 de febrero de 2019)



1.993

puntos de venta

- Tiendas propias ◆
- Franquicias ◆

Nuestras personas



10.647

Empleados



7.434

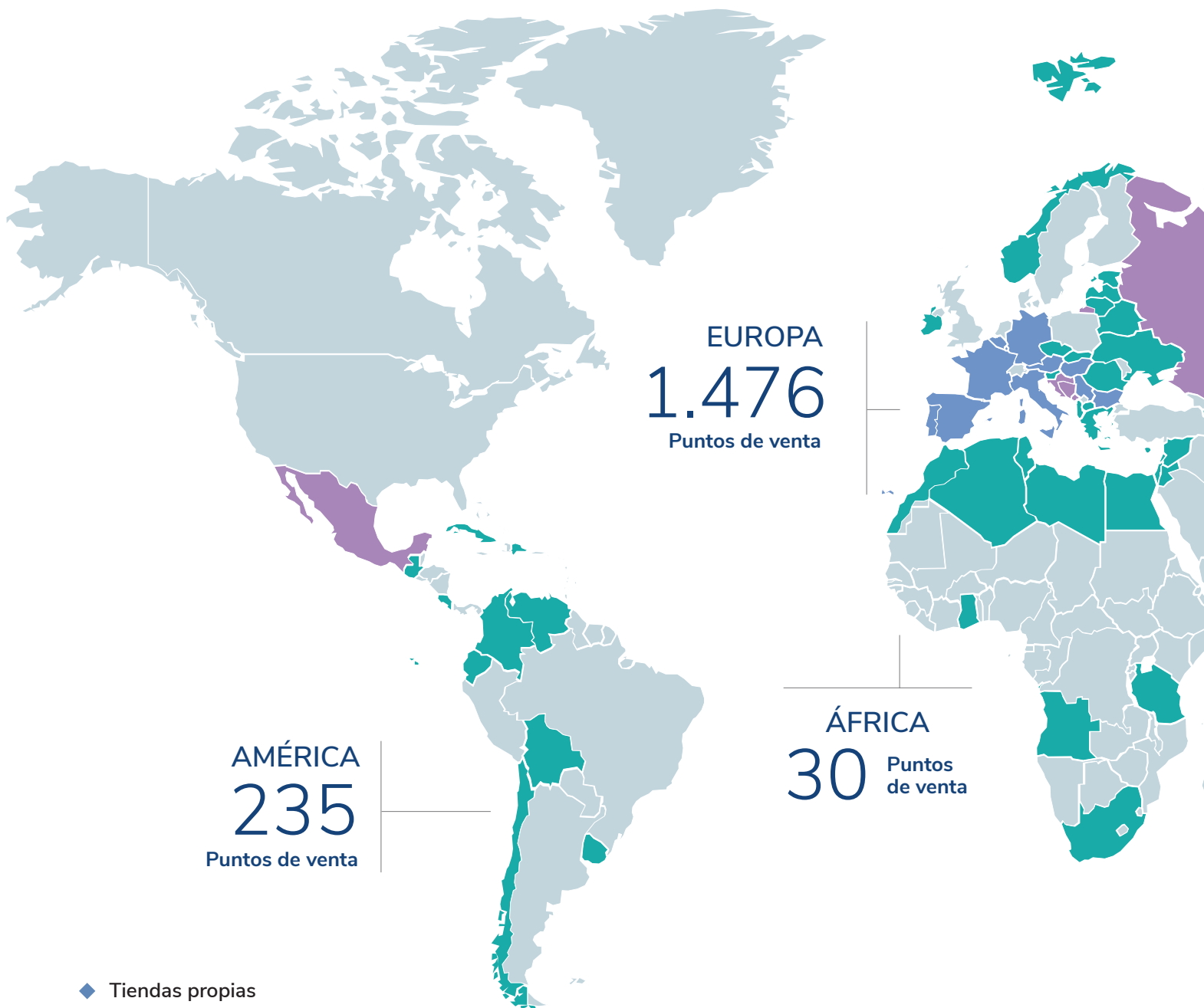
Empleados en España



83%

Mujeres

Tendam en el mundo



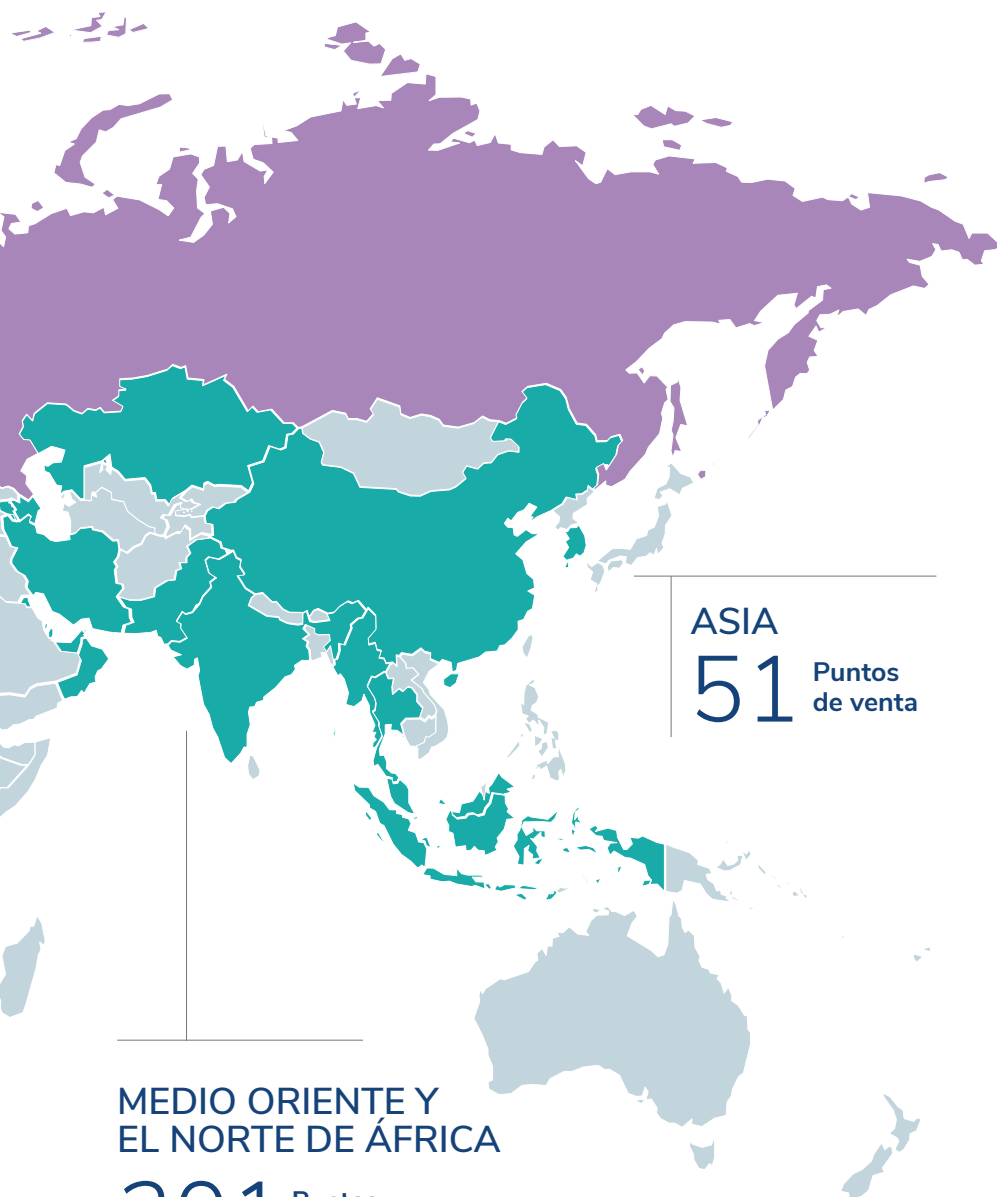
84
Países



casi **2.000**
puntos de venta



Mercados online:
38



ASIA
51 Puntos de venta

MEDIO ORIENTE Y EL NORTE DE ÁFRICA

201 Puntos de venta



1.361

Tiendas de gestión propia



632

Franquicias

Tiendas propias

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

Franquicias

- Albania
- Andorra
- Angola
- Arabia Saudí
- Argelia
- Armenia
- Austria
- Azerbaijain
- Barén
- Bermudas
- Bielorusia
- Birmania
- Bolivia
- Bosnia
- Chile
- Chipre
- Colombia
- Costa rica
- Croacia
- Cuba
- Curaçao
- Ecuador
- Egipto
- Emiratos Árabes Unidos
- Eslovaquia
- Eslovenia
- Estonia
- Filipinas
- Georgia
- Ghana
- Gibraltar
- Grecia
- Guatemala
- India
- Indonesia
- Irán
- Iraq
- Irlanda
- Isla Reunión
- Islandia
- Italia
- Jordania
- Kazajistán
- Kuwait
- Letonia
- Líbano
- Libia
- Macedonia
- Malta
- Marruecos
- Mauricio
- México
- Montenegro
- Omán
- Pakistán
- Panamá
- Paraguay
- Perú
- Qatar
- República Checa
- República dominicana
- Rumanía
- Rusia
- Serbia
- Túnez
- Ucrania
- Uruguay
- Venezuela

Tiendas propias

EUROPA	CTF	PDH	SPF	WS	FF	Total
Alemania	-	-	9	-	-	9
Bélgica	-	-	17	12	-	29
Bosnia	1	-	6	5	1	13
Bulgaria	1	-	2	1	-	4
Croacia	-	-	9	10	-	19
España	142	7	322	298	53	822
Francia	-	-	59	6	-	65
Hungría	-	-	13	12	-	25
Italia	-	-	55	-	-	55
Luxemburgo	-	-	5	1	-	6
Montenegro	1	-	1	1	-	3
Portugal	23	-	64	54	10	151
Rusia	-	-	28	60	-	88
Serbia	1	-	17	17	1	36

AMÉRICA	CTF	PDH	SPF	WS	Total
México	-	-	20	16	36



Franquicias

EUROPA	CTF	PDH	SPF	WS	Total
Albania	1	-	1	1	3
Andorra	2	-	4	2	8
Armenia	-	-	-	2	2
Austria	-	-	1	1	2
Bielorusia	-	-	1	7	8
Bosnia	-	-	1	-	1
Chipre	11	-	14	6	31
Croacia	-	-	-	1	1
Eslovaquia	-	-	2	1	3
Eslovenia	-	1	3	2	6
Estonia	2	-	3	5	10
Georgia	-	-	-	1	1
Gibraltar	-	-	1	1	2
Grecia	-	-	1	5	6
Irlanda	-	-	12	-	12
Islandia	1	-	1	1	3
Italia	-	-	-	1	1
Letonia	1	-	1	2	4
Macedonia	-	-	4	2	6
Malta	1	-	3	3	7
Montenegro	-	-	-	1	1
Rep. Checa	-	-	2	1	3
Rumanía	-	-	-	3	3
Rusia	-	-	5	2	7
Serbia	-	-	2	1	3
Ucrania	-	-	7	10	17

AMÉRICA	CTF	PDH	SPF	WS	Total
Bermudas	-	-	-	1	1
Bolivia	2	1	2	2	7
Chile	5	-	-	17	22
Colombia	-	-	-	10	10
Costa Rica	1	1	6	6	14
Cuba	-	-	1	1	2
Curaçao	1	-	1	1	3
Ecuador	-	-	18	9	27
Guatemala	1	1	1	-	3
México	12	-	23	26	61
Panamá	-	-	-	1	1
Paraguay	-	-	1	2	3
Perú	10	-	12	2	24
Rep. Dominicana	1	-	2	2	5
Uruguay	-	-	2	-	2
Venezuela	3	-	5	6	14

ÁFRICA	CTF	PDH	SPF	WS	Total
Angola	7	-	7	7	21
Ghana	-	-	2	1	3
Isla Reunión	-	-	2	2	4
Mauricio	-	-	-	2	2



Nuestras marcas

C O R T E F I E L

Pedro del Hierro

SPRINGFIELD

women'ssecret

FIFTY

Franquicias

ORIENTE MEDIO Y NORTE DE ÁFRICA	CTF	PDH	SPF	WS	Total
Arabia Saudí	9	-	12	37	58
Argelia	1	-	1	4	6
Baréin	-	-	-	1	1
Egipto	2	-	7	6	15
Emiratos Árabes	-	-	14	13	27
Irán	5	-	15	7	27
Iraq	1	-	1	1	3
Jordania	6	-	4	-	10
Kuwait	-	-	2	8	10
Líbano	7	-	12	6	25
Libia	-	-	1	-	1
Marruecos	-	-	-	3	3
Omán	-	-	-	2	2
Qatar	-	-	3	5	8
Túnez	-	-	3	2	5

ASIA	CTF	PDH	SPF	WS	Total
Azerbaijan	-	-	-	3	3
Birmania	-	-	3	1	4
Filipinas	2	8	8	4	22
India	-	-	3	3	6
Indonesia	-	-	-	3	3
Kazajistán	-	-	5	-	5
Pakistán	3	3	-	2	8

C O R T E F I E L

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

Década tras década, Cortefiel se ha convertido en una marca consolidada y en todo un referente de moda que se ha ido adaptando y renovando las tiendas y colecciones para cubrir cualquier momento de uso. Su experiencia y servicio al cliente le ha llevado a obtener la confianza y fidelidad de sus compradores y hoy forman un Club de más de seis millones de socios.

La elegancia natural que transmiten sus prendas y la gran variedad de productos le han llevado a convertirse en una marca consolidada y un referente de moda que ha ido creciendo hasta alcanzar más de 260 puntos de venta en más de 30 países, tanto tiendas propias como franquicias.



Enlace al video



1945

Año de fundación



267

Puntos de venta



32

Países



312,9

Millones de euros de facturación



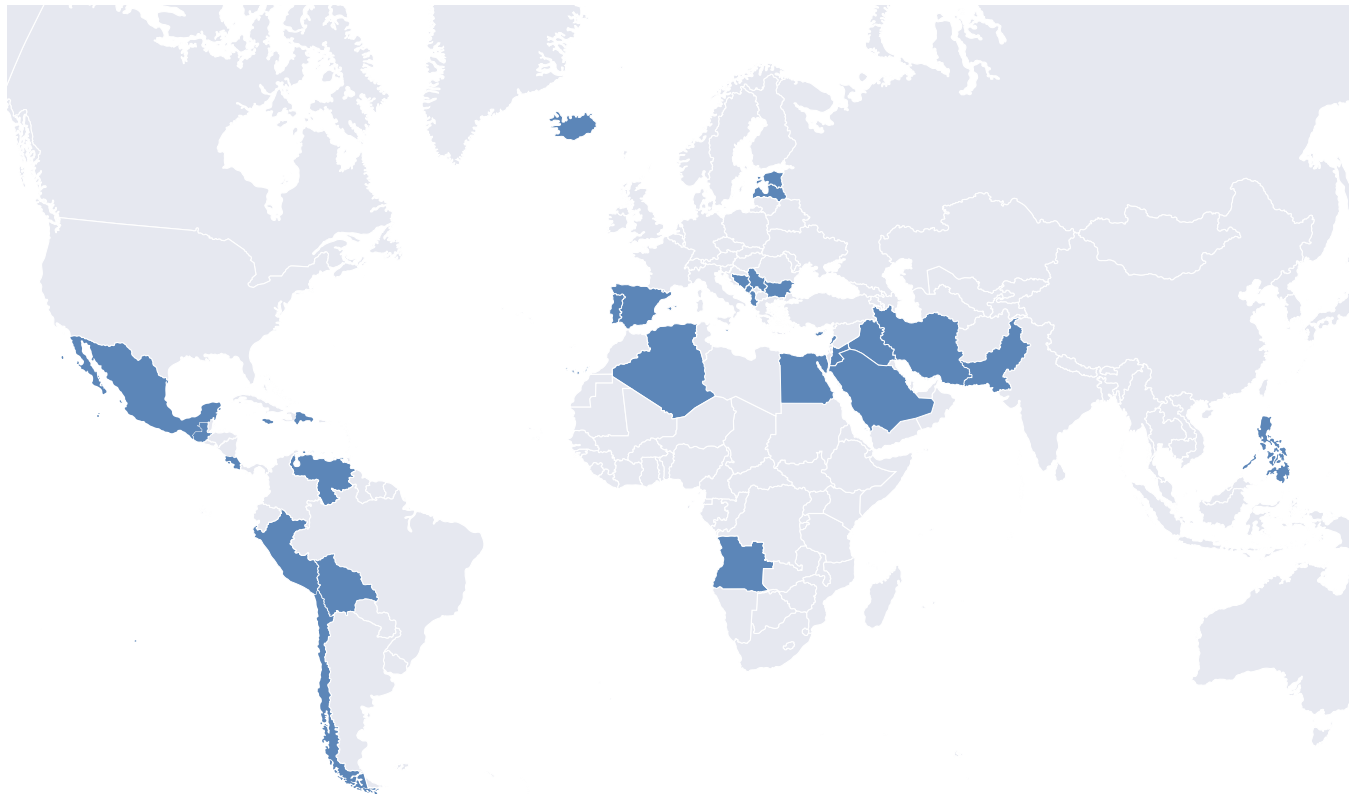
27,19%

Facturación sobre el total de Tendam



2.129

Empleados en España



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



Pedro del Hierro

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

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

El concepto y la personalidad de la marca se basan en valores como la tradición, la cultura, la arquitectura y el arte, pero, sobre todo, se mantiene en el ADN de la marca el legado del diseñador. Un símbolo de la herencia artesanal española. Pedro del Hierro es una marca exclusiva para amantes de la belleza.

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

Pedro del Hierro



Enlace al video



1992

Año de
incorporación



289

Puntos de venta



33

Países



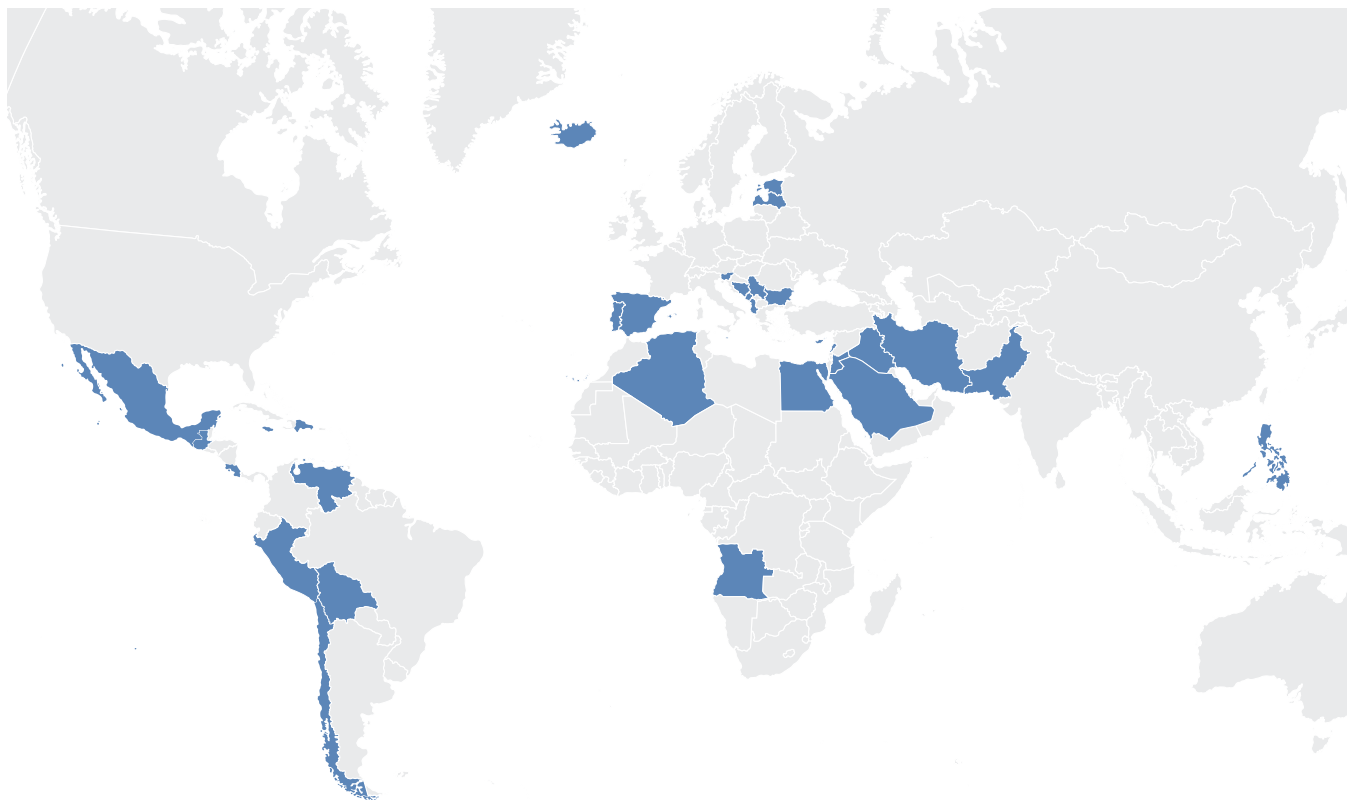
22

Tiendas
Independientes
(PdH Woman)



46

Empleados
en España
PDH Woman



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

*Tiendas PdH Independientes + puntos de venta Cortefiel



SPRINGFIELD

De espíritu europeo, Springfield nace en 1988 como marca de casualwear ofreciendo un estilo urbano, atractivo y contemporáneo, dirigida a hombres y mujeres en todo el mundo entre los 25-35 años.

Una marca para gente real y con actitud en su día a día, que está fuertemente comprometida con una nueva generación de exigentes consumidores a los que ofrece un enfoque atractivo hacia las nuevas tendencias, tanto en su lado más casual como a través de su conocido daily smart; concepto trabajado cada temporada para abordar así un estilo más formal con el que cubrir nuevas necesidades del cliente de la marca sin perder el ADN Springfield.

Colecciones "easy to wear", precios competitivos y una moda muy asequible son los conceptos clave que impulsan el rápido crecimiento y expansión de la marca. Como resultado, en 1993 Springfield da el salto internacional abriendo su primera tienda en Portugal, en 2002 nace el Club Springfield que actualmente está presente en España, Portugal, Bélgica y Francia con más de 10 millones de socios y en 2006 se lanza la línea femenina de la marca.

Actualmente Springfield está presente en 62 países con una red comercial de más de 875 puntos de venta alrededor de todo el mundo a través de tiendas propias y franquicias, así como a través de su canal de venta online, desde 2012.



1988

Año de fundación



875

Puntos de venta



62

Países



444,2

Millones de euros de facturación



38,6%

Facturación sobre el total de Tendam

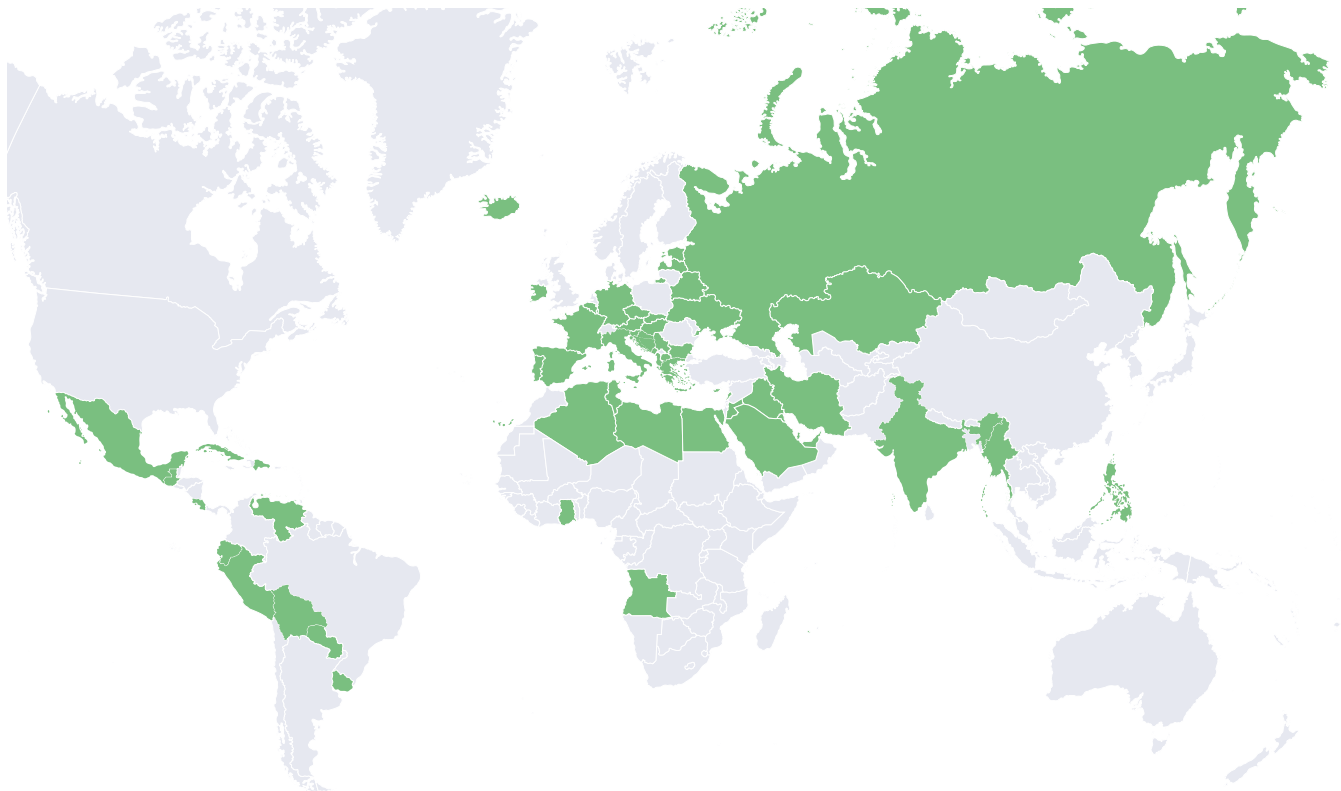


2.676

Empleados en España



Enlace al video



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



women'secret

Women'secret nace en 1993 como especialista en el sector de moda femenina. Es una marca creada por y para mujeres, especializada en ropa interior, de dormir y de baño. Capaz de mezclar prestigio, feminidad, contemporaneidad y buen precio. En 2001 inició su expansión internacional y, a día de hoy está presente en 69 países y 764 puntos de venta.

Trabajamos en crear una marca global capaz de facilitar el día a día a todas las mujeres. Creemos que es muy importante que todas las mujeres se sientan cómodas con su estilo y cuerpo, por eso cada temporada creamos una colección versátil que encaje a la perfección con nuestras clientas.

Desde hace 25 años, Women'secret mantiene un alto nivel de compromiso con la sociedad, y con causas relacionadas con temas que importan y preocupan especialmente a las mujeres. Así nació, hace cinco años, el proyecto en común con Dexeus Mujer gracias al cual se contribuye a normalizar la vida de las mujeres que han pasado por una mastectomía, con la voluntad de hacer su día a día más fácil.



Enlace al video



1993

Año de fundación



764

Puntos de venta



69

Países



312,2

Millones de euros de facturación



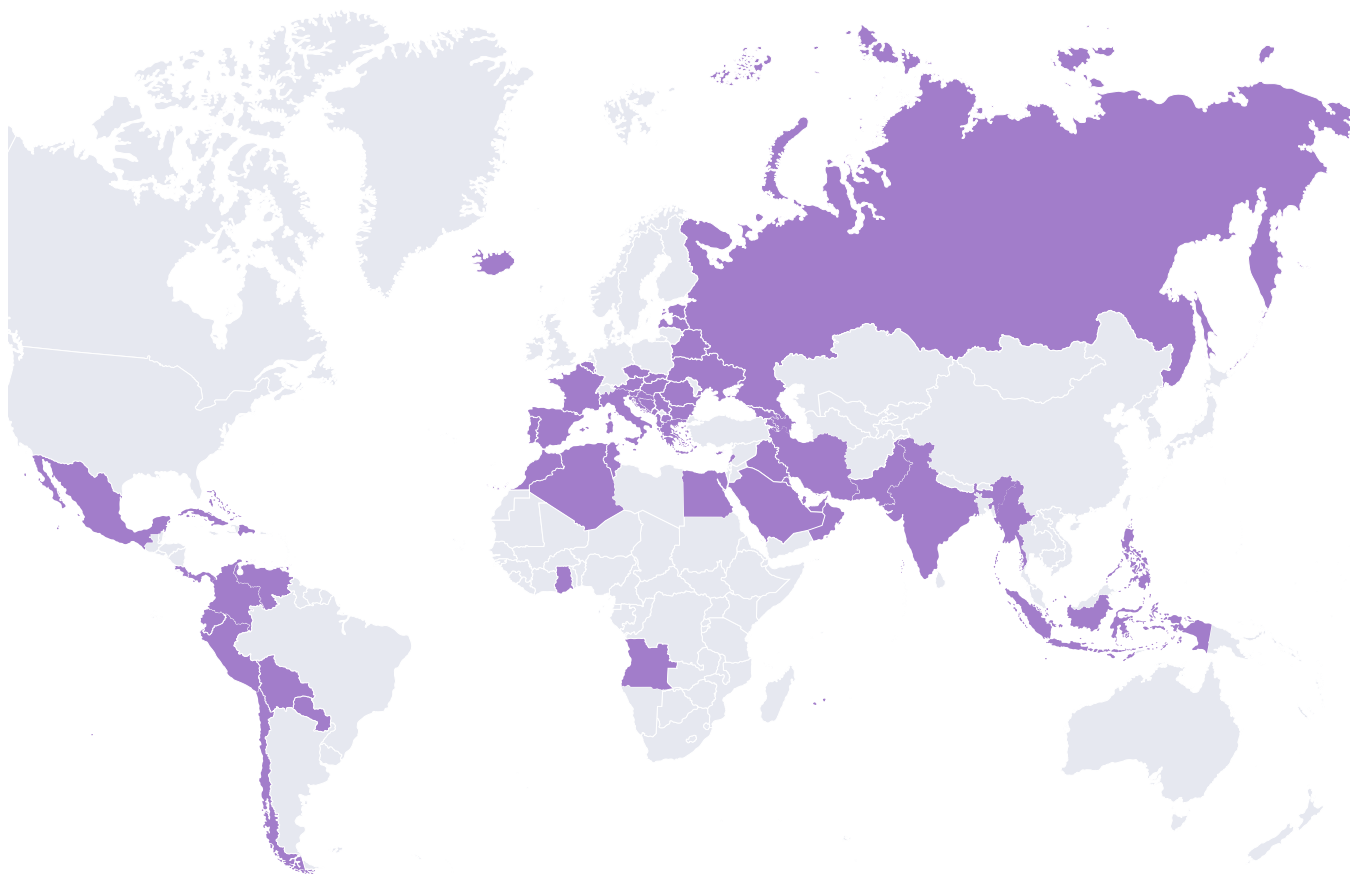
27,13%

Facturación sobre el total de Tendam



1.548

Empleados en España



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



FIFTY

La cadena multimarca de Tendam con 65 puntos de venta en España, Portugal, Bosnia y Serbia y tienda online. Ofrece a sus clientes diseños de su propia marca Milano, y productos “outlet” de Cortefiel, Pedro del Hierro, Springfield y Women’secret.

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

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



Enlace al video



1997

Año de fundación



65

Puntos de venta



4

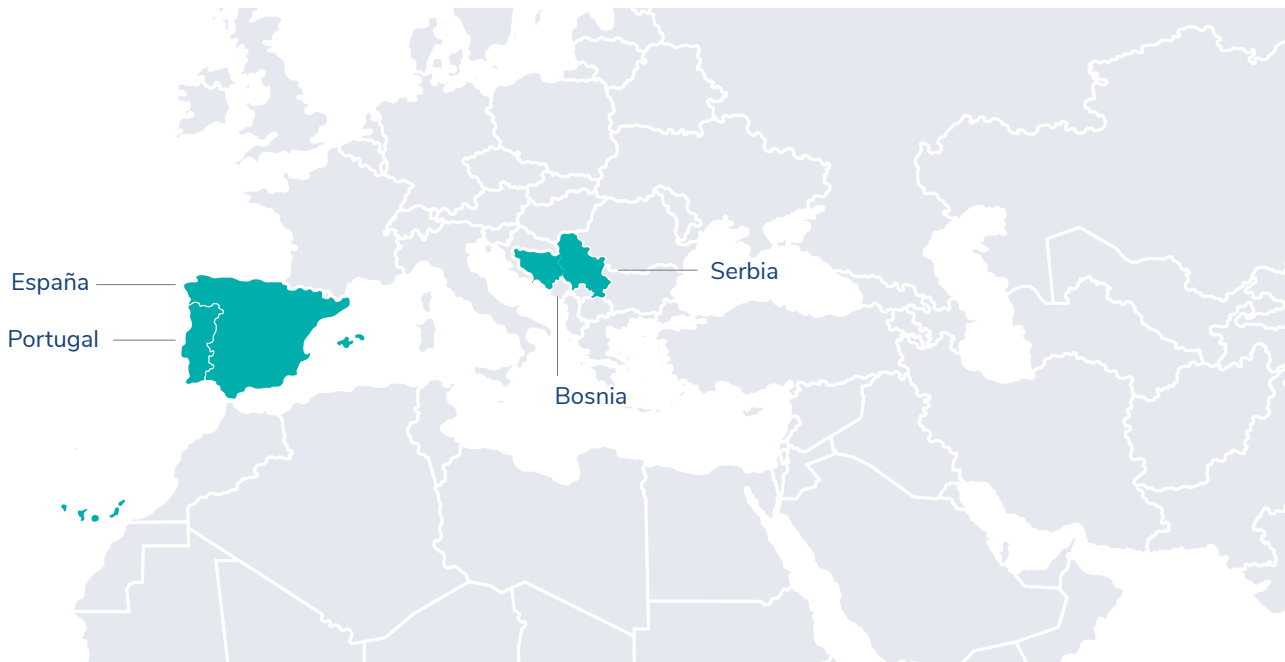
Países



599

Empleados en España

Primer Outlet multimarca especializado en moda.



Hitos del año

TENDAM

Abril

Nueva marca corporativa

Grupo Cortefiel se convierte en TENDAM, la nueva marca corporativa que engloba las marcas comerciales: Cortefiel, Pedro del Hierro, Women'ssecret, Springfield y Fifty.

World Retail Awards

Premian la positiva evolución de la compañía en la categoría 'Retail Transformation and Re-invention Award' en la XII edición de los premios del World Retail Congress.



Junio

Women'ssecret aumenta su presencia internacional

Women'ssecret pone en marcha un plan de expansión en Europa y México con la apertura de 44 puntos de venta.

Women'ssecret recibe el premio a la Innovación Empresarial

La iniciativa Cosas Que Sí Importan ha sido reconocida en la XI Edición de los Premios de Innovación Cinco Días.



Agosto

Springfield lanza R[ECO]INSIDER

Con esta colección sostenible afianza su compromiso con el medio ambiente apostando por un desarrollo sostenible que de respuesta a los requerimientos de los consumidores.

Julio

Women'ssecret dona 44.000€ para la preservación de la fertilidad a mujeres con cáncer.

La marca sigue apostando por su compromiso con la mujer y dona 44.000€ a la Fundación Dexeus Mujer como parte de la iniciativa Cosas que Sí Importan.

Pedro del Hierro desfila en la Mercedes Benz Fashion Week Madrid

La marca vuelve con nuevas propuestas tras su regreso a la pasarela nacional después de 16 años.

Septiembre

Reconocimiento por el compromiso con la igualdad

El programa Unidad de género, promovido por el Ayuntamiento de Gijón, reconoce el trabajo de la empresa por la incorporación de la igualdad de género en su gestión empresarial.

Octubre

Women'secret lleva a todas las mujeres el movimiento #Simeimporta

La marca lanza al mercado unas braguitas solidarias permitiendo que todas puedan contribuir a apoyar a mujeres que han sufrido cáncer de mama.

Presentación del estudio Hot Retail Cities

El estudio, impulsado por Tendam de la mano del IE y Cinnamon News, establece por primera vez las cien ciudades globales más atractivas para el retail.

Noviembre

Nuevas aplicaciones móviles en todas las marcas

La compañía avanza en su apuesta por una estrategia global omnicanal en la que el cliente es el centro.

Pedro del Hierro desembarca en Eslovenia

La marca abre su primera tienda donde la compañía cuenta ya con media decena de puntos de venta de Springfield y Women'secret.



Diciembre

Women'secret y Springfield apuestan por una estrategia de crecimiento internacional

Ambas suman seis puntos de venta en Costa Rica y afianzan la expansión por Europa con la llegada de ambas cadenas a Austria y Georgia.

Women'secret recibe el Premio a la marca más comprometida con la mujer

Ha sido reconocida en la tercera edición de los Premios Objetivo Bienestar por la iniciativa Cosas Que Sí Importan.

Apuesta por la innovación tecnológica en el sector de la moda en la segunda edición de Atelier by ISEM

La compañía vuelve a formar parte de Atelier by ISEM apoyando el desarrollo de proyectos empresariales tecnológicos que tengan un enfoque innovador y de las empresas de moda.



Enero

Tendam recauda 156.032€ en la XIII Edición Involucrados

La recaudación se ha repartido entre entre la Fundación Pequeño Deseo, ItWillBe, la Fundación Síndrome de Down Madrid y la Fundación Amigos de los Mayores.

Women'secret lanza su plataforma online en Rusia

La marca continúa con su plan de internacionalización y Omnicanalidad llevando al país nuevas funcionalidades.

Febrero

Tendam se adhiere al programa de empleo INSERTA de la Fundación ONCE

Con este convenio pone en marcha proyectos conjuntos encaminados a promover y lograr la integración sociolaboral de las personas con discapacidad.

Tendam certificada como Top Employer en España 2018

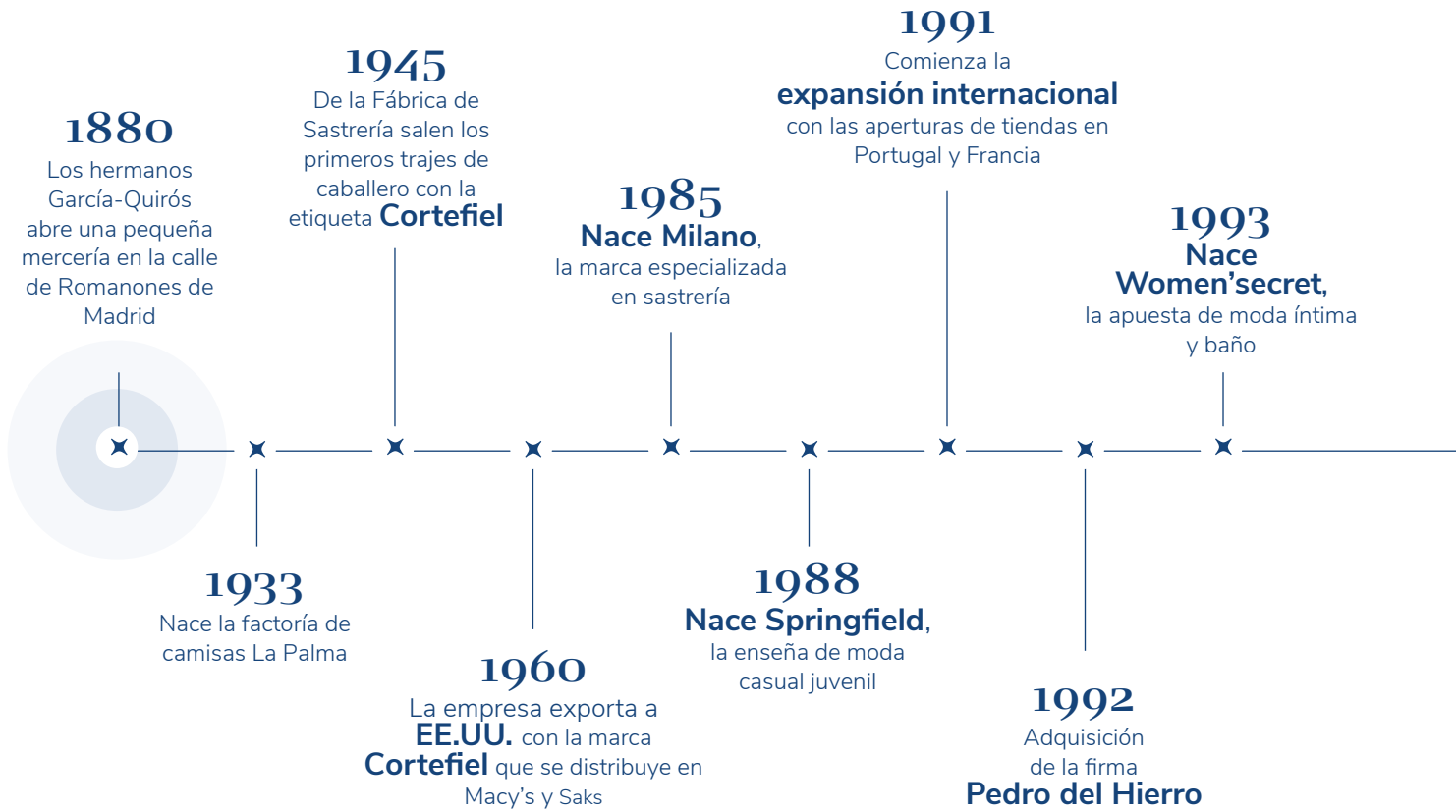
Ha sido reconocida por las buenas prácticas de Recursos Humanos apoyando y fomentando el talento y las condiciones que ofrecen a los empleados.

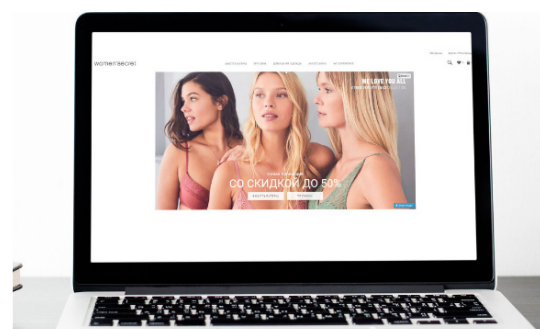
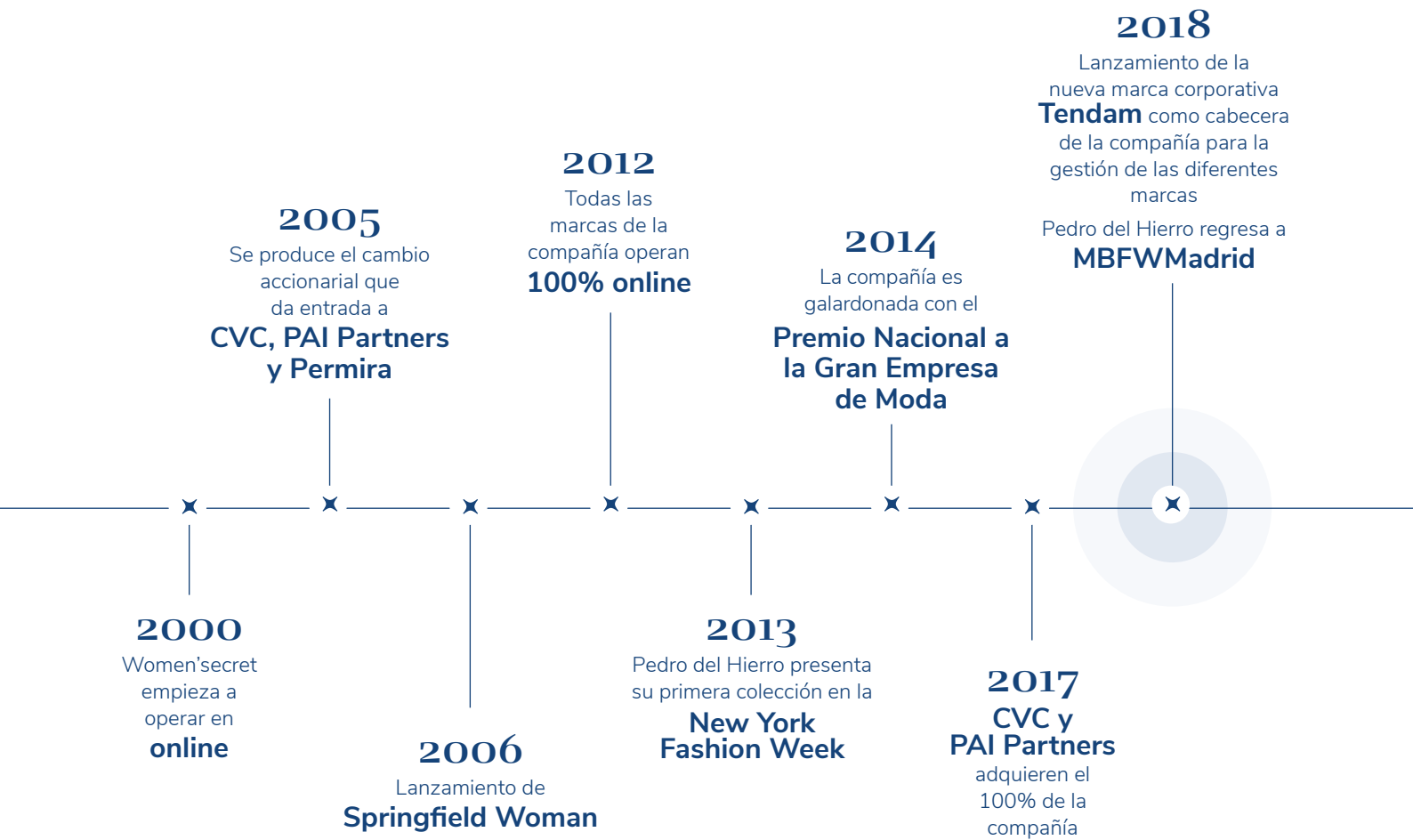
Fifty lanza nueva web y clickshopping en Portugal

Con esta nueva tecnología avanza con una serie de ventajas que aportan al cliente una mejor experiencia de compra.

138 años de historia

De Grupo Cortefiel a Tendam







An underwater photograph of a person's legs in a pool. The water is clear and blue, with light reflecting off the surface and creating ripples. The person is wearing patterned shorts and a watch on their left wrist. The text is overlaid on the image.

2.

Compromiso Sostenible

Una apuesta constante y realista
por el futuro

Misión, visión y valores

<h2>Nuestra misión</h2>	<p>Para qué trabajamos cada día</p> <p>➤ Ser un grupo líder a nivel mundial del sector moda/lifestyle, orientado a satisfacer las necesidades de nuestros clientes, hacer crecer a nuestros empleados y contribuir al desarrollo de la sociedad.</p>
<h2>Nuestra visión</h2>	<p>La meta que queremos alcanzar</p> <p>➤ Ofrecer a nuestros clientes la mejor moda; una moda global, coherente y comprometida con su estilo de vida, diferente y diversa, representada por marcas líderes a nivel internacional.</p>
<h2>Nuestros valores</h2>	<p>La manera de actuar que nos identifica</p> <p>➤ Reflejan las creencias que guían nuestro comportamiento</p>

Primero el cliente

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

Honestidad

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

Integridad

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

Excelencia

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

Innovación

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

Colaboración

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

Ambición

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

Análisis de materialidad

Principios que determinan el contenido del informe:

1 | Priorización

Siguiendo el Principio de Materialidad definido por el Global Reporting Initiative (GRI), se ha pretendido que la información presentada en este Informe de Sostenibilidad 2018 cubra los aspectos más significativos de las actividades de Tendam, tratando de ser un fiel reflejo de su actuación en el ámbito económico, social, ambiental y de gobierno corporativo.

2 | Participación de Grupos de Interés

La metodología seguida para la identificación de los asuntos relevantes, tanto para la compañía como para sus distintos grupos de interés, se ha basado en un análisis cuantitativo y cualitativo y desde una perspectiva interna y externa.

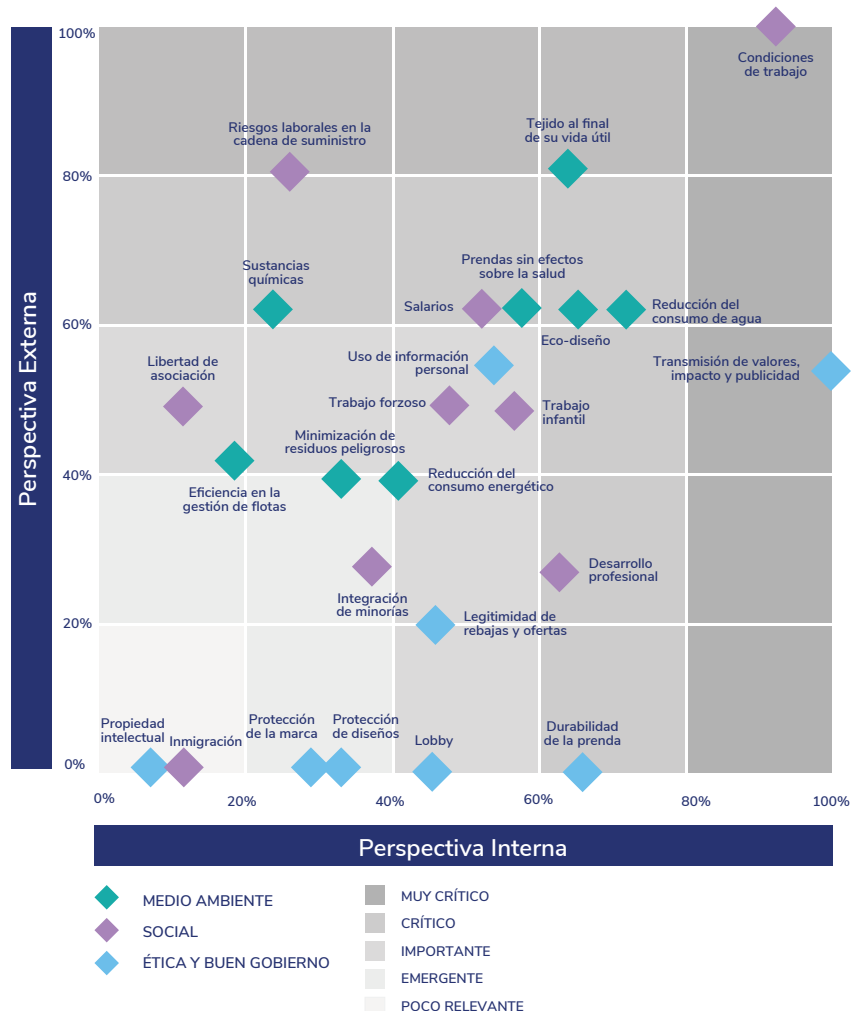
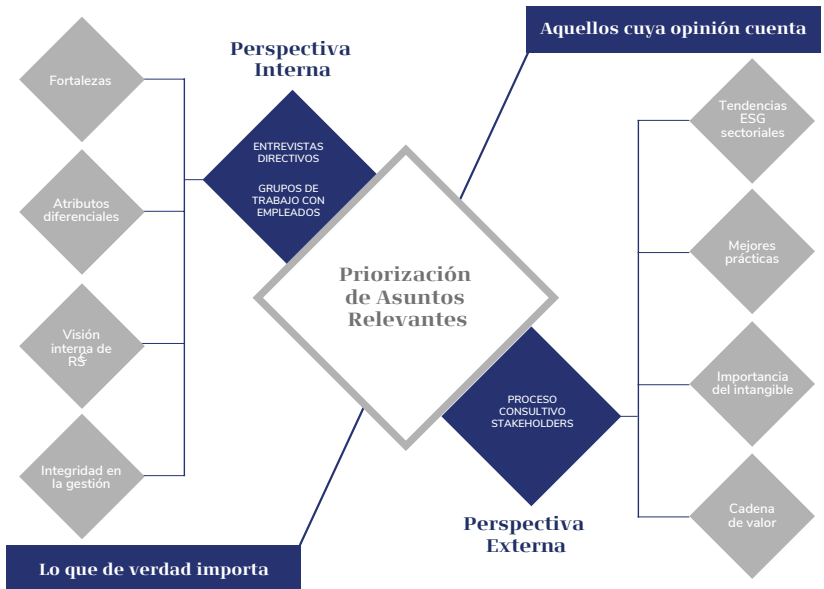
3 | Contexto Sostenibilidad

Este Análisis de Materialidad ha facilitado, no solo enfocar el contenido de este informe de manera que dé una respuesta transparente y satisfactoria a las expectativas de los diferentes públicos internos y externos de Tendam, sino también a obtener información detallada que pueda ayudarnos en el futuro a mejorar la gestión interna de los asuntos que han sido identificados como relevantes.

4 | Exhaustividad

El presente informe comprende todas las actividades de Tendam gestionadas de forma corporativa para las diferentes marcas y negocios estructurados. En el caso de limitaciones en algunos contenidos, se detallan en el apartado correspondiente del mismo o en el índice GRI.

Los resultados obtenidos al combinar la perspectiva de aquellos “cuya opinión cuenta” nos dejan ver “lo que de verdad importa”.



Enfoque sostenible

Desarrollo de soluciones adecuadas para los clientes, impulsando la creación de valor compartido a lo largo de toda la cadena de valor.

Se trabaja para integrar de forma natural la responsabilidad social en las actividades, entendiendo esta responsabilidad como una parte intrínseca de la organización, promoviendo un compromiso con el desarrollo sostenible.

Esto se articula entorno a los cinco ejes que aglutinan los asuntos más relevantes en materia de sostenibilidad, relacionados con aspectos ambientales, de la cadena de suministro y del bienestar de la plantilla.

Nuestro compromiso con la Sostenibilidad se articula en 5 líneas estratégicas

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.



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.

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



Sostenibilidad

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.



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.

Sobre 3 pilares de negocio

TRANSPARENCIA

CLIENTE

INNOVACIÓN

Con el objetivo de maximizar su impacto positivo y de integrar el comportamiento responsable con la gestión del negocio y la cuenta de resultados, Tendam trabaja para mantener una gestión responsable de su cadena de suministro; una relación cercana con sus clientes; un clima laboral que favorezca la atracción y retención del talento; un comportamiento respetuoso con el medio ambiente y una participación activa en la contribución al desarrollo económico y social de los países en los que está presente. Esto cobra una especial relevancia en un sector tan lleno de retos y oportunidades como es el sector de la moda.



Económico

La compañía trabaja para el mantenimiento de una sólida posición financiera, que le permita contar con la confianza de sus accionistas, clientes y proveedores, así como de las entidades financieras. Lo que permitirá, a su vez, generar oportunidades de crecimiento.



Medioambiental

Con el reto de minimizar el impacto ambiental de sus actividades, la compañía focaliza sus esfuerzos en el fomento de la economía circular, con el diseño sostenible de los productos y en la eficiencia energética en sus instalaciones y logística.



Laboral

La relación entre la compañía y uno de sus principales activos, como son sus empleados, viene definida por su Código de Conducta Interno y los distintos convenios colectivos establecidos. Se trabaja de forma continua, además, en el desarrollo de iniciativas que potencien su desarrollo profesional y personal así como en la promoción de la diversidad.



Derechos Humanos

Dada la relevancia que tienen para el sector textil las estrategias en materia de Derechos Humanos y laborales, el Código de Conducta Externo de Tendam se ha convertido en un factor clave para el control de la posible vulneración de estos derechos. En él se establecen los marcos de actuación de sus proveedores y se hace extensiva la estrategia en Responsabilidad Social Corporativa a lo largo de su cadena de suministro.



Sociedad

El código de Conducta Interno de Tendam refleja sus valores corporativos y su compromiso con la integridad, la ética y la responsabilidad en la forma de actuar y en la toma de decisiones en la compañía. Con el objetivo de maximizar su impacto en la sociedad, y gracias a la repercusión que tiene la compañía a través de sus puntos de venta y sus clientes, se ha llevado a cabo una apuesta por la acción social. La implicación de los empleados y clientes resulta clave para la consecución de los objetivos establecidos.



Productos

La comunicación con los clientes está basada en la transparencia y los principios éticos que rigen el comportamiento de la compañía. Para velar por la seguridad de sus clientes, la compañía somete a sus prendas a los más rigurosos controles de calidad y se verifica la inexistencia de sustancias nocivas para la salud o que perjudiquen el medio ambiente.

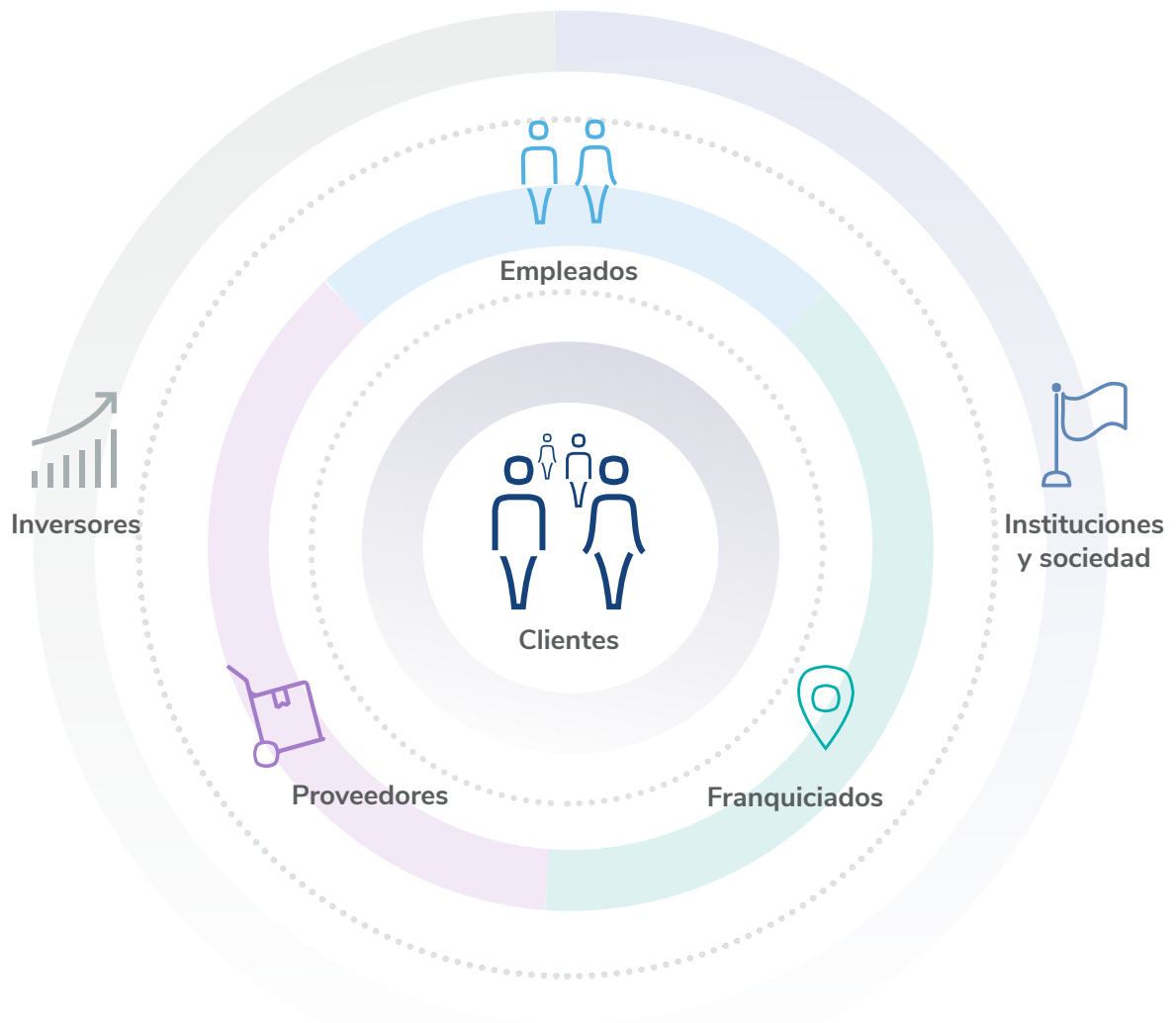
Relación con los grupos de interés

La compañía trabaja procurando una relación cercana con todos los grupos de interés, entendidos como los individuos y organizaciones que afectan de manera directa o indirecta a la actividad de la compañía y/o se ven afectados por la misma.

Se apuesta por un modelo de negocio, donde la escucha de los grupos de interés permite aprovechar las oportunidades que otorga el mercado. La compañía apuesta por un diálogo bidireccional y transparente que permita afrontar los retos y oportunidades que surgen en el desarrollo de la actividad.

La compañía pone a disposición de sus principales grupos de interés varios canales de comunicación, que fomentan la participación e implicación, y que impulsan un marco de relaciones basados en la transparencia, la mejora continua y el dialogo fluido y constante.

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



Nuestros grupos de interés

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

Contribución al desarrollo sostenible

Desde Tendam se han incorporado a la estrategia empresarial los Objetivos de Desarrollo Sostenible aprobados por la ONU, siendo conscientes del papel que la compañía juega en el escenario de oportunidad que plantean en favor de las personas y del planeta.



ODS. 1



FIN DE LA POBREZA

- ◆ El compromiso con este Objetivo se manifiesta a través de distintas acciones de carácter social, como es el caso del proyecto **Involucrados**.

En 2018, se ha conseguido recaudar **156.000 €** en los Rastrillos Solidarios, gracias al trabajo voluntario de los empleados y las ONGs beneficiarias, permitiendo impulsar proyectos de ayuda para erradicar la pobreza apoyando a entidades como Itwillbe, Amigos de los mayores y la Asociación de Síndrome de Down Madrid.

156.000€
recaudados

Más de
80 voluntarios
en el proyecto

ODS. 3



SALUD Y BIENESTAR

- ◆ Women'secret ha impulsado el **Movimiento #Simeimporta** con el que pone a la venta sujetadores adaptados a mujeres afectadas por cáncer de mama.
- ◆ Como parte del Plan Saludable la compañía se ha adherido a **Gympass**, una red de gimnasios económicos, con los que se promueve un estilo de vida activo.
- ◆ Se promueve un ambiente de trabajo seguro y saludable para los empleados a través del **Servicio de Prevención de Riesgos Laborales** y **Servicio Médico** en las oficinas centrales.
- ◆ La compañía asegura el cumplimiento de unos requisitos laborales adecuados en la **cadena de suministro** a través del proceso de **auditoría social** de los proveedores y fábricas.

40.000
sujetadores adaptados
vendidos

Más de
200 personas
registradas en gympass

ODS. 5**IGUALDAD DE GÉNERO**

- ◆ La compañía es una firme defensora del papel de la mujer en su actividad, y por ello asume a través de su **Plan de Igualdad** el compromiso de desarrollar relaciones laborales basadas en la igualdad de oportunidades y la no discriminación.
- ◆ Durante este año, la compañía ha participado en diversas iniciativas, como **Business Women Empowerment**, donde busca dar visibilidad a mujeres empresarias y directivas.

83%
de mujeres en plantilla

ODS. 8**TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO**

- ◆ Todos los proveedores de prendas y productos textiles de la compañía trabajan bajo valores y compromisos establecidos en el **Código de Conducta de Tendam**.
- ◆ Sumando Oportunidades es un programa pensado para integrar a jóvenes en riesgo de exclusión y ofrecerles la oportunidad de desarrollar una carrera en retail.
- ◆ Tendam se adhiere al programa de empleo **INSERTA** de la **Fundación ONCE** para promover la integración sociolaboral de las personas con discapacidad.
- ◆ La compañía se compromete a garantizar el trabajo decente en toda su **cadena de suministro**, asegurando las medidas efectivas para erradicar el **trabajo forzoso, la esclavitud y el tráfico humano**.

100%
de los proveedores aceptan el Código de Conducta

47%
de los alumnos de Sumando Oportunidades se han incorporado con un contrato laboral

ODS. 12**PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES**

- ◆ En el marco del ecodiseño, Springfield cuenta con la Colección **R[ECO]NSIDER** y con la línea **Jeans H2Ø**, apostando por nuevos tejidos sostenibles y el menor uso de agua y energía.
- ◆ En toda la red de ventas se promueven medidas que aseguren el uso racional y eficiente de la energía, implantando medidas de **ahorro energético** basadas en la tecnología.
- ◆ Fomento de la formación para el diseño responsable a través del Aula de Sostenibilidad y Ecodiseño en la Universidad Politécnica de Madrid.

2,3
Millones
de prendas responsables con el medio ambiente

ODS. 17**ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS**

Tendam colabora con los grupos de interés estableciendo alianzas para lograr los Objetivos de Desarrollo Sostenible. En 2018 destacan las alianzas con amfori, Cotton made in Africa, Inserta, la Fundación Dexeus Mujer, Atelier by ISEM, el Aula de Sostenibilidad de la UPM y el Business Women Empowerment entre otros



3.

Gobierno Corporativo

Orientado hacia el interés de la
Sociedad y de sus accionistas

La compañía está comprometida con la incorporación de las mejores prácticas y recomendaciones, nacionales e internacionales, en materia de buen gobierno, comportamiento ético y cumplimiento normativo.

Estructura de la propiedad

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

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

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

Estructura de gobierno

La Junta General

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

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

La Junta General Ordinaria de Accionistas que aprobó las cuentas anuales del ejercicio 2017 se celebró el viernes 31 de agosto de 2018. Con fecha 17 de mayo de 2018 se celebró Junta General Extraordinaria de Accionistas, para la aprobación del cambio de denominación a Tendam.

El Consejo de Administración

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

La Comisión de Auditoría supervisa la elaboración y presentación de la información financiera, vigila el cumplimiento de los requerimientos legales y supervisa y evalúa los sistemas de gestión de riesgos y gobierno corporativo de la Compañía.

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 8 miembros: Presidente, Consejero Delegado y tres consejeros en representación de cada uno de los accionistas de control. La Secretaria del Consejo no tiene la condición de consejera. El 12,5% de sus integrantes (el 22,2% incluyendo a la Secretaria del Consejo), son mujeres.

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

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

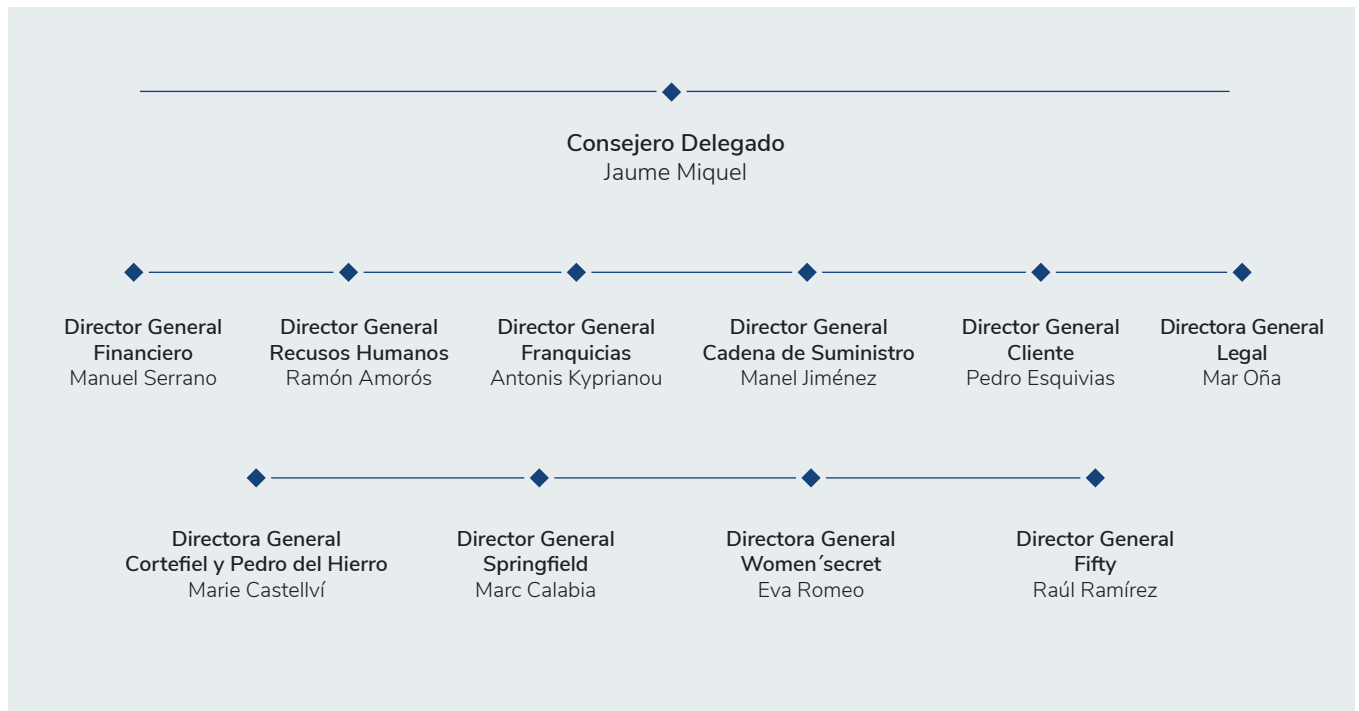
- Presidente** ◆ **Miguel Ibarrola López**
 Presidente de la compañía desde mayo de 2016, ha sido miembro del Consejo de Administración de Berlys, consejero delegado de Grupo Zena durante doce años y director financiero y vicepresidente de operaciones España en Campofrío, entre otros. Es licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Sevilla y cuenta con un MBA por el IESE.
- Consejero Delegado** ◆ **Jaume Miquel Naudí**
 Consejero delegado desde agosto de 2016, fue director general de las marcas Cortefiel y Pedro del Hierro, y Women'secret. Previamente desempeñó cargos de responsabilidad en Timberland, Dockers y Levi Strauss, entre otras. Es licenciado en Ciencias Económicas por la Universidad de Barcelona y posee un programa de desarrollo directivo en Administración de Empresas por el IESE.
- Consejero** ◆ **Federico Conchillo Armendariz**
 Socio de Abac Capital, de 2007 a enero de 2019 fue socio de PAI Partners. Inició su carrera profesional en Boston Consulting Group y posteriormente trabajó en Merrill Lynch. Estudió Economía Aplicada en la Katholieke Universiteit Leuven en Bélgica y cuenta con un MBA en la Universidad de Chicago GSB.
- Consejero** ◆ **Theatre Directorship Services Delta, S.A.R.L., representada por:**
Álvaro Sendagorta Cudos
 Director de inversiones de CVC. Antes de incorporarse a la firma en 2015, trabajó en McKinsey & Co. durante cuatro años. Es licenciado en Ingeniería Aeronáutica y Espacial por la Universidad Politécnica de Madrid y cuenta con un MBA por la Harvard Business School.
- Consejera** ◆ **Laura Muries Fenoll**
 Socia de PAI Partners, entró a la compañía en 2007. Comenzó su carrera profesional en el departamento de Banca de Inversión de Merrill Lynch en Madrid, Es licenciada en Administración y Dirección de Empresas y Derecho por la Universidad Carlos III de Madrid.
- Consejero** ◆ **Theatre Directorship Services Beta, S.A.R.L. representada por:**
José Antonio Torre de Silva y López de Letona
 Socio de CVC, firma a la que se unió en el año 2000. Antes de incorporarse a CVC, trabajó en Paribas. Es licenciado en Ingeniería Industrial por la Escuela Técnica Superior de Ingeniería ICAI y cuenta con un MBA por el IESE (Barcelona).
- Consejero** ◆ **Fabrice Andre Paul Fouletier**
 Socio de PAI Partners, se unió a la firma en 2001 como miembro del equipo de Retail y Distribución. Comenzó su andadura profesional en Bankers Trust / Deutsche Bank, y posteriormente en el Grupo de Financiación de Adquisiciones Europeas de la entidad en París y Londres. Se licenció por la HEC de París en 1998.
- Consejero** ◆ **Theatre Directorship Services Alpha, S.A.R.L., representada por:**
Javier de Jaime Gujardo
 Socio director de CVC. Antes de entrar en CVC en 1997, Javier trabajó en 3i Plc en Madrid durante cinco años y en el Reino Unido durante dos años. Es licenciado en Derecho por la Universidad de Icade en Madrid y posee un MBA por la Houston University (EE. UU.).
- Secretaria No consejera** ◆ **Mar Oña**
 Secretaria no consejera de la compañía desde diciembre de 2018, anteriormente fue secretaria general y del consejo de Administración de Prosegur Cash. Previamente trabajó en el bufete británico Clifford Chance. Es licenciada en Derecho por la Universidad Autónoma de Madrid y posgrado en Derecho Internacional por la Bucerius Law School de Hamburgo (Alemania).

El Comité de Dirección

El Comité de Dirección es el 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, un 27,3% de los cuales son mujeres.



Remuneración de consejeros y alta dirección

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

De conformidad con lo anterior, el Presidente del Consejo percibe una cantidad fija en concepto de honorarios por servicios profesionales y el Consejero Delegado, una retribución por sus funciones ejecutivas consistente en una cantidad fija, más una cantidad variable en función de objetivos, teniendo además derecho a indemnización por extinción de su relación con la Compañía y a una compensación por sus obligaciones de no competencia post-contractual.

La remuneración de la alta dirección también incluye, además de una cantidad fija, 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 2018, la remuneración de los consejeros y altos directivos de la Compañía, por todos los conceptos, asciende a un total de 3.915.903 euros brutos al año. Desagregada por sexo, asciende a un total de 353.180 euros brutos anuales, de media, en el caso de los hombres y 303.408 euros en el caso de las mujeres.

Conflictos de interés

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



Ética corporativa y cumplimiento normativo

El comportamiento ético y el cumplimiento de la normativa vigente son esenciales en la cultura y estrategia de la Compañía. Tendam exige de todos los miembros de sus órganos de gobierno, directivos y personal, un compromiso de actuación ética y de estricto cumplimiento de la legalidad en el desarrollo de sus actividades.

Código de Conducta y Programa de Cumplimiento

El Código de Conducta Interno es la norma fundamental de Tendam. Establece los valores, principios y pautas de comportamiento que la Compañía exige de todos los profesionales que la integran, basándose en principios de transparencia, integridad, ética y responsabilidad.

El Código de Conducta detalla las pautas de conducta exigibles en materia de conflictos de interés, corrupción, fraude, privacidad o relaciones con clientes y proveedores, entre otras.

Estos compromisos son posibles gracias a un extenso programa formativo, en el que participan periódicamente, desde el propio Comité de Dirección, pasando por otros directivos y mandos intermedios, distintos colectivos de la Compañía.

Tendam extiende el compromiso con estos valores a su cadena de suministro a través del Código de Conducta Externo, que impone a proveedores y franquiciados los mismos principios de transparencia, integridad, ética y responsabi-

lidad. La aceptación formal obligatoria del Código de Conducta Externo por parte de los proveedores mejora la trazabilidad del proceso.

Tendam dispone igualmente de un Programa de Cumplimiento que establece medidas de control diseñadas para prevenir y gestionar riesgos de incumplimiento de la normativa vigente. Establece principios de comportamiento, entre otros, en materia de anticorrupción y prevención de delitos, defensa de la competencia y competencia desleal, protección de datos o blanqueo de capitales.

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

Formación del Código de Conducta



2.118
Empleados
formados



4.236
Horas de
formación

Canal de Denuncias

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

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

Durante el ejercicio 2018 el Canal de Denuncias ha recibido 1.435 visitas y se han reportado 29 incidencias, todas ellas relativas a temas laborales y de gestión. De ellas, un 83% se ha resuelto confirmándose la incidencia reportada y aplicándose las medidas disciplinarias correspondientes. Esto supone un ratio de 0,22% denuncias por empleado.

La compañía no ha recibido ninguna denuncia por vulneración de Derechos Humanos.

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 aceptar obsequios cuyo valor exceda el importe máximo autorizado.
- ◆ Reembolso de gastos vinculado y condicionado a la previa entrega de la correspondiente factura o recibo.

Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro

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

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

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

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

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

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.

Gestión de riesgos

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

La Compañía cuenta con un mapa de riesgos, agrupados en distintas categorías, cuya supervisión corresponde a la Comisión de Auditoría y Riesgos. A ella corresponde su evaluación y clasificación, en función de su impacto potencial, de su probabilidad y del nivel de preparación del Grupo para hacerles frente, así como la determinación de las medidas para mitigar o corregir su impacto, además de los correspondientes sistemas y medidas de control y gestión. El mapa de riesgos se somete periódicamente a revisión con el objetivo de mantenerlo actualizado.

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

El sistema de gestión de riesgos de la compañía se articula en torno a una serie de principios básicos:

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

En función de su naturaleza, los riesgos pueden agruparse en cuatro grandes categorías:

1. Riesgos estratégicos

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

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

La apuesta por la integración de canales de venta (omnicanalidad) y por las nuevas tecnologías representan una vía de diversificación de riesgo.

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

2. Riesgos operativos y de desarrollo de negocio

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

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

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

3. Riesgos de cumplimiento y reputacionales

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

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

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

4. Riesgos financieros y de reporting

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

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



4.

Nuestros clientes

Nuestro modelo de negocio
está pensado y diseñado para
los clientes.



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

Omnicanalidad y experiencia de cliente

La mejora de la experiencia de compra de los clientes es apostar por una experiencia omnicanal, que supone la total integración de los puntos de venta físicos y los canales online. Los clientes están cada vez más conectados y demandan poder realizar sus compras de forma rápida y eficiente, buscando una mayor flexibilidad.

Tendam apuesta por una cultura de empresa omnicanal, asegurando un alto nivel en la calidad del servicio, tanto en la venta offline como en la online. Se tienen en cuenta todos los detalles para crear una excelente experiencia de compra para el cliente. Desde el año 2012 **todas las marcas de la compañía disponen de canal ecommerce y actualmente operan en 38 mercados online**. Desde entonces, las ventas online han mantenido un constante crecimiento que se ha incrementado considerablemente para todas las marcas en los últimos ejercicios.

En 2018, las ventas online han crecido un 30% y representan el 8% de la cifra de negocio en España.

La integración del proceso de compra de nuestras tiendas físicas y online ha avanzado a lo largo de este último ejercicio ofreciendo la posibilidad de realizar el **pago con el móvil** en todas nuestras marcas en España y apostando por la mejora de las **opciones de entrega**, ya sea directa a domicilio o a través de la recogida en tienda.

En este entorno, se han implantado nuevos proyectos como el **Click Shopping** facilitando al cliente la opción de encargar directamente el producto en la propia tienda si no lo encuentra disponible, para que le llegue a su domicilio o en tienda, según prefiera. Actualmente este sistema está disponible en cuatro países: España, Portugal, Bélgica y Francia.

Como novedad, en 2018 se ha apostado por facilitar al cliente la **reserva en tienda**, dando la posibilidad de reservar desde la página web el producto y disponer de 24h para ir a recogerlo en la tienda seleccionada, pagando en el momento de la recogida.

Se continúa trabajando en digitalizar más la experiencia de compra en las tiendas, por ello se han lanzado **nuevas Aplicaciones Móviles de todas las marcas** con el objetivo de unir el entorno online y offline.

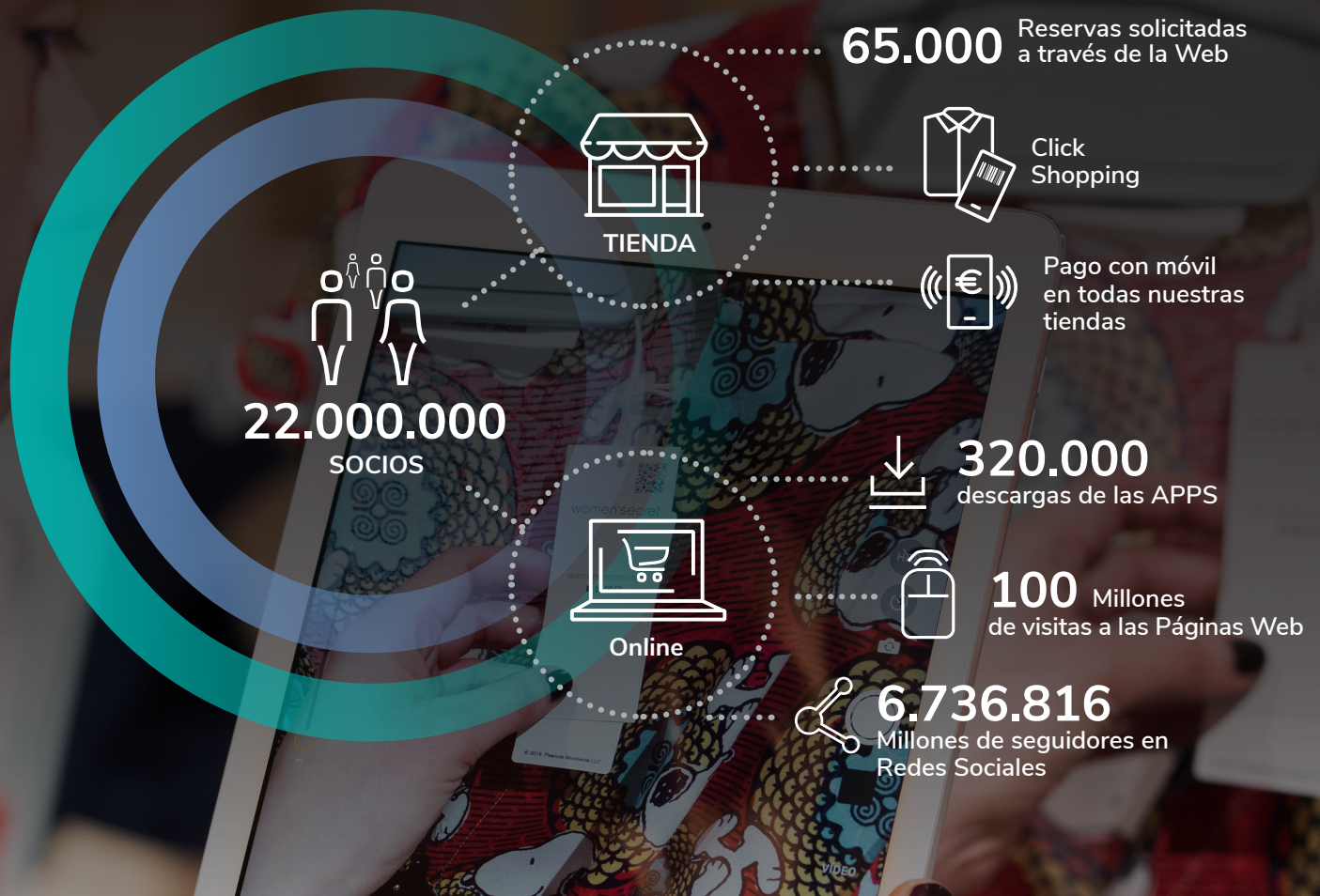


Enlace al video

↑ + 30%
Crecimiento
Canal online

€ 8%
Facturación
online

Innovación en la experiencia de compra



Nuevas APPS en todas las marcas

La compañía sigue apostando por la omnicanalidad ofreciendo nuevos servicios online, por lo que se han desarrollado nuevas Aplicaciones Móviles para todas las marcas.

A través de las nuevas funcionalidades se potencia 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 ver el stock en tienda, reservar o comprar online.

Además, permiten que los más de 22 millones de miembros de los clubs de Tendam puedan integrar sus tarjetas club y los tickets de compra a la aplicación y de esa forma desde el móvil acceder a los puntos del club.

Las aplicaciones son un medio de comunicación cercano y personalizado con los clientes ya que construyen su experiencia junto a otros elementos de su día a día, como Google Maps para indicar el camino más corto hasta su tienda más cercana.



Descubre las últimas tendencias



Haz el seguimiento de tus pedidos



Escanéa para ver disponibilidad de stock



Consulta tus cheques descuento



Accede a tus tickets de compras



Encuentra tus tiendas

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. Cada tienda tiene su personalidad propia, acorde con la marca, que se adapta a la oferta comercial y se encuentra en constante renovación para ofrecer al cliente momentos de compra únicos.

La experiencia omnicanal ha supuesto la adaptación e integración de los puntos de venta físicos y los canales online, permitiendo disponer de las últimas tecnologías en la propia tienda, facilitando al cliente una experiencia de compra más completa.

A través de los puntos de venta físicos el cliente conecta con la realidad más palpable de la marca, por lo que la compañía debe asegurar que este punto de contacto sea excelente y ofrezca algo que de manera online no puede conseguir. Además, nuestro personal de tienda está especialmente formado para ofrecer a diario un servicio excelente a nuestros clientes.

El equipo de tienda es nuestro valor añadido a la hora de fidelizar al cliente proporcionándole la mejor experiencia de compra.



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

Como parte del compromiso de Tendam con el medio ambiente, se incorporan algunos criterios ambientales que permiten optimizar los consumos y convertirse en espacios sostenibles. Las mejoras establecidas en iluminación y en la eficiencia energética de las instalaciones térmicas y de refrigeración, van encaminadas a optimizar en todos los casos el uso racional de la energía.



Accesibilidad

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 responden a nuestro compromiso con nuestros clientes.

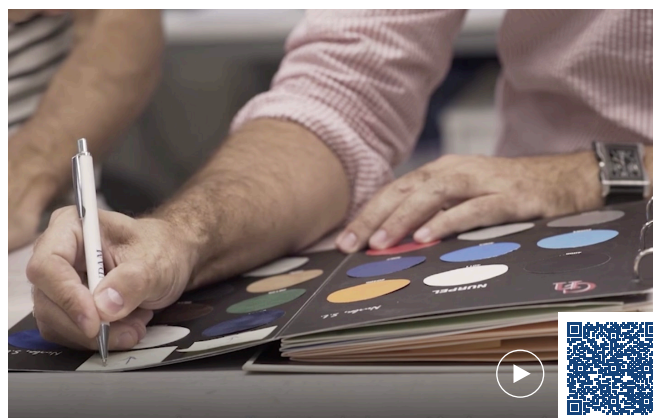


Innovación y sostenibilidad en las prendas

En Tendam se trabaja para mejorar la oferta de productos de manera que dé respuesta a las demandas de los clientes.

La compañía apuesta por mejorar los procesos de producción y por seleccionar materias primas más sostenibles; utilizando nuevos materiales y nuevas tecnologías más ecológicas. Se investiga para mejorar el origen de los materiales, reducir el consumo de agua, hacer un uso eficiente de la energía; en definitiva, conseguir que la moda sea un ejemplo de sostenibilidad.

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



Enlace al video



Materiales Sostenibles

Springfield, ha puesto en marcha la colección **R[ECO]NSIDER**, con la que ha utilizado algodón 100% orgánico, poliéster reciclado o el Tencel® para la producción de prendas como camisetas, sudaderas, truckers o camisas; mientras que el poliéster trae consigo chaquetas y abrigos acolchados.

De este modo se consiguen fibras más sostenibles provenientes de tejidos de algodón reciclado mezclados con nuevas fibras, creando así tejidos con el mismo aspecto y resistencia que el algodón convencional.



Ahorro de agua

La **Línea H2Ø**, a través de tecnologías láser y ozono, reemplaza los métodos tradicionales en el proceso de acabado de los jeans, consiguiendo un denim más sostenible y utilizando menos agua (hasta un 90% menos en el caso del ozono y un 50% en el del láser), energía y eliminando también el uso de productos químicos como permanganatos y lejías.



Cotton made in África

Se ha diseñado una colección de camisetas bajo este estándar de sostenibilidad que utiliza algodón africano que apoya a agricultores en África Subsahariana, con el fin de mejorar sus condiciones de vida, las de sus familias y proteger la naturaleza. Este algodón se cultiva bajo estrictos estándares de sostenibilidad: solo cultivado con agua de lluvia; exclusión de plaguicidas peligrosos y OGM.



Innovación en los tejidos

ZERO GRAVITY de **Springfield** utiliza nuevas tecnologías para producir una nueva colección de jeans y chinos que apuesta por la tecnología Bi Stretch y Body Shape, dos procesos de confección utilizados en nuestras prendas que proporcionan mayor libertad de movimientos. El tejido Bi Stretch o 4 Way Stretch dota de movimiento a cada una de las fibras de sus prendas. El resultado: confort, libertad de movimiento y resistencia a las arrugas.

Seguridad de los productos

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

Desde la cuidadosa elección de las materias primas y la homologación de los proveedores con los que se va a trabajar, hasta los controles previos a la comercialización de la prenda terminada, el proceso productivo es rigurosamente controlado en cada una de sus etapas 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 se cumple

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

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

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



Ensayos químicos de prendas

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

Incidencias químicas



Por pH
5 (71,5%)

Por formaldeido
1 (14,25%)

Por arilaminas
1 (14,25%)



11.399
Patrones analizados



99,91%
Ensayos químicos positivos

Comunicación multicanal

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

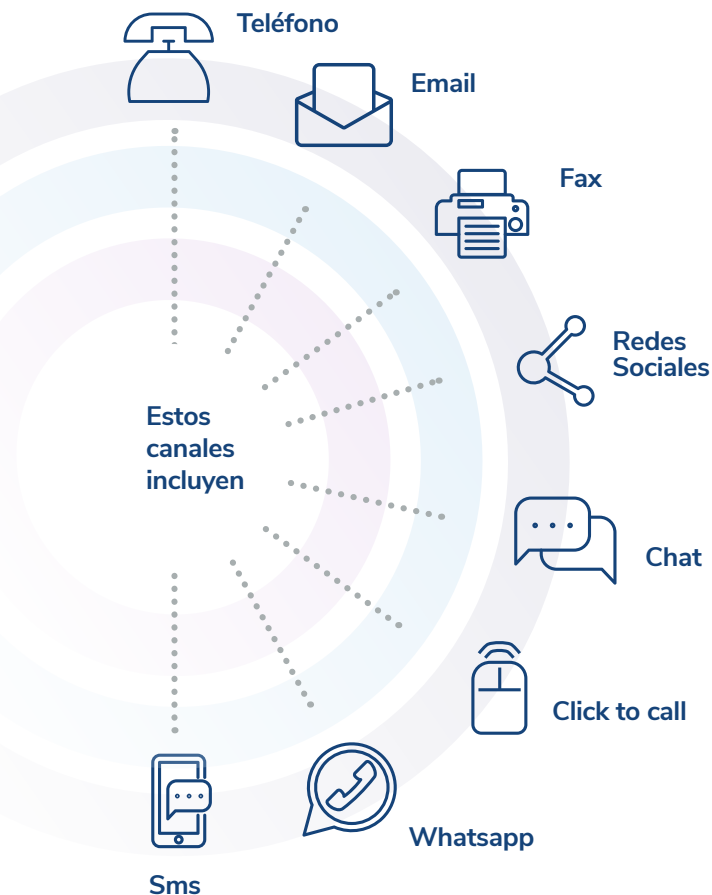
La mejora de la experiencia de compra solo es posible a través de una comunicación transparente, basada en un comportamiento ético y responsable, es clave para dar un servicio que dé respuesta a los requerimientos de los clientes.

La compañía pone las medidas para comunicarse con sus clientes de forma respetuosa, clara, y asegurando que cumple con la legislación vigente en materia de Protección al Consumidor, de Protección de Datos y cumpliendo con las exigencias y estándares internacionales y nacionales de los países en los que se comercializan las prendas.

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



Enlace al video



Tarjetas de Fidelización

Los Clubs de fidelización de cada una de las marcas, son un activo muy importante para la compañía. En la actualidad Tendam tiene más de 22 millones de socios en los clubes de clientes de Cortefiel, Springfield y Women'secret.

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



22 millones de socios

Servicio de atención al cliente

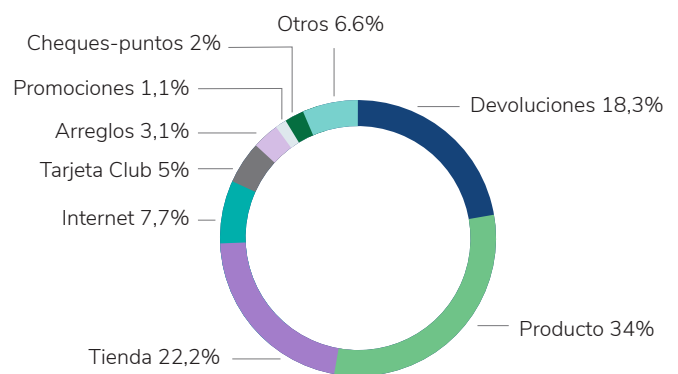
Para garantizar un servicio de la máxima calidad y adaptarse a las necesidades del cliente se dispone de un Servicio de Atención al Cliente (SAC) totalmente accesible y multi-canal, ya sea por vía telefónica, red social, correo electrónico y postal y web de la compañía. En la actualidad se dispone además de líneas gratuitas en 18 países para la gestión integral de las operaciones en tienda online. 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 2018 se han realizado un total de 1.209.814 gestiones a través de los distintos canales que se ponen a disposición de los clientes, con un 95,40% de nivel de servicio en Atención al Cliente. La compañía tiene una enorme consideración por la opinión del cliente y se esfuerza en resolver todas sus observaciones satisfactoriamente. De todas las gestiones realizadas con el cliente sólo un 0,47% corresponden a quejas y reclamaciones. La reclamaciones que se reciben directamente en tiendas, se gestionan conforme a la legislación aplicable en cada país. En España, las hojas de reclamaciones son dirigidas al SAC para su tramitación.

Para la gestión de la misma, los técnicos recaban toda la información necesaria de la tienda y los departamentos afectados y se solicita 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.

Tendam 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



651.699

Correos electrónicos gestionados



365.846

Llamadas gestionadas



1.074

hojas reclamaciones de tiendas en España



8.2

Nivel de satisfacción de la Atención al cliente



Comunicación responsable

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

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



Igualdad

Un objetivo fundamental es el desarrollo de relaciones laborales basadas en la igualdad de oportunidades y la no discriminación, promoviendo un entorno de trabajo abierto e integrador. Uno de los instrumentos para trabajar por la igualdad es el uso del lenguaje inclusivo en todas las comunicaciones internas que realiza la compañía.



Respeto

Nuestro compromiso por difundir una imagen adecuada de la mujer en sus campañas publicitarias:

- ◆ Modelos corporales acordes a los cánones de belleza saludable.
- ◆ Respetar la dignidad de la persona en todos sus ámbitos
- ◆ No utilizar imágenes ofensivas a la dignidad de la mujer ni aquellas que puedan representar o ser interpretadas como violencia de género.



Diversidad

Con motivo de su 25 aniversario Women'secret ha apostado por la diversidad de mujeres y ha lanzado la campaña **#MuyNosotras** que es un homenaje a todas las mujeres que durante estos veinticinco años han acompañado a la marca. Las protagonistas son mujeres de todas las edades, muy diferentes y muy reales que fueron seleccionadas a través de las redes sociales de Women'secret y fueron escogidas por su actitud, naturalidad y diferencia. Desde esta mirada Women'secret apuesta por la mujer real.



Seguridad de la información y protección de datos

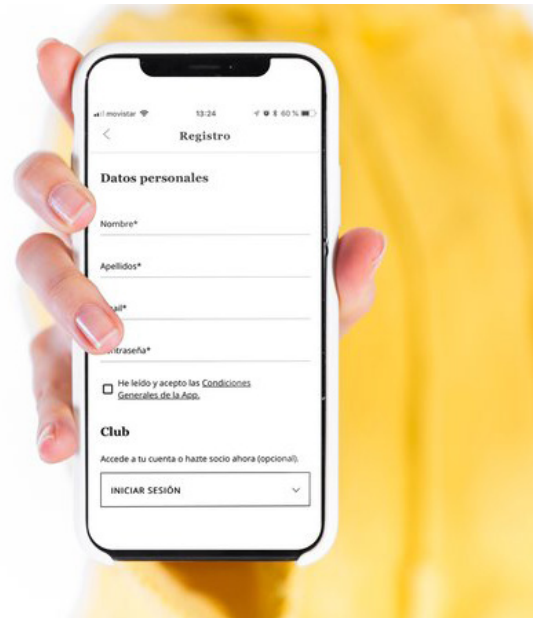
Vivimos en un mundo conectado, donde Internet y las tecnologías de la información están presentes en nuestro día a día. Por eso Tendam lleva años trabajando en mejorar sus infraestructuras y procesos de negocio con un compromiso claro de protección de uno de sus principales activos: los datos de nuestros clientes y aquellos inherentes al negocio.

Este compromiso abarca el desarrollo de políticas, directrices y procedimientos, no solo en el ámbito tecnológico sino también en el cultural, implicando a cada miembro de la compañía mediante planes de concienciación adecuados a cada perfil.

En este ejercicio se ha completado el proyecto de adaptación a la nueva normativa de Protección de Datos. Se han adaptado completamente las Políticas de Privacidad a la nueva normativa, así como a los requerimientos internacionales en materia de privacidad en cada uno de los países en donde opera la compañía.

Se ha designado un Delegado de Protección de Datos (DPO) en contacto regular con todos los miembros relevantes de la Compañía.

Como parte del proyecto, Tendam ha diseñado una red de privacidad que se encarga de identificar posibles brechas en la seguridad y tomar medidas de protección y prevención. Esta red está formada por gran parte de los departamentos de la Compañía, desde áreas específicas como IT, Seguridad y Sistemas, Seguridad, Legal... hasta otras enfocadas en la comunicación con sus grupos de interés, como Marketing, Ventas, Sourcing, o Comunicación etc.



TENDAM
GLOBAL FASHION RETAIL



5. Nuestras personas

Nuestro equipo es una pieza
imprescindible para la
generación de valor

Compromiso con las personas

Un equipo multidisciplinar, dinámico y exigente es la pieza imprescindible en la generación de valor de la compañía. Las personas que trabajan en Tendam tienen como principal objetivo hacer llegar el mejor servicio a sus clientes.



10.647

Empleados



25%

Personal
Servicios Corporativos



75%

Personal de puntos
de venta



83%

mujeres
en plantilla

Más de 10.500 empleados forman parte de un equipo diverso y lleno de talento, convirtiendo a cada uno de ellos en expertos en su actividad profesional.

La compañía establece, además, medidas que impulsan la movilidad y promoción internas, fomentando el desarrollo profesional a través de las distintas marcas de Tendam.

Para dar respuesta a las necesidades de sus empleados, Tendam se esfuerza en garantizar condiciones de trabajo de calidad, ofreciendo oportunidades a todos los colectivos por igual, promoviendo el desarrollo profesional, y velando por su salud y seguridad.

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

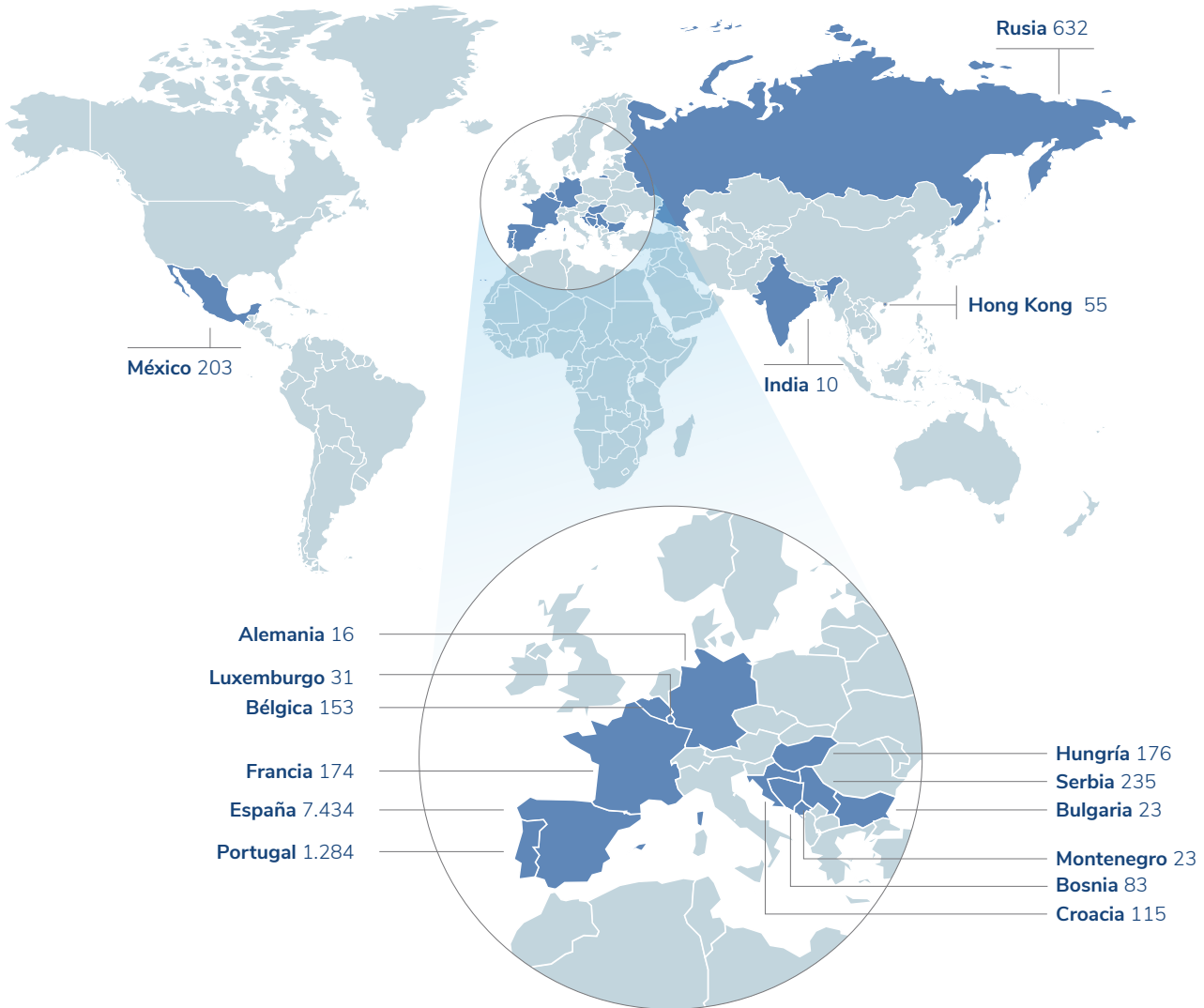


Top Employer 2018

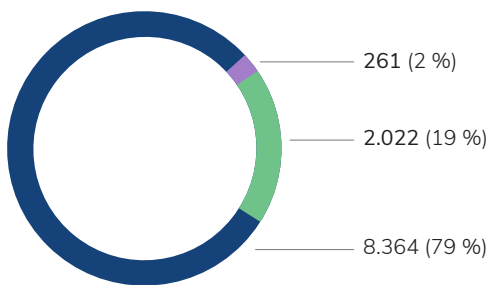
Un año más Tendam ha sido certificada como Top Employer en España. Hace más de 10 años que la compañía viene siendo reconocida de forma ininterrumpida con esta certificación por su labor en el ámbito de los Recursos Humanos. Se han superado con éxito los exigentes estándares que establece Top Employers Institute en su HR Best Practices Survey global. Esta encuesta evalúa 600 prácticas de desarrollo en diez áreas: estrategia de talento, planificación de la plantilla, adquisición de talento, on-boarding, aprendizaje y desarrollo, gestión del desempeño, desarrollo del liderazgo, gestión de carrera y sucesión, compensación y beneficios, y cultura.



Distribución de empleados por país

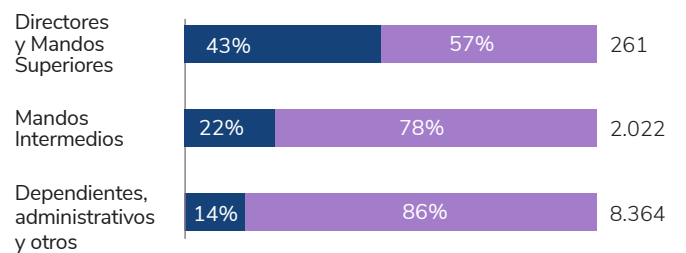


Distribución de empleados por categoría profesional



- ◆ Nº empleados Directores y Mandos Superiores
- ◆ Nº empleados Mandos Intermedios
- ◆ Nº empleados Dependientes, Administración y Otros

Distribución de empleados por categoría profesional y género



- ◆ Hombres Total: 1.772
- ◆ Mujeres Total: 8.875

Distribución de empleados por edad

Rango de edad	España	Internacional	Total
Menor de 25	1.437	728	2.165
Entre 25 y 35	3.629	1.096	4.725
Entre 35 y 50	1.949	499	2.448
Mayor de 50	419	51	470
Total	7.434	2.374	9.808

Alcance 92% de la plantilla

Tipo de contrato por género

Tipo de contrato	España		Internacional		Total
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	
Indefinido	930	3.768	341	1.837	6.876
Temporal	381	2.355	120	915	3.771
Total	1.311	6.123	461	2.752	10.647

Tipo de contrato por categoría profesional

Tipo de contrato	España			Internacional			Total
	Mandos Superiores	Mandos Intermedios	Dependientes, administrativos y otros	Mandos Superiores	Mandos Intermedios	Dependientes, administrativos y otros	
Indefinido	205	1.453	3.040	48	497	1.633	6.876
Temporal	8	29	2.699	0	43	992	3.771
Total	213	1.482	5.739	48	540	2.625	10.647

Tipo de contrato por edad

Rango de edad	España		Internacional		Total
	Indefinido	Temporal	Indefinido	Temporal	
Menor de 25	268	1.169	224	504	2.165
Entre 25 y 35	2.242	1.387	626	470	4.725
Entre 35 y 50	1.775	174	445	54	2.448
Mayor de 50	413	6	50	1	470
Total	4.698	2.736	1.345	1.029	9.808

Alcance 92% de la plantilla

Relaciones laborales

La compañía garantiza la libertad de afiliación y el derecho de los trabajadores a ser representados, para defender y proteger sus derechos laborales. Las representaciones sindicales tienen garantizado el ejercicio libre de sus funciones sindicales de negociación, participación y representación.

La plantilla en España, Bélgica, Francia, Luxemburgo, México y Portugal está cubierta al 100% por sus respectivos convenios colectivos.

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.

Actualmente existen 29 comités de empresa en toda España, y un total de 282 delegados de personal y miembros de comité. En 2018 han tenido lugar 50 reuniones con los representantes de los comités facilitando una comunicación fluida y constante.

Se dispone de canales eficaces y confidenciales para poder manifestar consultas o cualquier tipo de incumplimiento. Con estos canales bidireccionales se asegura la escucha y el diálogo permanentes con los trabajadores y, facilitan la relación entre la dirección y la plantilla, permitiendo atender a las diferentes necesidades y mantener al empleado permanentemente informado.

Además, la información a la plantilla y las consultas o demandas puntuales se resuelven a través de la línea de responsables y, en caso necesario, con mediación de la Dirección de Personal y Recursos Humanos. En caso de situaciones especiales o negociaciones colectivas, se utilizan los cauces reglamentarios a través de los Comités de empresa.

El Canal de Denuncias funciona como canal reglamentario para el procesamiento de denuncias de incumplimiento de nuestro Código Ético.



Conciliación y beneficios sociales



La política de Recursos Humanos incluye medidas específicas para favorecer un entorno flexible, abierto y tolerante en beneficio de los empleados.

La compañía cuenta con medidas de flexibilidad horaria y beneficios sociales, enmarcadas en el ámbito de la organización del trabajo y políticas de salud, que se adecuan de manera diferente a los requerimientos de la red de ventas y de los servicios corporativos.

Las medidas de flexibilidad horaria incluyen:

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

Número de días de baja por nacimiento de hijos

	España		Internacional	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Nº de días	893	30.057	276	49.226

Permisos y excedencias (Datos para España)

Número de empleados	Hombres	Mujeres	Total
PERMISOS MATERNIDAD / PATERNIDAD			
Permiso de paternidad y maternidad	30	345	375
Permiso de maternidad parcial	-	2	2
Cesión de la maternidad al padre	2	-	2
Riesgo durante el embarazo	-	303	303
REDUCCIÓN DE JORNADA / EXCEDENCIAS			
Reducción de jornada por guarda legal - hijos	13	807	820
Reducción de jornada por guarda legal - familiares	0	4	4
Reducción de jornada por motivos personales	1	24	25
Excedencia maternal	0	68	68
Excedencia por cuidados familiares	0	2	2
Excedencia voluntaria	40	98	138



Enlace al video

La compañía cuenta con beneficios sociales que se adecuan de manera diferente a los requerimientos de la red de ventas y de los servicios corporativos. En la sede central se dispone de servicios de comedor de empresa y de servicio médico con campañas de prevención sanitaria y reconocimientos específicos para todo el personal de la red de ventas y de los servicios corporativos.

El Programa de Retribución Flexible permite adaptar la política de retribución a las necesidades particulares del trabajador, con medidas como seguro sanitario, cheques guardería y otros beneficios.

Los empleados disponen además de otras ventajas como:

- ◆ Tarjeta de descuento en todas las marcas del Grupo.
- ◆ Descuentos en otras compañías.
- ◆ El portal de Benefits que proporciona a los empleados condiciones especiales en una amplia gama de productos y servicios.
- ◆ Las ayudas a la educación a todos los hijos de empleados hasta los 16 años.
- ◆ La APP Gympass que da acceso a más 1.900 gimnasios en toda España y más de 300 actividades en una sola cuota.

Tipo de jornada por género y categoría profesional

Tipo de Jornada	Género		Categoría profesional		
	Hombres	Mujeres	Mandos Superiores	Mandos Intermedios	Dependientes y otros
Jornada completa	1.054	3.747	237	1.713	2851
Jornada parcial	718	5.128	25	308	5513
Total	1772	8875	262	2021	8364

Tipo de jornada por edad

Tipo de Jornada	España		Internacional		Total
	Completa	Parcial	Completa	Parcial	
Menor de 25	236	1.201	163	500	2.100
Entre 25 y 35	1.441	2.188	596	91	4.316
Entre 35 y 50	1.037	912	408	10	2.367
Mayor de 50	301	118	41	565	1.025
Total	3.015	4.419	1.208	1.166	9.808

Alcance 92% de la plantilla



Igualdad, diversidad e inclusión



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

Tendam promueve la igualdad de oportunidades de las personas que quieren crecer en la compañía, independientemente de su identidad de género, edad, cultura y religión. La igualdad, diversidad e inclusión de los equipos es el reflejo de la diversidad de los clientes, de las marcas que conforman Tendam y de los países donde está presente.

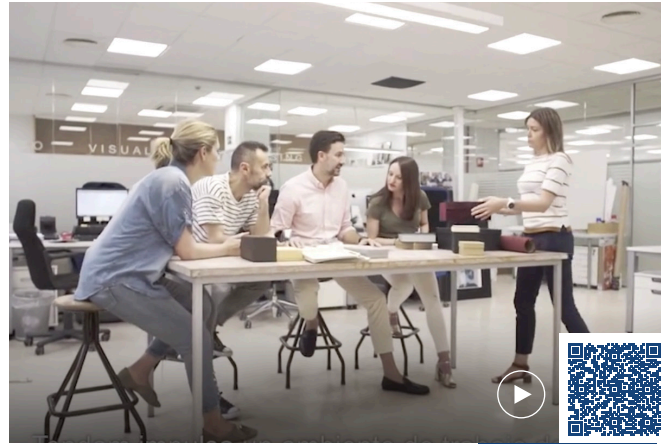
Plan de igualdad

En 2012 se firmó el primer Plan de Igualdad elaborado en colaboración con los sindicatos CCOO y UGT. A día de hoy, la compañía está trabajando en la segunda edición del Plan que recogerá los objetivos, estrategias y prácticas de la compañía en materia de igualdad de género para los próximos años.

Tendam asume los compromisos de:

- ◆ Asegurar la igualdad de trato y oportunidades entre mujeres y hombres.
- ◆ Garantizar la no discriminación salarial por razón de género.
- ◆ Potenciar el desarrollo profesional entre mujeres y hombres en la empresa.
- ◆ Asegurar que la gestión de Recursos Humanos se mantiene al día de los requisitos vigentes en materia de igualdad de oportunidades.
- ◆ Promover y asegurar la aplicación de las medidas establecidas en materia de conciliación.
- ◆ Avanzar en la corresponsabilidad entre hombres y mujeres.

Durante este año, se han realizado distintas acciones de formación sobre el Plan de Igualdad como píldoras informativas sobre igualdad a personal de puestos claves y formación específica para aprender a gestionar situaciones de violencia de género dirigido a personal de Recursos Humanos.



[Enlace al video](#)

Protocolos de prevención del acoso

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. Tendam se compromete a crear y mantener un entorno laboral respetuoso con la dignidad y con la libertad personal.

Para ello, se manifiesta que no se tolerará el acoso sexual en nuestras instalaciones o establecimientos. Dichas situaciones serán consideradas como falta laboral dando lugar a las sanciones correspondientes.

Diversidad e Inclusión

En una industria como la moda, poder contar con habilidades, visiones o experiencias diferentes permite ser más creativos y 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.

La compañía tiene registrados a la fecha de cierre 18 empleados con discapacidad en España y ha adoptado medidas para alcanzar los objetivos de contratación entre las que destaca un plan de acción para incrementar las contrataciones directas de personas con discapacidad. Para ello ha suscrito un convenio de colaboración con la Fundación ONCE, en virtud del cual, Tendam se suma al Programa INSERTA, con el objetivo de seguir impulsando la inserción laboral de personas con discapacidad en su plantilla y seguir poniendo en marcha medidas de accesibilidad que contribuyan a la mejora de las condiciones de vida de las personas con discapacidad. En este sentido, con el objeto de cubrir nuevos puestos de trabajo que se vayan ofertando, Tendam contará con INSERTA, para la preselección y formación de los candidatos, cuya incorporación se materializará en términos de competitividad y en condiciones laborales de mercado.



Más de **65**
nacionalidades



Procesos de selección

El área de Recursos Humanos aplica 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 los perfiles profesionales que más se adecuen a los puestos de trabajo, y a la hora de establecer las condiciones de contratación y políticas de retribución, estudia la valía de los empleados, sin tener en cuenta su género, país de origen, religión, diversidad funcional u orientación sexual.

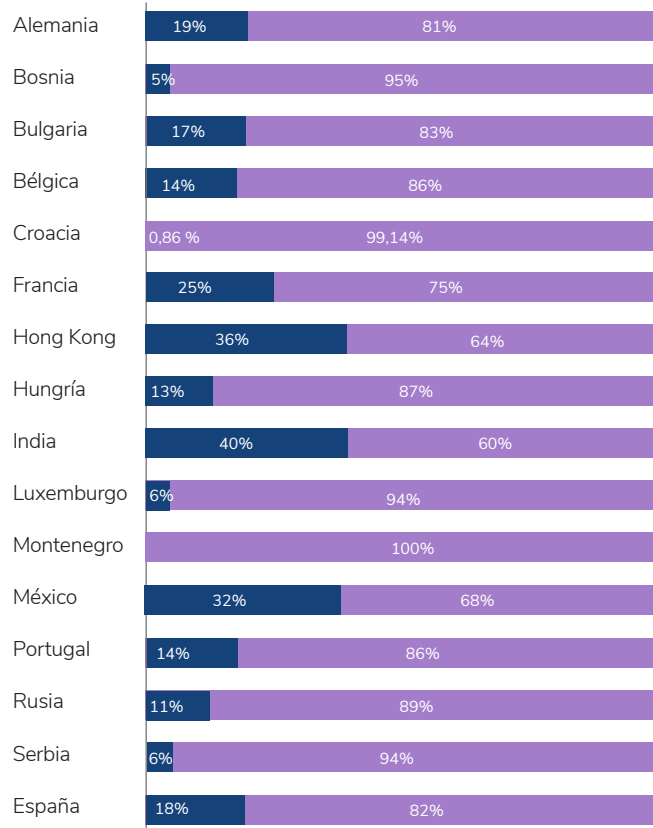
A través de los equipos internos locales de selección, Tendam quiere ganar eficiencia y calidad, y responder de la mejor manera a las necesidades particulares de cada una de sus tiendas ofreciendo las mismas oportunidades de carrera a todos sus empleados



Convenio Inserta-Fundación ONCE

En 2018 Tendam ha firmado con la **Fundación ONCE** un **Convenio INSERTA**, con el objetivo de incorporar a la plantilla, durante los próximos tres años, personas con discapacidad tanto en sus instalaciones centrales como en tiendas. Este acuerdo se enmarca en los programas operativos de Inclusión Social y de la Economía Social (Poises) y de Empleo Juvenil (POEJ), que está desarrollando Fundación ONCE a través de Inserta, con la cofinanciación del Fondo Social Europeo y la Iniciativa de Empleo Juvenil, para incrementar la formación y el empleo de las personas con discapacidad.

Distribución de empleados por género y país



◆ Hombres Total: 17% ◆ Mujeres Total: 83%

Distribución de empleados por categoría profesional, género y edad (datos para España)

	< 25 años	25 a 35 años	35 a 50 años	> 50 años	Total
Hombres					
Directores y Mandos Superiores	0	8	49	28	85
Mandos Intermedios	3	111	184	77	375
Dependientes, Administrativos y Otros	247	388	141	75	851
TOTAL	250	507	374	180	1.311
Mujeres					
Directores y Mandos Superiores	8	22	87	11	128
Mandos Intermedios	8	479	567	53	1.107
Dependientes, Administrativos y Otros	1.171	2.621	921	175	4.888
TOTAL	1.187	3.122	1.575	239	6.123

Gestión del talento

Tendam pone a disposición de sus empleados los recursos necesarios para contribuir a su desarrollo profesional.

Desarrollo profesional

El desarrollo profesional de los empleados es clave para alcanzar objetivos y dar una respuesta eficiente y adecuada a los clientes. El objetivo es poner a disposición del empleado los recursos necesarios para potenciar sus habilidades y competencias para su desarrollo profesional.

Tendam desarrolla acciones y programas adaptados a cada puesto de trabajo y según los niveles de experiencia. Para ello, se ha desarrollado un programa para la **Evaluación de desempeño**. Anualmente se identifican las fortalezas y las necesidades de desarrollo profesional de cada empleado a través de una evaluación de desempeño, con el objetivo de identificar y gestionar el talento de la compañía y establecer así planes de acción individuales para seguir creciendo.

Durante este ejercicio se ha llevado a cabo un proceso de evaluación en nuestros equipos de tienda (cerca de 1.000 empleados – encargados y segundos- se evalúan cada año). Durante el próximo ejercicio está previsto dar continuidad a la evaluación del desempeño en los equipos de Servicios Corporativos.

Apuesta por la promoción interna

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

↑ 60

Promociones internas en la estructura

Evaluación del Desempeño por Sexo y Categoría profesional (datos para España)

	Hombres	Mujeres	Encargados de tienda	Segundos encargados
Porcentaje evaluado	19,30%	80,61%	51,36%	48,64%



Enlace al video

Acciones para promover el empleo

Desde el departamento de Recursos Humanos se apuesta por programas de creación de empleo y desarrollo del talento.

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.

Plan de prácticas

En Tendam, no solo apostamos por el talento, sino que trabajamos por el desarrollo de las personas generando oportunidades. 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.

Tanto los alumnos de programas de Formación en Centros de Trabajo (F.C.T.), en comercio, marketing o estudios similares como los programas con entidades que trabajan con jóvenes en riesgo de exclusión social o laboral, cuentan con tutores que les acompañan y guían durante el período de formación.



Durante estos años en Tendam hemos formado a cientos de jóvenes ofreciendo garantías de éxito y una alta tasa de contratación posterior, siendo la de este ejercicio del 32,5%.

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.



300
escuelas
de formación



1.097
alumnos
en prácticas



357
alumnos
contratados



32,5%
contratación
posterior

La compañía promueve programas que van destinados a diferentes colectivos con el objetivo de impulsar empleo de calidad para todos.

Empleo joven

A través de nuestro Programa de Prácticas en nuestras tiendas de toda España se ofrece formación específica en punto de venta a Jóvenes que están finalizando su formación en Comercio y Marketing.



Programa Incorpora Fundación La Caixa

A través del **Programa Incorpora** de la Fundación La Caixa se han incorporado durante este ejercicio, 58 personas en riesgo de exclusión tras un período de formación en nuestras tiendas. Este programa busca potenciar la contratación de mujeres que han sufrido violencia de género, mayores de 45 años; además de personas con discapacidad y jóvenes en riesgo de exclusión social.



58 personas empleadas en 2018 tras realizar un periodo de formación en tiendas

Sumando oportunidades

Nuestro programa **Sumando Oportunidades**, dirigido a jóvenes en riesgo de exclusión social y laboral, se basa en la detección de talento, desarrollo de cantera y creación de nuevas oportunidades a través de la formación y posterior posibilidad de contratación de estos alumnos. Con este programa, **199 jóvenes** de entre 16 y 30 años, repartidos en 19 centros, se han formado en nuestros puntos de venta como vendedores y asesores de moda a lo largo de 2018.

El **47 % de los participantes del programa se han incorporado a Tendam con un contrato laboral**, en algunos casos incluso antes de finalizar su formación.

199
jóvenes

47%
contratación posterior



Fórmate con Garantía Secretariado Gitano

Este año se ha firmado el programa **Fórmate con Garantía** con la Fundación de Secretariado Gitano para impartir formación en competencias para el empleo y desarrollo personal, además de una formación profesional teórica y práctica, a jóvenes menores de 30 años y luchar contra la exclusión y discriminación en la formación y el empleo de la población gitana.

Formación

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.



6.013

empleados que han recibido formación



58.738

horas de formación



17%

hombres formados



83%

mujeres formadas

El desarrollo profesional de los empleados es clave para alcanzar objetivos y dar una respuesta eficiente y adecuada a los clientes. El plan de formación tiene el objetivo de poner a disposición del empleado los recursos necesarios para potenciar sus habilidades y competencias para su desarrollo profesional y ofrece un catálogo de cursos adaptado al perfil de cada empleado.

La formación se articula tanto de forma presencial como online, dirigido a la red de ventas y a los servicios corporativos, centrado en el negocio textil y orientación al cliente.



Horas de formación por categoría profesional

	Servicios Corporativos			Tiendas	
	Directivos	Mandos Intermedios	Técnicos	Encargados	Vendedores
Nº de horas	456	2.997	8.634	26.152	20.499



Formación PRESENCIAL

Cursos en Sede Central y en Zona

Escuela de Mentores



Formación E-LEARNING

Formación E-learning a través de Be!Talent

Gamificación

Formación presencial

Nuestra política de formación tiene por objetivo apoyar la consecución de los objetivos estratégicos del negocio. Por ello, el departamento de Formación ha ampliado el catálogo de cursos ofrecidos para dar una formación más ajustada que potencie aquellos aspectos necesarios, tanto en conocimientos técnicos como en habilidades profesionales.

Como novedad se ha llevado a cabo, en Portugal y en Balcanes, una Formación en Habilidades de Liderazgo dirigida a Encargados/Área Managers, y una formación en Producto para toda la plantilla de tienda.

Algunos programas destacados de formación presencial

	Asistentes	Horas
Servicios Corporativos		
Programa de Inglés	203	5.285
Microsoft Excel	195	1.084
Red de ventas		
Programa de nuevos encargados	133	4.296
Programa de segundos encargados	204	3.264
Elaboración de inventarios	309	2472

ESCUELA DE MENTORES

Programa de Formación interna

Se ha implantado un programa interno de formación con resultados excelentes, aprovechando todo el talento interno de la organización.

El nivel de participación de empleados ha superado las expectativas iniciales: 24 mentores han aportado su experiencia y compartido sus conocimientos multiplicando el valor de la acción. Se ha creado una escuela por áreas donde cada empleado puede elegir los cursos que más le interesen y asistir de forma presencial a las diferentes convocatorias.

866

participantes

24

Mentores

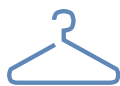
32

Cursos



3.241

asistentes a formación
presencial



1.773

empleados de tienda



1.468

empleados de
Servicios Corporativos



17.315

horas de formación
presencial



Formación E-learning

La plataforma **Be!Talent** es un espacio de conocimiento accesible y está diseñado para que cada empleado pueda realizar los cursos que le acompañan en todo su recorrido profesional, de acuerdo a sus gustos e intereses, así como a los requerimientos de su puesto de trabajo.

Esta misma herramienta permite además gestionar una matriz de talento donde, a través de una evaluación de desempeño, cada manager puede conocer el perfil competencial de sus equipos y participar así en el desarrollo que requieran según las necesidades del puesto.

Algunos programas destacados de formación e-learning (España)

	Asistentes	Horas
Servicios Corporativos		
Código de Conducta	40	80
Producto	65	121
Red de ventas		
Código de conducta	2.078	4.156
Programa de segundos encargados	3.211	4.580
TPV (Terminal Punto de Venta)	3.243	3.243



16.479

asistentes a formación e-learning



16.233

empleados de tienda



246

empleados de Servicios Corporativos



28.944

horas de formación e-learning



Be!

TENDAM

GLOBAL FASHIONS





Complementarias a Be!Talent, las apps de formación de la red de ventas a través de juegos han sido un éxito en su primer año de implementación.

GAMIFICACIÓN

En 2018 se lanzó la APP Atrivity que fomenta la formación a través de la Gamificación. Se trata de una nueva herramienta que complementa el portal de formación **Be!Talent** y que evalúa los conocimientos de los empleados a través del juego.

Se busca aumentar la formación de la red de ventas sobre aspectos claves del negocio, ayudándoles así a conseguir los objetivos comerciales globales.

Esta aplicación ha sido implantada en España y Portugal, para Women'secret y Springfield, con unos resultados muy positivos. Próximamente se ampliará el proyecto y se incorporarán nuevas marcas y nuevos países.

85%
empleados de
tienda registrados



90%
usuarios en
juego activo

CÓMO FUNCIONA?

1. Los empleados se registran en la app.
2. La app les ofrece contenidos formativos sobre su cadena
3. La propia app les plantea una serie de preguntas sobre el contenido que dota de puntos al empleado.
4. Pueden retar a sus compañeros para conseguir más puntos.
5. Esos puntos suman en un ranking que les permite optar a determinados premios.

Seguridad y salud

Servicio de prevención de riesgos laborales

El Servicio de Prevención de Riesgos Laborales de Tendam, engloba las especialidades de Seguridad, Ergonomía e Higiene y un servicio externo de Vigilancia de la Salud.

En España, Tendam cuenta con 56 delegados en materia de Prevención distribuidos en 26 provincias, y se mantienen reuniones trimestrales con los 11 Comités de Seguridad y Salud.

Las actividades del servicio de prevención se enfocan en proporcionar un ambiente de trabajo seguro en todos los aspectos, así como la promoción de una vida saludable y bienestar de los empleados.

Durante el ejercicio 2018 se han llevado a cabo las siguientes actuaciones:

- ◆ Estudio, detección y prevención de posibles problemas de clima laboral en los centros de trabajo, llevándose a cabo 140 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 299 tiendas.

En términos generales, los trabajadores no están expuestos a enfermedades profesionales o relacionadas con el trabajo que puedan considerarse de riesgo.

A nivel internacional, cabe destacar durante el ejercicio 2018, que en México se han constituido y actualizado las Brigadas de Seguridad e Higiene; además se ha comenzado la imple-

Horas de absentismo

	Hombres	Mujeres	Total
Número de horas*	121.792	669.672	791.464

*Horas no trabajadas por accidente laboral y enfermedad común.

Accidentalidad Laboral (datos para España)

		Hombres	Mujeres
Accidentes con baja en centro de trabajo	Leves	32	100
	Graves	0	0
	Muy graves	0	0
	Mortales	0	0
Accidentes con baja in itinere	Leves	7	64
	Graves	1	0
	Muy graves	0	0
	Mortales	0	0
Total Accidentes		40	164

Formación en Seguridad y Salud (datos para España)

Empleados que han recibido formación en PRL	Hombres	Mujeres
Encargados	5	72
Dependientes	90	630
Horas de formación en PRL		4110

mentación de los recorridos trimestrales para identificar puntos críticos de seguridad y tomar las acciones pertinentes para prevenirlos y mitigarlos. También se ha realizado un estudio por ciudad para identificar cursos de formación en prevención de riesgos laborales (incendios) que permitan capacitar a las citadas brigadas para su actuación en caso de emergencia.



56

delegados de prevención



11

comités de Seguridad y Salud



5.519

trabajadores representados



26

provincias con representación

Accidentalidad Laboral global (Incluye In itinere)

	España		Internacional		Total
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	
Nº de accidentes con baja	40	164	11	28	240
Días perdidos por accidentes	1.357	4.687	147	602	6.793

Servicio médico

El Servicio Médico de la sede central, integrado por personal propio, lleva a cabo actividades preventivas y asistenciales que garantizan la seguridad de los diferentes puestos de trabajo.

Supervisa las bajas por incapacidad temporal y se reúne mensualmente con el equipo médico externo para establecer procedimientos de ayuda para adelanto de consultas y pruebas médicas.

Asistencia Sanitaria (Datos de España)

	2018
Reconocimientos médicos realizados	1.236
Consultas de medicina general	8.404
Actuaciones de enfermería	3.556
Medicamentos dispensados	2.865
Trabajadores vacunados de antigripal	100
Trabajadores vacunados de otras vacunas	72
Trabajadores participantes en campaña de donación de sangre	73

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

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

ESPACIO CARDIOPROTEGIDO

Tendam apuesta por la creación de Espacios Cardioprottegidos. La sede central en Madrid, el centro logístico y algunas tiendas, ya cuentan con desfibriladores automáticos y un plan de cardioprotección de respuesta integral ante cualquier emergencia cardiaca. Un año más, se ha renovado la formación de 17 trabajadores en resucitación cardiopulmonar (RCP) para poder actuar rápidamente hasta la llegada de los servicios de emergencia.



Otros datos

Remuneraciones medias por categoría profesional (euros)

	Directores y mandos superiores	Mandos intermedios	Dependientes, administrativos y otros	Media País
Bosnia	0	8.948	6.274	6.872
Croacia	52.320	13.135	7.664	9.392
Francia	64.801	30.960	24.793	27.559
España	72.451	29.342	18.621	22.882
Alemania	0	44.784	21.475	23.724
Hong Kong	92.927	45.252	31.351	42.600
Hungría	73.399	16.757	10.173	12.429
India	17.931	0	6.084	8.149
México	39.457	15.711	7.491	10.546
Montenegro	0	11.870	7.939	8.747
Portugal	101.697	20.257	13.389	15.138
Serbia	73.535	10.401	6.264	8.516

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

Remuneraciones medias por género (euros)

	Mujer	Hombre	Media
Bosnia	6.550	11.768	6.872
Croacia	9.391	9.424	9.392
Francia	27.777	26.947	27.559
España	21.362	29.167	22.882
Alemania	21.330	33.600	23.724
Hong Kong	36.431	54.088	42.600
Hungría	12.305	13.123	12.429
India	7.850	8.466	8.149
México	9.908	11.888	10.546
Montenegro	8.747	0	8.747
Portugal	14.445	19.100	15.138
Serbia	7.121	26.772	8.516

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

Remuneraciones medias por edad (euros)

	<25	25-35	35-50	>50
Bosnia	6.321	5.809	8.732	16.010
Croacia	8.380	9.336	10.885	0
Francia	25.824	26.107	29.415	32.087
España	16.667	19.842	28.620	34.577
Alemania	9.408	16.863	25.969	23.895
Hong Kong	20.104	27.461	48.015	45.367
Hungría	10.074	11.213	18.379	18.074
India	0	7.010	9.119	37.915
México	6.519	9.862	22.995	3.763
Montenegro	6.782	8.465	9.588	0
Portugal	12.859	13.801	20.643	18.552
Serbia	6.034	6.329	11.659	18.921

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

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

General	Servicios centrales			Tiendas	
	Directores y Mando superiores	Mandos intermedios	Dependientes, administrativos y otros	Mandos intermedios	Dependientes, administrativos y otros
24,57%	32,57%	18,90%	0,37%	12,48%	2,68%

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 un estudio exhaustivo de comparación de trabajos equivalentes.

La diferencia salarial total del grupo resulta un 26,2% calculada teniendo en cuenta la ponderación del peso de cada país con respecto al grupo.

Número de despidos por género

	España		Internacional		Total
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	
Número de empleados	59	251	63	210	583

Número de despidos por categoría profesional

	España			Internacional		
	Mandos Superiores	Mandos Intermedios	Dependientes, administrativos y otros	Mandos Superiores	Mandos Intermedios	Dependientes, administrativos y otros
Número de empleados	9	66	235	3	36	234

Número de despidos por género, edad y categoría profesional (datos para España)

	< 25 años	25 a 35 años	35 a 50 años	> 50 años	Total
Hombres					
Directores y Mandos Superiores	0	0	2	2	4
Mandos Intermedios	0	3	6	0	9
Dependientes, Administrativos y Otros	9	31	4	2	46
TOTAL	9	34	12	4	59
Mujeres					
Directores y Mandos Superiores	0	1	2	2	5
Mandos Intermedios	0	33	23	1	57
Dependientes, Administrativos y Otros	45	115	29	0	189
TOTAL	45	149	54	3	251

Los despidos correspondientes al área internacional se concentran en el rango entre 25 y 35 años

Accidentalidad Laboral (datos para España)

	Hombres	Mujeres
Índice Frecuencia *	15	11,2
Índice Gravedad **	0,4	0,2
Días perdidos por accidentes	947	2.226

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

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

Accidentalidad Laboral (datos de Internacional)

	Total
Índice Frecuencia *	7,3
Índice Gravedad **	0,1
Días perdidos por accidentes	749

No se dispone de datos desagregados por género

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

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

Tipo de contrato por categoría profesional, género y edad (datos para España)

		< 25 años	25 a 35 años	35 a 50 años	>50 años	Total	
CONTRATO INDEFINIDO	Hombres	Directores y Mandos Superiores	0	8	49	28	85
		Mandos Intermedios	2	109	181	77	369
		Dependientes, Administrativos y Otros	50	229	123	74	476
	TOTAL		52	346	353	179	930
	Mujeres	Directores y Mandos Superiores	2	20	87	11	120
		Mandos Intermedios	6	464	561	53	1.084
		Dependientes, Administrativos y Otros	208	1.412	774	170	2.564
TOTAL		216	1.896	1.422	234	3.768	
CONTRATO TEMPORAL	Hombres	Directores y Mandos Superiores	0	0	0	0	0
		Mandos Intermedios	1	2	3	0	6
		Dependientes, Administrativos y Otros	197	159	18	1	375
	TOTAL		198	161	21	1	381
	Mujeres	Directores y Mandos Superiores	6	2	0	0	8
		Mandos Intermedios	2	15	6	0	23
		Dependientes, Administrativos y Otros	963	1.209	147	5	2.324
TOTAL		971	1.226	153	5	2.355	



Desglose tipo de jornada por género y categoría profesional (datos para España)

		< 25 años	25 a 35 años	35 a 50 años	>50 años	Total	
JORNADA COMPLETA	Hombres	Directores y Mandos Superiores	0	8	48	28	84
		Mandos Intermedios	3	110	176	74	363
		Dependientes, Administrativos y Otros	45	153	102	49	349
	TOTAL		48	271	326	151	796
	Mujeres	Directores y Mandos Superiores	8	22	64	10	104
		Mandos Intermedios	8	415	360	43	826
		Dependientes, Administrativos y Otros	172	734	293	99	1.298
TOTAL		188	1.170	711	150	2.219	
JORNADA PARCIAL	Hombres	Directores y Mandos Superiores	0	0	1	0	1
		Mandos Intermedios	0	1	8	3	12
		Dependientes, Administrativos y Otros	202	235	39	26	502
	TOTAL		202	236	48	29	515
	Mujeres	Directores y Mandos Superiores	0	0	23	1	24
		Mandos Intermedios	0	64	207	10	281
		Dependientes, Administrativos y Otros	999	1.888	634	78	3.599
TOTAL		999	1.952	864	89	3.904	





6. Cadena de Suministro Responsable

Ética, transparencia, eficiencia y agilidad son parte fundamental en la relación con nuestros proveedores

Nuestros proveedores

La transparencia, la igualdad de oportunidades y el interés mutuo son los ejes en los que se apoya la compañía para realizar la selección de proveedores.

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

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

Transparencia y comunicación

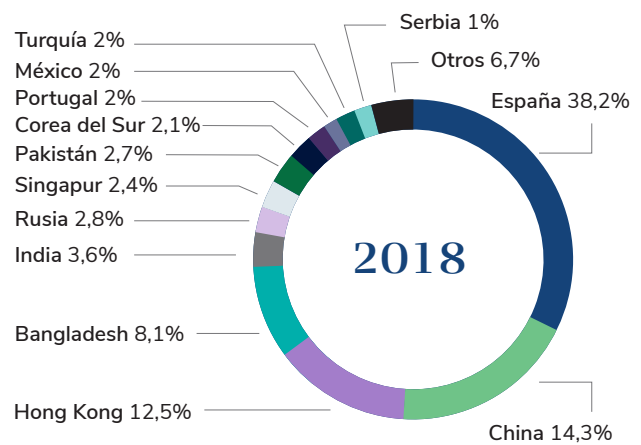
La comunicación con el proveedor debe realizarse de forma directa y transparente, tanto en la fase de contratación, como durante la prestación del servicio.

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

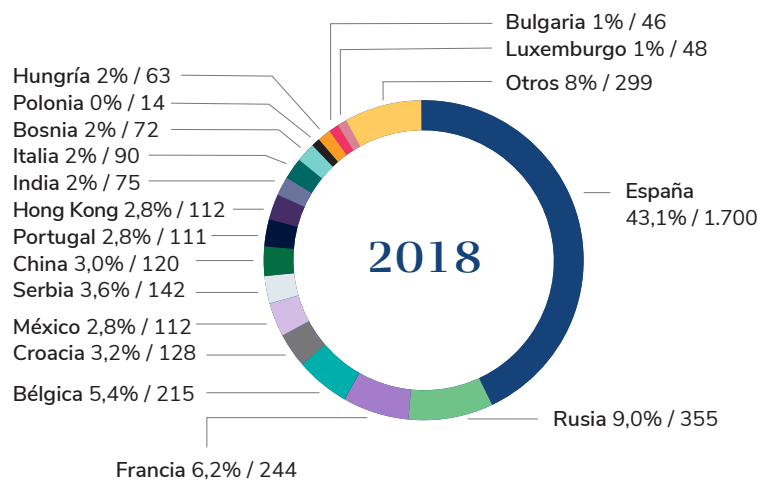
Para la gestión de compras de prendas y productos, existe un Portal de Proveedores que permite tener un acceso centralizado y único a toda la documentación y a las aplicaciones necesarias de una forma rápida y sencilla. Cada proveedor puede conectarse al portal desde cualquier parte del mundo y acceder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

El Canal de Denuncias permite a cualquier proveedor comunicar posibles conductas irregulares, poco éticas o en contra de los principios establecidos por el Código de Conducta.

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



Número de Proveedores Activos (Prendas, productos y servicios)



Código de conducta externo

En línea con los valores y compromisos en materia de comportamiento ético y responsable, la compañía extiende la responsabilidad a su cadena de suministro a través del Código de Conducta Externo.

Para asegurar que toda la cadena de suministro trabaje bajo unas condiciones laborales responsables, el código recoge 12 principios elementales basados en los principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y las directrices de la Organización Internacional del Trabajo (OIT).

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

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

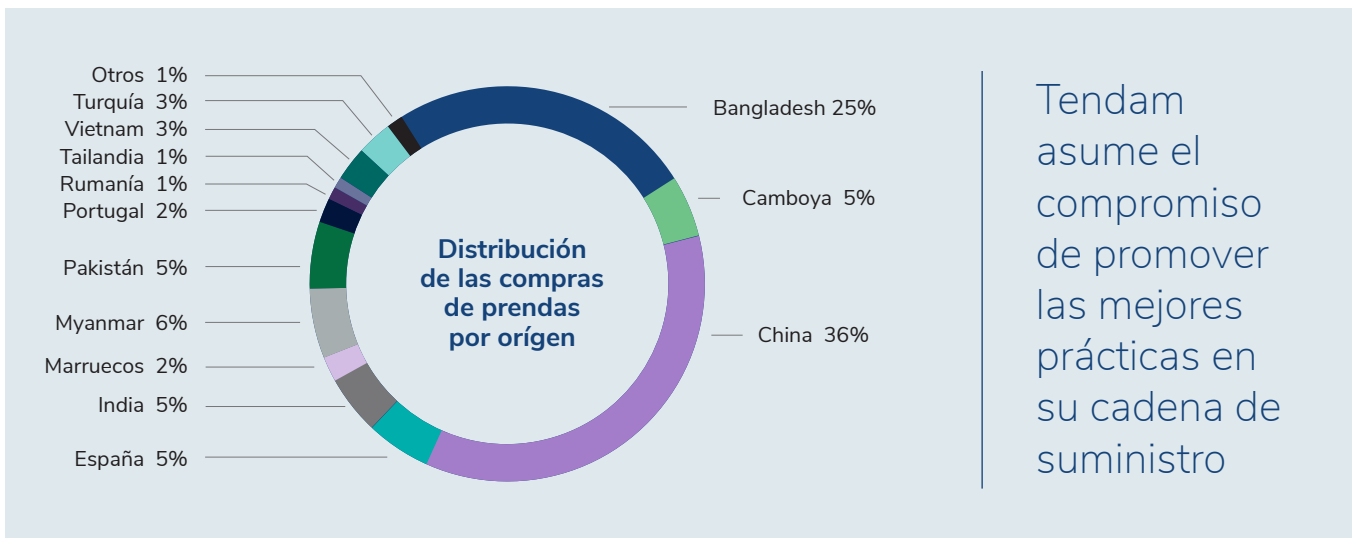
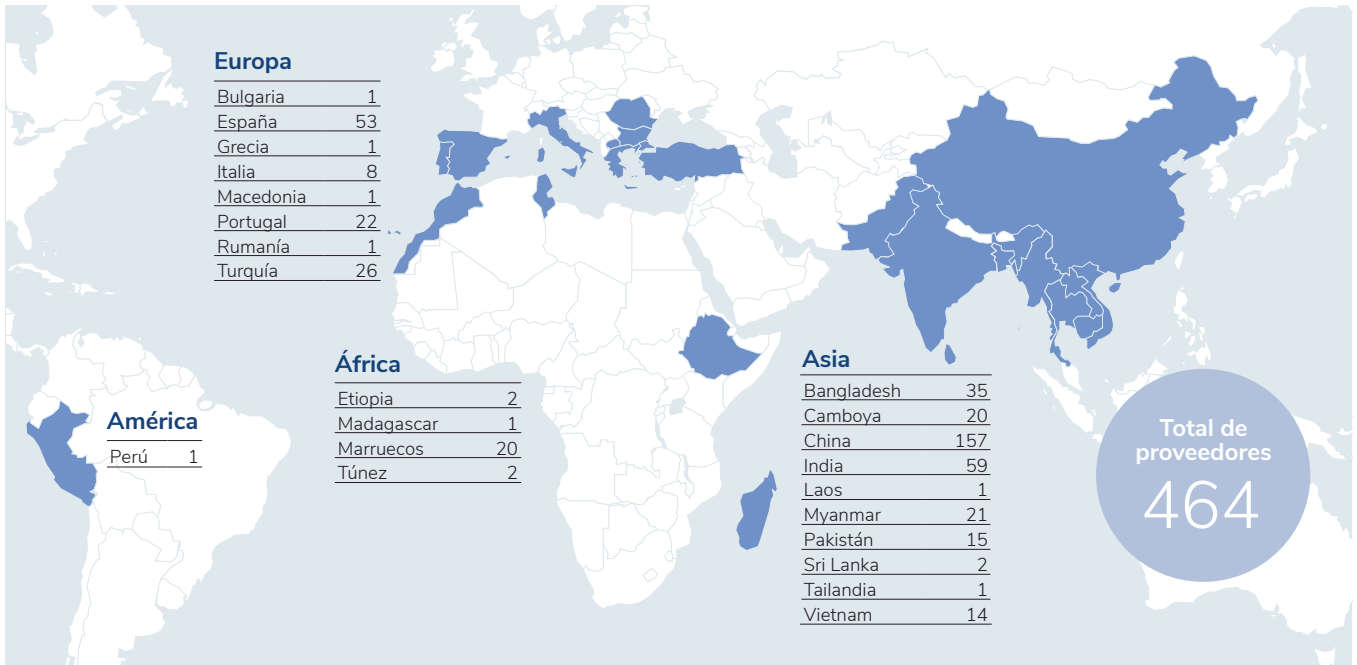
12 principios elementales para velar por el cumplimiento de los Derechos Humanos

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



Cadena de Suministro Responsable

Proveedores de prendas clasificados por orígenes



Mecanismos de debida diligencia en DDHH

Identificación	Evaluación de Riesgos DDHH	Supervisión y evaluación	Comunicaciones y mecanismos de remediación
Trazabilidad de la producción	Riesgo País	Supervisión cadena de suministro	Informe y Página Web
Plataforma de proveedores	Análisis de volúmenes de producción	Monitorización	Línea Ética
	Deslocalización	Planes de acciones correctoras	



Con el compromiso de promover las mejores prácticas en la cadena de suministro, aspectos como la colaboración con los proveedores a largo plazo, el diálogo permanente, y la planificación conjunta permiten establecer relaciones de confianza mutua.

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

Para ello el Grupo dispone de cuatro oficinas de sourcing en Hong Kong, India, Bangladesh y Madrid desde donde se gestionan los proveedores y se controla la producción de las diferentes áreas geográficas. Su función principal es trabajar en coordinación con los proveedores y realizar la supervisión continua de las fábricas a través de auditorías de calidad y de cumplimiento del código de conducta,

Trazabilidad

El sistema implantado para mejorar la trazabilidad de la cadena de suministro recoge toda la información relativa a los datos del proveedor, fábricas en donde se produce cada uno de los pedidos o datos técnicos. Gracias a este sistema se hace un mejor seguimiento del desarrollo del producto.

Proceso de homologación y auditoría social

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

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

Además de la evaluación técnica, se realiza una evaluación de las condiciones laborales y sociales. Para cumplir con los requisitos establecidos, la fábrica puede presentar una certificación conforme a esquemas internacionales, que será corroborada y verificada por los técnicos de la compañía o someterse a una auditoría por entidades independientes acreditadas.

Nuestra adhesión a AMFORI

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

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



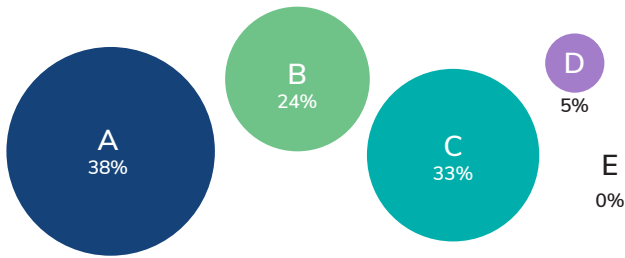
Durante estas auditorías se realizan inspecciones visuales, entrevistas con la gerencia y los empleados y revisión de evidencias. En el caso de obtener un resultado poco satisfactorio, se dispone de una prórroga de 6 meses para que la fábrica se adecue a los requerimientos exigidos por la compañía. Con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

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

TOLERANCIA CERO

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

Clasificación de proveedores ABCDE



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

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

El 62% de las fábricas corresponden a clasificación A y B sin desviaciones significativas, el 38% con clasificación C y D presentan desviaciones que implican seguimiento del Plan de Acciones Correctoras en el plazo de un año y la clasificación E incumplimientos graves en proceso de revisión, necesitaría una reauditoría en menos de 6 meses.

Revisiones periódicas

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

Con una periodicidad mínima de 2 años, cada fábrica es reevaluada completamente. Con el empleo de estas herramientas, la compañía vela para que sus proveedores trabajen de forma responsable, y le permite detectar y subsanar posibles desviaciones o no conformidades.

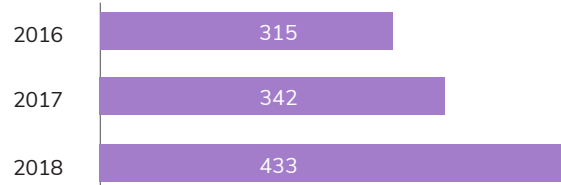
Programa de Auditorías semi-anunciadas

Estas auditorías se realizarán a aquellas fábricas cuya puntuación en la auditoría previa obtuviera resultados bajos, así como a las fábricas que tengan un volumen de producción significativo.

Fábricas evaluadas en 2018

Países	Nuevas	Renovaciones	Total
Bangladesh	17	43	60
Camboya	8	8	16
China	63	126	189
India	19	39	58
Italia	3		3
Marruecos	6		6
Myanmar	11	11	22
Pakistan	6	16	22
Portugal	11		11
Rumanía	3		3
España	15		15
Sri Lanka	1	1	2
Tailandia		1	1
Túnez	3		3
Turquía	14		14
Vietnam	2	6	8
Total	182	251	433

Num de fábricas evaluadas: gráfico de evolución últimos 3 años.



Enlace al video

Eficiencia en la logística

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

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

En Madrid, se ubica el Centro Logístico principal que actúa como Centro de Consolidación de Franquicias de mercancía de proveedores en la zona euromediterránea, y es el distribuidor único para todas las tiendas propias y on-line de Europa. Este Centro logístico, emplazado en Aranjuez, recibe la mercancía de proveedores de todos los países y desde ahí abastece el 100% de las tiendas propias y el 65% de las tiendas franquiciadas de todas las marcas de Tendam.

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

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



Enlace al video



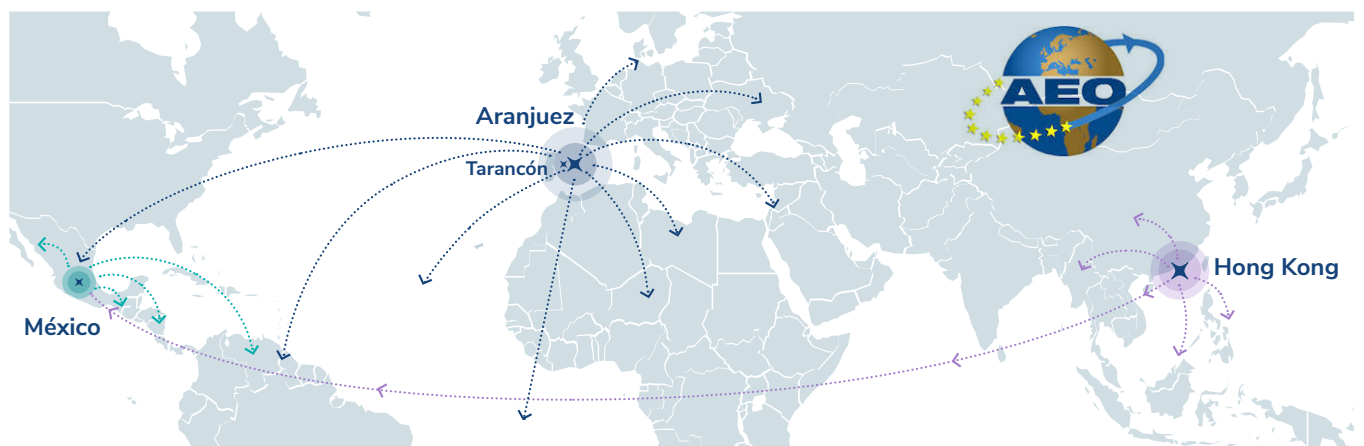
4 Centros Logísticos



130.000 m²
Superficie de almacenamiento



105 Millones
de prendas expedidas





7. Gestión ambiental

Trabajando juntos por un
futuro más sostenible

Gestión ambiental

La compañía comparte la preocupación de la sociedad respecto al futuro de nuestro planeta y se centra en conocer y gestionar los impactos que genera de forma directa e indirecta.

Esta preocupación ha llevado a implementar medidas de eficiencia energética, gestión de residuos y uso responsable de recursos y a trabajar conforme a los principios de la economía circular. Se trabaja en soluciones que permitan a la sociedad disfrutar de un futuro más sostenible mejorando y optimizando el uso de los recursos, y fomentando la reutilización y reciclaje de productos.

Residuos

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

El 70% de las cajas que llegan al centro logístico desde los proveedores son reutilizadas en el picking de reposición de tiendas, consiguiendo optimizar el uso de las materias primas y reducir al máximo la generación de residuos.

Recogida selectiva

Durante 2018 se ha implantado la recogida selectiva de residuos de envases en la sede central, ampliándose así la gestión integral de residuos segregados de papel, envases, toner y otros residuos.



Reutilización de Aparatos Eléctricos y Electrónicos

Durante 2018 se han retirado un total 31.120 kg de Residuos de Aparatos Eléctricos y Electrónicos (RAE) fundamentalmente pantallas, pc de sobremesa y grandes equipos.

- ◆ Borrado seguro de la información contenida en todas las unidades de memoria.
- ◆ Restauración de los equipos susceptibles de un segundo uso, priorizando la reutilización como la mejor de las opciones de tratamiento. Se han podido recuperar un 20,34% de PCs, un 8% de portátiles y un 13,26% de dispositivos periféricos y grandes aparatos.
- ◆ Envío a gestor final de aquellos residuos no reutilizables para su reciclado y valorización.

Materiales

En el marco del **ecodiseño y la reutilización** de materiales, todas las marcas están trabajando en el desarrollo de nuevos materiales y en la utilización de técnicas más sostenibles en el proceso de diseño. Springfield, Cortefiel y Pedro del Hierro han producido prendas que reflejan este nuevo desarrollo basado en un uso de algodón orgánico, poliéster reciclado o el Tencel®. Tecnologías láser y ozono para reemplaza los métodos tradicionales en el proceso de acabado de los jeans, reduciendo el consumo de agua y el consumo de energía y eliminando también el uso de productos químicos como permanganatos y lejías.

Las bolsas que se entregan a cliente son de papel, en el caso de Springfield, 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.

La utilización de fibras naturales como la lana merino y el lino y cáñamo, son otras apuestas que sostenibles que permiten la utilización de materiales naturales.

R[ECO]INSIDER

Este sello, que engloba prendas de las colecciones man & woman, supone una de las líneas estratégicas y de mayor compromiso para la firma, en donde iniciativas como la utilización de algodón orgánico o su programa H2Ø siguen siendo los principales motores del proyecto.

El uso de algodón orgánico, poliéster reciclado y el Tencel® son las propuestas clave dentro del área de las fibras sostenibles. El algodón se usa en prendas como camisetas, sudaderas, truckers y camisas; mientras que el poliéster trae consigo chaquetas y abrigos acolchados.

El programa H2Ø, a través de tecnologías láser y ozono, consigue un denim más sostenible utilizando menos agua (hasta un 90% menos en el caso del ozono y un 50% en el del láser).

El uso del algodón reciclado representa el 21% de la composición de cada jean. De este modo se consiguen fibras más sostenibles provenientes de tejidos de algodón reciclado mezclados con nuevas fibras, creando así tejidos con el mismo aspecto y resistencia que el algodón convencional.



Eficiencia Energética

Con casi 2.000 puntos de venta en todo el mundo, las tiendas se convierten en el centro neurálgico de la actividad que necesitan adaptarse a las necesidades específicas y a la oferta comercial específica y diferenciada de cada marca.

En el diseño de las superficies de venta se valoran los factores ambientales y se hace un uso racional de la energía, en cada proyecto de apertura o de reforma se tienen en cuenta mejoras tanto en iluminación como en las instalaciones térmicas y de refrigeración para conseguir la mayor eficiencia energética y maximizar nuestros criterios de sostenibilidad.

Este ejercicio se ha extendido a la red de ventas un proyecto de eficiencia energética en las tiendas Cortefiel en España, que comenzó en 2017 con un piloto en Madrid y Valencia, con resultados excepcionales en ahorros en kWh. En 2017 este proyecto fue reconocido con el premio Energetic Smart Building.

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

Logística eficiente

Las decisiones logísticas son tomadas desde un punto de vista tanto económico como ambiental. Se han reducido los envíos aéreos y se han implementado medidas de eficiencia en el llenado de las cajas y camiones, lo que reduce la emisión de gases efecto invernadero por cada tonelada transportada.

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

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

Evolución consumo Energía Eléctrica**

	2016	2017	2018
Tiendas (kWh*)	99.514.839	93.746.266	91.052.450
Sede central y oficinas (kWh)	3.068.705	2.779.144	2.917.517
Centros logísticos (kWh)	3.961.733	3.499.093	3.152.991
Total Consumo	106.545.277	100.024.503	97.122.958

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

** Toda la energía eléctrica procede de la Red de Distribución de Energía llevada a cabo por los operadores de Energía en cada país. Por lo tanto el % de energías renovables depende del mix eléctrico de cada país.

Evolución del ratio de consumo de electricidad y emisiones por superficie de venta*

	2016	2017	2018
Ratio Energía kWh/m ²	264	257	241
Ratio de emisión TnCO ₂ /m ²		95	87

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



Emisiones

Bajo la premisa de la preocupación global por el cambio climático, se gestionan las operaciones de manera eficiente y respetuosa con el medio ambiente, evaluando los mayores riesgos e identificando las mejores oportunidades para minimizar sus efectos.

Este compromiso se traduce en políticas de control sobre aquellas operaciones en las que interviene directamente, buscando siempre la máxima eficiencia y el menor consumo. Para ello, se lleva a cabo un proceso de medición y gestión de la Huella de Carbono con el objetivo de evaluar anualmente el impacto de las emisiones de Gases Efecto Invernadero, y poner en marcha las medidas precisas.

Scope 1: Emisiones Directas

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

Scope 2: Emisiones Indirectas asociadas a la electricidad

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

Scope 3: Emisiones Indirectas asociadas a las actividades

- ◆ **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 on-line.
- ◆ **Viajes:** Emisiones derivadas de los viajes de negocio de los empleados.

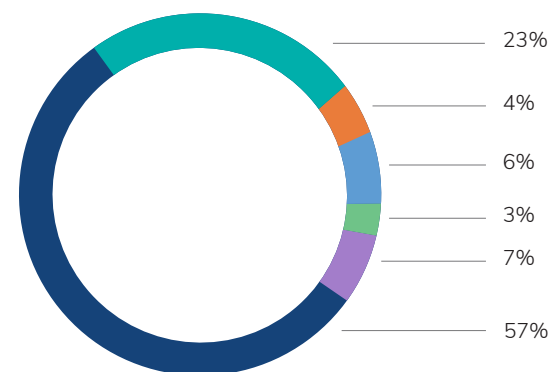
Total Emisiones GEI 2018:

62.171 Tn CO₂ eq

Periodo de Cálculo: 1 de marzo de 2018 al 29 de febrero de 2019.

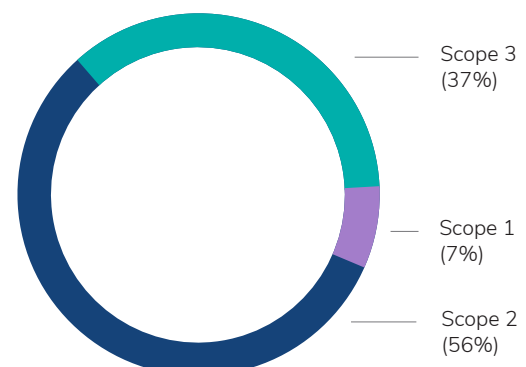
Método de cálculo: Emisiones GEI calculadas conforme al "Protocolo de Gases Efecto Invernadero (GHG Protocol). Estandar corporativo de contabilidad y Reporte" elaborado por el WRI (World Resources Institute) y el WBCSD (World Business Council for sustainable Development).

Origen de las Emisiones de Gases Efecto Invernadero



- ◆ Emisiones por consumo de energía
- ◆ Import: transporte de mercancías de proveedores a centros logísticos
- ◆ Export: transporte de mercancías de centros logísticos a franquicias
- ◆ Logística: transporte de mercancías a tiendas propias y e-commerce
- ◆ Viajes de negocio
- ◆ Emisiones directas

Emisiones de Gases Efecto Invernadero



Consumo de combustibles – Emisiones por combustión fija

Tipo	Consumo	Unidad	Energía Total (TJ)	Emisiones CO ₂ (Tn CO ₂)	Emisiones CH ₄ (Tn CO ₂ e)	Emisiones N ₂ O (Tn CO ₂ e)	Emisiones GEI (Tn CO ₂ e)
Gas Natural	34.219	m ³	1,32	74,37	0,20	0,03	74,60
Gasóleo	20.344	litros	0,78	58,35	0,23	0,12	58,70
			2,10	132,71	0,43	0,16	133,30

Consumo de Energía Eléctrica

	Consumo eléctrico kWh
Tiendas	91.052.449,93
Sede central y oficinas	2.917.517,33
Centros logísticos	3.152.991,00
Total Consumo	97.122.958,26

Consumo de gases refrigerantes – Emisiones fugitivas

	Kg	Emisiones GEI (Tn CO ₂ e)
Total	1.969	3.969

Consumo Energía Eléctrica - Emisiones

Países	Consumo eléctrico (KWh)	Emisiones GEI (TnCO ₂ e)
España	78.752.681	29.926,02
Bélgica	1.288.627	266,75
Croacia	51.513	10,05
Francia	712.856	29,23
Hungría	1.203.071	338,06
Luxemburgo	398.590	121,17
México	1.240.629	566,97
Portugal	12.301.184	3.333,62
Rusia	852.527	323,96
Serbia	321.280	223,29
Total	97.122.958	35.139,11

Calculado en base a los factores de emisión de International Energy Agency (IAE 2016) y MITECO 2019.

Ratio de Emisiones indirectas por el uso de electricidad en tiendas.

Países	KWh - tiendas	KWh/m ²	Tn CO ₂ e	kg CO ₂ e / m ²
España	72.772.654	255	27.654	97
Bélgica	1.275.385	225	264	47
Croacia	46.513	13	9	2
Francia	702.525	162	29	7
Hungría	1.190.935	213	335	60
Luxemburgo	398.590	299	121	91
México	1.240.629	174	567	79
Portugal	12.273.075	260	3.326	70
Rusia	830.864	73	316	28
Serbia	321.280	51	223	35
Total	91.052.450	241	32.843	87

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

Emisiones indirectas por transporte y viajes

Descripción	Emisiones CO ₂ (Tn CO ₂)	Emisiones CH ₄ (Tn CO ₂ e)	Emisiones N ₂ O (Tn CO ₂ e)	Emisiones GEI (Tn CO ₂ e)
Transporte a tiendas propias (Iberia)	1.227,62	0,32	14,80	1.242,74
Transporte a tiendas propias (internacional)	2.245,84	0,24	26,09	2.272,17
Transporte a centros logísticos (Import)	14.403,58	1,80	133,44	14.538,82
Transporte a franquicias (Export)	2.664,58	0,33	26,61	2.691,52
Envíos compra online	304,55	0,03	2,17	306,75
Viajes de negocios	1.745,07	0,44	15,82	1.761,33
Total (Tn CO₂e)	22.591,24	3,16	218,94	22.813,34

Emisiones totales por tipo de GEI

Emisiones CO ₂ (Tn CO ₂)	Emisiones CH ₄ (Tn CO ₂ e)	Emisiones N ₂ O (Tn CO ₂ e)	Emisiones refrigerantes (Tn CO ₂ e)	TOTAL (Tn CO ₂ e)
57.978	4	221	3.969	62.171
93,26%	0,01%	0,36%	6,38%	100,00%





8. Compromiso Social

Comprometidos con el desarrollo
económico y sostenible de la
sociedad

El compromiso social es un valor fundamental y encaja firmemente con los valores corporativos de la compañía. El grupo trabaja estrechamente con las comunidades en las que opera como actor para promover el desarrollo sostenible.

Alianzas estratégicas

La compañía fomenta un crecimiento inclusivo y sostenible asumiendo la necesidad de colaborar con otros agentes y apoyar el trabajo conjunto a través de alianzas estratégicas.



Fundación Seres

Fundación Seres es una entidad sin ánimo de lucro que promueve el compromiso de las empresas en la mejora de la sociedad. La compañía forma parte de la Fundación 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, así como empresas más fuertes.



Pacto Mundial de Naciones Unidas

Es una iniciativa internacional que promueve 10 Principios universalmente aceptados para promover el desarrollo sostenible en las áreas de Derechos Humanos y Empresa, Normas Laborales, Medio Ambiente y Lucha Contra la Corrupción en las actividades y la estrategia de negocio de las empresas. Tendam, una de las primeras empresas españolas firmantes del Pacto Mundial desde el 2002, apuesta por la incorporación de estos 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.



Fundación lealtad

La Fundación Lealtad es una organización no lucrativa independiente que busca fomentar la confianza de la sociedad en fundaciones y asociaciones de acción social para incrementar la colaboración por parte de empresas y particulares.

Desde 2003, gracias a la estrecha colaboración entre ambas partes, Tendam ha apoyado la labor de difusión de la transparencia en el tercer sector que lidera la Fundación.

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

Proyecto Involucrados



En 2005 nace el proyecto **Involucrados** fruto del compromiso de la compañía para contribuir al desarrollo social y sostenible de la sociedad poniendo el foco en la inversión en la comunidad, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad.

A través de una convocatoria pública, a la que se puede presentar cualquier entidad que se ajuste a los requisitos de las bases, se eligen **4 proyectos** de distintas entidades sociales que serán las beneficiarias de la recaudación íntegra obtenida en los rastrillos solidarios que realiza la compañía de forma anual.

La selección de los proyectos se realiza en base a criterios que garanticen su integridad y que el destino de las ayudas tenga repercusión y beneficio real y directo en aquellas personas a las que se dirigen.

Objetivos del Proyecto

- ◆ Generar valor económico para la financiación de proyectos sociales a través del aprovechamiento de recursos.
- ◆ Crear sinergias con el tercer sector que permitan maximizar el valor e impacto de la acción social.
- ◆ Implicar a empleados, directivos y el público en general haciéndoles partícipes de los proyectos de acción social.
- ◆ Alinear los proyectos de acción social de la compañía con los intereses de sus empleados y sus clientes.
- ◆ Conseguir la máxima difusión del proyecto con la misión de visibilizar las iniciativas de las entidades beneficiarias.



156.000€
donados en 2018

Desde 2005 se han financiado:



53 proyectos de
41 entidades



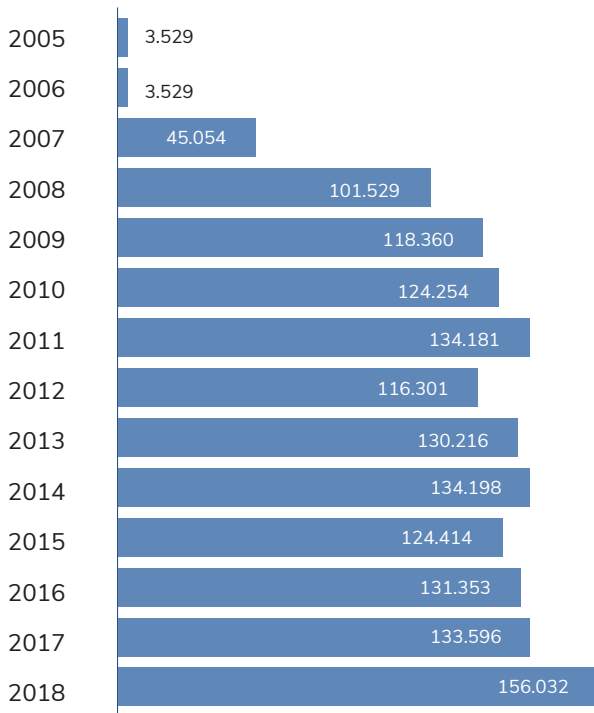
Un total de
1.476.834€
recaudados desde 2005



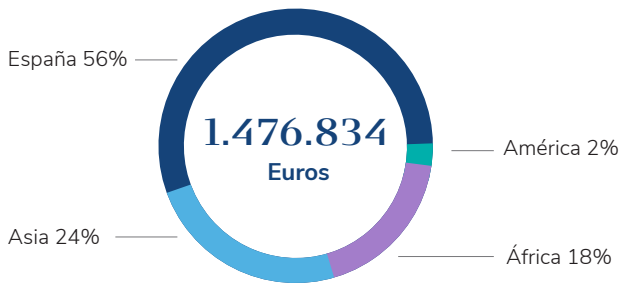
Enlace al video

Evolución Proyecto Involucrados 2005-2018

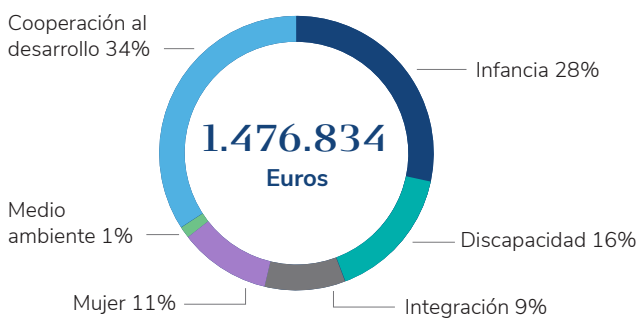
Aportación (€)



Distribución por áreas geográficas



Distribución por áreas de actuación



Proyectos seleccionados

Fundación Pequeño deseo



Con el proyecto **Tejiendo Sonrisas**, la fundación quiere hacer realidad los deseos de niños y niñas con enfermedades crónicas o de mal pronóstico para apoyarles anímicamente. Está comprobado que las emociones positivas ayudan a sobrellevar mejor la enfermedad, la ilusión y la alegría influyen muy positivamente en el bienestar del menor y por tanto en afrontar con más fuerza la enfermedad.

€ DONACIÓN **42.202€**

 **100** deseos cumplidos de niños y niñas

 España



Fundación Amigos de los mayores



La Fundación ha desarrollado el proyecto **Ningún mayor solo** involucrándose con las personas de mayor edad. El objetivo es contribuir al bienestar de las personas mayores, preferentemente de aquellas que estén en situación de aislamiento y/o tengan dificultades físicas o psíquicas, ofreciéndoles apoyo afectivo y social a través de la acción de voluntarios y voluntarias cualificados.

€ DONACIÓN **32.341€**

 **729** mayores acompañados

 Comunidad de Madrid, Galicia y País Vasco.



ITWILLBE



La ONG presenta el proyecto para asegurar la protección de niños y niñas que viven en la calle, luchando contra la explotación de mafias en distintas estaciones de tren de la India.

ITWILLBE propone la aplicación de nuevas tecnologías para la optimización del trabajo social ante una problemática social tan relevante. Para ello han desarrollado la **PPa – People's Protection APP**, una solución tecnológica que permite a las ONGs de la Red ChildMiss identificar a los niños a través de un sistema biométrico muy fiable incluso en menores: combina huella facial, dactilar y palmar (ésta última no cambia con la edad). PPa permite que la red tenga una base de datos única, donde las ONGs pueden compartir información, hacer un mejor seguimiento, optimizar recursos y tener datos fidedignos sobre la problemática, que les permitirán diseñar mejores programas e incrementar el impacto social del proyecto.

€ DONACIÓN **39.202€**

 **39.800** menores en centros de acogida
15.000 identificados con la App

 India




Fundación Síndrome de Down de Madrid



Gracias al proyecto **Involucrados con la salud una apuesta de futuro** contribuyen a mejorar la calidad de vida de los niños con discapacidad que acuden a sus centros. Los niños conviven día a día con problemas en su desarrollo motor, y problemas de salud como alteraciones miofuncionales y de deglución, de integración sensorial, digestivas y respiratorias.

Con el objetivo de poder incluir estos niños en la sociedad en un futuro y ejercer una participación efectiva como ciudadano de pleno derecho, es fundamental empezar a trabajar en edades tempranas. Con este proyecto, Down Madrid les permite participar de manera activa en su entorno desde que son pequeños.

€ DONACIÓN **42.287€**

 **216** personas con discapacidad intelectual atendidas

 Madrid

Movimiento #símeimporta



El cáncer de mama es, a nivel mundial, el tumor más frecuente entre las mujeres. El **15% de las mujeres** que sufren esta enfermedad tienen entre **25 y 45 años**, recibiendo el diagnóstico, en muchos casos, antes de haber tenido hijos.

Por ello, Women'ssecret considera que, además de la superación de la enfermedad, hay que ir un paso más allá y ayudar a estas mujeres a volver a la normalidad.

Afortunadamente, y gracias a los avances médicos y tecnológicos, la supervivencia es cada vez mayor: el **índice de curación en las pacientes españolas alcanza el 90%**, la mayoría superan la enfermedad con buena calidad de vida y con el deseo de ser madres.

Las mujeres que se ven sometidas a una operación para extirpar parte o la totalidad de una mama a causa de un cáncer tienen por delante un reto psicológico muy importante, en el que la normalización de las acciones diarias contribuye enormemente a la superación de la enfermedad.

Esa normalización consiste en contribuir a que el día a día de las mujeres que han sufrido esta enfermedad sea más fácil y llevadero. Y entre otras cosas, conseguir proporcionarles sujetadores post quirúrgicos cómodos, sexis y asequibles que contribuyan a dicha normalización.

Alcanzar la normalización no es fácil. En el caso de la lencería existía muy poca variedad de prendas adaptadas a los requerimientos ergonómicos y médicos. Además, el precio solía ser un inconveniente a la hora de adquirir más de un



modelo y, se añadía que el proceso de compra era duro ya que tenían que ir a tiendas de ortopedia.

De esta voluntad surge el proyecto de crear la colección de **sujetadores Post Surgery Bra**. Sus dos principales objetivos fueron y son: no renunciar a su feminidad y contribuir realmente a que el cáncer de mama no va a impedir que siga siendo la misma mujer - atractiva, coqueta, pareja y/o madre.

Women'ssecret, como marca especializada en ropa interior femenina y comprometida con la mujer y la **institución médica [Dexeus Mujer]**, como centro de referencia en salud integral de la mujer y líder en oncología ginecológica y mamaria; comenzaron a colaborar hace más de cinco años y continúan haciéndolo con acciones comerciales encaminadas a apoyar la lucha contra el cáncer de mama a través de iniciativas solidarias, bajo el lema **MOVIMIENTO #SÍMEIMPORTA**.

40.000
Unidades
vendidas



7.000
Socias han
comprado
el PSB

MOVIMIENTO #SÍMEIMPORTA

44.000€ donados de los
beneficios obtenidos.



[Enlace al video](#)

POST SURGERY BRA

Este proyecto comenzó en 2013, cuando se lanzó la colección de sujetadores Post Surgery Bras, línea de ropa interior para mujeres operadas de cáncer de mama adaptada al uso de las prótesis, el primero de este tipo en el mercado, y que fue diseñada con el asesoramiento de expertos en Ginecología Oncológica y Mastología de Dexeus Mujer.

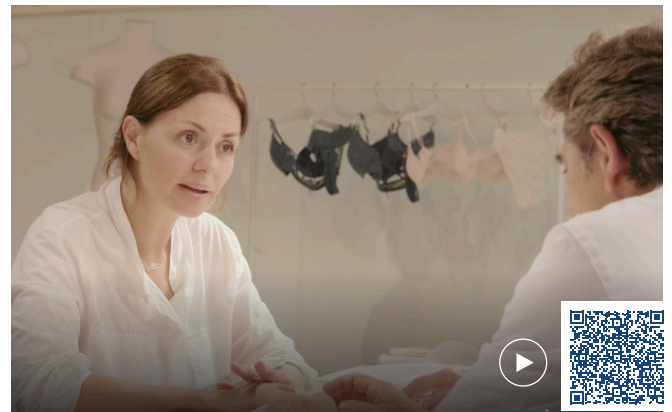
**COSAS
QUE SÍ
IMPORTAN**



A esta colección de sujetadores se le sumó en 2015 la línea de baño, inspirada en las colecciones de Women'secret pero pensada para poder adaptarse al uso de prótesis. El objetivo de la marca era ofrecer prendas cómodas, femeninas y asequibles que, además, cumplieran todos los requisitos médicos necesarios.

En 2017 se dio un paso más allá y se amplió la colección Post-Surgery Bra con una nueva línea de sujetadores de uso post-quirúrgico. Women'secret y Dexeus Mujer pusieron en marcha el proyecto "Cosas que sí importan", por el cual Women'secret se comprometió a destinar todos los beneficios de la venta de la colección PSB al programa de Preservación de la Fertilidad para Pacientes Oncológicas de la Fundación Dexeus Mujer. En total, la acción permitió recaudar más de 44.000 €.

En 2018 se ha presentado un nuevo sujetador post-quirúrgico de algodón con cremallera delantera para facilitar la movilidad y una línea solidaria a nivel internacional de ropa interior femenina compuesta por tres braguitas en diferentes tejidos y tonalidades de rosa para todas las mujeres, y así continuar recaudando fondos para el programa de Preservación.



[Enlace al video](#)



La XI edición de los premios Cinco Días a la Innovación Empresarial ha premiado el proyecto Cosas que sí importan.

La iniciativa, desarrollada por Women'secret y la Fundación Dexeus Mujer, ha sido considerada como una apuesta positiva por la innovación porque proporciona mayor calidad de vida a las mujeres afectadas por un tumor de pecho y, en especial, por el apoyo que ofrece a todas aquellas mujeres jóvenes afectadas por el cáncer que pueden beneficiarse de los planes de preservación de la fertilidad que ofrece la Fundación Dexeus Mujer.

Otras iniciativas solidarias



A través de distintas iniciativas de acción social se manifiesta el compromiso mantenido con la comunidad donde actúa la compañía, generando un impacto positivo en la sociedad. A lo largo del año, los empleados han participado en diferentes campañas sociales como: mercadillos solidarios, campañas de donación de sangre, campañas de recogida de alimentos y juguetes en Navidad, etc.



Asociación Cesal

Con el proyecto **Un hogar al que volver** pretende mejorar las condiciones de vivienda básica de las familias víctimas del conflicto que han sido desplazadas en campos de refugiados en las afueras de Alepo, Siria.

El proyecto se realizará en el barrio de Misad con las familias que han visto destruidas sus casas por los bombardeos. La entidad trabaja con el Padre Ibrahim, franciscano y perteneciente a la Custodia de Tierra Santa. CESAL los lleva apoyando desde el año 2015 y a través de un centro de emergencia atienden actualmente a más de 10.000 personas.

€ DONACIÓN **5.155€**

140 refugiados sin hogar

Alepo, Siria

Tierra de hombres

El programa **Viaje hacia la Vida** nació en 1995 con el objetivo de posibilitar tratamientos médico-quirúrgicos apropiados a niños y niñas que sufren patologías graves pero curables. Sin embargo, un porcentaje importante de la población de países menos desarrollados no tiene acceso a los medios médicos necesarios, debido a la carencia de estructuras sanitarias adecuadas, de competencias especializadas o de equipamiento específico.

En el marco de esta grave situación sanitaria, Tierra de hombres trata de buscar una alternativa inmediata que permita, por un lado, salvar de la muerte o invalidez a un número importante de niños y niñas mediante operaciones fuera y dentro del país, y por la otra, contribuya a reforzar las estructuras y capacidades locales.

€ DONACIÓN **1.000€**

Premio Concurso Solidario de Navidad para empleados

África

Premios Telva Solidaridad

Tendam es patrocinador de los Premios Telva Solidaridad. El objetivo, a lo largo de los últimos 25 años, ha sido estudiar y premiar diferentes proyectos de desarrollo ideados por ONG, especialmente aquellas de reciente creación, pequeñas y con pocos medios a su alcance.

Este año Tendam ha participado en uno de los premios apoyando a la Fundación Nuestros Pequeños Hermanos. A través de su proyecto Talleres Vocacionales facilitan la reinserción laboral de jóvenes en Guatemala. Con esta donación podrán invertir en nuevo equipamiento y materiales de trabajo de los talleres de cocina, panadería, costura, carpintería y herrería. Los jóvenes beneficiados son huérfanos o fueron abandonados y los hogares de esta fundación los acogen y les dan educación y futuro.

€ DONACIÓN **9.000€**

 Guatemala



Voluntariado corporativo

A través del Voluntariado Corporativo la compañía busca contribuir al cambio de la sociedad implicando a los empleados en causas solidarias.

Durante este año los empleados han participado en distintas actividades sociales implicándose especialmente en el proyecto Involucrados. Algunos de los empleados participaron en una jornada de voluntariado en el Comedor San Juan Bautista (Madrid) con el fin de atender y acompañar a personas sin hogar.

Donación de prendas

En Tendam existe un firme compromiso social para el aprovechamiento de todas 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 12 años, a través del cual se ponen en valor estos productos mediante dos mecanismos: las donaciones en especie a entidades sin ánimo de lucro para su destino directo a programas de personas en riesgo de exclusión y, por otro lado, el proyecto Involucrados a través del cual se financian proyectos sociales con su venta en rastrillos solidarios, con lo que se consigue maximizar socialmente el valor de estos recursos fuera del mercado.

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

 **17.700**
unidades donadas

€ con un valor de **118.000€**

 **111** Colaboraciones

Proyectos con impacto



Fruto de la relación que mantiene la compañía con los distintos grupos de interés se ha fomentado la colaboración generando un impacto positivo en la sociedad.

Compromiso con la innovación

Cátedra con el ISEM Business Fashion School

ISEM, Centro de la Universidad de Navarra, es la primera escuela de negocios especializada en empresas de moda de España. Fruto de la colaboración durante varios años nace la cátedra Tendam para 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.



Aula Universidad Politécnica de Madrid

El Centro Superior de Diseño de Moda de Madrid (CSD-MM) es un centro de enseñanzas superiores especializado en moda y de carácter privado, adscrito a la Universidad Politécnica de Madrid. Fruto de este convenio se ha creado el Aula Tendam sobre Sostenibilidad, Responsabilidad e Innovación en el Diseño de Moda. Esta colaboración es una muestra más del compromiso de la compañía con la sociedad y con el que se cumple su misión formativa con un triple objetivo: apoyar a los jóvenes con talento, formar profesionales y profesionalizar el sector.



Atelier by ISEM

Dentro de estas iniciativas se enmarca el proyecto Atelier by ISEM, la aceleradora de startups de ISEM Business School, la escuela de negocios centrada en la industria de la moda de la Universidad de Navarra. En esta segunda edición del proyecto, Tendam se une a otras grandes compañías para fomentar nuevas alianzas con emprendedores y start-ups y poder incorporar las nuevas tecnologías en el desarrollo del tejido industrial en el sector del retail especializado en moda.



EMPODERAMIENTO DE LA MUJER a través del Business Women Empowerment

Tendam participa en esta iniciativa, impulsada por Cinnamon News que tiene como objetivo contribuir al empoderamiento de las mujeres en el mundo económico y empresarial. El proyecto pone el foco en la sociedad y en la economía española con el objetivo de incrementar la presencia de las mujeres en el ámbito de decisión empresarial.



Woman2Woman es un programa de mentoring que nace en el marco Business Women Empowerment (BWE) para buscar a mujeres con vocación de convertirse en protagonistas de una nueva fase en la transformación en el mundo empresarial hacia la igualdad. Este proyecto, lanzado en 2018, tiene el objetivo de tejer una red de contactos profesionales y poner en contacto mujeres referentes en el mundo de la empresa en diversos sectores con otras jóvenes profesionales que estén comenzando su trayectoria profesional.



FOMENTO DEL TALENTO JOVEN con el Proyecto Merino Traveller by Pedro del Hierro



El proyecto Merino Traveller es una iniciativa apoyada por Pedro del Hierro y The Woolmark Company, autoridad mundial de la lana Merino australiana, para fomentar el talento de los jóvenes estudiantes de diseño del Instituto Europeo de Design (IED). Su objetivo es combinar la formación, el empleo, el diseño, el conocimiento de la materia prima renovable y la calidad del producto, para realizar colecciones notables.

Los estudiantes de moda del Instituto Europeo de Design han participado en la primera edición en España de esta iniciativa impulsada por las tres instituciones, con el objetivo de diseñar y coser una pieza de moda de mujer en lana Merino alineada con la colección Travel de Pedro del Hierro. Un importante desafío para reflejar el espíritu de la marca en el diseño de la prenda con esta fibra 100% natural y ecológica, ecológica, que se degrada sin contaminar, es renovable, no se arruga y protege la piel del frío y el calor.





9.

Sobre este Informe

Alcance y cobertura del informe

Este Informe de Sostenibilidad 2018 comprende todas las actividades de Tendam Brands, S.A. (la “**Compañía**”) como sociedad dominante, y de aquellas sociedades directa o indirectamente controladas por ésta, las cuales conforman el Grupo Tendam (el “**Grupo Tendam**”)¹.

El Informe de Sostenibilidad 2018 incluye el Estado de Información No Financiera Consolidado de la Compañía y su Grupo, correspondiente al ejercicio cerrado a 28 de febrero de 2019. Se presenta como informe separado, formando parte del Informe de Gestión Consolidado de la Compañía y su Grupo.

El Informe de Sostenibilidad 2018 ha sido formulado por el Consejo de Administración de la Compañía y firmado por todos sus integrantes, con fecha 31 de mayo de 2019.

Durante el periodo terminado el 28 de febrero de 2019 se han producido las siguientes variaciones en el perímetro de consolidación: Con fecha 10 de enero de 2019 y 25 de febrero de 2019, respectivamente, se finalizaron los procesos de liquidación de las Sociedades dependientes SPF Polska Sp. Zo. o. y Cortefiel Polska Sp. Zo. o., produciéndose la salida de las mismas del perímetro de consolidación según lo establecido en la NIIF 10, sin haber tenido un impacto significativo en el estado de situación financiera consolidada del Grupo.

Los contenidos incluidos en este Informe se han elaborado conforme a estándares internacionales como el Global Reporting Initiative, y 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 el 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 más relevantes del negocio, en aquellas áreas geográficas en que se ejerce una actividad significativa. Se han tenido además en consideración las características propias de la organización y las expectativas de terceros interesados. En el caso de existir limitaciones en el alcance de alguno de sus contenidos, éstas se detallan en el apartado o índice correspondiente del Informe. La Compañía asume el compromiso de trabajar y avanzar en la gestión interna de los datos, para presentar la información más completa.

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

- ◆ Salvo indicación expresa, los datos reportados se refieren a la situación a 28 de febrero de 2019.
- ◆ La información y datos extraídos de los diferentes sistemas de gestión interna del Grupo Tendam, han sido validados por los responsables de las diferentes áreas.
- ◆ La información facilitada no se limita exclusivamente a indicadores cuantitativos. La información complementaria de naturaleza cualitativa 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 para su uso en este informe.

¹ Tendam Brands, S.A. (anteriormente denominada Masaria Investments, S.A.) fue constituida el 6 de julio de 2017 y se convirtió en sociedad dominante del Grupo Tendam (anteriormente denominado Grupo Cortefiel) en septiembre de 2017. En abril de 2018 el entonces denominado Grupo Cortefiel pasó a denominarse Grupo Tendam. Al presentar Tendam Brands, S.A. únicamente 5 meses de actividad como sociedad dominante del Grupo, se optó por reflejar en el Informe de Sostenibilidad 2017 las actividades de la entonces denominada Cortefiel, S.A. (hoy Tendam Retail, S.A., filial de Tendam Brands, S.A. a través de Tendam Fashion, S.L.U.) y sus filiales. Sin embargo, la variación en el perímetro de consolidación no afecta materialmente a la comparabilidad de la información no financiera relativa a ejercicios anteriores y serie histórica, al haberse incorporado únicamente, al perímetro de consolidación, sociedades tenedoras de acciones. Se han mantenido, por tanto, a efectos comparativos, los datos de naturaleza no financiera reportados en el ejercicio 2017.

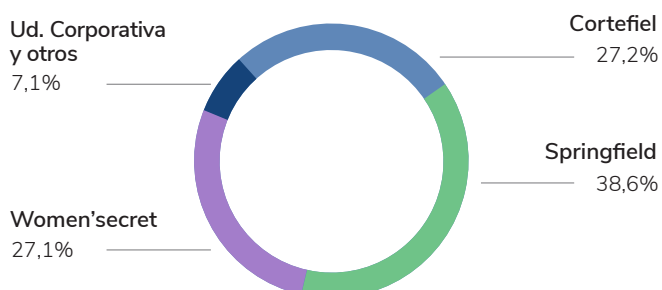
Contribución económica

Principales Magnitudes 2018

	Millones de euros
Inmovilizado no financiero	1.015,78
Inmovilizado financiero	21,57
Existencias	157,67
Clientes	15,40
Proveedores comerciales	223,40
Total ingresos de explotación	1.150,83
Margen bruto / Ingresos	61,74 %
Beneficio de explotación	119,91
EBITDA recurrente	161,71
EBT	80,82
Existencias / Ventas	13,79 %
Clientes / Ventas	1,35%
Proveedores / Ventas	19,55 %

Ingresos por Cadenas

	Millones de euros
Cortefiel y PdH	312,92
Women'secret	312,21
Springfield	444,21
Otros	79,41
Unidad Corporativa	2,08



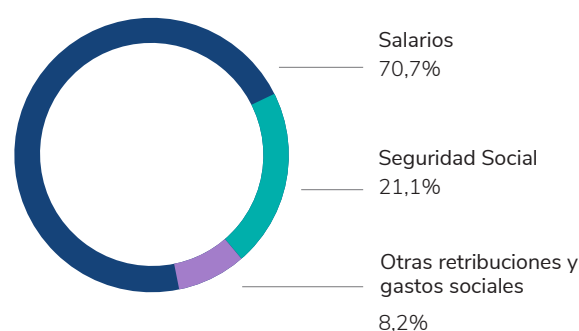
Provisiones de medio ambiente:

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

Distribución del Gasto

	Millones de euros
Remuneración a empleados	220,97
Aprovisionamiento	440,35
Otros gastos de explotación	328,37

Remuneración empleados



Resultado antes de impuestos

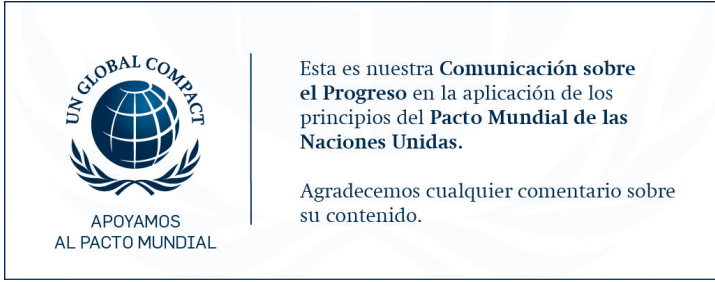
	Millones de euros
España	45,90
Portugal	11,17
Serbia	1,05
Bosnia	0,41
Croacia	0,24
Montenegro	0,31
Hungría	0,63
Otros	21,11
Total	80,82

Impuestos sobre beneficios pagados:

En el ejercicio 18/19 se han registrado un total de 10,15 millones de euros como impuestos sobre beneficios pagados.

Subvenciones públicas:

La compañía no recibe subvenciones públicas, excepto en materia de formación para el empleo en España (Forcem) equivalentes a 0,3 millones de euros aportadas en concepto de bonificación de la cuota de la seguridad social.



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 2018, 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).

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
 NORMAS LABORALES	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
	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 correspondencias 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. 8-27
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. 32-33 Pág. 34-35 Pág. 44-47 Pág. 86-90
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. 44-47 Pág. 86-90
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. 46-47
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. 94-99 Pág. 115
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. 97-99
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. 94-95
USO SOSTENIBLE DE LOS RECURSOS		
Agua: El consumo y suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales	303-1	(1)
Consumo de materias primas y las medidas adoptadas para mejorar la eficiencia de su uso	301-1	Pág. 54 Pág. 95
Energía: Consumo directo e indirecto; medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética, uso de energías renovables	302-1, 302-1, 302-3	Pág. 96 Pág. 98

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. 97-99
Las medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático	201-2	Pág. 97-99
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. 97-99
PROTECCIÓN DE LA BIODIVERSIDAD		
Medidas tomadas para preservar o restaurar al biodiversidad	304-3	(1)
Impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas	304-2	(1)
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. 62-64; 70
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. 64; 67; 82-83
Número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional	401-1	Pág. 81
Las remuneraciones medias y su evolución desagregados por sexo, edad y clasificación profesional. Brecha Salarial, la remuneración puestos de trabajo iguales o de media de la sociedad.	102-38, 102-39	Pág. 80-81
La remuneración media de los consejeros y directivos, incluyendo la retribución variable, dietas, indemnizaciones, el pago a los sistemas de previsión de ahorro a largo plazo y cualquier otra percepción desagregada por sexo.	102-38, 102-39	Pág. 43
Implantación de políticas de desconexión laboral.	103-1; 103-2; 103-3	(2)
Empleados con discapacidad	405-1	Pág. 69
ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO		
Organización del tiempo de trabajo: Número de horas de absentismo.	403-2	Pág. 78
Medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio responsable de estos por par de ambos progenitores.	401-3	Pág. 66-67
SALUD Y SEGURIDAD		
Condiciones de salud y seguridad en el trabajo.	403-3	Pág. 78-79
Accidentes de trabajo, en particular su frecuencia y gravedad así como las enfermedades profesionales; desagregado por sexo.	403-2	Pág. 78-79 Pág 81

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

(2) Aún no se han formalizado políticas de desconexión, pero se está trabajando en una política corporativa en la materia que se implantará en el ejercicio 19-20

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. 65
Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país.	102-41	Pág. 65
El balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y la seguridad en el trabajo.	403-4	Pág. 78
FORMACIÓN		
Las políticas implementadas en el campo de la formación.	404-2	Pág. 74-77 Pág. 72-73
La cantidad total de horas de formación por categorías profesional.	404-1	Pág. 74
ACCESIBILIDAD UNIVERSAL		
Accesibilidad universal de las personas con discapacidad	103-1; 103-2; 103-3	Pág. 53
IGUALDAD		
Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres.	404-2	Pág. 68-69
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. 68-69 Pág. 71-73
La política contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad.	406-1	Pág. 68-69 Pág. 58
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. 44 Pág. 86-90
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. 46-47 Pág. 86-90
Denuncias por casos de vulneración de derechos humanos	103-1; 103-2; 103-3	Pág. 44
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. 65 Pág. 87-90
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. 44-45
Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales.	205-2	Pág. 44-45
Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro.	201-1	Pág. 44-45 Pág. 102-111

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. 86-91
El impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio.	413-1	Pág. 86 - 91
Las relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos.	102-43	Pág. 34-35
Las acciones de asociación o patrocinio.	103-1; 103-2; 103-3	Pág. 102-111
SUBCONTRATACIÓN Y PROVEEDORES		
La inclusión en la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales	103-2, 103-3	Pág. 86 - 87
Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental	308-1, 414-1	Pág. 86 - 87
Sistemas de supervisión y auditorías y resultados de las mismas	308-2, 414-2	Pág. 88-90
CONSUMIDORES		
Medidas para la salud y la seguridad de los consumidores.	416-1	Pág. 55
Sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de las mismas.	418-1	Pág. 56-57
INFORMACIÓN FISCAL		
Los beneficios obtenidos país por país	201-1	Pág. 115
Los impuestos sobre beneficios pagados	201-1	Pág. 115
Las subvenciones públicas recibidas	201-4	Pág. 115

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 2018

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

De acuerdo con su solicitud y con el artículo 49 del Código de Comercio, hemos realizado la verificación, con el 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 finalizado el 28 de febrero de 2019 de Tendam Brands, S.A. (en adelante, la Sociedad dominante) y sus sociedades dependientes (en adelante el Grupo) y que forma parte del Informe de Gestión consolidado del ejercicio 2018 del Grupo.

Responsabilidad de los Administradores y de la Dirección de la Sociedad dominante

Los administradores y la Dirección de la Sociedad dominante son responsables de la preparación y presentación del Informe de conformidad con los *Sustainability Reporting Standards* de Global Reporting Initiative (estándares GRI).

Asimismo los administradores de la Sociedad dominante son responsables de la formulación del EINF incluido en el Informe, así como del contenido del mismo. El EINF se ha preparado de acuerdo con los contenidos recogidos en la normativa mercantil vigente y siguiendo los criterios de los estándares GRI, de acuerdo a lo mencionado para cada materia en la tabla "Tabla de correspondencia con la Ley 11/2018" incluida en el Informe.

Estas responsabilidades incluyen el diseño, la implantación y el mantenimiento del control interno que se considere necesario para permitir que el Informe 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 Informe.

Nuestra independencia y control de calidad

Hemos cumplido con los requerimientos de independencia y demás requerimientos de ética del Código de Ética para Profesionales de la Contabilidad emitido por el Consejo de Normas Internacionales de Ética para Profesionales de la Contabilidad (IESBA, por sus siglas en inglés) que está basado en los principios fundamentales de integridad, objetividad, competencia 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 aseguramiento 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 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 Informe, en la revisión de los procesos para recopilar y validar la información presentada en el Informe 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 Informe en función del análisis de materialidad realizado por la Sociedad dominante y descrito en el apartado "Análisis de materialidad" del Informe, considerando contenidos requeridos en la normativa mercantil en vigor.
- Análisis de los procesos para recopilar y validar los datos presentados en el Informe del ejercicio 2018.
- Revisión de la información relativa a los riesgos, las políticas y los enfoques de gestión aplicados en relación a los aspectos materiales presentados en el Informe del ejercicio 2018.
- Comprobación, mediante pruebas, en base a la selección de una muestra, de la información relativa a los contenidos incluidos en el Informe del ejercicio 2018 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 que incluye el Estado de Información No Financiera consolidado de Tendam Brands, S.A. y sus sociedades dependientes correspondiente al ejercicio finalizado el 28 de febrero de 2019, no ha sido preparado, en todos sus aspectos significativos, de acuerdo con los contenidos recogidos en la normativa mercantil vigente y siguiendo los criterios de los estándares GRI, de acuerdo a lo mencionado para cada materia en la tabla denominada "Tabla de correspondencia con la Ley 11/2018" incluida en el Informe.

Uso y distribución

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

KPMG Asesores, S.L.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Patricia Reverter Guillot'. The signature is stylized and written over a light blue horizontal line.

Patricia Reverter Guillot

31 de mayo de 2019

C O R T E F I E L

Pedro del Hierro

SPRINGFIELD

women'ssecret

FIFTY

TENDAM

GLOBAL FASHION RETAIL

Avenida de Llano Castellano, 51 |
28034 Madrid

www.tendam.es

