



mayoral

2022

Informe de Información no financiera

GRUPO INDUMENTA PUERI, S.L. y Sociedades Dependientes



Índice

Preámbulo	04
Carta del Presidente	05
Somos Mayoral	07
Ocho décadas de historia	08
Grupo Mayoral en cifras	11
Modelo de negocio	12
Los pilares de la compañía	13
Nuestra sede	15
Mayoral en el mundo	17
Entorno	20
Grupos de Interés y Materialidad	23
Política de Sostenibilidad	27
Aspectos significativos	30
1 Gestión de Recursos Humanos, políticas y aspectos sociales	30
1.1 Información sobre el empleo	32
1.2 Organización del trabajo	38
1.3 Seguridad y Salud	40
1.4 Relaciones sociales	41
1.5 Formación	42
1.6 Igualdad	44
1.7 Derechos Humanos	45
1.8 Corrupción y soborno	46
1.9 Sociedad	47
1.10 Comercio ético	51
2 Cadena de suministro	56
2.1 Calidad, Seguridad y Salud en el producto	56
2.2 Materias primas más sostenibles	61
3 Compromiso con el cliente	64
4 Medioambiente y uso eficiente de los recursos	65
4.1 Compromiso con el medioambiente	65
Tabla de Correspondencias	74

Preámbulo

El Grupo Indumenta Pueri S.L. y sus sociedades dependientes, de ahora en adelante Mayoral, Grupo Mayoral o el Grupo, ha presentado el siguiente estado de información no financiera para dar cumplimiento a los requisitos establecidos en la Ley 11/2018 de 28 de diciembre de 2018, en materia de información no financiera. Para el mismo se han tenido en cuenta los temas más relevantes que impactan en la sostenibilidad y sobre los cuales el Grupo ha establecido una prioridad. Estos temas son resultado del análisis de materialidad realizado por el Grupo, los cuales se revisan anualmente. Para ello se tiene en cuenta los principales grupos de interés que tienen influencia y participación en la cadena de valor y, a partir de un trabajo conjunto, se realiza el estudio de los temas más relevantes a los que se les da prioridad en el trabajo.

La aspiración de Mayoral de construir una empresa mejor le ha llevado a integrar la Sostenibilidad en cada uno de sus procesos y estrategias para generar un impacto positivo en sus clientes, empleados, cadena de suministro y en el planeta. Teniendo en cuenta este propósito y tomando como referencia el modelo de negocio del Grupo, se ha realizado un análisis para determinar

aquellos puntos de interés económico, social y medioambiental que aporten valor y desarrollo de negocio satisfaciendo así a todos los grupos de interés.

La presente memoria se estructura en base a los temas materiales detectados durante el análisis y relacionados principalmente con el ámbito social, medioambiental y con el producto.

Asimismo, Grupo Indumenta Pueri S.L. ha elaborado el presente informe con referencia a los estándares GRI para el periodo comprendido entre el 1 de enero de 2022 al 31 de diciembre de 2022.

El estado de información no financiera incorpora la información correspondiente también al año fiscal 2022 de la compañía, que comprende desde el 1 de enero de 2022 al 31 de diciembre de 2022.

Finalmente, tal como indica la Ley 11/2018 de información no financiera y diversidad, el presente estado de información no financiera está sometido a verificación por parte de un verificador independiente.



Carta del Presidente

Mayoral es una empresa que tiene sus orígenes hace casi 100 años y que desde sus inicios se ha dedicado al mundo de la moda. En sus comienzos como una marca de calcetines, posteriormente enfocada en la moda infantil y en la actualidad como un grupo de marcas que suman mujer y hombre.

En Mayoral pensamos que las empresas que prosperan son las que se adaptan al mercado y a la sociedad en la que viven. Es por ello por lo que en todos estos años hemos ido cambiando nuestros métodos, añadiendo nuevos canales de venta y relación con el consumidor, y adaptando nuestros modelos a los gustos y demandas de nuestros clientes.

Nuestro objetivo es crear diseños con un componente de moda y de calidad que sean apreciados por los consumidores y que refuercen la valoración de nuestras marcas. Modelos sostenibles y ecológicos que colaboren a que nuestro planeta se conserve en las mejores circunstancias para las siguientes generaciones. Esta actitud de mirar hacia adelante está en nuestro carácter de empresa familiar de cuarta generación y entre los valores de las casi 2.000 personas que con su esfuerzo hacen que seamos una empresa mejor año tras año.

Nuestra industria se enfrenta a retos muy importantes, pero a su vez ofrece oportunidades para crecer a las empresas que sepan detectarlas. Ese es el desafío que se nos plantea y por el que queremos seguir creciendo, llegando a más países de los 100 donde ya se encuentran nuestros productos y añadiendo puntos de venta con nuestros rótulos más allá de las cerca de 350 tiendas y 10.000 puntos de venta independientes donde ya se comercializan las colecciones de Mayoral. En pocas palabras, queremos seguir haciendo amigos por todo el mundo.

Manuel Domínguez de la Maza
Presidente



“En Mayoral pensamos que las empresas que prosperan son las que se adaptan al mercado y la sociedad en la que viven”.

Somos Mayoral

El Grupo Mayoral es el principal grupo especializado en moda infantil en la península ibérica, con una amplia trayectoria en el sector textil que la ha convertido en un referente internacional.

El grupo de empresas es propiedad de un grupo familiar desde su origen, hecho que ha sido determinante para que los principios que guían la marcha de la empresa estén orientados a la ética y la responsabilidad social.

Aunque no ha dejado de evolucionar en sus más de 80 años de historia, el espíritu de empresa familiar continúa vigente. El eslogan "Mayoral hace amigos" ha sido y es parte fundamental de la filosofía corporativa, marcando el camino de una compañía socialmente activa, de una marca amiga siempre regida por valores que, a pesar de los años transcurridos desde su fundación, permanecen inalterables y funcionan como pilares que le aportan solidez y equilibrio.

Sus orígenes se remontan al año 1941, con la fundación de la primera compañía del Grupo Mayoral, Domínguez Toledo, en Málaga. En la actualidad el grupo de empresas es un productor integral de moda, que ofrece al cliente (el punto de venta) todo tipo de prendas coordinadas y listas para presentar al consumidor final.

En el año 2018 se crea Abel & Lula, la marca premium de ropa infantil del Grupo, que ofrece looks elegantes con un diseño atractivo y una cuidada confección en los que convergen tradición y modernidad, espíritu innovador y artesanal.

Con el deseo de expandir las operaciones a otros sectores de la industria de la moda, Mayoral firma a finales de 2021 la compra de la empresa Simply Business S.L. (propietaria de la marca Boston Wear, en adelante Boston), enfocada en el sector masculino, y una participación mayoritaria de Trendy Chic Taste S.L. (propietaria de la marca Hug & Clau), centrada en el femenino. Para acelerar el desarrollo de ambas firmas, los principales objetivos se centran en el reposicionamiento de las marcas a través de la redefinición de las colecciones, imagen, concepto de tienda y presencia digital.

La sinergia empresarial entre las tres marcas contribuirá a alcanzar su máximo potencial y cosechar nuevos éxitos. A finales de 2022, Boston cuenta con 29 puntos de venta y Hug & Clau con 17, todos ubicados en España.

mayoral



Abel & Lula

BOSTON

Hug & Clau

Ocho décadas de historia

1966 — Rafael Domínguez de Gor se hace cargo de la dirección general.

1973 — Mayoral pasa de ser un fabricante de “prenda suelta” a distribuidor de moda.

1988 — Mayoral se convierte en el mayor fabricante de moda infantil en España.

1992 — Lanzamiento de Mayoral en el mercado internacional.



1996 — Comienza el proyecto de tiendas Mayoral: apertura del primer punto de venta propio.

1997 — Primera participación en ferias internacionales de moda (Pitti Immagine Bimbo, en Florencia, Italia).

2002 — Traslado a las nuevas instalaciones de 50.000 m2.

2007 — Manuel Domínguez de la Maza, tercera generación de la familia, toma la dirección general de Mayoral.



2008 — Lanzamiento de la primera colección Mayoral Newborn, nueva línea de producto.

2011 — Se inaugura el nuevo almacén logístico (Mayoral 1), basado en tecnología inteligente para el almacenamiento automático de pedidos.

2012 — Lanzamiento de la línea de calzado.

2013 — Apertura de tienda online en España y Portugal.

2016 — Participación en más de 50 ferias internacionales de moda infantil.

2018 — Lanzamiento de la nueva identidad corporativa.

2019 — Nuevo centro de distribución Mayoral 2. Lanzamiento de la nueva marca premium Abel & Lula. La comunidad en Redes Sociales supera el millón de seguidores.

2021 — Mayoral celebra su 80 aniversario y afianza su apuesta por la sostenibilidad con el proyecto #ecofriends. La compañía adquiere las marcas españolas de moda Boston y Hug & Clau.

2022 — Mayoral estrena un nuevo concepto de tiendas. Abel & Lula amplía su tallaje y presenta la línea de bebé niña. Manuel Domínguez de la Maza se hace cargo de la Presidencia.



Grupo Mayoral en cifras

400

millones de euros de facturación



3.000

modelos diseñados por año



31

millones de prendas vendidas



1.900

empleados en el grupo



21

filiales



200

agentes comerciales



10.000

puntos de venta en el mundo



330

tiendas propias y franquicias



100

países con presencia comercial



Modelo de Negocio

El Grupo Mayoral desarrolla dos actividades:

- Diseño, suministro, confección, acabado y comercialización de prendas y artículos de moda infantil, además de las recientemente incorporadas líneas de negocio de señora y caballero, al por mayor y por menor a través de una red de agentes comerciales externos, comerciales propios, tiendas propias, franquicias y su tienda online. Su principal marca comercial es Mayoral.
- Inversión de tesorería a través de dos sociedades del Grupo.

Mayoral es el líder del sector de Moda Infantil en la Península Ibérica y uno de los principales grupos especializados de Europa. Actualmente, el grupo empresarial está compuesto por sociedades dedicadas al diseño, fabricación, comercialización y distribución de moda infantil y adulto en más de 100 países, a través de una red de 20 compañías comerciales en el exterior, 200 agentes comerciales, 330 tiendas y más de 10.000 clientes repartidos por todo el mundo. Además, Mayoral desarrolla su venta online en más de 21 mercados

La Misión de Mayoral es hacer prendas de moda de buena calidad; al mejor precio posible y entregarlas a tiempo.

La estrategia de Mayoral es la de promocionar su diseño y marca con personalidad y estilo propio, con el objetivo de ofrecer la mejor relación Moda-Calidad-Precio del mercado.

La estrategia del Grupo es la siguiente:

1. Incrementar las ventas mediante:
 - Apertura de filiales comerciales en nuevos países para potenciar las ventas.
 - Ampliar la red de agentes en aquellos países donde aún se pueda crecer en ventas.
 - Apertura de tiendas propias no solo en España, también en otros países.
 - Potenciar las ventas a través de la tienda online.
 - Nuevas colecciones de productos.
2. Externalización de la producción a países y áreas geográficas con elevada competitividad de costes como China, Sudeste Asiático, India y Norte de África.
3. Estrecha colaboración con proveedores mejorando la velocidad y flexibilidad ante cambios en el mercado.
4. Potenciación del diseño, innovación e imagen de marca como forma de diferenciación a través de la calidad.
5. Especialización y ampliación de la gama de productos como fórmula de atracción de los consumidores, de diferenciación competitiva, y de penetración en el mercado.

A lo largo de 2022, se han sucedido diferentes logros destacables en la trayectoria de Mayoral:

- Manuel Domínguez de la Maza se hace cargo de la Presidencia.
- Se amplían las oficinas de la sede central.
- Se comienza la construcción de un tercer centro logístico.
- Mayoral continúa trabajando en su nuevo concepto de tiendas, con un estilo más actual y con criterios de sostenibilidad.
- Abel & Lula amplía su tallaje y presenta la línea de bebé niña.
- Nace la línea de bebé niño en Abel & Lula.
- Mayoral se adhiere a la Sustainable Apparel Coalition.
- Acuerdo con la Naviera Maersk para el uso del servicio EcoDelivery en las importaciones.

Los pilares de la compañía



El Grupo Mayoral desarrolla sus actividades buscando conciliar sus legítimos intereses económicos – de crecimiento y de competitividad – integrando al mismo tiempo una política basada en cuatro pilares fundamentales:

Compromiso con los empleados

Para ofrecerles un empleo digno, estable y de calidad que identifique su potencial y permita su promoción interna.

Compromiso con los proveedores

Para cumplir un código de conducta que garantice unas condiciones laborales dignas.

Compromiso con la sociedad

Mediante un programa de participación en Organizaciones sin ánimo de lucro de la Comunidad.

Compromiso con el medio ambiente

Mediante una política de sostenibilidad que respeta el entorno natural mediante la reducción de emisiones y residuos.



Nuestra sede

Desde los orígenes de la compañía, un objetivo constante ha sido adecuar los procesos a la demanda futura del mercado, innovando e incorporando tecnología de última generación en los centros de logística y distribución.

El Grupo cuenta con 50.000 m² destinados a las oficinas centrales en la ciudad de Málaga, España, donde se encuentran los departamentos de Diseño, Compras, Comercial, Marketing, Administración, Tiendas e Informática, entre otros.

Asimismo, en 2011 se creó el almacén automático de pedidos, **Mayoral 1**, que desde su construcción duplicó su capacidad gracias a la incorporación de tecnología avanzada para almacenamiento inteligente. Este almacén cuenta con 5.700 m² que permiten la recepción, clasificación y control de prendas.

En 2019 se puso en funcionamiento **Mayoral 2**, un nuevo centro de distribución con una capacidad de 27.000 m² y alto grado de eficiencia, cuya revolucionaria tecnología complementa la capacidad del centro logístico Mayoral 1.

Con un innovador diseño arquitectónico que evoca el plisado de una falda y a su vez tiene una función de eficiencia energética, el nuevo centro requirió tres años de esfuerzo y una inversión superior a 50 millones de euros.

Su principal valor es la implantación de una tecnología de transporte aéreo - overhead conveyor - que aporta grandes ventajas al sistema de distribución:

1. **Eficiencia y rapidez**, al tener una ruta única para la prenda colgada y plegada, permitiendo preparar cualquier pedido de una sola vez.
2. **Flexibilidad** del sistema, igualmente válido para pedidos de pequeño y gran tamaño.
3. **Centralización de stock**, gracias a la cercanía de ambos centros y la facilidad para el traspaso de mercancía de uno al otro.

Mientras que el anterior sistema permitía la distribución de 30 millones de prendas anuales, con el del nuevo centro se alcanzan los 50 millones. Esta cifra se verá incrementada gracias a otro nuevo centro de distribución de 19.000 metros cuadrados que se comenzó a construir en 2022 y estará operativo a lo largo de 2024.

Mayoral en el mundo



El 75% de las ventas de Mayoral proviene del mercado internacional.

En las últimas décadas Mayoral ha experimentado un fuerte crecimiento en el mundo, con ventas internacionales que alcanzan el 75% de las ventas consolidadas.

La expansión comercial de las marcas Mayoral y Abel & Lula se realiza a través de la red de filiales que comercializa las colecciones a través de sus representantes.

En la actualidad son una veintena las filiales comerciales que, estratégicamente situadas en diferentes partes del mundo, reportan a la matriz española. Las últimas en unirse fueron Chile y Japón. También es importante la red de agentes comerciales independientes que operan en más de 100 países en Europa, Oriente Medio, Asia Central, África del Norte y Canadá.

En cuanto a las marcas Boston y Hug & Clau, la comercialización se realiza actualmente tanto a nivel tienda física como online solo en el mercado español.

Las estimaciones contemplan un ritmo de crecimiento mantenido y la consolidación de las ventas.



Oficinas Centrales

España
La Orotava 118
29006 Málaga

Tiendas propias

España
Grecia
Italia
Polonia
Portugal
Rumanía
México

e-commerce

Alemania
Austria
Bélgica
Bulgaria
Dinamarca
España
Estados Unidos

Finlandia
Francia
Grecia
Países Bajos
Irlanda
Italia
México

Polonia
Portugal
Reino Unido
Rumanía
Suecia

Filiales Comerciales

Bulgaria
Canadá
Chile
Colombia
Estados Unidos
Francia
Grecia
Italia

Japón
Kazajistán
México
Perú
Polonia
Portugal
Reino Unido
Rumanía

Rusia
Turquía
Ucrania

Entorno

Descripción del sector textil

La industria textil es un sector que lleva varias décadas atravesando un proceso de reestructuración y modernización continuo. La globalización de la economía, el cambio que ha supuesto internet en el consumo y la liberación progresiva de los intercambios textiles internacionales han hecho que la industria este experimentando un gran cambio.

Este proceso está haciendo que nuestro sector sea cada vez más competitivo con un cliente que espera una oferta "Omnicanal". Esta circunstancia implica una presencia en el canal de tiendas Multimarca, Tienda propias y Tienda Online, con una integración de los tres. De tal manera que un cliente pueda a lo largo de su proceso de compra interactuar en ambos canales.

La base del sector está organizada en torno a la generación de valor. Así, las actividades propias de la industria textil desde el inicio hasta la finalización del producto quedarían encuadradas en la siguiente cadena de valor:

Determinadas empresas solo participan en fases concretas, subcontratando el resto de las actividades, mientras que otras se encuentran completamente integradas verticalmente. En este sentido, la importancia otorgada por cada grupo textil a las distintas funciones reflejadas en el gráfico expuesto depende de la estrategia adoptada y varía de forma significativa de unas empresas a otras. Así, las distintas funciones descritas pueden ser desempeñadas en el seno de cada grupo, bien por las propias Entidades del Grupo o bien por terceros independientes subcontratados.



Descripción del entorno en el que opera

Las principales características del entorno en el que operan los grupos textiles son las siguientes:

- Transacciones en una economía abierta con liberalizaciones progresivas, pero donde aún existen barreras arancelarias.
- La clientela de los productos básicos, intermedios y finales es madura. Conoce el producto y las prestaciones, valora su dinero y es consciente de los atributos que adquiere, tales como funcionalidad, moda, prestaciones específicas y otros. La lealtad al proveedor es reducida.
- La demanda de la producción final del sector tiene dos componentes, el de reposición de productos y el de la compra por impulso. A veces hay coincidencias entre ambas motivaciones y las dos son sensibles al ciclo económico, pero lo es más la segunda.

- Segmentación de mercados de materia prima, producto intermedio y final. La relación de fuerzas entre productores y distribuidores es rápidamente cambiante.
- La importancia relativa de los aspectos inmateriales de la producción, tales como la marca y el diseño, es creciente.
- La competencia en la industria es muy elevada, tanto en el mercado interior como en el exterior.
- Es necesario una estrategia comercial "omni-canal". Los clientes esperan que los canales de distribución (tienda física y tienda online) estén integrados y cualquier fase del proceso de compra se pueda llevar a cabo en cualquiera de los dos canales indistintamente, existiendo incluso la posibilidad de combinarlos.





Grupos de interés y Materialidad

Tomando como referencia el modelo de negocio del Grupo Mayoral, se realizó un análisis para determinar aquellos puntos de interés económico, social y medioambiental que aporten valor y desarrollo de negocio satisfaciendo así a todos los grupos de interés.

En referencia a estos últimos, están identificados tanto los grupos de interés internos como externos, los cuales tienen capacidad de influir en la estrategia de negocio y también se ven afectados por la actividad y las decisiones del grupo.

	GRUPO	CANALES DE COMUNICACIÓN
INTERNO	EMPLEADOS: se contempla tanto a los trabajadores de las oficinas centrales, como de las tiendas propias, filiales en diferentes países, trabajadores temporales, trabajadores de las diferentes sociedades que conforman el Grupo, etc.	Intranet del grupo, e-mail y, presencialmente, a través de los diferentes responsables de cada departamento.
	ACCIONISTAS: se hace referencia aquí a las personas que tienen acciones del Grupo Mayoral y sus diferentes empresas subsidiarias.	E-mail, presencialmente en el Consejo de Administración.
	CLIENTES: tienen un peso importante en los objetivos que se marca el Grupo año tras año. Se puede diferenciar entre aquellos clientes que son consumidores o clientes directos (B2C), es decir, quienes van a hacer uso del producto directamente y, por otro lado, están los clientes que actúan como distribuidores de la marca (B2B).	B2C: Presencial a través de nuestro personal en tienda, formulario y teléfono disponible en la página web, redes sociales, newsletter. B2B: a través de los agentes comerciales o jefes de ventas, formulario web y número de teléfono específico para los clientes multimarca, newsletter.
EXTERNO	PARTNERS: el modelo de negocio de Mayoral implica en la cadena a diferentes colaboradores que intervienen en la comercialización de los bienes. Con ello hacemos referencia, por un lado, a los agentes comerciales independientes que actúan como representantes de la marca ante los clientes B2B y, por otro lado, a las franquicias del Grupo.	Presencial, e-mail o de forma telefónica con el equipo comercial de Mayoral que está tanto en la sede central en España, como en las diferentes filiales.
	PROVEEDORES: proveedores de bienes y servicios. Siendo consciente de la complejidad del sector en el que opera y del impacto de su actividad a nivel internacional, Mayoral trabaja para incluir no solo a sus proveedores directos, sino también indirectos.	Vía teléfono o e-mail con el equipo de compras. Asimismo, mediante la Web para Proveedores proporcionada por Mayoral. Presencialmente en las diferentes reuniones a lo largo del año tanto en España como en el país de origen.
	SOCIEDAD: se incluyen diferentes asociaciones, fundaciones y ONGs, locales e internacionales. También las entidades privadas con proyectos culturales y formativos, entre otros. De igual forma, entran aquí instituciones, gobiernos y organismos públicos.	Reuniones presenciales, vía e-mail, redes sociales, foros empresariales y asociaciones de las que Mayoral forma parte.

De cara a determinar aquellos puntos se ha utilizado la herramienta del análisis de materialidad, la cual permite identificar todas aquellas cuestiones de relevancia para los grupos de interés que directa e indirectamente inciden sobre la Compañía.

El objetivo de este análisis de materialidad es alinear así la estrategia del Grupo para satisfacer los intereses de los grupos de interés.

Para la elaboración de este análisis de materialidad se han seguido las recomendaciones de los estándares de Global Reporting Initiative (en adelante, "GRI") y el marco de Reporte Integrado. Este análisis se basa en la premisa de que, una vez localizados e identificados todos aquellos asuntos relevantes, la Sociedad debe informar acerca del estado de todos ellos, la influencia y el resultado de sus políticas sobre estos asuntos.

Se realizó un análisis de ámbito interno y otro externo. El análisis interno ha consistido en el estudio de los temas relacionados con la sostenibilidad que se trabajan en el Grupo desde hace varias décadas. También se analizaron las fortalezas de Mayoral, así como la visión interna de la sostenibilidad por parte de diferentes mandos intermedios y la alta dirección.

Posteriormente, se estableció un análisis de carácter externo para entender el contexto en el que opera el Grupo: el sector en el que realiza su actividad, sus competidores, los diferentes países en los que está establecido, las tendencias del mercado, la sociedad, etc.

Las diferentes fuentes utilizadas en este punto fueron:

- Fuentes directas: reuniones con los grupos de interés, revisiones anuales de los planes estratégicos, entrevistas, reclamaciones/ sugerencias de clientes.
- Fuentes indirectas: información pública de asociaciones y otras empresas, estrategias y regulación nacional e internacional, proyectos externos de ONGs y asociaciones sectoriales, estudios e informes públicos, noticias, asuntos tratados en los distintos foros e iniciativas de las que forma parte Mayoral (Asepri, Sustainable Apparel Coalition, Ethical Trading Initiative, etc).

Una vez identificados los diferentes temas, se estableció un sistema de priorización teniendo en cuenta el mayor o menor impacto y relevancia que tienen para el negocio y para la sociedad. Asimismo, se ha realizado una validación interna por parte de los responsables y de Dirección, y en base a esto se trazó la hoja de ruta que establece la estrategia de Sostenibilidad del Grupo.



Los asuntos materiales identificados a nivel corporativo son aquellos que:

- Resultan de mayor relevancia desde el punto de vista de la responsabilidad corporativa y el reporting.
- Tienen un impacto significativo en la sociedad.
- Son considerados de mayor relevancia para los grupos de interés de la compañía.

El análisis de materialidad tiene el objeto de:

- Identificar qué asuntos son materiales y deben ser reportados.
- Servir como base para dar respuesta a índices de sostenibilidad.
- Conocer la relevancia interna y externa de los asuntos identificados.
- Representar la correlación de los asuntos identificados.
- Explicar el significado que tiene para Mayoral cada uno de los asuntos identificados.
- Conocer el impacto en el negocio de cada uno de los asuntos materiales y en qué grupos de interés tiene impacto.

- Identificar los principales riesgos y oportunidades para Mayoral respecto a cada asunto material.
- Vincular los asuntos materiales con los Global Reporting Initiative (GRI) Standards.
- Aglutinar el estado de la gestión de Mayoral respecto a cada asunto material.
- Servir como base de un cuadro de mando que permita el seguimiento y la mejora de la gestión de los asuntos materiales para Mayoral.
- Conocer los principales eventos acontecidos en los últimos 12 meses que han estado relacionados con Mayoral y vinculados con cada uno de los asuntos identificados.

Tras este análisis se han determinado las categorías indicadas en la tabla.

Algunos de los puntos requeridos por la Ley de Información no financiera 11/2018 no se presentan como materiales para el Grupo Mayoral por no ser suficientemente relevantes para los grupos de interés o por no desarrollar actividades que se vean afectadas por estos requerimientos. Los temas no materiales se indican en la Tabla de correspondencias al final del presente informe.

ASPECTOS SIGNIFICATIVOS	CATEGORÍA
Gestión de Recursos Humanos, Políticas y Aspectos sociales	Social
Cadena de suministro, Seguridad y Salud en el producto	Producción
Compromiso con el cliente	Social
Medioambiente y uso eficiente de los recursos	Ambiental

Política de Sostenibilidad

La aspiración de Mayoral de construir una empresa mejor nos ha llevado a diseñar un Plan estratégico de Sostenibilidad 2021-2025 para generar un impacto positivo en nuestros clientes, empleados, cadena de suministro y en el planeta. La Política de Sostenibilidad del Grupo está basada en los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas y se complementa con procedimientos específicos de Responsabilidad Social Corporativa y el Código de Sostenibilidad para proveedores y fabricantes.

Mayoral tiene el firme compromiso de incorporar nuevas políticas de sostenibilidad en las prácticas laborales cotidianas y este compromiso se establece bajo el proyecto [#ecofriends](#).

En diciembre de 2020 se definieron las siguientes prioridades:

- Establecer una estrategia transversal de Sostenibilidad en Mayoral.
- Identificar los riesgos relacionados con Sostenibilidad.
- Implementar sistemas de control de datos para la toma de decisiones.
- Documentar y establecer políticas de mejora y seguimiento.

Dichas prioridades se materializan en metas a corto y medio plazo que abarcan las distintas fases de nuestra actividad. La colaboración interdisciplinar interna y con partners externos, así como la formación

continua, han permitido ir trabajando en los siguientes objetivos durante el año 2022:

- Incremento de nuestra oferta de productos sostenibles
- Adaptación a las nuevas demandas de entorno laboral y modelo de trabajo
- Mejora de la transparencia y trazabilidad de la cadena de suministro
- Reducción de emisiones
- Desarrollo de productos y procesos circulares

En estos últimos años se han integrado nuevas políticas de sostenibilidad aplicables a lo largo de la cadena de suministro para reducir su huella ambiental, mejorar la transparencia y la trazabilidad. De esta forma, Mayoral aplica el principio de precaución, centrando sus esfuerzos en mitigar y reducir su impacto medioambiental.

En enero de 2022 Mayoral se adhirió al Sustainable Apparel Coalition (SAC), una alianza global sin ánimo de lucro con experiencia en desarrollo de soluciones sostenibles especialmente para el sector textil, confección y calzado. Dentro de los trabajos de esta entidad se encuentra el Higg Index, una iniciativa que abarca diferentes herramientas con estándares de medición de los impactos sociales y ambientales. Mayoral utiliza estas herramientas desde 2021 ya que ayudan a trazar la hoja de ruta de mejora continua en cada proceso de la cadena de valor.

#ecofriends

L o v i n g t h e p l a n e t !

► Gobernanza de sostenibilidad

Para garantizar que nuestra política se aplique eficazmente en todo el Grupo y en nuestra cadena de suministro, Mayoral cuenta con responsables de implementación en los diferentes niveles de la organización.

Durante 2022 el comité de sostenibilidad, integrado por responsables de RRRHH, Producción y Seguridad y Salud de Producto, continuó con reuniones periódicas para el seguimiento y la puesta en marcha de los proyectos que ayudarán a los objetivos del Grupo Mayoral. Este comité actúa como enlace entre mandos intermedios y dirección.



► Riesgos

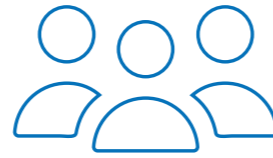
Como resultado del análisis de materialidad y del sector en el que opera, así como el estudio de las diferentes tendencias y normativas, Mayoral ha detectado diferentes riesgos de carácter social, medioambiental, de gobernanza y respecto al producto, y ha puesto en marcha diferentes medidas para prevenirlos y dentro de estas medidas ha implementado políticas concretas. Estas medidas se revisan de manera periódica y se actualizan para adaptarse y anticiparse a posibles situaciones críticas:

ÁREA	RIESGOS	MEDIDAS
SOCIAL	<ul style="list-style-type: none"> Incumplimiento de la normativa en materia de DDHH. Cuestiones relacionadas con la salud y seguridad en el trabajo. Correcto desarrollo del capital humano para la continuidad del negocio. 	<ul style="list-style-type: none"> Auditorías por parte de terceros a nuestros distintos proveedores. Planes de formación sobre cuestiones de salud y seguridad a personal interno y externo. Estrategias de selección, formación y retención del talento. Códigos de Conducta
AMBIENTAL	<ul style="list-style-type: none"> Cambios medioambientales que pueden afectar al funcionamiento normal de las operaciones debido a la disponibilidad de materias primas. Regulación y políticas medioambientales nacionales e internacionales que afecten a la actividad del Grupo. 	<ul style="list-style-type: none"> Control y seguimiento de aspectos medioambientales de los proveedores. Incremento de porcentaje de materias sostenibles y objetivo asociado. Mejora en la eficiencia energética de sede, centros logísticos y tiendas. Formación a empleados y proveedores. Política de Sostenibilidad
PRODUCTO	<ul style="list-style-type: none"> No conformidad química de los materiales utilizados en las producciones. Seguridad de los productos infantiles. Cambio y/o adaptación de los productos por escasez de materias primas. Regulación y políticas nacionales e internacionales que afecten a las características de nuestros productos. 	<ul style="list-style-type: none"> Control y seguimiento de aspectos medioambientales relacionados con el producto. Guía de buenas prácticas compartidas con los proveedores. Control de calidad de los productos. Formación a empleados y proveedores. Guía de seguridad para productos.
COMPLIANCE	<ul style="list-style-type: none"> Incumplimiento legislativo en materia fiscal, penal, de consumo, etc; así como riesgos de naturaleza no financiera. 	<ul style="list-style-type: none"> Código de Conducta y diferentes medidas contra la corrupción y el soborno tanto para los stakeholders internos como externos. Órgano de Compliance interno. Formación a empleados y proveedores. Códigos de Conducta

Aspectos significativos

1 Gestión de Recursos Humanos, políticas y aspectos sociales

El Grupo Mayoral a lo largo de los años ha desarrollado su **misión de Recursos Humanos**: Gestionar y optimizar el Capital Humano de la compañía para hacer prendas de moda, de buena calidad, al mejor precio posible, y entregarlas a tiempo.



Todos y cada uno de los empleados del Grupo son fundamentales para el crecimiento de la empresa.

► Estrategia de Gestión del Talento

Basada en los siguientes principios:

Atraeremos, desarrollaremos y mantendremos a personas:

- De alto nivel profesional.
- Con valores (lealtad, compromiso, motivación, ilusión, honestidad, pertenencia).
- Con la formación necesaria para el éxito de empresa y estrategia.

Lo haremos a través de las siguientes actividades:

- Selección de personas con perfil Mayoral.
- Desarrollo del conocimiento, preparando a todos para cumplir con las necesidades del Grupo.
- Análisis y desarrollo de la organización para darle eficacia y cumplir los objetivos existentes.

► Estrategia de Selección

- Seleccionaremos a personas con perfil de compañía a partir de las necesidades detectadas:
 - En base a descripciones de puesto, y competencias.
 - Procesos internos, a través de los medios existentes.
 - Realización de pruebas según las necesidades del proceso.
- Mantendremos contacto con las principales fuentes de selección (Universidades; Escuelas de Diseño).
- Se fomentará la contratación de becarios como fuente de posibles candidatos futuros.
- Daremos Formación a seleccionadores en técnicas y sistemas de selección.
- Seguiremos el desempeño de nuevos empleados.

► Estrategia de Formación

Desarrollaremos el conocimiento de nuestros profesionales en base a 4 parámetros básicos:

- Las necesidades específicas del puesto de trabajo (Formación en competencias requeridas por cada puesto).
- Preparación para los nuevos retos que tenga la organización (Formación en base al desarrollo organizacional, que traiga consigo cambios en puestos y estructura).
- Capacidad de gestión de líderes actuales y futuros (Formación cuadros directivos e intermedios en Escuelas de Negocios; programas de gestión personas y equipos).
- La Formación en valores en el día a día (ética).



► Principios básicos Estratégicos de Recursos Humanos

Los principios se pusieron en marcha adaptados a las necesidades de los distintos Planes Estratégicos (2019 y 2025) que la empresa ha ido lanzando periódicamente:

- Revisión de los procedimientos de Trabajo y organización existente para cumplir con la Misión y la Estrategia/Retos de la compañía.
- Desarrollo RRHH y Organización: Apoyo los objetivos de la organización y de los Departamentos en tener a las personas adecuadas en cada momento con la preparación necesaria, la estructura y el clima laboral apropiado.
- Actuación como Agente del Cambio en la organización para conseguir todos los objetivos estratégicos de la compañía.

En base a las estrategias y principios enunciados se fueron fijando objetivos anuales de RRHH alineados con los de la compañía para cada periodo. Esto nos ha servido para ir desarrollando un equipo humano diverso, con talento y preparado para acometer los exigentes objetivos de un mercado textil en continua evolución.

Enmarcado en esta idea de mejora, en 2022 se inició el proyecto "Somos", fruto de las reflexiones y deseo de mejora para adaptarnos a las nuevas demandas del mercado, clientes y de todos los que forman parte de Mayoral. Esta iniciativa tiene el objetivo de construir una organización con un mayor liderazgo del equipo directivo, en un entorno de trabajo flexible y más adaptada al futuro de la industria.

1.1 Información sobre el empleo

En un sector tan dinámico como la industria textil, gran parte del éxito empresarial depende del talento de los equipos. Todos y cada uno de los 1.904 empleados del Grupo son fundamentales para el crecimiento del Mayoral.

El espíritu que impregna nuestra compañía inspira a los empleados a ser creativos e innovadores, buscar la excelencia, cultivar un espíritu colaborativo y practicar la cultura del aprendizaje constante.

La formación, promoción interna e incorporación de profesionales con gran potencial está en el ADN de Mayoral.

Los diferentes datos que presenta Mayoral de conformidad con la Ley 11/2018 hacen referencia al número obtenido a cierre del ejercicio 2022. En cuanto al número de total de trabajadores, asciende a 1.904, de los cuales, más del 85% son mujeres, frente a un 15% de hombres.

El 65% de la plantilla tiene entre 18-40 años, siendo mayores de 40 el 35% restante.

2022		Nº empleados
SEXO	Mujer	1.619
	Hombre	285
EDAD	18-40 años	1.236
	>40 años	668
PAÍS	España	1.563
	Resto de países	341

El grueso de los empleados se distribuye: 82% en España; 8% en Portugal y 2% en Grecia, quedando el 8% restante entre las 21 localizaciones en las que Mayoral está presente.

NÚMERO DE EMPLEADOS DESAGREGADO POR PAÍS

País	Nº empleados
España	1.563
Portugal	155
Grecia	40
Italia	28
Polonia	21
China	17
Francia	9
India	9
Bangladesh	9
Rumanía	9
Rusia	7
México	7
EE.UU.	7
Colombia	4
Turquía	4
Reino Unido	3
Marruecos	3
Bulgaria	2
Canadá	2
Kazajistán	1
Japón	1
Chile	1
Ucrania	1
Perú	1
Total	1.904

NÚMERO Y DISTRIBUCIÓN DE MODALIDADES DE CONTRATO DE TRABAJO

Tipo de contrato	Nº empleados
Contrato indefinido	1.689
Contrato temporal	215
Contrato a tiempo completo	1.028
Contrato a tiempo parcial	876

En cuanto a las diferentes modalidades de contratos referidos al ejercicio 2022, se presentan en los siguientes cuadros los datos de empleados a cierre de año y promedio (95% del total del Grupo). Se detalla el número de contratos indefinidos, temporales, a tiempo completo y a tiempo parcial, por sexo, edad y categoría profesional. Asimismo, se ha agrupado en "Otros" aquellas categorías que presentan menos de 10 empleados:

CONTRATOS INDEFINIDOS POR SEXO, EDAD Y CATEGORÍA

		Nº empleados	Promedio
Sexo	Mujeres	1.410	1.340
	Hombres	279	265
Edad	18-40 años	1.059	1.006
	>40 años	630	599
Categoría profesional España	Dependiente/a	559	531
	Encargado/a establecimiento	201	191
	Oficial administrativo	71	67
	Ayudante/a	69	66
	Técnico titulado	63	60
	Diseñador/a	54	51
	Oficial especializado	52	49
	Control prendas acabadas	36	34
	Programador/a informático/a	36	34
	Vendedor/a	29	28
	Patronista	24	23
	Ayudante de producción	23	22
	Diseñador/a gráfico/a	22	21
	Jefe/a de ventas	17	16
	Técnico en informática	13	12
	Mecánico 1º	11	10
	Técnico grado superior	11	10
	Jefe/a de compras	10	10
	Jefe/a de diseño	10	10
	Jefe/a de equipo	10	10
Jefe/a de sucursal	10	10	
Otros	125	119	
Categoría profesional Filiales	Dependiente/a de tienda	78	74
	Encargado/a de tienda	37	35
	Administrativo/a comercial filial	32	30
	Monitor/a de calidad	22	21
	Director/a filial	19	18
	Otros	45	43

CONTRATOS TEMPORALES POR SEXO, EDAD Y CATEGORÍA

		Nº empleados	Promedio
Sexo	Mujeres	209	199
	Hombres	6	6
Edad	18-40 años	176	167
	>40 años	39	37
Categoría profesional España	Dependiente/a	80	76
	Ayudante/a	13	12
	Otros	14	13
Categoría profesional Filiales	Dependiente/a de tienda	98	93
	Otros	10	10

CONTRATOS A TIEMPO PARCIAL POR SEXO, EDAD Y CATEGORÍA

		Nº empleados	Promedio
Sexo	Mujeres	866	823
	Hombres	10	10
Edad	18-40 años	697	662
	>40 años	179	170
Categoría profesional España	Dependiente/a	559	531
	Encargado/a establecimiento	92	87
	Vendedor/a	29	28
	Otros	108	103
Categoría profesional Filiales	Dependiente/a de tienda	78	74
	Otros	10	10



CONTRATOS A TIEMPO COMPLETO POR SEXO, EDAD Y CATEGORÍA

		Nº empleados	Promedio
Sexo	Mujeres	753	715
	Hombres	275	261
Edad	18-40 años	540	513
	>40 años	488	464
Categoría profesional España	Encargado/a establecimiento	111	105
	Dependiente/a	80	76
	Oficial administrativo	71	67
	Técnico titulado	64	61
	Diseñador/a	52	49
	Oficial especializado	52	49
	Control prendas acabadas	36	34
	Programador/a informático/a	36	34
	Patronista	24	23
	Ayudante de producción	23	22
	Diseñador/a gráfico/a	21	20
	Jefe/a de ventas	17	16
	Técnico en informática	13	12
	Mecánico 1º	11	10
	Técnico grado superior	11	10
	Categoría profesional Filiales	Jefe/a de equipo	10
Jefe/a de sucursal		10	10
Otros		133	126
Dependiente/a de tienda		98	93
Encargado/a de tienda		36	34
Administrativo/a comercial filial		33	31
Monitor/a de calidad		23	22
Director/a filiar		19	18
Otros	44	42	

► Clasificación profesional

A continuación se detalla el desglose de categorías profesionales en España y en el resto de países por número de empleados y sexo a cierre de año. Asimismo, se ha agrupado en "Otros" aquellas categorías que presentan menos de 10 empleados:

CONTRATOS TOTALES POR CATEGORÍA Y SEXO

Categoría	Mujer	Hombre	Total
España			
Dependiente/a	635	4	639
Enc. establecimiento	202	1	203
Ayudante/a	81	1	82
Oficial adtvo.	61	10	71
Técnico titulado	41	23	64
Diseñador/a	49	5	54
Oficial especializado	19	33	52
Control prendas acabadas	36	-	36
Programador/a informático/a	5	31	36
Vendedor/a	31	-	31
Patronista	18	6	24
Ayudante de producción	14	9	23
Diseñador/a gráfico/a	15	7	22
Jefe/a de ventas	5	12	17
Técnico en informática	2	11	13
Mecánico 1º	-	11	11
Técnico grado superior	4	7	11
Jefe/a de compras	1	9	10
Jefe/a de diseño	8	2	10
Jefe/a de equipo	2	8	10
Jefe/a de sucursal	10	-	10
Otros	85	49	134
Resto de países			
Dependiente/a de tienda	175	1	176
Encargado/a de tienda	40	-	40
Administrativo/a comercial filial	33	5	38
Monitor/a de calidad	7	16	23
Director/a filiar	8	11	19
Otros	32	13	45
Total	1.619	285	1.904

El Grupo mantiene una política de contratación a largo plazo, fomentando relaciones de trabajo indefinidas. Se utilizan tanto en España como en otros países contratos de duración determinada, dependiendo de la casuística que pueda existir, y conforme a los modelos establecidos por la legislación en cada país.

Los contratos están clasificados siguiendo la codificación del sistema nacional de empleo de España. Los contratos a tiempo parcial suponen un porcentaje muy alto en la empresa del Grupo Mayoral International Stores, S.A.U, gestora de la cadena de tiendas Mayoral, donde ésta figura legal es de utilización común, por la flexibilidad que permite.

En el ejercicio 2022, hubo un total de 33 despidos, de los cuales 27 fueron mujeres y 6 hombres, pertenecientes a categorías profesionales tales como Dependientes, Jefes de Ventas y Diseñadores, entre otros.

	Mujer	Hombre	Total
Edad			
18-40 años	4	20	24
>40 años	2	7	9
Categoría profesional			
Dependiente/a de tienda	-	20	20
Diseñador/a	1	-	1
Diseñador/a gráfico	1	-	1
Encargado/a de tienda	1	6	7
Estilista Visual Merchandiser	-	1	1
Jefe/a de Ventas	1	-	1
Monitor/a	1	-	1
Responsable Taller	1	-	1

Mayoral, a través de su política de retribución, garantiza la igualdad de salarios y derechos para todos sus colaboradores, rechazando cualquier tipo de discriminación.

REMUNERACIÓN MEDIA POR SEXO Y CATEGORÍA PROFESIONAL (€)*

Categoría	Mujer	Hombre
Administración	26.816,63	27.852,51
Básico	19.649,61	19.322,76
Mandos intermedios	60.031,47	60.900,55
Dirección	115.533,85	126.734,50
Especialista técnico	30.163,13	34.099,55
Retail	16.145,78	14.512,49
Jefe/a de retail	19.345,51	17.715,13
Supervisión	29.175,61	28.475,09
Total	20.705,57	42.519,35

*Desglose por edad ejercicio 2022 no disponible

Seguindo los estatutos del Grupo, los miembros del Consejo de Administración no perciben retribución alguna por dicha función.

Empleados con discapacidad

Mayoral cumple con los requerimientos legales de la LISMI mediante la contratación directa de empleados con discapacidad reconocida superior al 33%. En el ejercicio 2022, el promedio de empleados con discapacidad del Grupo es 2%.

En lo referido a accesibilidad, tanto las tiendas existentes, así como las nuevas aperturas y reformas de tiendas del Grupo Mayoral se realizan teniendo en cuenta diferentes medidas y requisitos para personas con movilidad reducida. Tanto los accesos, como probadores y diferentes espacios están adecuados conforme a la normativa vigente. Asimismo, nuestra sede central y centro logístico cuentan con amplios espacios y ascensores, así como señalización en zonas donde hay maquinaria, para que todos los empleados y personal que visiten nuestras instalaciones puedan desplazarse de forma segura.



1.2 Organización del trabajo

► Calendario Laboral para 2022

Mayoral desarrolla calendarios laborales en sus diversas empresas. Utilizando como referencia el ciclo del negocio, así como la normativa sobre festivos y vacaciones de los diversos países y regiones; e interactuando en su caso con los interlocutores sociales para su determinación final, los calendarios fueron puestos en marcha.

Se elabora un Calendario internacional, recogiendo festivos y vacaciones de los países donde existe una entidad legal propiedad del Grupo.

Con la excepción de algunos empleados del Departamento de Informática, quienes establecen sistema de guardias en función de sus necesidades, para el resto de los empleados no se requiere estar en situación de disponibilidad después del trabajo, con lo que no se aplican políticas de desconexión laboral, al no ser necesarias.

Con el fin de proporcionar mayor flexibilidad a las personas para la organización de su vida familiar y personal, desde 2021 se cuenta con la posibilidad de salir el viernes a las 14:00; y también con horario de entrada y salida flexible todos los días de la semana. Se mantiene un sistema de guardias de trabajo los viernes por la tarde en aquellos departamentos en los que la presencia física es imprescindible. Se sigue manteniendo un sistema de vacaciones por días laborables. Todas estas medidas han tenido un impacto muy positivo en el clima laboral de la compañía.

Asimismo, tras un período de prueba, en 2022 se implementó el sistema de teletrabajo para los departamentos de Informática y E-commerce. Estos equipos pueden elegir teletrabajar un día a la semana o dos tardes. Esta modalidad híbrida se adapta en cada departamento a las diferentes épocas de mayor o menor carga de trabajo. Tras haber comprobado el éxito de esta iniciativa, se prevé ampliar a otras áreas del Grupo durante el siguiente año.

► Medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio corresponsable de estos por parte de ambos progenitores.

El cambio a un modelo de jornada con entrada y salida flexible; existiendo el compromiso de realizar unas horas determinadas, sin tener rigidez en la entrada y salida ha ayudado a la conciliación. Juntamente con ello, las personas con reducción de jornada por guarda legal y otras razones acuerdan específicamente el horario a realizar, dentro de su jornada ordinaria de trabajo, y con facilidades a la hora de realizar las adaptaciones y cambios que se requieran a lo largo del año. Esto favorece la propia conciliación, así como la posibilidad de modificar el horario por necesidades laborales en un entorno de entendimiento mutuo.



► Absentismo y accidentabilidad

Mayoral analiza mensualmente el absentismo en sus diversos Departamentos, con especial incidencia en aquellos donde existe prima de retribución por tiempo de trabajo. Se realiza comparativa con el índice de absentismo del periodo acumulado equivalente del año anterior.

Mayoral mantiene un control mensual de su accidentabilidad, realizando acciones de investigación, análisis, formación y mejora siempre que se produce un accidente. A continuación, se muestra el cálculo de los principales índices de siniestralidad del Grupo, total y segregado por sexo del ejercicio:

Accidentes con baja laboral	Número	Frecuencia	Gravedad
Mujeres	13	7,11	0,26
Hombres	1	2,64	0,04
Total	14	6,34	0,22

En el ejercicio hubo un total de 11 accidentes in-itinere.

Solo se dispone de información sobre siniestralidad de las empresas españolas. Para 2023 se desarrollará un sistema de seguimiento para las filiales internacionales.

El número de horas de absentismo durante el ejercicio 2022 ha sido de 38.686. En lo referido a enfermedades profesionales, durante el ejercicio no se ha registrado ningún caso.



1.3 Seguridad y Salud

► Condiciones de salud y seguridad en el trabajo

Mayoral apuesta firmemente por un entorno de trabajo seguro. Tener 0 accidentes es objetivo, prioridad y exigencia innegociable. Los empleados reciben la evaluación de riesgos de su puesto el día de su incorporación, así como la evaluación de riesgos de accidente in itinere; y son formados en detalle en materia de prevención en los siguientes días.

Se realizan también cursos de entrenamiento periódicos para los distintos colectivos. El personal de la cadena de tiendas también recibe entrenamiento y atención preventiva. Por otro lado, en la sede central de Mayoral se encuentra a disposición de todos los trabajadores el Servicio Médico disponible 20 horas a la semana para resolver cualquier duda médica y proporcionar atención primaria a los empleados.

► Plan de emergencia

Tanto la sede central como el resto de los centros de trabajo, incluidas tiendas, tienen un Plan de emergencias conforme a los requerimientos legales en materia de prevención. Se realizan ejercicios periódicos de evacuación/simulacros de emergencia, para mantener a todos los empleados entrenados y conscientes de los peligros que pueden darse y de cómo actuar en esas circunstancias.



► Medidas de prevención

En Grupo Mayoral trabajamos para asegurar la salud y seguridad de nuestros trabajadores, por lo que hemos mantenido una serie de medidas, intentando desarrollar la actividad en la medida de lo posible:

- **Definición de medidas de prevención.** Protocolos a implantar, informando a cada uno de los trabajadores, con el respectivo seguimiento/supervisión de su cumplimiento.
- **Actualización de nuestros protocolos.** En base a la información publicada por las distintas autoridades competentes en los distintos países.
- **Medidas higiénicas y técnicas.** Siguen las directrices vigentes en materia de prevención de riesgos laborales. En lo que a higiene se refiere, se continúa facilitado material de protección personal tales como mascarillas cuando sea necesario, así como en el servicio médico de la central.
- **Medidas organizativas.** Adaptación de los turnos de trabajo y flexibilización de horarios de entrada, salida o descanso de nuestros empleados, sistema de turnos, para evitar concentraciones de personas. Restricción de visitas, viajes, total seguimiento por parte de nuestro equipo médico.

1.4 Relaciones sociales

► Diálogo social

Mayoral mantiene interlocución social con los Representantes de los Trabajadores, así como con los específicos Representantes de Seguridad y Salud, en las empresas del Grupo. Se mantienen reuniones periódicas informativas y consultivas.

Asimismo, se realizan diversas negociaciones para atacar las problemáticas que surgen desde el punto de vista organizativo, y para tratar temas sociales de interés, que redundan en un clima laboral adecuado y eficaz, dentro de un espíritu de colaboración y entendimiento mutuo.

El Grupo se rige en su centro de Málaga por lo establecido en el convenio Colectivo para la industria Textil/ Textil confección, además de existir diversos acuerdos específicos en temas como vacaciones, distribución irregular de jornada, acuerdos de anticipo a cuenta, etc. El personal de tiendas se rige conforme a lo establecido en la legislación española, por los diversos Convenios Colectivos reguladores del Comercio Textil en las provincias de España. Respecto al resto de

países donde opera el Grupo Mayoral, se cumple en todos los casos con los requerimientos que en esta materia marca la legislación de cada uno de ellos.

Las obligaciones generales, y las existentes en materia de Prevención de riesgos laborales en los artículos 86 a 90 del Convenio Textil, así como las existentes en los diversos Convenios Provinciales de Comercio se cumplen y gestionan a través del Departamento de prevención, manteniendo reuniones periódicas con los Representantes de los Trabajadores. El 100% de nuestros trabajadores se encuentran cubiertos por el correspondiente convenio colectivo.

En 2022 se actualizó el Plan de Igualdad del grupo conforme a los requerimientos de la legislación en la materia. Los cambios se realizaron tras diferentes contactos con los interlocutores sociales que permitieron profundizar y establecer las líneas de trabajo a seguir.



1.5 Formación

Políticas implementadas en el campo de la formación

Mayoral cuenta con una política de formación con el objetivo de obtener un beneficio para ambas partes, la empresa mejora la capacidad profesional, y la persona mejora su empleabilidad y desempeño.

Mayoral desarrolla dicha estrategia de formación basada en cuatro parámetros básicos:

- Las necesidades específicas de cada puesto de trabajo.
- Preparación para nuevos retos, según el plan estratégico.
- Capacidad de gestión de líderes actuales y futuros.
- Formación en valores para el día a día.

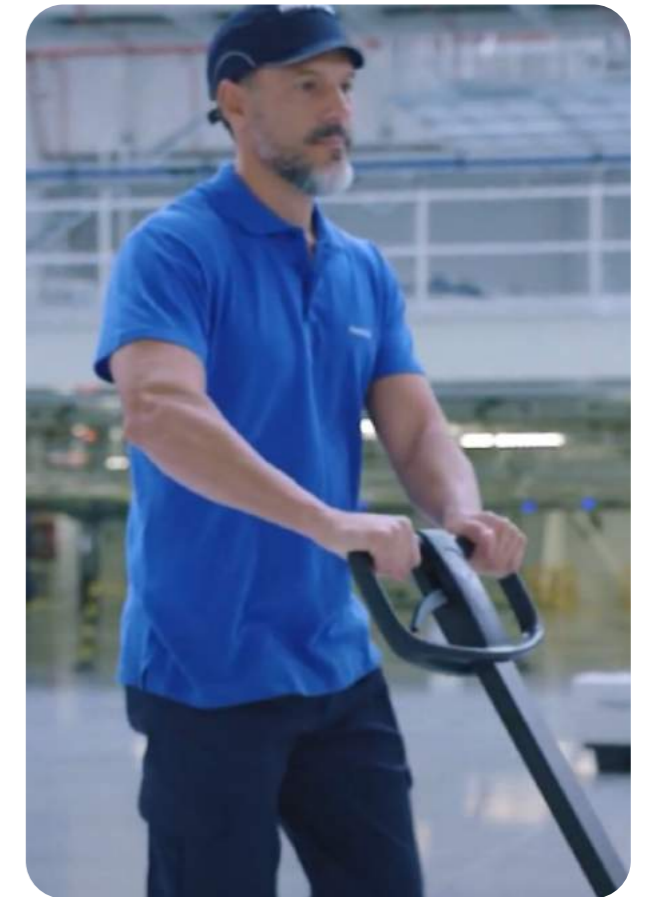
En 2022, se realizaron 19.489 horas de formación, conforme al siguiente desglose por categoría:

Categoría	Horas
Programador/a informático/a	6.404,75
Técnico en informática	2.230,00
Técnico titulado	2.199,50
Oficial adtvo. 1º	1.571,00
Jefe/a de ventas	1.268,75
Jefe/a de desarrollo informático	682
Ayudante de producción	632
Técnico grado superior	504
Oficial especializado	416
Diseñador/a gráfico/a	387
Encargado/a establecimiento	350
Asistente de marketing	334
Director/a filial	250
Jefe/a de equipo	244,75
Técnico calidad calzado	239,25
Diseñador/a	181
Jefe/a de zona	170
Director/a RR.HH.	166

Categoría	Horas
Jefe/a de compras	131
Director/a de compras	116
Técnico de marketing	112
Jefe/a sistemas informáticos	103,75
Jefe/a de turno	85
Director/a expansión MISSA	77,75
Mecánico 1º	77
Responsable colección	76,75
Director/a general	71
Director/a de marketing	55
Patronista	50
Director/a diseño	36
Jefe/a organización	36
Jefe/a servicio jurídico	35
Jefe/a programación AS400	32
Jefe/a de sucursal	25
Jefe/a de almacén	20
Jefe/a de diseño	20
Control prendas acabadas	16
Adjunto director expansión	14
Director/a financiero/a	10
Diseñador/a Dpt. Calzado	4
Responsable prototipos	4
Técnico organización 1º.	4
Telefonista	4
Auxiliar administrativo	2
Auxiliar patronista	2
Becario/a	2
Limpiador/a	2
Técnico microinformática	1
Total	19.489,25

Durante 2022 se impartió a los empleados de España formación sobre diferentes áreas:

Tipología	Alumnos	Horas
Idiomas	64	7.371,25
Informática	126	5.015
Habilidades	39	1.793
Mejora continua	80	1.647
Escuela de negocios	8	1.520
E-commerce	46	989
Prevención Riesgos laborales	166	505
Sostenibilidad	70	270
Textil	60	118
Otros	17	68
Retail	12	54
Tricotosa	7	49
Seguridad textil	7	32
Legal	1	31
Calzado	5	15
Recursos humanos	2	12
Total	710	19.489,25



1.6 Igualdad

Mayoral tiene establecido un Plan de Igualdad que promueve los valores mencionados a través de iniciativas que se establecen periódicamente. Durante el ejercicio 2022 se realizaron actualizaciones conforme a los cambios legales que tuvieron lugar durante los años anteriores. Asimismo, el resultado de este trabajo es un plan con vigencia hasta el año 2026 que estará sujeto a revisión y aplicaciones de mejoras que solicite la ley.

El Plan de Igualdad aprobado por el Grupo Mayoral pretende ser un paso más en las estrategias y las líneas de trabajo del Grupo para hacer realidad la igualdad entre mujeres y hombres, respondiendo a la necesidad de modernizar su estructura interna, impulsar mejoras en los procesos de participación y visualizar su compromiso con la igualdad. La promoción de las mujeres dentro de la organización es una tarea fundamental en la que se involucra a todos los actores de la cadena. La Igualdad de Oportunidades no es solo un principio de justicia social sino también un elemento que facilita la calidad y sostenibilidad organizativa.

La elaboración del Plan de Igualdad se ha basado en una metodología participativa, en tanto que ha contado con la implicación activa de la Comisión

de Igualdad compuesta por una representación de Mayoral y de los Sindicatos mayoritarios en el sector, CC.OO. y UGT. El proceso de participación se ha articulado mediante reuniones de trabajo, orientadas a generar procesos de análisis, discusión y consenso grupal en torno a la estructura y los contenidos del plan.

El Plan cuenta con unos objetivos generales y a partir de ellos se desarrollan unos objetivos específicos, actuaciones, asignación de personas responsables, indicadores y/o criterios de seguimiento y calendario para cada una de las áreas. Con base en el diagnóstico realizado, se han establecido 42 áreas en las que se trabajará para ejecutar mejoras y entre las cuales se encuentran, por ejemplo, el fomento del acceso de mujeres a puestos masculinizados, el incremento de la comunicación y sensibilización sobre temas y políticas de igualdad, la mejora de procesos de promoción profesional, el ejercicio responsable de los derechos que permiten la conciliación de la vida profesional y familiar, entre otros. Para garantizar la igualdad salarial a todos los empleados, con independencia de su sexo, el Plan incluye el cálculo de la DIS salarial en próximos ejercicios, así como las acciones de mejora que sean necesarias.



1.7 Derechos Humanos

Mayoral incluye la preocupación por el cumplimiento de las regulaciones de referencia dentro de su Código de Conducta y Valores Éticos, exigiendo su cumplimiento tanto en nuestras empresas como en todos los Proveedores externos de producción con los que colaboramos. El Grupo se preparará para los cambios que en virtud de la legislación comunitaria tengan lugar los próximos años en materia de Diligencia debida de Derechos Humanos en las empresas.

Nuestro código establece:

- **Libertad de Asociación y Negociación Colectiva.**
Se garantizan las libertades de asociación y de negociación colectiva, sin excepción alguna. No debe haber represalia alguna por el ejercicio de estos derechos. Donde los derechos mencionados estén restringidos por la ley o no estén regulados, se establecerán los canales apropiados para asegurar su ejercicio.
- **Discriminación.**
Fabricantes externos y talleres no aplicarán ningún tipo de discriminación basada en raza, género, credo, nacionalidad, estado civil, orientación sexual, edad, discapacidad física o psíquica, pertenencia a sindicato o afiliación política.
- **Trabajo Forzado y Trabajo Infantil.**
El Grupo Mayoral no hará negocios con fabricantes externos y talleres que usen trabajo forzado en sus centros de producción. Adicionalmente, el uso de trabajo infantil en la producción de cualquier tipo de producto está estrictamente prohibido. Se define trabajo infantil como el uso de empleados con edad por debajo del límite legal establecido en las leyes locales y regulaciones del país de trabajo.

Durante el ejercicio 2022 no se recibieron denuncias por casos de vulneración de Derechos Humanos.



1.8 Corrupción y soborno

Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno

La corrupción, el fraude y el blanqueo de capitales son un fenómeno presente en la sociedad actual. Estas actividades ilícitas obstaculizan el desarrollo económico y recogida social, debilitan el Estado de Derecho y en el ámbito empresarial, resultan perjudiciales para el mercado la reputación corporativa.

El Grupo Mayoral tiene establecidos unos principios básicos de ética en el día a día de la empresa, que han sido comunicados a todos los empleados. Figuran en la intranet de empleados en el apartado de "Ética". Asimismo, se estableció una política adjunta a la de selección, relativa a la contratación de familiares y amigos, también disponible en este apartado. Finalmente está establecida la práctica de comunicar en formato oficial al departamento de Recursos Humanos Declaración anual de regalos recibidos de valor superior a 30 euros.

Por otro lado, el Grupo cuenta con un Departamento de Compliance que forma parte del Departamento Jurídico y tiene establecido un Sistema de Gestión de Compliance que, aunque principalmente está enfocado a la prevención de delitos, le permite cumplir con sus obligaciones en materia de Compliance y también con su compromiso de comportamiento íntegro y de mantenimiento de su actual cultura ética empresarial. La adopción de este Sistema de Gestión de Compliance no es solo el resultado natural de la forma de hacer y entender los negocios de Mayoral, sino que además es el instrumento necesario para garantizar que todos sus riesgos normativos se gestionan correctamente.

El Sistema de Gestión de Compliance de Mayoral está basado en el análisis y la gestión de riesgos y ha sido desarrollado teniendo en cuenta las actividades realizadas por el grupo empresarial en España y en las filiales internacionales, la tipología de sus productos y clientes, su contexto regulatorio, su situación geográfica y la cultura

procedimental existente en la organización. Como parte de este sistema, Mayoral considera fundamental que toda su Alta Dirección y todos los empleados reciban formación adecuada en Compliance.

El Grupo cuenta con un canal de denuncias a través del correo electrónico lpd@mayoral.com para todos los empleados, proveedores y terceros donde se puede comunicar cualquier consulta o hecho grave con total confidencialidad. Además, a nivel interno el Departamento de Recursos Humanos está disponible para recibir las consultas y dudas de los empleados en materia de derechos humanos, corrupción o acoso, y activar inmediatamente el protocolo correspondiente.

Para el siguiente ejercicio está prevista la actualización del mapa de riesgos en materia de corrupción y soborno para adaptarnos a las nuevas normativas. De igual manera, se comenzará a trabajar en un nuevo sistema que sustituya el actual canal de denuncias y se implementará en la intranet disponible para los empleados.

En cuanto a la cadena de suministro, todos los nuevos proveedores deben firmar los diferentes códigos y políticas del Grupo para poder trabajar con Mayoral, en las que se incluyen cláusulas en materia de corrupción y soborno.

El Grupo Mayoral cumple con las obligaciones tributarias de los mercados en donde desarrolla su actividad; es un compromiso social y contribuye al desarrollo económico de los distintos mercados.

1.9 Sociedad

EL Grupo Mayoral desea causar un impacto positivo en la sociedad y en las comunidades en las que opera. Para ello se destinan anualmente diferentes recursos, tanto para acciones con carácter altruista, como otras que generan beneficios para ambas partes. Asimismo, otra forma de estar activos y contribuir al desarrollo de la sociedad es a través de la participación en diferentes foros y organizaciones referentes como:

- ACOTEX (Asociación Empresarial del comercio Textil, Complementos y pieles)
- AEC (Asociación Española de la Calidad)
- Grupo CTN 40/GT 8 "Seguridad de las pendas Infantiles" de UNE (Asociación Española de Normalización)
- ASEPRI (Asociación Española de Productos para la Infancia)
- AIJU (Instituto Tecnológico de Productos Infantiles y Ocio)

Mayoral realizó dentro de sus acciones de responsabilidad social corporativa puramente filantrópicas las siguientes donaciones y entregas en 2022, que suponen 178.594€ más que en 2021 y son acciones de carácter altruista.

Acciones Económicas	Importe (€)
UNICEF	100.000
Fundación INNOVA	60.000
Fundación Málaga	50.000
Fundación San Telmo	15.000
CUDECA	15.000
Fundación Musical Málaga	12.000
Fundación Acoes Honduras	6.000
Cáritas	3.600
Asociación Española Contra el Cáncer	1.700
Asociación Española de Esclerosis Lateral Amiotrófica	1.500
Fundación AFIM	300

Donaciones de prendas	Importe (€)
España	124.192
China	20.000
México	8.150
Estados Unidos	7.000
Turquía	6.505
Reino Unido	6.120
Colombia	4.075
Rusia	3.060
Canadá	655
Japón	395
Kazajistán	95

265.100€

Donaciones económicas



124.192€

Donaciones de prendas a asociaciones nacionales



56.055€

Donaciones de prendas internacionales



445.347€

Total Actividad Filantrópica



Acciones con la Comunidad

A lo largo de sus más de 80 años de historia, el Grupo ha generado un impacto positivo en los entornos en los que opera. En los últimos cinco años la plantilla de Mayoral en todo el mundo ha crecido en más de 500 empleados. Concretamente, parte de ese crecimiento, tanto en número de empleados como de cifras de negocio, han propiciado que en la ciudad de Málaga, donde se encuentra la sede central del Grupo, se hayan ampliado las oficinas y el centro logístico contribuyendo así al desarrollo local.

En su compromiso con la comunidad, Mayoral mantiene a lo largo del año diferentes reuniones presenciales y contacto directo con las asociaciones y entidades con las que colabora desde hace tiempo para seguir contribuyendo a la mejora de la sociedad.

En España, durante el año 2022 Mayoral ha apoyado diferentes acciones de patrocinios y a fundaciones que representan los valores del Grupo. La mayoría de ellas tienen un impacto directo en la ciudad de Málaga evidenciando así la importante relación con la zona:

- Evento realizado en mayo en el que los integrantes del equipo de e-sports de la Fundación Jugaterapia, "Pelones Jugones", pudieron disfrutar de un día de convivencia con jugadores y embajadores de Giants en las instalaciones de estos.
- Torneo benéfico de pádel contra la ELA en el que se recaudaron fondos para su investigación, dar soporte y mejorar la calidad de vida de todos aquellos enfermos de ELA que sufren dificultades económicas y no pueden costearse los mejores cuidados, el cual se llevó a cabo en octubre.
- Evento "Empresarias cuidadas" que permitió concienciar sobre la detección y prevención del cáncer de mama durante una jornada realizada en octubre en las instalaciones de Giants.
- Patrocinio regional de los partidos de la "Copa Davis". Este torneo deportivo de tenis de repercusión mundial comparte los valores afines al Grupo Mayoral y además tuvo lugar en el Palacio de deportes Martín Carpena, situado en la ciudad de Málaga, donde el Grupo cuenta con su sede central y sus centros logísticos.

- IV Carrera San Silvestre RCM, carrera solidaria a beneficio de la Casa del Sagrado Corazón durante el mes de diciembre en Málaga.
- Patrocinio del club Unicaja Baloncesto durante la liga 2022-2023. La relación del Grupo Mayoral con este equipo es especialmente estrecha no solo por compartir valores, sino también por compartir orígenes. El equipo de baloncesto es malagueño, al igual que la matriz del Grupo.
- Apoyo al Club Femenino de Fútbol Malagueña. Esta acción de patrocinio está vinculada con los valores del Grupo para fomentar el deporte y la igualdad de hombres y mujeres.
- Patrocinio de la marca Boston a los jóvenes deportistas en el Campeonato Nacional de Wakeboard durante el mes de octubre en Murcia.

Cabe destacar entre las iniciativas con fundaciones, la donación de 100.00€ realizada a UNICEF. En esta acción Mayoral trasladó la iniciativa a todos sus empleados y clientes, para que pudieran sumarse a la campaña de colaboración de forma individual y directa con sus aportaciones. La recaudación se destinó de manera íntegra a la acción de respuesta que la organización dio a los niños y familias afectados por la emergencia humanitaria de Ucrania.

Otra de las acciones especiales del Grupo Mayoral durante el año 2022, en este caso en relación con el medioambiente y cuidado de la biodiversidad, fue la actividad de voluntariado con la Fundación ECOMAR en la que trabajadores de Mayoral acompañados por sus familias, acudieron a la recogida de residuos en las playas de Málaga. En esta iniciativa de conservación de las playas se consiguieron recoger 158Kg de residuos en dos jornadas realizadas en los meses de junio y octubre y se realizó una aportación económica de 15.000€.

Por otro lado, como empresa representativa del mercado andaluz, Mayoral está involucrada en algunas de las asociaciones más importantes a nivel autonómico y provincial. Entre los compromisos adquiridos en las últimas décadas destaca la estrecha relación de Rafael Domínguez de Gor con el Instituto Internacional San Telmo, del que es patrono, resaltando su papel en el asentamiento de la sede en Málaga.

Este instituto tiene el objetivo de promover el desarrollo económico y empresarial del sur de España y de algunos sectores a nivel internacional. Además, también lo es de la Fundación Málaga, que desarrolla diferentes actividades, tanto de divulgación como de investigación, centradas en el arte y la cultura en la sociedad.

Asimismo, en 2022, el Grupo Mayoral vuelve a apostar por la innovación en Málaga y se convierte en uno de los fundadores, con una aportación del 40% del capital, del nuevo centro de desarrollo tecnológico Innova IRV (Fundación Instituto Ricardo Valle de Innovación), ubicado en el Parque Tecnológico de Andalucía. Este proyecto tiene el objetivo de crear 100 empresas y 3.000 empleos en un plazo de diez años. El centro se especializará en la microelectrónica, las tecnologías digitales y la economía circular; y aspira a contribuir de forma decisiva en la transformación del tejido productivo de la región.

La constancia en la mejora del negocio y las acciones con la comunidad que el Grupo viene realizando desde hace años, le han valido varios reconocimientos, tanto a nivel corporativo como a nivel individual de quienes forman parte de ella. Entre estos destacan el Premio Mejor Trayectoria Empresarial del Círculo Empresarial de Málaga como reconocimiento a los más de 80 años de trayectoria de Mayoral formando parte del tejido empresarial de la provincia de Málaga. También se encuentra el Premio AMMDE (Asociación Multisectorial de Mujeres Directivas y Empresarias) de Comercio y Distribución a "Mujeres Referentes" a Elisa Domínguez de Gor, fundadora y consejera de Grupo Mayoral. Finalmente, en 2022 se recibió el galardón Premios Ciudad de Málaga 2022, en la categoría Empresa y Comercio, donde se valoró "la internacionalización y la ampliación de las instalaciones".



1.10 Comercio ético

Acciones con Proveedores

Mayoral, siendo consciente del impacto que tiene su actividad en el desarrollo local de los países en los que opera a través de sus tiendas propias o de la compra de productos o servicios, mantiene una estrecha relación con autoridades locales, asociaciones y diferentes entidades. En el año 2022, no solo se realizaron donaciones de carácter económico y de prendas a diferentes asociaciones, sino que también se financió la implementación de un proyecto de Diálogo Social en uno de nuestros proveedores de Bangladesh organizado por Ethical Trading Initiative, la asociación con la que trabaja estrechamente el Grupo para monitorizar a sus proveedores.

El plazo de desarrollo del programa se comprende entre abril de 2022 y marzo de 2023.

El objetivo del programa es mejorar las relaciones laborales en la fábrica, aumentando la capacitación y conciencia de los trabajadores y la gerencia sobre los derechos y responsabilidades mutuas, a través del diálogo social en el lugar de trabajo generando:

- Mayor conciencia entre todos los empleados de la fábrica sobre Diálogo Social, prevención del Covid-19 e igualdad de género.
- Mayor conocimiento sobre el Diálogo Social y su implementación por parte la gerencia de la fábrica sobre estilos de gestión/liderazgo, representación de los trabajadores y relaciones laborales, gestión de reuniones, resolución de problemas y habilidades de comunicación.
- Mayor conocimiento sobre el Diálogo Social y su implementación por parte del comité de representación de los trabajadores: tipos de representación de los trabajadores, cómo formar un comité, el concepto de diálogo social, actitudes esperadas y habilidades de los representantes, quejas y procedimientos disciplinarios, salarios y beneficios, salud y seguridad y derechos de las mujeres trabajadoras.
- Mayor conocimiento y confianza entre las trabajadoras representantes electas sobre derechos laborales desde una perspectiva de género, problemas del lugar de trabajo más típicamente relacionados con las mujeres trabajadoras, y habilidades de comunicación, confianza y establecimiento de agenda).
- Capacitación de los roles funcionales del comité (capacitación, roles y responsabilidades).

Recogida de prendas usadas

Conscientes de la necesidad de avanzar hacia un modelo más sostenible y responsable con el medioambiente, desde abril de 2021 hemos incorporado contenedores de recogida de ropa usada en tiendas Mayoral seleccionadas y en nuestra sede central. Este proyecto, realizado en colaboración con Cáritas, nace con el objetivo de darle una segunda vida a través de iniciativas que fomentan su reutilización, reciclaje y transformación en energía.

El primer año de puesta en marcha se donaron 717kg y durante el ejercicio 2022 esta cifra fue más del doble gracias a la buena acogida y mayor participación de consumidores y empleados. El Grupo ha realizado las siguientes entregas:

Nº Tiendas	Colaborador	Destino	2021 (kg)	2022 (kg)
24	Cáritas	Reutilización nacional	45,53	159,8
		Reutilización internacional	367,27	787,6
		Reciclaje	258,75	445,9
		Valorización Energética	45,45	117,7
		Total	717	1.511



Principios

1. Inclusión en la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales;
2. Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental;
3. Sistemas de supervisión y auditorias y resultados de las mismas.



Código de Conducta y valores éticos de Mayoral

Exigimos a nuestros proveedores el cumplimiento de nuestro Código de Conducta, que garantiza condiciones laborales dignas:

- **Trabajo Forzado y Trabajo Infantil.**
Mayoral no hará negocios con fabricantes que usen trabajo forzado en sus centros.
- **Discriminación.**
No aplicación de discriminación basada en raza, género, credo, etc.
- **Jornadas de Trabajo Excesivas.**
No se obligará a jornadas de trabajo excesivas; deben cumplir leyes de cada país.
- **Acoso o Trato Inhumano.**
Trato a empleados con dignidad y respeto.
- **Pago de Salarios.**
Deben cumplir con mínimos legales, o con los establecidos en convenio, si son superiores.
- **Asociación y Negociación Colectiva.**
Garantía sin excepción alguna.
- **Seguridad e Higiene en el Trabajo.**
Condiciones mínimas de luz, ventilación, higiene, antiincendios, y agua potable.
- **Concienciación Medioambiental.**
Compromiso de proteger el medio ambiente.
- **Obligaciones fiscales y Sociales.**
Cumplimiento puntual de obligaciones fiscales y sociales existentes en cada país.

Todos están obligados a cumplir con los estándares establecidos en nuestro código de conducta antes de que se establezca cualquier relación comercial.

Buscamos socios que funcionen en un entorno de cumplimiento legal, respeto a los empleados y seguridad en el trabajo.

- Mayoral sigue un **Política de Responsabilidad Social Corporativa** basada en el Código de Conducta y Valores Éticos de Mayoral, Código Base de Ethical Trading Initiative (ETI) y los Sistemas de Supplier Ethical Data Exchange Organization (SEDEX).
- Todas las empresas involucradas en la cadena de suministro de Mayoral, incluidas nuestras firmas y socios (empresas de materias; empresas comerciales, proveedores nominados y subcontratas) deben cumplir con los requisitos de sostenibilidad sin excepciones. Son totalmente responsables de garantizar un entorno de cumplimiento, respeto a los empleados y seguridad en el trabajo.
- Mayoral es miembro de **Ethical Trading Initiative (ETI)**, una alianza líder de empresas, sindicatos y ONGs que promueven el respeto por los derechos de los trabajadores alrededor del mundo.



Desde un punto de vista social, dentro del Plan estratégico de Sostenibilidad 2021-2025, se han establecido objetivos para la mejora de la sostenibilidad y de la transparencia en la cadena de suministro de conformidad con el siguiente análisis de riesgos:

Área de negocio	Categoría	Riesgos	Objetivo	Año Base	Año objetivo
Cadena de suministro	Impacto social	Seguridad y salud	Categorización Tier 1 (fabricantes directos)	2021	2022
		Violación de derechos humanos y cumplimiento legal	Categorización Tier 1 (subcontratas de fabricación)	2022	2023
			Categorización Tier 2 (consumibles de fabricación)	2023	2025
			Integración de nuevas marcas	2021	2023

Trazabilidad

Mediante el nuevo sistema de categorización de proveedores pretendemos conseguir una mayor visibilidad y trazabilidad en los diferentes estratos de nuestra cadena de suministro.

En la actualidad trabajamos con 260 fabricantes de producto terminado, Tier 1, ya sea de forma directa o subcontratada a través de traders, lo que supone 28 fabricantes más que en 2021.

En lo que respecta al Tier 2, agrupa los procesos de hilatura, tejeduría, tintura, lavandería y proveedores de forniture y empaquetado. Contamos con proveedores nominados, controlados directamente por Mayoral que suministran componentes estandarizados y de uso recurrente a nuestros proveedores, y no nominados, controlados por los proveedores Tier 1. El Tier 3 lo componen los fabricantes de materias primas.

A través de la certificación de materias sostenibles y del procedimiento de Certificación ética de Proveedores conseguimos un mayor control en relación con el cumplimiento de nuestros estándares de sostenibilidad en los niveles Tier 2 y Tier 3.

Número de proveedores Tier 1 activos en 2022:

País	Proveedores	Traders	Subcontratas
China	21	43	92
India	17	1	29
Bangladesh	17	5	9
Turquía	7	2	38
Europa	9	8	7
Marruecos	3	2	2
Pakistán	2	0	0
Vietnam	2	0	0
Camboya	1	0	0
Myanmar	0	0	4
Total	79	61	181



Procedimiento para Certificación ética de Proveedores

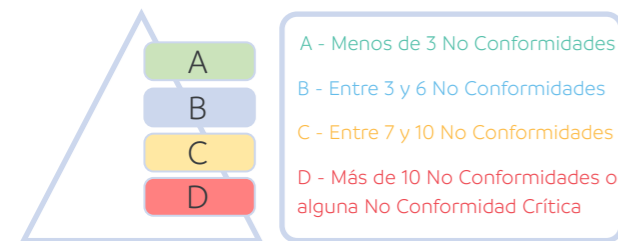
Los proveedores de Mayoral deben estar certificados para garantizar el cumplimiento de los Principios de Sostenibilidad.

Altas/bajas de proveedores

- Las filiales de producción mantendrán una lista actualizada de proveedores activos cada temporada. Comunicarán cambios al equipo de Sostenibilidad.
- El equipo de Sostenibilidad de Mayoral podrá visitar el lugar de trabajo de la empresa para garantizar el cumplimiento del proceso.

Auditoría externa SMETA

- Se realizará una auditoría SMETA a todas las instalaciones de proveedores directos aprobadas por Mayoral para comenzar.
- Los auditores serán locales, de una empresa auditora certificada.
- Basado en la auditoría SMETA, Mayoral categorizará a cada proveedor:



No Conformidad Crítica:

Cualquiera que afecte a alguno de estos apartados:

- Libre elección de empleo
- Trabajo infantil
- Trato severo o inhumano

Plan correctivo

- Las empresas proveedoras deben contar con un Plan Correctivo que cubra las no conformidades encontradas en la auditoría SMETA. Mayoral proporcionará soporte si fuera necesario.

- El Plan Correctivo finalizará dentro de un plazo programado. Mayoral proporcionará soporte en este proceso. Todas las no conformidades deberán ser resueltas.
- La evolución positiva de las no conformidades implicará una mayor categorización y todos los beneficios relacionados con ella.

Aprobación de Mayoral y renovación periódica

- Una vez finalizado el Plan Correctivo, la empresa/centro será aprobado.
- Cada 3 años las empresas/centros proveedores deberán someterse al proceso de renovación, siguiendo todos los pasos para la aprobación.
- Mayoral debe ser informado de cualquier cambio/problema que pueda surgir.
- Mayoral tiene el derecho a visitar y/o auditar cualquier empresa/centro en cualquier momento, siendo posible cancelar la aprobación si no estuvieran alineados con los códigos y prácticas de referencia.
- Todos los contratos de suministro incluirán una cláusula de responsabilidad legal que indique el compromiso del Proveedor con la política de Sostenibilidad de Mayoral en sus instalaciones y en todos los subcontratistas donde se vea involucrado el producto de Mayoral.

Subcontratación

Las empresas proveedoras pueden requerir, debido a las prácticas comerciales, subcontratar cualquier otro proceso que implique producción para Mayoral.

Siempre que esta práctica sea aceptable en una relación comercial, se requiere una aprobación de Mayoral en todos los casos antes de que se lleve a cabo.

Los principios de sostenibilidad de los proveedores también deben cumplirlos las subcontratas:

- Cumplimiento con el Código de Conducta de Mayoral, el cual garantiza las condiciones de trabajo digno.
- Conocer los estándares del Código de Conducta antes de establecer cualquier relación comercial.

- Operar en un ambiente de cumplimiento, respeto a los trabajadores y seguridad en el trabajo.

Las subcontratas son responsables de sus productos, tejidos, suministros y todos los procesos auxiliares en su cadena de suministro. Todas las empresas que manipulen prendas de Mayoral en cualquier fase del proceso deben cumplir con los Requisitos mínimos y obligatorios sin excepción:

- Licencia apertura
- Salario mínimo Legal
- Pasillos evacuación
- Extintores operativos
- Prohibición trabajo infantil

Los proveedores son responsables del proceso de certificación de las subcontratas, incluidos productos, tejidos, suministros y todos los procesos auxiliares en su cadena de suministro.

En 2022 ponemos en marcha el sistema de categorización social de proveedores para conseguir una mayor visibilidad de nuestra cadena de suministro, como medida adicional al control periódico y acompañamiento a nuestros proveedores en la implementación de planes correctivos y de mejora continua. En este ejercicio, se han categorizado los proveedores directos Tier 1:

Categoría social	Proveedores
A	34 %
B	28 %
C	10 %
D	4 %
Pendientes	15 %
No categorizados	9 %

El número de proveedores no categorizados corresponde a proveedores que no han sido evaluados conforme al nuevo sistema al haber finalizado su relación contractual con Mayoral a la fecha de revisión.



2 Cadena de suministro

Durante el ejercicio 2022, Mayoral ha continuado implementando planes de acción para mejorar en la gestión sostenible de la cadena de suministro, pieza clave para aseverar un modelo de producción y consumo responsables.

Por ello, se realizan revisiones periódicas en las políticas y estándares de compra, trazabilidad y reporte y se establecen cambios en aquellos que fueran necesario, siempre estando alineados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Todos los fabricantes, talleres y demás entidades que colaboran en la producción de las colecciones de Mayoral deben cumplir con los principios que, siempre de acuerdo con la normativa y legislación local aplicable, aseguran condiciones laborales dignas para los trabajadores, así como el compromiso en la protección del medioambiente.

Entendiendo el riesgo de control y de pérdida de la información debido a la complejidad de la cadena y el entorno del sector textil, la estrategia de trazabilidad de Mayoral abarca sistemas de gestión, programas de seguimiento y sensibilización de proveedores y fabricantes y auditorías de trazabilidad, gestionados tanto por sus equipos internos como por auditores y especialistas externos.

Cada proveedor debe conocer su cadena de suministro y debe informar sobre los requisitos de Mayoral en materia social, medioambiental y de salud y seguridad de producto a cada uno de los proveedores y fabricantes involucrados.

Los proveedores y fabricantes candidatos a formar parte de la cadena de suministro de Mayoral son evaluados previamente para asegurar que cumplen con el Código de Sostenibilidad para proveedores y fabricantes.

2.1 Calidad, Seguridad y Salud en el producto

Mayoral tiene implementada desde hace años una Política sobre Seguridad de Producto que es de aplicación general y obligatoria para todas las prendas, zapatos y accesorios suministrados por Mayoral. Esta política está basada tanto en la legislación actual de aplicación en materia de seguridad de producto, como en una estricta evaluación de riesgo. Asimismo, está sujeta a continua revisión en base a las nuevas legislaciones y/o recomendaciones.

Los productos Mayoral son evaluados desde la fase inicial del diseño hasta su puesta a la venta. En esta evaluación se incluyen 3 grandes parámetros: seguridad física, seguridad mecánica y seguridad química.

La Política sobre Seguridad de Producto surge de la recopilación de la legislación nacional e internacional aplicable en materia de seguridad y salud junto a la Directiva 2001/95/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 3 de diciembre de 2001, relativa a la seguridad general de los productos con el objetivo de dar cobertura a todos los países donde Mayoral vende sus colecciones de moda, calzado y accesorios.



Guía de Buenas Prácticas

Para ayudar con el cumplimiento de la Política sobre Seguridad de Producto, se desarrolla la Guía de Buenas Prácticas, elaborada fundamentalmente para los proveedores de Mayoral, y está enfocada a subsanar aquellas dudas y problemas que puedan surgir en el día a día de una cadena de producción. En ella se detalla la lista de sustancias químicas restringidas de Mayoral, la legislación aplicable, su toxicología, dónde existe mayor probabilidad de encontrar disconformidades y cuáles son los límites máximos aceptables, métodos de ensayo, etc.

Para los productos Mayoral, se exige el cumplimiento de la Regulación Europea REACH (Registro, Evaluación, Autorización de Productos Químicos) nº 1907/2006 vigente desde 2007 junto a La Ley de Mejora de la Seguridad de los Productos para el Consumidor de 2008 (CPSIA) y Código Técnico de Seguridad General Nacional para Productos Textiles (GB 31701: 2015), entre otras normas de obligado cumplimiento.

A su vez, incluye recomendaciones dirigidas a la resolución de problemas de índole mecánico que facilitan la producción de artículos de mayor calidad, cumpliendo así con los requerimientos de seguridad del producto.



Análisis de producto

Con el fin de verificar el correcto cumplimiento de la Política sobre Seguridad de Producto y de la correcta implementación de buenas prácticas de fabricación, Mayoral realiza exhaustivos controles propios y en cooperación con laboratorios internacionales acreditados conforme a la norma ISO/IEC 17025 en los países de fabricación. Dicha norma nos garantiza la fiabilidad de sus resultados analíticos y su competencia técnica a la hora de realizar los análisis a nuestros productos.

El análisis del producto se puede dividir en tres tipos de análisis de seguridad:

- **Seguridad física:** se analizan dimensiones y posición de cordones (norma UNE-EN 14682) ya que existe el riesgo de atrapamiento y estrangulamiento, se estudia el comportamiento frente al fuego de ciertos tejidos, etc.
- **Seguridad mecánica:** Accesorios como botones, chapas, broches y otros, pueden suponer riesgo de aspiración y asfixia si se desprenden de la prenda, especialmente para niños menores de 36 meses. Se evalúa también la presencia de puntas punzantes y bordes cortantes.
- **Seguridad química:** se analizan sustancias químicas de riesgo como los colorantes azoicos, ftalatos, APEOS o cromo VI entre otros.

Previo al análisis, tanto proveedores, como otros actores internos y externos que intervienen en la fabricación de la prenda, pueden consultar diferentes guías que les ayudarán a realizar un trabajo que se adecúa a los estándares de seguridad que requiere Mayoral.



► No-conformidad y medidas correctivas

En la eventualidad de que algún material o artículo no cumpliera con los estándares de seguridad y salud de Mayoral, detectándose así una no conformidad, antes de que este artículo sea comercializado, se procede de manera inmediata al análisis para determinar la causa de la incidencia. Una vez localizado el motivo, se implementan medidas para su mitigación y prevención, llegando incluso a la no distribución del artículo.

En dichos análisis, técnicos de seguridad en colaboración con laboratorios acreditados, y en comunicación constante con los proveedores, realizan visitas a las instalaciones, revisando la trazabilidad de los productos, así como el proceso seguido hasta obtener el producto final.

Tras detectar la causa raíz de la no-conformidad, se implantan aquellas medidas correctivas y preventivas que se estimen necesarias con el propósito de evitar que el supuesto se repita en el futuro. Ello conlleva la realización de planes de contingencia inmediatos, así como un seguimiento y control del proveedor para asegurar que dichos planes se implementan correctamente. Algunos de ellos incluyen la eliminación de determinadas materias primas del proceso productivo, el reprocesado del producto terminado o el rechazo de la producción, con el objetivo fundamental de ofrecer siempre a los clientes productos seguros y de calidad de acuerdo con la filosofía del Grupo de mejora continua.



► Gestión química y medioambiental

Durante el ejercicio social 2022, el Departamento de Seguridad y Salud ha continuado con el procedimiento de análisis de materias primas y productos terminados, a través de los laboratorios acreditados, y del procedimiento de gestión química en los talleres.

Este procedimiento se basa en una categorización química de sus proveedores Tier 1 en 4 niveles, que van desde la A hasta la D, siendo la categoría A proveedores con total cumplimiento en materia química. La categoría se revisa dos veces al año.

En la segunda mitad del ejercicio de 2022, la distribución de proveedores por categoría química fue la siguiente:

Categoría química	2021	2022
A	52 %	54 %
B	21 %	16 %
C	22 %	29 %
D	5 %	1 %

Con el objetivo de alinear estos requisitos químicos con el proyecto de sostenibilidad #ecofriends, se empezó a evaluar el desempeño medioambiental de fábricas con procesos húmedos mediante la realización auditorías por parte de un tercero, midiendo el impacto medioambiental de las fábricas, uso de energía y gestión de gases efecto invernadero, consumo de agua, aguas residuales, emisión del aire, y residuos.

Mayoral busca encontrar puntos de mejora para conseguir progresivamente una cadena de suministro más respetuosa con el medioambiente, implementando unas buenas prácticas de fabricación y gestión medioambiental en las fábricas de producción.

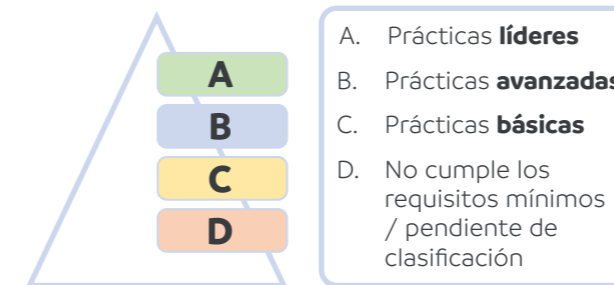
Por ello y gracias a su alianza con la Sustainable Apparel Coalition, los fabricantes están comenzando a evaluar su impacto medioambiental siguiendo los requisitos del módulo ambiental de fábricas Higg FEM (Higg Index Facility Environmental Module). Esta herramienta surge por el esfuerzo conjunto entre Sustainable Apparel Coalition (SAC), Outdoor Industry Association (OIA) y el programa de Descarga cero de productos químicos peligrosos (Zero Discharge of Hazardous Chemicals, ZDHC) con el fin de unificar

sus respectivas herramientas de productos químicos y ofrecer comparación y medición de las mejores prácticas en la gestión de productos químicos a nivel de las instalaciones.

Los riesgos evaluados por la herramienta Higg FEM son:

- Sistemas de gestión medioambiental
- Emisiones atmosféricas
- Gestión química
- Aguas residuales
- Energía y gases de efecto invernadero
- Uso del agua
- Gestión de residuos

Con ayuda de los datos extraídos de la auditoría Higg FEM, así como las auditorías independientes medioambientales realizadas a fabricantes con procesos húmedos se ha hecho una nueva clasificación en 4 niveles en función de las prácticas en materia de sostenibilidad medioambiental implementados en las fábricas quedando de la siguiente forma:



Mayoral ha auditado al 67% de proveedores directos con procesos húmedos, un 21% más que el año anterior, y continúa trabajando para que el resto de los proveedores mida su impacto medioambiental con la herramienta Higg FEM.

Categoría medioambiental de fábricas con procesos húmedos:

Categoría Medioambiental	Proveedores
A	0 %
B	42 %
C	25 %
D	33 %

Categoría medioambiental de fábricas con y sin procesos húmedos:

Categoría Medioambiental	Proveedores
A	0 %
B	8 %
C	4 %
D	88 %

Formación

El Departamento de Seguridad y Salud de Mayoral realiza de forma periódica reuniones para mantener actualizados a los equipos internos de diseño, así como con el resto de los departamentos de calidad y producción, entre otros. Con el objetivo de que los diseños cumplan la normativa vigente en lo relativo a parámetros físicos y mecánicos, se sensibiliza y se aportan los conocimientos necesarios, tanto al equipo creativo, como a los de seguimiento. A su vez, se monitorizan todas las etapas previas a la producción, así como la producción final.

De igual manera, el Departamento de Producción se mantiene al día sobre la gestión de los productos químicos en talleres, así como buenas prácticas de fabricación y gestión medioambiental en las fábricas de producción.

Formación a proveedores

La formación en materia de salud y seguridad del producto, tanto con los nuevos proveedores como con aquellos con los que Mayoral ha trabajado durante los últimos años, acerca de la importancia de la implantación de un sistema de gestión química en fábricas textiles, así como de buenas prácticas de fabricación y gestión medioambiental en las fábricas de producción, se ha llevado a cabo en los países donde la situación sanitaria lo ha permitido durante el ejercicio 2022.

En India, donde las restricciones por la situación sanitaria han sido más favorables, se han impartido cursos de formación en materia medioambiental sobre Higg FEM, sumando un total de 96 horas de formación. En otros países como China o Bangladesh, donde las restricciones eran más severas, el número de horas de formación ha sido menor, pero está previsto incrementar la formación de nuestros proveedores en temas químicos y medioambientales para el año 2023.

Los siguientes puntos, entre otros, seguirán siendo los principales objetivos de la formación:

- Implicaciones de la dirección con respecto a los químicos usados, buenas prácticas que tienen que ser implementadas para reducir el riesgo, así como las soluciones para eliminar el riesgo y requerimientos legales.

- Conceptos básicos para un sistema de gestión química en términos de documentación: política de compra y contratos con proveedores, requisitos de almacenamiento de productos químicos, evaluación de riesgos químicos, inventario de productos químicos y plan de respuesta a incidentes y derrames químicos entre otros.
- Requisitos en términos de manipulación: reducción y control de la exposición de los trabajadores con respecto a los productos químicos, formación a los trabajadores acerca de los peligros de los químicos, equipos de emergencia y de protección individual disponibles.
- Requisitos en términos de almacenamiento: área restringida para el almacenaje de productos químicos, químicos almacenados por criterios de compatibilidad, etiquetado de productos, sistema de retención de derrames y fugas y kit de limpieza de derrames químicos.

Esta formación permite implantar mejoras relativas a la gestión de productos químicos en aquellas fábricas que ya lo tenían implantado y dar las suficientes herramientas para llevar a cabo aquellos puntos que no se habían implantado aún.

Los proveedores tienen contacto directo con el departamento encargado de la gestión y control de seguridad, pudiendo acudir a ellos en cualquier momento para resolver dudas.



2.2 Materias primas más sostenibles

Mayoral apuesta por el desarrollo de productos más sostenibles, mediante el uso de materias primas y procesos de producción que suponen un menor impacto medioambiental y que contribuyen a elevar nuestros estándares de calidad para avanzar en la creación de valor.

Entre las diferentes medidas adoptadas, el Comité de Sostenibilidad en colaboración con nuestros equipos de compras, cada temporada llevamos a cabo una búsqueda activa de productos que cumplen los más altos estándares de calidad y controlamos que la gestión de recursos de nuestra cadena de suministro se realiza de manera responsable.

En 2020 Mayoral crea el proyecto #ecofriends para identificar los productos y procesos más sostenibles. Para que el producto pueda ser etiquetado como tal, se exige que la procedencia sea de origen sostenible, reciclado u orgánico certificado para garantizar su trazabilidad. Mayoral adquiere el compromiso de fabricar el 50% de sus productos con materiales más sostenibles antes de 2025.

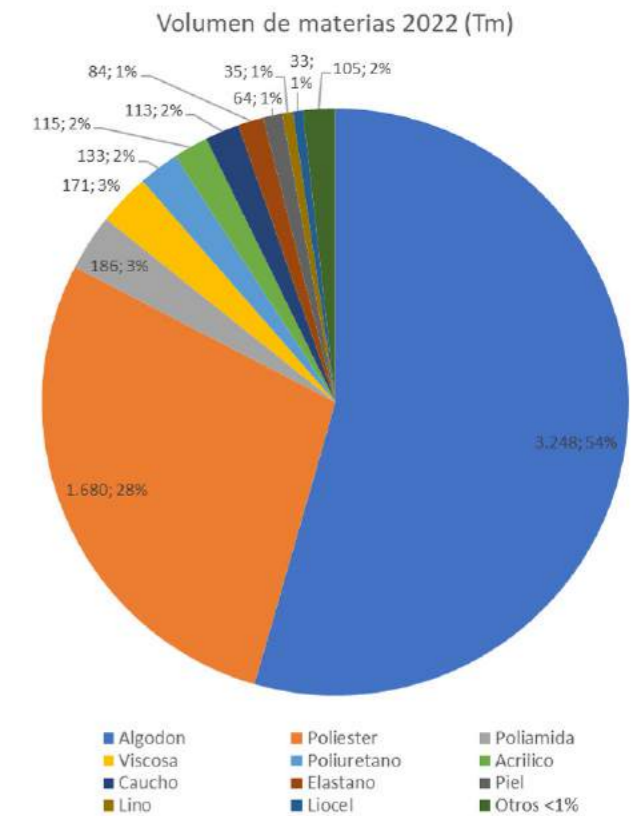
Del total de prendas fabricadas en 2022, más de 13 millones de prendas contienen materias más sostenibles, lo que representa un 46% del total, frente al 36% de 2021.

	2021	2022
Total de productos fabricados (uds)	27.839.619	30.290.905
Total de productos más sostenibles (uds)	10.227.411	13.856.573
% de productos más sostenibles	36 %	46 %

* Temporadas Inv21 y Ver22 / ** Temporadas Inv22 y Ver23.



Para alinear los objetivos de sostenibilidad de producto con la evolución de nuestro negocio, analizamos anualmente los materiales utilizados en nuestras colecciones. El algodón y el poliéster, muy valorados por nuestros clientes por su calidad, representan la mayor cuota con un 54% y 28% respectivamente.



Debido a que el algodón supone más de la mitad de nuestro volumen de compra de materias primas y es una materia con un alto impacto ecológico (el algodón convencional requiere mucha agua, pesticidas y productos químicos que suponen una amenaza para los recursos hídricos), estamos sustituyéndolo gradualmente por alternativas certificadas más sostenibles:



Algodón orgánico

Es el que se cultiva sin pesticidas, insecticidas ni fertilizantes químicos, preservando el ecosistema del terreno. Sus semillas no están modificadas genéticamente.



Algodón sostenible

Se reduce el impacto ambiental mediante la restricción del uso de sustancias químicas y el ahorro de agua y energía, mejorando el sustento y desarrollo económico de las regiones productoras.



Algodón reciclado

Formado por fibras de algodón y tejidos de desecho, reduciendo así el impacto de su cultivo, las emisiones de CO2 y el consumo de agua.



Poliéster reciclado

Se obtiene de material reciclado, como telas de poliéster y residuos PET.



Goma reciclada

Se obtiene de residuos de caucho con múltiples aplicaciones, como las suelas de los zapatos.



Piel curtida sostenible

Piel tratada mediante prácticas y productos ecosostenibles.

Repreve™

La fabricación de esta fibra de poliéster con botellas de plástico recicladas reduce el volumen de desechos plásticos en vertederos y la contaminación de mares y océanos.



Viscosa Lenzing™ EcoVero™

Producida con materias primas y tecnologías que reducen el impacto de la producción de la fibra, a partir de madera de bosques sostenibles.



Lyocell Lenzing™ Tencel™

Se obtiene a partir de madera, principalmente de eucalipto, de bosques sostenibles.



Fornitura Sostenible

Botones, adornos y otros elementos usados en la confección de las prendas que contienen materiales de origen natural, han sido reciclados o se han fabricado de manera sostenible.



A continuación, se detalla el volumen de materias primas sostenibles y convencionales:

% Fibras en Tm 2022	
Algodón sostenible	30,69%
Algodón convencional	23,15%
Algodón orgánico	0,79%
Algodón reciclado	0,03%
Otras materias naturales (lino, lana...)	1,57%
Otras materias naturales sostenibles	0,34%
Poliéster	26,45%
Poliéster reciclado	1,79%
Otras materias sintéticas (acrílico, poliamida...)	10,64%
Otras materias sintéticas recicladas	0,06%
Viscosa convencional (lyocell, viscosa)	2,98%
Viscosa sostenible (Tencel™, EcoVero™)	0,53%
Otros	0,99%
Total	100%

Además, la mayoría de nuestros proveedores más próximos disponen de certificado Oeko-Tex®. Esta certificación de productos ofrece a las empresas en la cadena textil un instrumento óptimo y un claro valor añadido para su garantía de calidad empresarial, lo obtienen las empresas que cumplen determinados criterios referentes a sus procesos de producción compatibles con el medio ambiente. Los tejidos con certificado Oeko-Tex® son inofensivos para la salud.

Los proveedores son conscientes y han sido debidamente informados de:

- Los requisitos mínimos para los artículos que contienen materias sostenibles. La Guía de Requisitos establece el contenido mínimo de material certificado requerido para que un artículo sea considerado sostenible.
- El Procedimiento de Certificación de Artículos Eco, que define el protocolo de seguimiento y acción para los certificados asociados a los artículos eco.

Durante el año 2022 se controlaron los certificados de materias sostenibles utilizadas en las colecciones de Mayoral a través de un sistema puesto en marcha en nuestra web de proveedores. Este procedimiento introducido en 2021 permite recopilar la documentación y dar un seguimiento automatizado de certificaciones para garantizar la autenticidad.

Testeo en animales y bienestar animal

El bienestar animal es muy importante para Mayoral y ningún animal debe ser dañado en la producción de nuestros productos. Los animales deben ser respetados mediante la adopción de buenos métodos de cría de animales y de testeos sin animales.

Mayoral no acepta el uso de peletería real, incluyendo pelo de conejo (angora), plumas y plumón.

Solo se permiten ciertos tipos de cuero, lana, cashmere y mohair cuando se obtienen de productores con buenas prácticas de cría de animales. Las fibras animales deben obtenerse de manera responsable mediante desprendimiento o peinado natural.

No se realizará testeo en animales para los productos Mayoral ni se permiten ingredientes cosméticos que hayan sido probados en animales.

Dichas pruebas con animales no podrán ser realizadas por el proveedor de productos cosméticos ni por sus proveedores, fabricantes o agentes de materias primas.



Materiales de empaquetado

Dentro de su política de compras de materiales de empaquetado, Mayoral busca seleccionar las materias más sostenibles en relación con el empaquetado, etiquetado, y plástico utilizado, priorizando el uso de materias recicladas, así como reducir el consumo de papel, plástico y cartón, con el objetivo de minimizar la dependencia de materia prima virgen, generar el menor desecho posible y facilitar su reciclaje.

Todos los proveedores y fábricas deben entender y cumplir con los siguientes requisitos generales:

- Las materias primas deben obtenerse de fuentes gestionadas de manera responsable y cumplir con la ley local e internacional.
- Los materiales reciclados deben proceder de proveedores certificados.
- Los materiales de empaquetado deben cumplir con la directiva europea 94/62/EC sobre empaquetado y residuos de envases.

Etiquetado

Para el etiquetado de nuestros productos Mayoral trabaja con proveedores de papel con certificado FSC (Forest Stewardship Council), certificación que garantiza su procedencia de bosques sostenibles. Esta certificación ayuda a que los bosques sigan siendo entornos prósperos para las generaciones venideras, ayudando a las empresas a hacer elecciones éticas y responsables.

Bolsas de papel

Todas nuestras bolsas y sobres regalo están elaborados con papel. Las bolsas y los sobres están fabricados con material 100% reciclado y cuentan, al igual que las etiquetas, con certificación FSC. Asimismo, las bolsas Mayoral Newborn disponibles en nuestros canales multimarca se producen a partir de fibra virgen con certificación FSC.

Tintas

Todas las tintas utilizadas en la impresión de nuestras bolsas y sobres son tintas con base de agua o base vegetal. De esta forma, se evita el uso de tintas producidas con disolventes, que son mucho más nocivas, tanto para la salud, como para el entorno, puesto que provocan un deterioro de la capa de ozono. Por tanto, el uso de este tipo de tintas ecológicas consigue excelentes resultados a la vez que se contribuye a proteger el medio ambiente.

3 Compromiso con el cliente

El Grupo Mayoral mantiene un diálogo activo y constante con sus clientes, que disponen de diversos canales para comunicarse e interactuar, así como para mantenerse al día de las novedades comerciales. Cada uno de estos canales se adecúa al cliente dependiendo de si llega a través de tiendas propias u online, si se trata de franquicias o de tiendas multimarca.

Las redes sociales son un canal de comunicación con un gran alcance y sirve para transmitir todo tipo de mensajes tanto a clientes reales o potenciales, así como a otros grupos de interés. En 2022, los seguidores de nuestra principal marca del Grupo, Mayoral, en las distintas redes sociales superaron el 1.160.000 de seguidores en Facebook y 491.000 en Instagram.

Nuestro cliente, que actúa como consumidor directo, aquel que llamamos B2C, engloba a los que realizan sus compras en tienda física o en tienda online.

En las tiendas físicas, nuestro principal medio de comunicación son los dependientes. Además, el consumidor siempre se encontrará con un cartel homologado en un lugar visible que indica la existencia de hojas de reclamaciones a su disposición. Todas las sugerencias o reclamaciones que llegan se trasladan al departamento correspondiente para intentar ofrecer una solución al cliente de la forma más rápida y efectiva posible. A su vez, disponen de un teléfono de contacto y formulario disponible en la web de cada una de las marcas del Grupo. Durante el ejercicio 2022, ni en España ni en el resto de los países donde el Grupo cuenta con tiendas propias, se ha presentado ninguna reclamación que diera lugar a una acción administrativa ni judicial.

Para las ventas online, la comunicación con los clientes se realiza vía e-mail o telefónicamente. En la página web de cada marca, los clientes pueden plantear sus dudas o cualquier tipo de consulta mediante un desplegable y unos sencillos pasos. Para la gestión de quejas también está disponible la plataforma "Confianza Online". Durante el año 2022, no se ha recibido ninguna queja formal y las reclamaciones o dudas recibidas se han resuelto mediante mediación con el cliente.

Respecto a los clientes B2B, el cual engloba a los clientes multimarca y franquicias, los medios de comunicación disponibles son: de forma directa y presencial con los Jefes de Venta y agentes comerciales, así como otros responsables de diferentes áreas de Mayoral que visitan cada temporada a los clientes. También cuentan con un teléfono y e-mail atendidos por el Departamento de Atención al Cliente Multimarca. Por otro lado, existe una newsletter y a su vez, tanto en la web de Mayoral como en la Web para Distribuidores, los clientes tienen a su disposición diferentes cuestionarios para trasladar dudas, reclamaciones o cualquier otra cuestión. En lo referido a las reclamaciones de estos clientes, en el año 2022 se gestionaron 2.209 reclamaciones relacionadas con artículos y problemas de calidad (taras, manchas, defectos, etc.). A todas las reclamaciones se les dio respuesta y en el caso de aquellas relacionadas con la calidad del artículo, las cuales fueron 1.126, se analizaron por parte de los departamentos correspondientes y se aceptaron las devoluciones de las prendas.



4 Medioambiente y uso eficiente de los recursos

4.1 Compromiso con el medioambiente

Debido a la industria en la que opera Mayoral, la complejidad de la cadena y los cambios continuos de la sociedad actual, el Grupo entiende que existe un riesgo medioambiental asociado a su actividad. Entre estos riesgos se encuentran los cambios medioambientales que pueden afectar al funcionamiento normal de las operaciones debido al mercado de las materias primas y, por otro lado, las diferentes regulaciones legislativas en los distintos países. Es por eso que el compromiso con el medioambiente se refleja en las diferentes medidas, como la Política de Sostenibilidad del Grupo, la adhesión a entidades que ayudan a monitorizar el impacto medioambiental de los proveedores, el mayor uso de materiales sostenibles en la producción y reducir y mejorar el uso de recursos energéticos.

El análisis de materialidad es la herramienta mediante la cual identificamos las prioridades que aportan valor a nuestro modelo de negocio y que marca la hoja de ruta de nuestra estrategia de sostenibilidad. Asimismo, el estudio de las diferentes fuentes externas ha permitido al Grupo Mayoral detectar como temas prioritarios: el respeto al medioambiente, la utilización responsable de energías y agua, la reducción de residuos y emisiones, la circularidad, y la sostenibilidad en el uso de materias (tanto para la fabricación de prendas, como de empaquetados).

La filosofía de Mayoral en lo que a un modelo de negocio sostenible se refiere, se basa en hacer un

uso eficiente de los recursos que utiliza. Cada área (compras, marketing, logística, etc.) tiene en sus planes anuales diferentes proyectos que contribuyen a la sostenibilidad global del Grupo. Mayoral también destina recursos económicos específicos en materia de Sostenibilidad y durante este último año se han destinado más de 16.000€ a nuevas iniciativas. Las acciones detalladas a continuación y a lo largo de este informe, contribuyen a mitigar riesgos y reducir los efectos negativos que puedan surgir en el ejercicio de la actividad.

Durante el ejercicio 2022 no se ha registrado ninguna sanción por vulneración de la normativa vigente del ámbito medioambiental. Además, el Grupo no cuenta con instalaciones en áreas protegidas que dañen la biodiversidad. Paralelamente, Mayoral dispone de un seguro de responsabilidad civil que se renueva cada año y cubre daños por contaminación accidental hasta 20.000.000€.

Aunque el Grupo no cuente con instalaciones en áreas protegidas, ni el cuidado de la biodiversidad sea un tema material debido a que el carácter de las operaciones de Mayoral no tenga un impacto directo en la biodiversidad, existe una preocupación por cuidar el medioambiente y mantener los ecosistemas. Ejemplo de esto es la actividad realizada con la Fundación ECOMAR durante el 2022 para la preservación y cuidado de las playas anteriormente mencionada en esta memoria.



Descarbonización de la cadena de suministro

Dentro de la política de sostenibilidad de Mayoral, la pretensión del Grupo es reducir el consumo de energía y que sus fuentes procedan de energías renovables como alternativa a los combustibles fósiles.

El Grupo Mayoral apuesta por la descarbonización de su cadena de suministro, lo cual contribuye a la reducción del calentamiento global y sus consecuencias. Todas las acciones e iniciativas medioambientales de producto, logísticas, así como en nuestras diferentes instalaciones y cadena de suministro, que se describen en este informe contribuyen a la reducción de emisiones y está previsto realizar un inventario de emisiones durante el ejercicio 2023 para su posterior auditoría y ejecución de planes de mejora.

Circularidad

La circularidad es la principal herramienta para avanzar hacia la descarbonización, y para ello es importante aplicar técnicas de ecodiseño que ayuden a extender la vida útil del producto y/o maximizar su reciclado.

En Mayoral estamos comprometidos con la circularidad y para ello llevamos a cabo la recogida de prendas usadas en tiendas propias seleccionadas y en nuestra sede central en Málaga. Además, aspiramos a cerrar el círculo reutilizando los residuos textiles (tejidos defectuosos, cancelados, taras no vendibles...) para crear nuevos productos Mayoral.

Por otro lado, cabe destacar que Mayoral optimiza sus stocks y dispone de diversos canales de comercialización de sus productos para garantizar el mínimo volumen de excedentes no vendidos, recurriendo asimismo a la donación a diferentes entidades.

En línea con su compromiso, Mayoral puso en marcha en 2022 un proyecto con la start-up española The Loop para darle una segunda vida a los residuos textiles. La acción consistió en transformar los residuos textiles en hilo para crear nuevos tejidos. Con esto se consiguió crear un nuevo material reciclado compuesto de diferentes fibras y darle una nueva aplicación. Una de ellas fue la creación de una bolsa tote que se ofrece como obsequio a nuestros clientes en diferentes campañas de marketing, así como en ferias y eventos.

Asimismo, con motivo del lanzamiento del proyecto "Somos" en el mes de diciembre se entregó a los empleados material de oficina y un kit de cultivo en dicha bolsa para hacerlos partícipes del compromiso del Grupo con la sostenibilidad. Además, en 2022 se hizo entrega a los empleados de una botella reutilizable de vidrio para reducir el consumo de envases de un solo uso, iniciativa que se mantiene para las nuevas contrataciones.

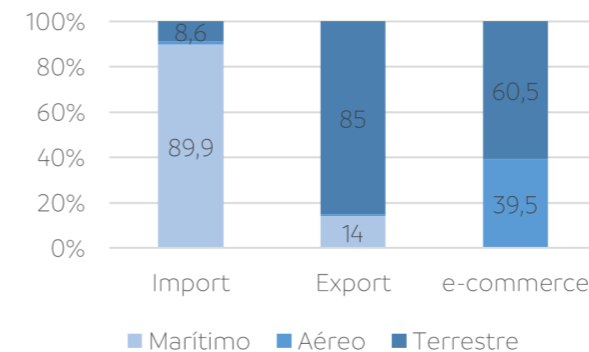


Logística

Mayoral fomenta entre sus operadores logísticos el uso de soluciones más respetuosas con el medio ambiente. Como consecuencia de ello, durante el ejercicio 2022 Mayoral ha trabajado en diferentes requisitos para la contratación de operadores logísticos. Las prioridades de la compañía relacionadas con la sostenibilidad nos llevan a buscar socios comerciales que puedan cumplir nuestras expectativas logísticas fortaleciendo las prácticas responsables, por lo tanto, se busca la colaboración con socios con objetivos de reducción de emisiones.

Entre las exigencias que se pondrán en marcha se encuentra la presentación de informes de sostenibilidad con datos relativos a las emisiones de CO2 teniendo en cuenta, fechas, bultos, número de viajes, etc., por parte de todas aquellas agencias que deseen trabajar con Mayoral.

Mayoral realiza un seguimiento de sus operaciones logísticas para establecer estrategias que permitan optimizarlas y contribuir a un menor impacto medioambiental. A continuación, se detallan los medios de transporte utilizados en nuestras operaciones de importación, exportación y e-commerce:



En lo que respecta a las importaciones, las marítimas representan casi el 90% del total de nuestras importaciones. El resto de las importaciones se hacen por vía intermodal, lo que representa un 8,6% y solo el 1% por avión.

Desde enero de 2022 está activo el acuerdo global con la naviera Maersk de uso del servicio Maersk ECO Delivery en todos nuestros fletes, una iniciativa para reemplazar combustibles fósiles por biofuel con bajas emisiones certificado por ISCC (International Sustainability Carbon Certification) y cuyos ahorros es calculado de conformidad con la metodología GLEC (Global Logistics Emissions Council). Esta iniciativa con Maersk ha supuesto evitar la emisión de 1.157 toneladas de CO2 a la atmósfera, gracias al uso de 382 toneladas de biofuel utilizado en 819 envíos.

Durante el año 2022, se han llevado a cabo diferentes iniciativas que se enmarcan en un compromiso adquirido a través de ECOEMBES que tiene por objeto ejecutar proyectos que permitan eliminar, rediseñar o reciclar para reducir los residuos generados por el Grupo. Estas iniciativas también implican a su vez un menor impacto en la emisión de gases a la atmósfera. En cuanto a las acciones realizadas, abarcan tanto e-commerce como la intralogística:

- La entrega o devolución de artículos en tiendas o en puntos de recogida, aparece como primera opción en la web frente a la entrega o recogida de artículos en casa. De esta manera se incentiva que el consumidor opte por una ruta optimizada en los repartos de nuestros productos, contribuyendo a la reducción de emisiones de CO2. Por cuestiones logísticas, la opción tienda está disponible por ahora solo en España y Portugal, y la opción pick-up (punto de recogida) en el resto de los países donde tenemos canal de venta online. Esta iniciativa, que se implantó en 2021, consiguió mejorar sus datos durante el ejercicio 2022.

	España y Portugal		Resto de países	
	Domicilio	Tienda	Domicilio	Pick-up
2022	57%	43%	75%	25%
2021	67%	33%	79%	21%

- Se ha introducido un nuevo embalaje de cartón con dimensiones más pequeñas a la utilizada hasta ahora. Con esta iniciativa se han sustituido las anteriores cajas, con lo que se consigue minimizar el volumen de los envíos, y también las bolsas de plástico en determinados pedidos, con su respectiva reducción de plástico.
- Paralelamente, se está trabajando en aumentar el porcentaje de plástico reciclado de las bolsas de envío, el cual actualmente se encuentra en un 70%.
- Se ha reducido el uso del papel de forma drástica gracias a la digitalización de los albaranes para más de la mitad de las expediciones.

Intralogística

Mayoral desarrolla un plan de eficiencia en sus centros logísticos, consistente en el principio de mejora continua.

Con la automatización de los procesos se persigue la eficiencia en el transporte de los productos.

Para ello, controles de volumetría unitaria de prenda permiten un llenado de embalajes optimizado. Consecuencia de ello se consigue una disminución de emisiones de CO₂ a la atmósfera en el transporte de las mercancías.



Reducción de uso energético

La energía eléctrica es el recurso energético consumido por Mayoral en sus centros logísticos de distribución.

Mayoral realiza auditorías energéticas periódicas, resultado de estas emprende planes de acción en aras a reducir el consumo energético.

Durante los últimos años el Grupo Mayoral ha estado trabajando en la sustitución de lámparas fluorescentes por tecnología led en todas sus oficinas. En 2021 se reemplazaron en el área de diseño y producción y durante 2022 se continuó con la instalación de éstos en la nueva planta de la sede central.

Asimismo, la sede cuenta con una iniciativa de apagado de luces de manera automática a partir de las 19:00 horas, lo que indica el fin de la jornada, así como evitar tener las luces durante la noche.

En cuanto al consumo de energía eléctrica tanto en almacén, como sede central y sus centros logísticos, Mayoral presenta un consumo de 6.818,373 MWh en 2022 frente al dato de 2021 que se situaba en 6.636,438 MWh. El aumento se debe principalmente a un incremento de actividad para mantenimiento y mejoras en su centro de Los Prados, en Málaga, que funciona como almacén, así como la creación de una nueva zona de trabajo en la sede central del Grupo.

Por otro lado, en 2021 alcanzaron pleno funcionamiento las placas fotovoltaicas de una potencia de 0,18 MWh instaladas para autoconsumo en el centro de distribución Mayoral 2. En el primer año se generaron 240,6 MWh de energía, frente a los 228,2 MWh de 2022. Siguiendo esta acción sostenible, en nuestras oficinas de Portugal, nuestra mayor filial, se han instalado en este último ejercicio 24 paneles solares con una potencia de 0,28 MWh los cuales generaron 7,1 MWh de energía.

Gestión del agua

En Mayoral somos conscientes del impacto del uso de los recursos hídricos. La estrategia de gestión del agua del Grupo abarca la reducción de consumo y mejora de la eficiencia de las operaciones propias y cadena de suministro.

En la sede central y centros logísticos se monitoriza y optimiza el consumo de agua. El consumo en la sede central y centros logísticos en 2022 fue de 7.330 metros cúbicos, frente a los 4.695 metros cúbicos de 2021, debido principalmente a la ampliación de las instalaciones logísticas. *(Este dato excluye a las oficinas comerciales de las filiales, así como a las tiendas de España y resto de países ya que la mayoría de ellas se encuentran en centros comerciales y no cuentan con fuentes de agua propias).*

Dentro de nuestra política de gestión química y medioambiental, en la cadena de suministro monitorizamos y hacemos un plan de seguimiento del consumo de agua en procesos húmedos (lavado, tintado, acabado) y promocionamos la correcta gestión de sustancias químicas y aguas residuales para evitar la contaminación del agua utilizando los datos obtenidos de las auditorías Higg FEM de nuestros proveedores.

Priorizamos el uso de fibras y procesos de producción más sostenibles que suponen una mejor gestión del agua, prestando especial atención al denim, mediante el uso de alternativas de algodón más sostenible, así como procesos Ecowash. Etiquetamos como Ecowash aquellas prendas que han sido fabricadas en instalaciones que cuentan procesos que reducen el consumo de agua, químicos y energía.

En lo que respecta a los grupos de interés, concienciamos sobre los riesgos y buenas prácticas relacionadas con el consumo y gestión del agua en las formaciones sobre sostenibilidad a proveedores y equipos de diseño y compras que han tenido lugar, así como en las jornadas de recogida de basura en las playas de Málaga en colaboración con la Fundación Ecomar, en las que se concienció a los asistentes, adultos y niños, de la importancia de hacer una correcta gestión de residuos para evitar que éstos, así como los microplásticos, contaminen nuestras aguas.



Prevencción y gestión de residuos

Empresas adheridas al sistema SIG

Mayoral es miembro de Ecoembes desde hace más de 10 años. Ecoembes es la organización que cuida al medio ambiente a través del reciclaje y el ecodiseño de los envases en España.

En el último ejercicio, Mayoral puso en el mercado alrededor de 349,79 toneladas de papel/cartón y 96,87 toneladas de plástico, en relación con los materiales de empaquetado de nuestras prendas (etiquetas, bolsas, etc).

Un año más Mayoral reitera su compromiso con el medio ambiente mediante la firma del documento de adhesión al plan empresarial de prevención, con acciones como:

- Reintegrar cajas pico en un segundo nivel para reducir la cantidad de cartón puesta en circulación en los canales de venta. Con esto conseguimos un aumento de la cantidad de producto contenido sin modificar las características del envase o eliminación de vacíos.
- Mayoral trabaja de manera responsable con las cajas de cartón en su proceso de suministro. Las cajas utilizadas en nuestros envíos a los diferentes clientes, así como las que se utilizan para almacenar, son en gran parte cajas reutilizadas de envíos que recibimos por parte de nuestros proveedores y de stock disponible de años anteriores.

	2021	2022
Total cajas (uds)	414.770	449.373
Total cajas reutilizadas (uds)	303.640	332.734
%	73%	74%

- Reutilización de perchas de producto. Mayoral utiliza perchas en el empaquetado de ciertos productos para asegurar que lleguen en perfectas condiciones a nuestros clientes y tiendas. Durante 2021 se inició un proyecto de recuperación de perchas procedentes de nuestra red de tiendas propias nacionales marca Mayoral para reinsertarlas en nuestro circuito logístico, reduciendo la necesidad de compra de perchas nuevas. Este proyecto que tuvo una gran acogida en su primer año ha continuado en 2022 y se ha establecido como una iniciativa que pretende continuar y mejorar su proceso en los años siguientes.

	2021	2022
Nº de tiendas propias nacionales	154	187
Nº de tiendas con plan de recuperación de perchas	19	31
% de tiendas con plan de recuperación de perchas	12%	17%
Total de perchas recuperadas (uds)	15.375	43.066

* Rectificación del dato proporcionado en la Memoria de 2021: el dato de 2.388 perchas hacía referencia al ahorro del coste teórico de comprarlas nuevas y no a las unidades.



En 2022 se continuó incidiendo en acciones que el Grupo trabaja desde hace tiempo entre las que se encuentran: adaptar el empaquetado a las diferentes normativas, reducir el peso de los materiales de empaquetado y fomentar aquellos de cartón y papel, trabajando en el ecodiseño de estos para permitir una fácil separación de residuos a la hora de su reciclaje, etc.

En cuanto a los residuos generados en nuestra sede central en España supone un total de 564,649 toneladas. La mayoría de ellos están categorizados como residuos no peligrosos. A continuación, se detallan los diferentes tipos de residuos, peso y tratamiento:

Residuos generados 202	Peso (Tm)	Tratamiento
NO PELIGROSOS		
Cartón y papel (Código LER 200101)	395,639	R12, R13
Voluminosos (Código LER 200307)	72,407	R3, R13; R12D5
Madera (Código LER 200138)	64,6	R13
Plásticos y envases (Código LER 200139)	14,416	R12, R13
Residuos biodegradables (Código LER 200201)	12,64	R12, R13
Textil (Código LER 200110)	2,943	R12
Otros (Código LER 200136-52)	2	R12
PELIGROSOS		
Aceites (Código LER 130205)	0,178	R13HP6
Sanitarios (Código LER 180103)	0,004	D15

A lo largo de 2022 se enviaron 29.029 palés europeos de los cuales se devolvieron el 99%. De este número, 500 son de nueva adquisición. En cuanto a los palés de madera se reutiliza el 100% de los mismos. Por otro lado, se compraron 5.544 palés Fitosan. Se trata de palés de plástico reciclado para entregar en países con restricciones higiénicas.

En cuanto a otras iniciativas en sede, Mayoral proporciona a los empleados botellas reutilizables y cuenta con vasos de cartón en las fuentes de agua para evitar el uso de plástico de un solo uso. Asimismo, en sus comedores cuenta con diferentes contenedores para la separación de residuos de envases y otro tipo de residuos, intentado combatir así el desperdicio de alimentos.





► Tiendas propias más ecológicas y sostenibles

Durante el año 2022, Mayoral ha continuado con la apertura y la renovación de sus tiendas propias, en España y en el extranjero, buscando en todo momento la mayor eficiencia energética y sostenibilidad posibles, tanto en iluminación, climatización como en los materiales utilizados para la construcción y decoración de estas.

A cierre de ejercicio, el 70% del total de tiendas marca Mayoral ya tienen instaladas luces led de última generación, que reducen el consumo eléctrico (en lo que a iluminación se refiere) en más de un 50% con respecto al anterior sistema de iluminación y, además, tienen una duración cuatro veces superior que la iluminación tradicional. Con ello, no solo se consigue un gran ahorro de energía, sino que supone una mejora a nivel medioambiental, provocando un menor impacto ecológico. Asimismo, y gracias a la instalación de sistemas de climatización más eficientes, se logra un ahorro medio del consumo eléctrico de un 30% (en la partida de climatización), reduciendo el consumo y mejorando el rendimiento.

El nuevo modelo de tiendas marca Mayoral más sostenible ha continuado en 2022, año en el que se ha implantado en 4 tiendas y 6 corners en toda España (excepto un corner perteneciente a Francia). De cara al próximo año se prevé implementar este modelo en más de 10 tiendas.

Para asegurar una correcta gestión energética, Mayoral cuenta con un sistema supervisado por una consultora energética, que permite conectar y monitorizar las instalaciones eléctricas de las tiendas. Esto nos ayuda a controlar y optimizar la gestión de las instalaciones de climatización y electricidad, mejorando el ahorro energético.

Consumo Energético y Emisiones de Gases de Efecto Invernadero

Con el fin de mejorar la eficiencia energética y promover una economía baja en carbono, Mayoral lleva a cabo medidas de ahorro energético y gestión eficiente en todas sus tiendas. El conjunto de dichas acciones para fomentar la eficiencia energética sumada a la materialización de la apuesta de Mayoral por las energías renovables ha permitido reducir drásticamente las emisiones de gases de efecto invernadero asociadas a su actividad.

En el año 2022, la marca Mayoral, que cuenta con 187 puntos de venta propios en España, ha registrado un consumo de 3.791,3 MWh. Durante el ejercicio 2021 se habían registrado 3.020,9 MWh en los 180 puntos de venta, sin embargo, cabe aclarar que en este año no solo había menor número de tiendas, sino que también continuaban las restricciones de apertura y cierre debido a la pandemia de COVID-19.

En lo que respecta al resto de países donde Mayoral cuenta con tiendas propias, Portugal se sitúa el primero con 30 tiendas, las cuales tuvieron en 2022 un consumo de 610 MWh. En el resto de los países suman un total de 23 tiendas con un consumo de 450 MWh. *(Estos datos se han obtenido extrapolando el consumo de España por m² al resto de países).*

En cuanto a las tiendas de las nuevas marcas Boston y Hug & Clau, actualmente solo operan en España y cuentan con 29 y 17 tiendas respectivamente. Asimismo, se encuentran en un proceso de renovación y nuevas aperturas para el próximo ejercicio. Actualmente, casi el 90% de las tiendas tienen instaladas luces led de última generación, con un ahorro de consumo eléctrico y con una duración superior a las 20.000 horas.







Tabla de Correspondencias

INFORMACIÓN REQUERIDA SEGÚN LEY 11/2018	ÍNDICE GRI	APARTADO DEL INFORME	PÁGINA
MODELO DE NEGOCIO			
Una breve descripción del modelo de negocio del grupo, que incluirá su entorno empresarial, su organización y estructura,	GRI 2-1, GRI 2-6	Somos Mayoral, Modelo de negocio, Los pilares de la compañía, Nuestra sede, Mayoral en el mundo, Entorno, Grupos de interés y materialidad	7-25
los mercados en los que opera,	GRI 2-22		17-19
sus objetivos y estrategias,	GRI 2-22, GRI 3-3		12-13
y los principales factores y tendencias que pueden afectar a su futura evolución	GRI 2-22, GRI 3-3		20-25
Una descripción de las políticas que aplica el grupo respecto a dichas cuestiones, que incluirá	GRI 2-22 a GRI 2-27	Política de Sostenibilidad; Gestión de Recursos humanos, políticas y aspectos sociales; Cadena de Suministro	27-29, 41,
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			45-46, 56-60
Los resultados de esas políticas, debiendo incluir	GRI 2-22 a GRI 2-27	Política de Sostenibilidad; Gestión de Recursos humanos, políticas y aspectos sociales; Cadena de Suministro	27-29, 30,
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			41, 45-46, 56-60
Los principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del grupo,	GRI 3-1 a GRI 3-3	Entorno; Grupos de interés y materialidad; Política de Sostenibilidad	20-29
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			
INFORMACIÓN SOBRE CUESTIONES MEDIOAMBIENTALES			
Información detallada sobre los efectos actuales y previsibles de las actividades de la empresa en el medioambiente, 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.	GRI 3-3	Política de Sostenibilidad; Cadena de suministro	27-29 56-60
CONTAMINACIÓN			
Medidas para prevenir, reducir o reparar las emisiones de carbono que afectan gravemente el medio ambiente; teniendo en cuenta cualquier forma de contaminación atmosférica específica de una actividad,	GRI 3-3	Política de Sostenibilidad; Medioambiente y uso eficiente de los recursos	27-29, 66-68, 73
incluido el ruido y la contaminación lumínica	No aplica	* No aplica al no ser un asunto material ni ser el área de actuación/actividad de la empresa	-
Medidas de prevención, reciclaje, reutilización, otras formas de recuperación y eliminación de desechos;	GRI 3-3	Gestión de Recursos humanos, políticas y aspectos sociales; Medioambiente y uso eficiente de los recursos	50, 70-71
acciones para combatir el desperdicio de alimentos.	No aplica	* No aplica al no ser un asunto material ni ser el área de actuación/actividad de la empresa	71
USO SOSTENIBLE DE LOS RECURSOS			
El consumo de agua y el suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales;	GRI 303-1	Cadena de suministro; Medioambiente y uso eficiente de los recursos	58-59, 69
consumo de materias primas y las medidas adoptadas para mejorar la eficiencia de su uso;	GRI 301-1, GRI 302-1	Cadena de suministro	61-63
consumo, directo e indirecto, de energía, medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética y el uso de energías renovables.	GRI 302-1, GRI 302-4	Medioambiente y uso eficiente de los recursos	67-68, 73
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;		* Se está trabajando en la medición de cálculo de huella de carbono conforme a las exigencias normativa.	-

INFORMACIÓN REQUERIDA SEGÚN LEY 11/2018	ÍNDICE GRI	APARTADO DEL INFORME	PÁGINA
las medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático;	GRI 3-3	Medioambiente y uso eficiente de los recursos	66-73
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.		* Se está trabajando en la medición de cálculo de huella de carbono conforme a las exigencias normativa.	-
PROTECCIÓN DE LA BIODIVERSIDAD			
Medidas tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad;	GRI 304-3	Gestión de Recursos Humanos, políticas y aspectos sociales; Cadena de suministro; Medioambiente y uso eficiente de los recursos	66-73, 56-60, 65-73
impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas.	-	* No aplica al no ser un asunto material ni presentar la empresa centros en áreas protegidas.	-
INFORMACIÓN SOBRE CUESTIONES SOCIALES Y RELATIVAS AL PERSONAL			
EMPLEO			
Número total y distribución de empleados por sexo, edad, país y clasificación profesional;	GRI 2-7, GRI2-8	Gestión de Recursos Humanos, políticas y aspectos sociales	32, 36
número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo, promedio anual de contratos indefinidos, de contratos temporales y de contratos a tiempo parcial por sexo, edad y clasificación profesional, brecha salarial,	GRI 2-7, GRI2-8		33-35
número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional;	-		36
las remuneraciones medias y su evolución desagregados por sexo, edad y clasificación profesional o igual valor;	GRI 2-19		37
la remuneración de puestos de trabajo iguales o de media de la sociedad, 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,	GRI 3-3		37
implantación de políticas de desconexión laboral,	GRI 2-24		38
empleados con discapacidad.	GRI 405-2		37
ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO			
Organización del tiempo de trabajo;	GRI 3-3	Gestión de Recursos Humanos, políticas y aspectos sociales	38
número de horas de absentismo;	GRI 403-9		39
medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio corresponsable de estos por parte de ambos progenitores.	GRI 2-24		38, 44
SALUD Y SEGURIDAD			
Condiciones de salud y seguridad en el trabajo;	GRI 403-1 a GRI 403-8	Gestión de Recursos Humanos, políticas y aspectos sociales	40
accidentes de trabajo, en particular su frecuencia y gravedad, así como las enfermedades profesionales; desagregado por sexo.	GRI 403-9		39
RELACIONES SOCIALES			
Organización del diálogo social, incluidos procedimientos para informar y consultar al personal y negociar con ellos;	GRI 3-3	Gestión de Recursos Humanos, políticas y aspectos sociales	41
porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país;	GRI 2-30		
el balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y la seguridad en el trabajo.	GRI 3-3		
FORMACIÓN			
Las políticas implementadas en el campo de la formación;	GRI 3-3, GRI 404-2	Gestión de Recursos Humanos, políticas y aspectos sociales	42-43
la cantidad total de horas de formación por categorías profesionales.	GRI 404-1		
ACCESIBILIDAD			
Accesibilidad universal de las personas con discapacidad	GRI 3-3	Gestión de Recursos Humanos, políticas y aspectos sociales	37

INFORMACIÓN REQUERIDA SEGÚN LEY 11/2018	ÍNDICE GRI	APARTADO DEL INFORME	PÁGINA
IGUALDAD			
Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres; planes de vida (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; la política contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad.	GRI 3-3	Gestión de Recursos Humanos, políticas y aspectos sociales	44
INFORMACIÓN SOBRE RESPETO A LOS DDHH			
Aplicación de procedimientos de diligencia debida en materia de derechos humanos	GRI 2-23, GRI 2-24, GRI 2-26	Gestión de Recursos Humanos, políticas y aspectos sociales	45, 51-55
Prevención de los riesgos de vulneración de derechos humanos y, en su caso, medidas para mitigar, gestionar y reparar posibles abusos cometidos	GRI 2-23, GRI 2-24, GRI 2-26	Gestión de Recursos Humanos, políticas y aspectos sociales	45, 51-55
Denuncias por casos de vulneración de derechos humanos	GRI 406-1	Gestión de Recursos Humanos, políticas y aspectos sociales	45
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.	GRI 3-3, GRI 407-1, GRI 408-1, GRI 409-1	Gestión de Recursos Humanos, políticas y aspectos sociales	45, 51-55
INFORMACIÓN SOBRE LA LUCHA A LA CORRUPCIÓN			
Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno; medidas para luchar contra el blanqueo de capitales,	GRI 2-23, GRI 2-24, GRI 2-26, GRI 205-1	Gestión de Recursos Humanos, políticas y aspectos sociales	46
aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro.	GRI 2-28	Gestión de Recursos Humanos, políticas y aspectos sociales	47-50
INFORMACIÓN SOBRE LA SOCIEDAD			
ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO			
El impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local;	GRI 203-2	Gestión de Recursos Humanos, políticas y aspectos sociales; Calidad, seguridad y salud en el producto	47-50, 56-59
el impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio;	GRI 413-1		
las relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos;	GRI 2-29		
las acciones de asociación o patrocinio.	GRI 201-1		
SUBCONTRATACIÓN Y PROVEEDORES			
La inclusión en la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales; consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental; sistemas de supervisión y auditorías y resultados de las mismas	GRI 308-1, GRI 308-2	Gestión de Recursos Humanos, políticas y aspectos sociales; Cadena de suministro	51-55; 56-60
CONSUMIDORES			
Medidas para la salud y la seguridad de los consumidores; sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de las mismas.	GRI 416-1, GRI 418-1	Calidad, seguridad y salud en el producto; Compromiso con el cliente	56-59; 64

Contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible		Metas
 1 FIN DE LA POBREZA	Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo	1.3, 1.5
 3 SALUD Y BIENESTAR	Garantizar una vida sana y promover el bienestar en todas las edades	3.8, 3.9
 4 EDUCACIÓN DE CALIDAD	Garantizar una educación inclusiva equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante	4.3, 4.4, 4.7
 5 IGUALDAD DE GÉNERO	Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas	5.1, 5.2, 5.5
 6 AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO	Garantizar la disponibilidad de agua y su gestión sostenible y el saneamiento para todos	7.2, 7.3
 7 ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE	Promover el crecimiento económico sostenido e inclusivo, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente	8.3, 8.4, 8.5, 8.7, 8.8
 8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO	Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización sostenible y fomentar la innovación	9.2, 9.4
 9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA	Reducir la desigualdad en y entre los países	10.2, 10.3, 10.4
 10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES	Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles	12.1, 12.2, 12.4, 12.5, 12.6, 12.8

Contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible		Metas
 12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES	Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos	13.1, 13.2, 13.3
 13 ACCIÓN POR EL CLIMA	Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos	13.1, 13.2, 13.3
 14 VIDA SUBMARINA	Conservar y utilizar sosteniblemente los océanos, los mares y los recursos marinos	14.1, 14.2, 14.3
 15 VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES	Gestionar sosteniblemente los bosques, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras, detener la pérdida de biodiversidad	15.2
 16 PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS	Promover sociedades justas, pacíficas e inclusivas	16.2, 16.5
 17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS	Revitalizar la alianza mundial para el desarrollo sostenible	17.9, 17.10

mayoral

BOSTON

Hug & Clau

Abel & Lula