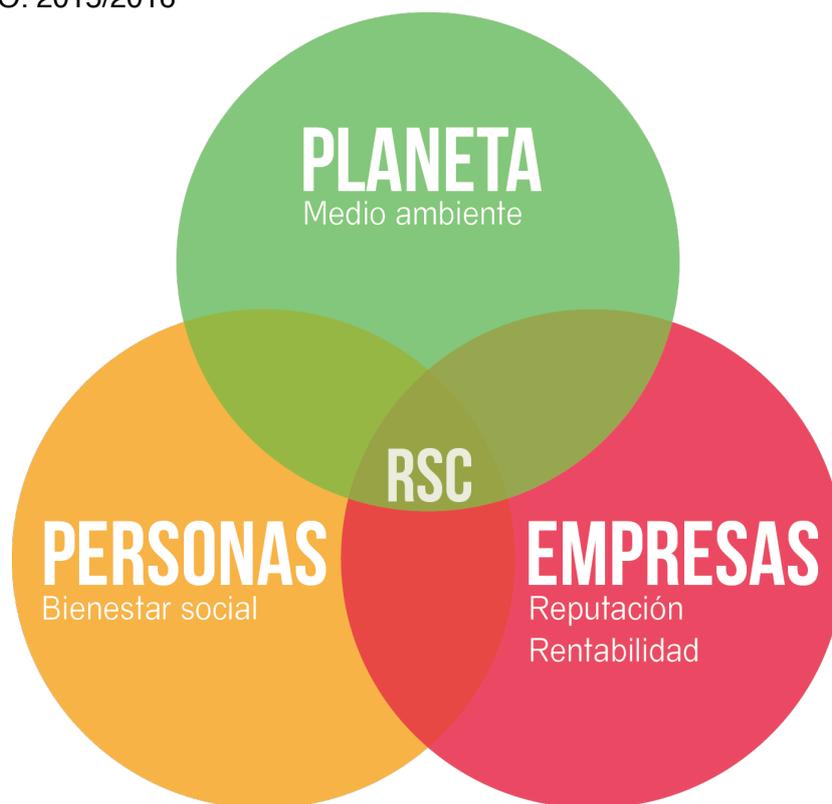


TRABAJO DE FIN DE GRADO

ESTUDIO DE CASO DE MANGO Y ADOLFO DOMÍNGUEZ.

AÑO ACADÉMICO: 2015/2016

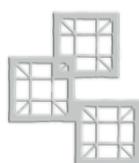


TUTORA

DRA. AURORA LÓPEZ

GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES
PÚBLICAS

ALEJANDRO BENGOA BEZARES



CAMPUS PÚBLICO
MARÍA ZAMBRANO
SEGOVIA



Facultad de Ciencias Sociales,
Jurídicas y de la Comunicación

Índice

CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN METODOLÓGICA	5-10
1.1: INTRODUCCIÓN	5
1.2: INTERÉS DEL ESTUDIO	6
1.3: OBJETIVOS	6-7
1.4: HIPÓTESIS	7
1.5: METODOLOGÍA	7-10
CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO	11-16
2.1: CONCEPTO DE RSC	11
2.2: SURGIMIENTO DE LA RSC	11-12
2.3: EVOLUCIÓN DE LA RSC	12-13
2.4: ÁMBITOS DE LA RSC	13
2.5: CONCEPTO DE DESARROLLO SOSTENIBLE	13-14
2.6: PACTO MUNDIAL	14-16
CAPÍTULO 3: HERRAMIENTAS DE RSC	17-20
3.1: INTRODUCCIÓN	17-18
3.2: HERRAMIENTAS RSC	18-20
CAPÍTULO 4: ESTUDIO DE CASO	21-33
4.1: JUSTIFICACIÓN	21
4.2: BREVE CONTEXTUALIZACIÓN DE CADA EMPRESA	21-22
4.2.1. ADOLFO DOMÍNGUEZ	21-22
4.2.2. MANGO	22
4.3: ESTUDIO DE CASO	22-24
4.4. GRÁFICA DE LOS DATOS EXTRAÍDOS EN EL ESTUDIO DE CASO	24-25
4.5. RESULTADOS DEL ESTUDIO DE CASO	26-33

CAPÍTULO 5: CONCLUSIONES	35-36
CAPÍTULO 6: FUENTES CONSULTADAS	37-38
CAPÍTULO 7: ANEXOS	39-236
7.1: MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD MANGO	39-81
7.2: MEMORIA ADOLFO DOMÍNGUEZ	82-236

CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN METODOLÓGICA

Capítulo 1.1: Introducción

Este trabajo tiene como objetivo analizar la Responsabilidad Social Corporativa (RSC en adelante) que se realiza en empresas textiles. Para ello se han seleccionado un total de dos grupos textiles con importancia en el panorama español: MANGO y Adolfo Domínguez. Con el fin de obtener información sobre si la Responsabilidad Social Empresarial es realizada para mantener sus ventas o porque comparten los valores de la misma.

El motivo por el cuál quiero analizar estas empresas desde una perspectiva socialmente responsable reside en el cambio de visión que se está produciendo en varios sectores comerciales. Desde hace unos años hasta ahora estamos viviendo una globalización en red, es decir, todas las empresas están interconectadas y facilitan al usuario la búsqueda de información sobre estas. Por ende, encontramos la posibilidad de comparar los precios, materiales y opiniones de los productos que las mismas ofertas. Todo ello debe sumarse a la nueva concepción del trabajo que se está formando, donde a los compradores potenciales les interesa más que se cumplan los derechos fundamentales de los trabajadores que el resultado del producto final. Si bien el precio sigue siendo el objeto que conlleva la toma de decisión final, el buen desarrollo de los trabajadores de las empresas está empezando a consolidarse como un punto a favor o en contra de las mismas.

Profundizando un poco más en el tema, podemos encontrar que diferentes grupos textiles han decidido apostar por campañas en las que el resultado final sea la suma de un proceso de partes que se informan al usuario (precio + proceso). Creando, de esta manera, una conciencia social. Esta a su vez se ve masificada por el uso de las redes sociales, donde los propios usuarios pasan a ser prescriptores, detractores o indiferentes a las marcas existentes. Con ello, se está fraguando una mentalidad en la que existe la necesidad de saber cómo se crean los productos. Explicado de otra forma, ya no interesa que sólo los miembros de la empresa cohabiten en un ambiente cómodo y carente de discriminaciones, si no que los materiales que se están utilizando (textiles en este caso) sean de una procedencia adecuada. El uso de productos químicos, tratados o manipulados por diferentes empresas externas es algo que puede crear rechazo en el momento de su compra.

Con todo ello, el objeto del presente trabajo se propone investigar si la Responsabilidad Social Corporativa que están utilizando las empresas textiles con influencia en el panorama español se basa simplemente en una cortina de humo para mantener adeptos a sus marcas o si por el contrario, la promueven por una mentalidad unida a la causa.

1.2: Interés del estudio

Las empresas textiles elegidas son MANGO y Adolfo Domínguez, ambas con sede y origen español, Cataluña la primera (aunque su creador sea extranjero) y Galicia la segunda. Pertenecen al mismo sector comercial: el del comercio textil, pero existen grandes diferencias entre ellas desde el primer punto. La firma gallega ha llegado a desfilarse en las diferentes pasarelas más importantes de Europa como la de Madrid, Milán o París, mientras que la marca catalana se dedica al comercio de lo que viene a denominarse moda pronta. Es decir, encontramos como sus similares a las diferentes tiendas del grupo textil Inditex (ZARA, Pull an Bear..). Adolfo Domínguez por su parte, pese a tener una colección de moda joven (U) sigue manteniendo piezas de confección *pret à porter*. Además, su filosofía de marca nace con una conciencia ecológica y de preocupación por el medioambiente ya que a los pocos años de abrir sus primeras tiendas en las principales urbes españolas se asocia con el programa *The Climate Project* dirigido por el Nobel Al Gore en busca de acciones que puedan frenar el cambio climático. Mientras que MANGO por su parte nace como una empresa que diseña ropa a medida y tras obtener cierta reputación va creciendo hasta convertirse en lo que conocemos hoy en día. Con visiones empresariales diferentes y localizaciones diferentes en las ciudades (MANGO zonas comerciales; Adolfo Domínguez centro de las ciudades) ambas marcas desarrollan diferentes acciones en el ámbito de la RSC. Ya sea por la naturaleza de la empresa o porque siente que es necesario que las realice. Cabe resaltar, por último, que mientras MANGO titula su herramienta como ‘Memoria de sostenibilidad’, Adolfo Domínguez la enmarca dentro de su ‘Informe Anual’. Ambos documentos accesibles a través de internet, pero para el segundo se debe conocer que esta memoria puede estar incluida dentro del informe. Por todo ello, considero que es interesante analizar y comparar las memorias de responsabilidad social corporativa que han realizado ambas empresas. Pudiendo obtener unos resultados individuales para cada empresa y comparativos entre ambas, consiguiendo unas conclusiones generales sobre ambas.

1.3: Objetivos

Tras explicar en qué se basa el interés del estudio de caso que va a realizarse en el presente trabajo quiero marcar unos objetivos a conseguir:

Objetivo General:

- Analizar cada memoria individualmente buscando la cantidad de veces que hacen referencia a un ítem del campo de la Responsabilidad Social Corporativa seleccionado obteniendo unos resultados que pueden ser comparados con los de la otra empresa consiguiendo una comparativa entre ambas dentro de esta materia.

Objetivos específicos:

- Averiguar a qué ítems hacen más referencia las empresas dentro de sus memorias para poder deducir qué campos les resultan más interesantes o beneficiosos a la hora de comunicarlos.
- Comparar en qué ítems difieren entre ellas y cuáles tienen en común, para poder averiguar si sus acciones en el campo de la RSC tiene mayor relación con la filosofía empresarial o si lo tiene con su desempeño empresarial (el sector textil en este caso)
- Analizar según la guía del Pacto Mundial de la ONU cuál de ellas sigue de manera más acertada los principios propuestos.
- Enmarcar cada una de las empresas, una vez analizadas sus memorias, dentro de un tipo de empresa según su RSC. Tipología que se explicarán en uno de los capítulos siguientes.

1.4: Hipótesis

La hipótesis es la siguiente: las dos empresas seleccionadas entienden la Responsabilidad Social Corporativa como algo íntegro a su naturaleza, como algo de lo que deben preocuparse y prestar atención, obteniendo por tanto valores muy similares en su análisis comparativo.

1.5: Metodología

Para llevar a cabo la realización del presente trabajo aplicaré una tabla comparativa entre las memorias de ambas empresas. Esta tabla se regirá por una serie de ítems relacionados por la responsabilidad social corporativa que ambas empresas muestran o deberían mostrar en sus memorias. Se seleccionarán con carácter evaluable y se anotará cuántas veces se hace referencia al mismo a lo largo del desarrollo de la memoria. Una vez recopilado estos datos pasaré a extraer los resultados obtenidos con los mismos para conseguir unas conclusiones finales sobre el trabajo que se ha realizado. Se trata de un modelo de elaboración propia puesto que después de haber realizado una búsqueda sobre algún modelo similar ya creado no he encontrado ninguno que se adecue a lo que he realizado.

Por tanto, el modelo metodológico aplicado será de tipo cuantitativo ya que primarán los datos empíricos que se extrapolan del análisis exhaustivo de las memorias corporativas de ambas empresas con el fin de obtener los datos más realistas posibles. Se trata de un estudio de caso que pretende comparar las veces que cada una de las memorias hace referencia a uno de los

ítems, explicados a continuación, que han sido seleccionados. De esta manera, se podrá comparar posteriormente las veces que una empresa cita determinado ámbito, principio o derecho en relación con la otra, sacando conclusiones individuales y generales de las mismas.

La tabla se completará con tres columnas: ítems, MANGO y Adolfo Domínguez, en ese orden. Cada uno de los elementos seleccionados se analizará por individual en cada memoria y se valorará contando con ``I`` cada vez que se les haga alusión. Así, al acabar de rellenar la tabla completa, como se dijo anteriormente, se podrán obtener unos resultados a partir de los cuales se generarán las conclusiones.

Los ítems seleccionados para la realización del estudio tienen relación con el tema central del trabajo: la responsabilidad social corporativa. Es por ello que he seleccionado los siguientes y el motivo correspondiente a cada uno de ellos: ámbito laboral (buen ambiente de trabajo: no discriminación, conciliación de la vida personal y laboral...), ámbito social (referencia al impacto de las actividades de la compañía en su entorno y relaciones con el mismo), ámbito medioambiental (mantenimiento del ecosistema natural), ámbito del mercado (derecho a conocer la información relevante de la empresa), ámbito del buen gobierno corporativo (transparencia en la información), Desarrollo Sostenible (satisfacer necesidades del presente sin perjudicar la satisfacción de las futuras), Pacto Mundial: Derechos Humanos (no vulneración de los Derechos Humanos), Normas laborales (libertad de afiliación, eliminación del trabajo forzoso, erradicación del trabajo infantil y abolición de discriminación en el empleo), Medio Ambiente (no perjudicación del Medio Ambiente y desarrollo de tecnologías que lo respeten) y Anti-corrupción (eliminación del mismo), Shareholders (accionistas potenciales o reales de la empresa), Stakeholders (grupos de interés de la empresa), reciclaje textil (reutilización de las prendas o tejidos sobrantes), capital económico (cuantía financiera de la empresa), materiales no perjudiciales al medioambiente (utilización de materiales ecológicos), políticas de acción social (interés por las preocupaciones de la sociedad), deontología laboral (buenas políticas de trabajo), colaboración económica a través del voluntariado (apoyo económico a acciones sociales propulsadas por ONGs o iniciativas propias), logística (buena utilización del terreno de almacenaje), seguridad laboral y prevención de riesgos (cursos o guías formativas para que los empleados eviten sufrir el mayor tipo de riesgos mientras desempeñan su labor) y por último, la revisión de su RSC a través de auditorías externas objetivas.

Tabla 1

Tabla de análisis comparativo

Ítems	MANGO	ADOLFO DOMÍNGUEZ
ÁMBITO LABORAL		
ÁMBITO SOCIAL		
ÁMBITO MEDIOAMBIENTAL		
ÁMBITO DEL MERCADO		
ÁMBITO DEL BUEN GOBIERNO CORPORATIVO		
DESARROLLO SOSTENIBLE		
PACTO MUNDIAL: DERECHOS HUMANOS		
Principio 1		
Principio 2		
PACTO MUNDIAL: NORMAS LABORALES		
Principio 3		
Principio 4		
Principio 5		
Principio 6		
PACTO MUNDIAL: MEDIO AMBIENTE		
Principio 7		
Principio 8		
Principio 9		
PACTO MUNDIAL: ANTI-CORRUPCIÓN		
Principio 10		
SHAREHOLDERS		
STAKEHOLDERS		
RECICLAJE TEXTIL		
CAPITAL ECONÓMICO		
MATERIALES NO PERJUDICIALES AL MEDIO AMBIENTE		
POLÍTICAS DE ACCIÓN SOCIAL		

Ítems	MANGO	ADOLFO DOMÍNGUEZ
DEONTOLOGÍA LABORAL		
VOLUNTARIADO		
Iniciativa propia		
Voluntariado con ONGs		
LOGÍSTICA		
SEGURIDAD LABORAL Y PREVENCIÓN DE RIESGOS		
AUDITORÍAS		

Fuente: elaboración propia a partir de las Memorias de sostenibilidad de Mango y Adolfo Domínguez.

CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO

Capítulo 2.1: Concepto de Responsabilidad Social Corporativa

La Responsabilidad Social Corporativa es un concepto que ha ido evolucionando a lo largo de los años. Pese a ello, siempre ha mantenido algunas características que aunque sean modificadas en escritura mantienen su concepto. Entendemos la RSC como una asunción voluntaria por parte de la empresa de los efectos derivados y producidos a través de su funcionamiento atendiendo al mercado, a la sociedad, al medio ambiente y al desarrollo humano (Barañano, 2009). Es decir, que la empresa se haga responsable de forma voluntaria de todas las consecuencias que su funcionamiento puedan ocasionar en la sociedad. Entendiendo esta última como un conjunto de elementos y no sólo al nivel humano. En pro de la obtención de un beneficio económico y social a la par.

Como bien se explicó anteriormente, el término RSC ha ido evolucionando y por ello no podemos cerrarnos a una definición concreta y utilizada por los diferentes expertos del tema. Si bien es cierto, que existe un documento universal llamado *El Libro Verde de la Unión Europea (2001, p.13)* donde se define la misma de la siguiente forma: “*integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores*”. Al tratarse de un documento oficial escrito, redactado, publicado y avalado por la Unión Europea es la definición mas común que podemos tener de ella.

Pese a que esa sea la conceptualización más manida del término, bajo mi propio juicio, se debería entender la RSC como una suma de diferentes características que conforman una idea general. Es por ello que hablamos de su importancia en cinco ámbitos: ámbito laboral, ámbito social, ámbito medioambiental, ámbito de mercado-consumo y ámbito de buen gobierno corporativo. Pero antes de hablar de ellas considero interesante remontarnos unos años atrás para conocer, en líneas generales, el nacimiento de este término y su importancia dentro de las empresas.

2.2: Surgimiento de la RSC

La RSC o RSE surge a mediados de los años cincuenta del siglo XX en Estados Unidos. Si pensamos en esa fecha, nos encontramos en una etapa de recuperación del mundo tras haber finalizado la Segunda Guerra Mundial. Debemos destacar la publicación en el año 1953 del libro titulado *Social Responsibilities of businessman* del escritor estadounidense Howard Bowen. En él se explica la RSC, de una manera bastante similar a la concepción actual de la

misma, como “*las responsabilidades de carácter ético que las empresas asumen voluntariamente y no constituyen una forma de responsabilidad jurídica*” (Barañano, 2009: Aparicio y Valdés, 2009). De esta definición se debe destacar el uso del concepto ‘responsabilidad jurídica’ ya que desde un primer momento ya se entendía la RSC como algo sin carácter legal, sin necesidad de cumplimiento ni penalización en el caso de no desarrollarse (Castells, 1999).

En el año 1970 se publica un artículo titulado ‘*La responsabilidad social de las empresas es incrementar sus beneficios*’ escrito por Milton Friedman en *The New York Times Magazine* (13 de septiembre de 1970) donde se defiende lo siguiente “*la única responsabilidad social de las empresas es la puesta en marcha de actividades y la utilización de sus recursos con el fin de incrementar sus beneficios, siempre y cuando cumpla con las reglas del juego, que son las de la libre y abierta competencia sin recurrir al engaño ni al fraude*”. Friedman defiende por lo tanto que lo único que debe primar en la empresas es el de aumentar sus beneficios económicos. Para conseguirlo la misma debe poner en funcionamiento acciones que atañan a la sociedad, obteniendo una mejora en la imagen de la marca por parte del público. Fomentando que los usuarios sientan que la empresa se interesa por sus preocupaciones y prefieran consumir sus productos.

2.3: La evolución de la RSC

A lo largo de los años setenta del siglo XX en adelante comienzan a ocurrir a nivel global una serie de escándalos por parte de empresas transnacionales: el escándalo empresarial de ITT conjunto con su implicación en el golpe de estado de Pinochet en Chile en el año 1973, el desastre de Bhopal en India en 1985 por la empresa Union Carbide, el desastre del Exxon Valdez en Alaska en 1989, el escándalo de Nike y el trabajo infantil en Asia en los años noventa (vigente aún), el hundimiento de la plataforma petrolífera de Shell en los años noventa en el Mar del Norte, el Prestige en Galicia en 2002, el escándalo del hundimiento del Rana Plaza en Bangladesh en 2013, entre otros (Del Mar Maira, 2015). Todos ellos produjeron y siguen ocasionando que los organismos internacionales deban promulgarse acerca de este debate. Es por ello, que se reúnen varias veces en búsqueda de una solución, pero este debate cesa en los años ochenta por la presión que las empresas transnacionales hacen sobre los propios organismos.

Es por ello, que en los años noventa el tema de la RSC resurge con fuerza en un contexto social, económico y político de importante expansión de los procesos de globalización económica. Por tanto la Organización Internacional del Trabajo y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico elaboran el documento ‘*Declaraciones y Directrices*’ que tiene un carácter voluntario para las empresas y no sancionador (Utting y Marques, 2010).

Debemos desacatar también que pese a que la Organización de las Naciones Unidas (ONU en adelante) tenga el documento '*Derecho Internacional de Derechos humanos*' este es igual que el resto solo declarativo, sin carácter sancionador. Contando además con el inconveniente de que la ONU no cuenta con un organismo internacional que vele por su desempeño.

2.4: Ámbitos de acción de la RSC

Después de esta breve contextualización histórica sobre la RSC, retomo los ámbitos que cité anteriormente con el fin de explicarlos y así dejar patente qué engloba cada uno. Ciñiéndonos a aquello que nos interesa para el desarrollo de este trabajo. Encontramos cinco ámbitos diferentes, siendo estos los siguientes: Ámbito laboral: este hace referencia, entre otros, al trabajo infantil, a la no discriminación por razón de etnia, género, raza, orientación sexual o religión, la conciliación de la vida personal, familiar y laboral. Ámbito social: este hace referencia al impacto de las actividades de la compañía en su entorno y las relaciones con el mismo. Ámbito medioambiental: este hace referencia al mantenimiento ecosistema natural que se pueda ver dañado por los efectos de la producción de la empresa. Ámbito del mercado: los derechos de los consumidores y usuarios de conocer toda la información relevante, la gestión de la cadena de producción. Ámbito de buen gobierno corporativo: la transparencia en la información a accionistas, grupos de usuarios, compradores, personal de la empresa y grupos de interés.

Estos cinco ámbitos no son excluyentes ni individuales, pero ello no quiere decir que tenga que crearse un estado utópico dentro de la empresa donde los cinco se vean cumplidos. En caso de que todos existan y puedan convivir y funcionar nos encontraríamos en una empresa socialmente responsable (Romero, 2013). Una entidad que lleva a cabo acciones de responsabilidad social puesto que cree que son necesarias no solo para aumentar sus beneficios económicos (rentabilidad financiera) si no porque valoran que la preocupación por el Desarrollo Sostenible (DS en adelante) es algo de vital importancia para el futuro.

2.5: Concepto de Desarrollo Sostenible

Cuando hablo de Desarrollo Sostenible me refiero a él como un concepto que se ha convertido en un compromiso y objetivo de la empresa y de las personas en general para alcanzar el bien común y una buena relación con el presente-futuro aprendiendo de los errores del pasado (World Conservation Strategy, 1987).

Definimos entonces el DS como aquel que "*satisface las necesidades del presente sin poner en peligro la capacidad de las generaciones futuras para atender a sus propias necesidades*" (Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y el Desarrollo (Comisión Brundtland,

1987). Entendemos entonces este concepto como el uso de los materiales naturales que tenemos presentes pero con un uso moderado y lógico que no las agote para las generaciones futuras. Creo que es importante recalcar este concepto puesto que es una pieza clave a la hora de juzgar las empresas según su grado de RSC.

Explicaré ahora, por alusiones, los diferentes tipos de empresa que podemos encontrar según su grado de responsabilidad social (Forética, 2015). Exponiéndolas desde la más involucra con el tema hasta la menos: Empresa Social: aquella que desde su nacimiento entiende el carácter social (lo social) como parte de su misma naturaleza. Empresa socialmente responsable: aquella que en algún momento se ha visto influida para llevar a cabo RSC. Bien por valoraciones de auditores o por competitividad con otras empresas del mismo sector. Empresa irregular: aquella que no ha valorado aún incluir algún tipo de gestión de RSC pero lleva a cabo acciones, comunicándolas como responsabilidad social cuando en realidad no lo son. Empresa tóxica: aquella que realiza de manera demasiado habitual actuaciones moralmente sancionables y con poca ética. Rechazando la filosofía de responsabilidad social empresarial.

Expongo los diferentes tipos de empresa ya que serán utilizados para categorizar las empresas electas para el desarrollo del trabajo. Ya que esta denominación explica bastante bien hasta qué punto la empresa realiza actos de RSC y los motivos de estos.

2.6: Pacto Mundial

Quiero también hacer referencia al Pacto Mundial de 1999, anunciado en el Foro Económico Mundial de Davos, por la ONU. Se trata de un compendio de principios sin carácter sancionador que sirve como guía para las empresas transnacionales en el cumplimiento voluntario de la RSC.

Estos principios están divididos en cuatro subapartados: Derechos Humanos, Normas Laborales, Medio Ambiente y Anti-Corrupción. Considero interesante la utilización de estos puesto que, pese a ser directrices, abarcan diferentes ámbitos en los que una empresa debe preocuparse en materia de RSC. De todos estos principios me quedaré con aquellos que se puedan aplicar, en común, a los grupos textiles elegidos. Pudiendo averiguar en cuáles de ellos tienen una mayor involucración o cuáles son los que más se remarcan dentro de la memoria.

Así, al analizar las memorias por separado y obtener el número de veces que hace alusión cada una de ellas a los principios, se podrá obtener una idea general sobre el caso que hacen estas dos empresas a las directrices marcadas para la realización de una correcta RSC dentro de la misma.

Tabla 2

Principios del Pacto Mundial

Principios del Pacto Mundial	Explicación de los Principios
Principios del Pacto Mundial en materia de Derechos Humanos	
Principio 1	<i>“Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia”</i>
Principio 2	<i>“Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos”</i>
Principios del Pacto Mundial en materia de Normas Laborales	
Principio 3	<i>“Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva”</i>
Principio 4	<i>“Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción”</i>
Principio 5	<i>“Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil”</i>
Principio 6	<i>“Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación”</i>
Principios del Pacto Mundial en materia de Medio Ambiente	
Principio 7	<i>“Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente”</i>
Principio 8	<i>“Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental”</i>
Principio 9	<i>“Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medioambiente”</i>
Principios del Pacto Mundial en materia de Anti-Corrupción	

Principios del Pacto Mundial	Explicación de los Principios
Principio 10	<i>“Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno”</i>

Fuente: elaboración propia a través del Pacto Mundial de la ONU de 1999.

CAPÍTULO 3: HERRAMIENTAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

3.1: Introducción

Una vez contextualizada la RSC que llevan a cabo las empresas, sus clasificación y las guías de principios es hora de hablar de las herramientas que utilizan. El empleo o asunción de acciones de RSE no es algo que la empresa realice a nivel individual, si no que quieren compartirlo. Explicado de otra forma, se debe comunicar la Responsabilidad Social Corporativa. Ya que es información importante no solo para los usuarios o grupos de interés, también para los accionistas de las empresas.

Todo lo que se realice en materia de RSC debe publicarse, comunicarse, venderse y propagarse. Puesto que, gracias a este contenido ciertos colectivos pueden verse atraídos por la filosofía empresarial de alguna empresa y apostar por ella. Transformando estas palabras a un esquema más simple: un buen desempeño de la RSC puede reflejarse en un ingreso de capital económico de un accionistas privado. En términos de responsabilidad social los accionistas reciben el nombre de *shareholders*.

En este punto es donde encontramos también a los *Stakeholders*, traducido al español son los grupos de interés. Estos están compuestos por las personas, instituciones e incluso entornos físicos afectados por los impactos directos e indirectos de una empresa. Se enmarcan dentro de ellos la comunidad financiera (accionistas, inversores, agencias de calificación), los empleados y sus representantes, los clientes y los consumidores, las comunidades nacionales y locales, las autoridades publicas (gobiernos, instituciones regionales y locales, organizaciones públicas e internacionales), la sociedad civil (ONG, asociaciones, miembros y redes de organizaciones), los proveedores y otros como los medios de comunicación o agencias de consultoría (Romero, 2015).

Creo que tiene importancia la explicación de estos últimos ya que son los que de verdad exigen la creación y puesta en marcha de la RSC en una empresa. A su vez, algunos de ellos como las ONG o los Medios de comunicación, son los principales encargados de dar visibilidad a estas acciones. En cuanto al resto de los *Stakeholders*, considero que son de gran importancia puesto que son los beneficiarios de la RSE, por quienes se lleva a cabo, buscando un bien social.

Una vez explicado los diferentes actores de la RSC, regreso a las herramientas que las empresas utilizan para comunicar la misma. Pese a que los Medios de comunicación suelen dar eco a algunas acciones, consiguiendo su viralización en algunos casos. También pueden informar de ellas desde un punto de vista más paternalista en el que todo lo que se ha realizado en materia de

Responsabilidad Social Empresarial quede relegado a simples acciones que no se comuniquen con la visión adecuada. Es por ello, y por la transparencia que caracteriza a la RSC, que las empresas utilizan ciertas herramientas, de libre acceso, donde se transcribe los datos más importantes o acuerdos con organismos internacionales.

3.2: Herramientas de RSC

Retomando el tema del capítulo, hay tres herramientas que se utilizan a nivel global por parte de las empresas en su desempeño de una responsabilidad social empresarial. Pese a que estos tres sean individuales no son de carácter excluyente, es decir, pueden darse todos dentro de la misma empresa. Siendo estos las memorias de responsabilidad corporativa, los códigos de conducta y los acuerdos Marco Internacionales/Marco Globales (Correa, 2011). Para el estudio de caso analizaré las memorias de MANGO y Adolfo Domínguez por lo que a continuación hablaré sobre ellas en detalle, pero considero importante un breve resumen de las otras dos herramientas, explicando lo función de cada una. Los códigos de conducta son documentos sin carácter legal (su no cumplimiento no repercute en una multa a la empresa) de estilo unilateral donde aparecen unas pautas desde el mando general de la entidad que dictaminan unos comportamientos deontológicos a cumplir por parte de los miembros de la misma. Casi siempre fundamentados en materia de Derechos Humanos, buscando el bien del trabajador mismo de la empresa. A nivel global, son códigos de buen trabajo corporativo que se elaboran para obtener un buen ambiente laboral. Los Acuerdo Marco Internacionales en cambio son documentos vinculantes entre dos organismos, bien sean empresas, empresa y ONG, empresa y distribuidor, donde ambas partes se comprometen por medio de firma al cumplimiento de lo establecido en el contrato. El incumplimiento de este tampoco tiene un carácter legal pero a diferencia de los códigos que podíamos definir como recomendaciones, estos Acuerdos pueden llevarse a tribunal por su incumplimiento, donde un jurado dictaminará sobre ellos. Suelen realizarse para pactos transnacionales o de nivel global, así ambas partes aseguran el buen cumplimiento de los mismos. Las tres herramientas deben aparecer publicadas en la página web de la empresa para que sean accesibles al público, tanto por la transparencia de las empresas como por el buen desempeño de la RSC permitiendo acceder a todo el mundo que se interese.

De estas herramientas, para el desarrollo del trabajo me voy a centrar en la memoria de RSE. Se trata de un documento corporativo en el que se exponen las acciones en materia de RSC, los valores de la propia marca, la concepción filantrópica, los lugares, grupos sociales y capital invertido en Responsabilidad Social Corporativa que lleva a cabo la empresa (Del Mar Maira, 2015). Este documento tiende a ser visualmente atractivo, maqueado con imágenes, testimonios o conclusiones tanto por parte de sus precursores como por todos los afectados. Existen dos modalidades respecto al tiempo de su publicación: las memorias anuales (como su propio

nombre explica son desarrolladas a lo largo de un año fiscal) y las memorias bianuales (que son desarrolladas con las conclusiones de dos años fiscales). Estas memorias deben estar al alcance de todos los usuarios que quieran acceder a ellas, por el propio carácter de transparencia de las mismas, así que muchas empresas optan por colgarlas en su página web. Pese a que en la mayoría de los casos se encuentren disponibles de esta forma, las propias empresas deciden complicar su acceso. Es decir, las cuelgan en red de tal manera que el usuario necesite un verdadero interés en encontrarlas. En cambio los posibles *Shareholders* suelen recibirlas en mano, evitando la búsqueda en la web. En el mismo *site* diseñado para colgar las memorias se pueden encontrar Acuerdos Marco Internacionales. A grosso modo puesto que no los utilizaré para este trabajo, son documentos legales en las que las empresas se comprometen junto con otro organismo ya sea privado, institucional o público para el desarrollo de alguna acción de RSC.

En muchos casos, las memorias no son exclusivamente de contenido sobre la Responsabilidad Social Corporativa de la empresa, si no que se incluye información económica, balances, centros de operaciones, todo aquello que puede resultar atractivo para un posible accionista. Generalmente, dentro de estas herramientas el apartado de RSC es corto en comparación con el resto, no en forma si no en contenido. Como bien dije antes, este apartado que nos compete suele llevar un diseño atractivo que se debe medir puesto que la información que se traslada es de rigor y un exceso de maquinación puede hacer que esta pierda importancia. El lenguaje utilizado dista de un vocablo técnico y se acerca a uno claro, puesto que como se expuso anteriormente, esta información está al acceso de todo el mundo. El tamaño de la memoria suele ser de tamaño DIN A4 con unas medidas de 210 milímetros x 297 milímetros, es decir, tamaño folio. Su maquetación es similar a la de una revista, páginas dobles a doble cara. En cuanto a su estructura podemos hablar de un diseño que favorece la búsqueda de contenido y la consulta de este.

Muchas empresas contratan a auditorías externas, es decir, empresas que acuden para valorar los avances, mejoras, empeoramientos o sustituciones que la entidad está realizando en cuanto a RSC, siendo posteriormente los encargados de realizar el apartado sobre ello de la memoria. Aunque esto conlleve un gasto, la información será contrastada y objetiva, siendo más interesante para los interesados en ella. Estas auditorias suelen trabajar con los criterios propuestos por la *Global Reporting Initiative* (conocida como GRI) lo que hace posible la comparación de las memorias individualmente y por sectores (Forética, 2015).

Por tanto, algunas de las ventajas que plantea la redacción de una memoria son que es una herramienta con todos los datos sobre las actuaciones de la empresa en materia de RSC, facilita la relación con los *Stakeholders* y *Shareholders*, mejora la comunicación a nivel interno de la empresa, puesto que en la memoria quedan patentes las acciones que se realizan y a quien afectan.

Pudiendo ser estos últimos los propios trabajadores, ayudando a encontrar los puntos débiles de la Responsabilidad Social Corporativa de la empresa así como posibles riesgos que puedan ocurrir, aumenta la cadena de valor de la propia empresa por la transparencia y fácil acceso de su contenido.

CAPÍTULO 4: ESTUDIO DE CASO

4.1. Justificación

Para la realización del presente trabajo he decidido analizar comparando las memorias corporativas de dos empresas textiles con gran reconocimiento en España: MANGO y Adolfo Domínguez. Estas empresas, pese a que se dediquen al sector de la moda pronta, son muy diferentes en su naturaleza y origen. Adolfo Domínguez nace con la intención de crear una ropa a mediada que sea una segunda piel, donde la arruga sea bella. MANGO, en cambio, nace como una empresa que en principio diseña ropa a medida, evolucionando hasta lo que es hoy. Ambas empresas se diferencian también en sus memorias, la primera de colores fríos (negros y grises), mientras que la segunda es más juvenil y llena de gráficas. Considero interesante analizar las memorias para comprobar hasta qué punto ambas empresas en comparación marcan los ciertos ítems en sus memorias. De esta manera podré extrapolar unos resultados obtenidos del análisis de la tabla utilizada. Comparando qué ámbitos consideran más importantes cada una de ellas, cuales son de menor relevancia y buscando puntos en común que pueden deberse a la labor mercantil de la empresa. Pudiendo obtener datos comparativos entre dos empresas del mismo sector pero tan diferentes entre sí.

4.2: Breve contextualización de cada empresa

4.2.1: Adolfo Domínguez

Adolfo Domínguez nace tras el relevo a sus padres en la sastrería familiar en los años 70 del siglo XX. El negocio llevaba abierto ya más de 20 años en el municipio de Orense. Es en el año 1976 cuando se abre la primera tienda de la marca en la misma ciudad gallega. Intentando ser un reflejo de la industrialización que el modisto había visto en sus viajes, la firma de ropa presenta líneas modernas pero de aires clásicos que encantan a la crítica. Todo ello le lleva a realizar sus primeros desfiles en los años 80 en las ciudades Madrid y París. En la década siguiente decide abrir su negocio fuera de Galicia y abre dos tiendas: en Madrid y en Barcelona. Destaca, además, por ser el primer modisto español que comercializa con su propio nombre.

La década de los 90 es muy importante para la marca ya que el diseñador recibe el premio de *'La Aguja de Oro'* por su aportación cultural y artística, sumado a su internacionalización en 1994 con la apertura de su primera tienda en Portugal. En 1997 cotiza en bolsa, siendo la primera compañía textil en hacerlo. Antes del comienzo del siglo XXI ya cuenta con más de 150 tiendas en España y en países como Bélgica, México, Luxemburgo o Argentina. Destaca a la

vez, por ser la marca que viste desde el año 2004 a los azafatos de la aerolínea Iberia. Cuenta también con formar parte de *The Climate Project*, proyecto dirigido por Al Gore que busca una solución contra el calentamiento global. Por último, recalcar que su filosofía de marca es que la ropa sea una segunda piel y por ello su slogan '*la arruga es bella*'.

4.2.2: MANGO

MANGO nace en el año 1984 en Barcelona bajo capital español pero con un creador extranjero Isak Andic. Sus primeras prendas eran confecciones a medida para mujeres, para ocasiones especiales. En 1988 comienza su producción en función de la demanda del mercado. Llegando a la década de los noventa donde se consolida como una de las empresas punteras a nivel textil. Empieza a desarrollar una línea de colección femenina, una de accesorios y otra de niños. Desde el año 2011 su imagen corporativa sufre cambios con el fin de aumentar las ventas. Actualmente cuenta con tiendas físicas en 107 países. En el año 2014 inaugura una nueva sección llamada *Violeta* donde encontramos prendas de tallas grandes, siendo una de las primeras tiendas que incorporan una sección así en el modo *low cost*. Fue precursora también en la colaboración con famosos como las hermanas Cruz o el modelo masculino Andrés Velencoso entre otros.

4.3: Estudio de caso

En este apartado del presente trabajo expongo los datos extraídos del análisis sobre cada uno de los ítems seleccionados para analizar cada una de las memorias corporativas de las empresas textiles elegidas. En la tabla podemos observar cuántas veces hacen alusión al elemento seleccionado cada una de las empresas a través de la herramienta de RSC. Cada una de estas alusiones se valora con un punto, reflejado por medio de 'I'. Como se explicó anteriormente, se valorará de manera individual cada apartado para poder realizar de manera más rápida la comparativa.

Tabla 3

Tabla aplicada al estudio de caso

ÍTEMS	MANGO	ADOLFO DOMÍNGUEZ
1. ÁMBITO LABORAL	III	I
2. ÁMBITO SOCIAL	II	II
3. ÁMBITO MEDIOAMBIENTAL	I	III
4. ÁMBITO DEL MERCADO	I	I

ÍTEMS	MANGO	ADOLFO DOMÍNGUEZ
5. ÁMBITO DEL BUEN GOBIERNO CORPORATIVO	I	II
6. DESARROLLO SOSTENIBLE	I	III
7. PACTO MUNDIAL: DERECHOS HUMANOS		
Principio 1	II	I
Principio 2	I	I
8. PACTO MUNDIAL: NORMAS LABORALES		
Principio 3		
Principio 4	I	I
Principio 5	II	I
Principio 6	II	II
9. PACTO MUNDIAL: MEDIO AMBIENTE		
Principio 7	II	III
Principio 8	II	IIII
Principio 9	I	I
10. PACTO MUNDIAL: ANTI-CORRUPCIÓN		
Principio 10	I	
11. SHAREHOLDERS	II	IIIII
12. STAKEHOLDERS	IIII	II
13. RECICLAJE TEXTIL	I	I
14. CAPITAL ECONÓMICO	II	IIII
15. MATERIALES NO PERJUDICIALES AL MEDIO AMBIENTE	II	II
16. POLÍTICAS DE ACCIÓN SOCIAL	I	I
17. DEONTOLOGÍA LABORAL	II	II
18. VOLUNTARIADO		
Iniciativa propia	I	II
Voluntariado con ONGs	IIIIIIIIIIIIIIIIIIII	IIIII
19. LOGÍSTICA	II	I

ÍTEMS	MANGO	ADOLFO DOMÍNGUEZ
20. SEGURIDAD LABORAL Y PREVENCIÓN DE RIESGOS	IIII	II
21. AUDITORÍAS EXTERNAS	I	II

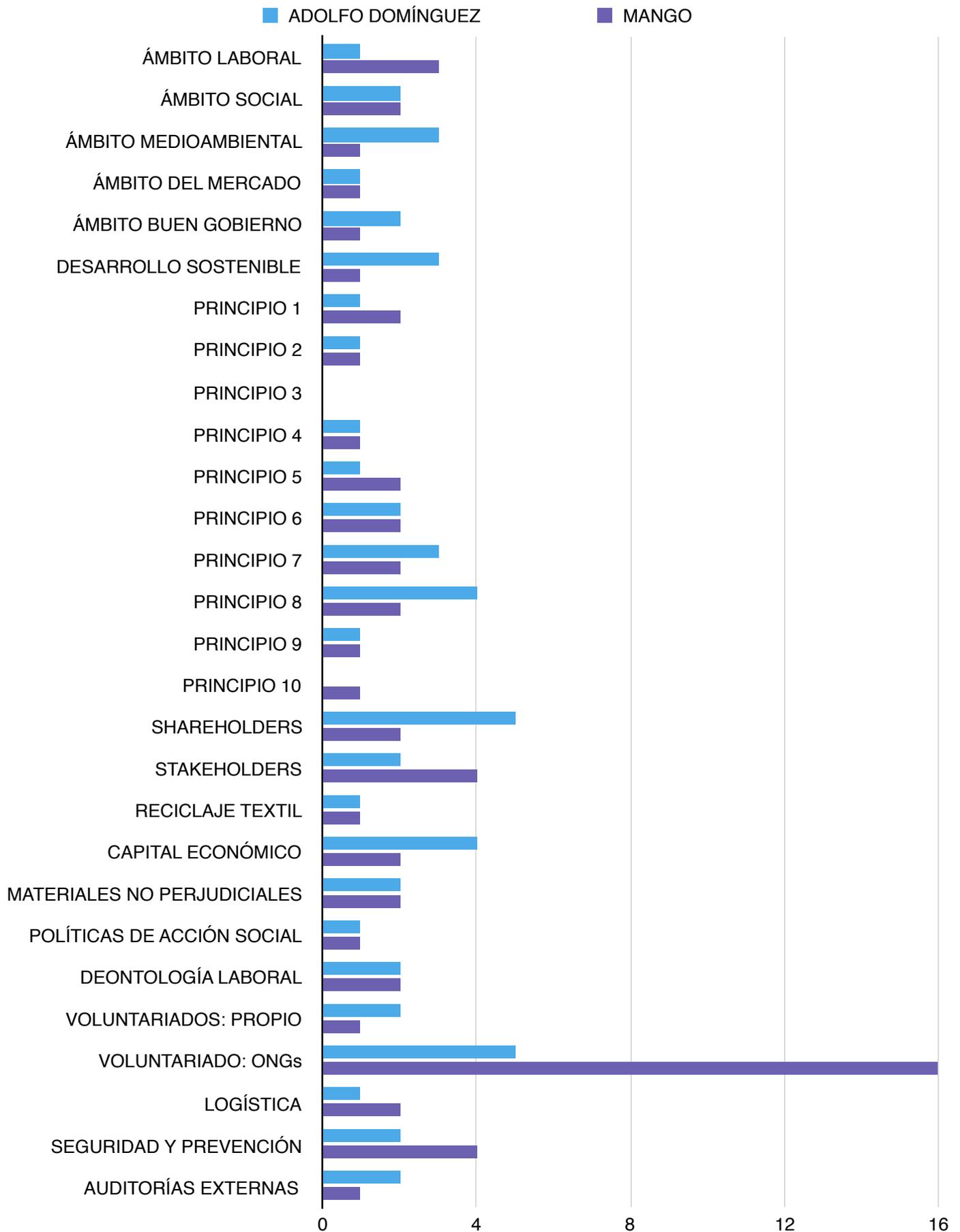
Fuente: elaboración propia con los datos extraídos de la revisión de las memorias corporativas de los grupos textiles MANGO y Adolfo Dominguez..

4.4: Gráfica de los datos extraídos en el estudio de caso

Una vez completada la tabla comparativa entre ambas empresas con los resultados obtenidos al analizar cada uno de los veintiún ítems, realizo la siguiente gráfica para que los datos puedan verse de manera más visual y sencilla. Así se observan las diferencias entre las acciones en materia de RSC que lleva a cabo cada una de las empresas, comparando a través de este diagrama de barras ambas empresas sobre los elementos a los que hacen alusión. Consiguiendo así ver aplicada la tabla anterior en este gráfico donde podemos interpretar de mejor manera los datos resultantes.

Tabla 4

Datos obtenidos del análisis comparativo



Fuente: elaboración propia a través de datos extraídos del análisis exhaustivo de las memorias corporativas de MANGO y Adolfo Domínguez en diagrama de barras .

4.5: Resultados del estudio de caso

Tras haber completado la tabla comparativa entre ambas empresas y después de haber desarrollado la gráfica para ver de manera más visual los datos obtenidos, en este apartado del trabajo me dispongo a analizar los resultados conseguidos. De esta forma, valoraré de dos maneras diferentes lo mismo: de manera individual, contrastando el recuento de las veces que se hace alusión a cada uno de los ítems a lo largo de la memoria corporativa de MANGO y de la memoria corporativa de Adolfo Domínguez; de manera general, una vez realizada la primera, para ver a nivel global las diferencias entre ellas en lo expuesto en sus memorias.

Ítem 1. *Ámbito laboral*: En este apartado encontramos una mayor alusión al elemento dentro de la memoria de MANGO donde aparece reflejado un total de tres veces frente a la vez única que aparece en Adolfo Domínguez. Debo recalcar que aunque en ambas empresas se destaque el número de mujeres trabajadoras que tienen en total de su plantilla conjunto con el porcentaje de estas que ocupan altos cargos directivos (demostrando el derribo al techo de cristal en sus organizaciones) es la memoria de MANGO aquella que le dedica un capítulo entero. Además es esta misma memoria la que indica el número de horas totales de trabajo por empleado y puesto, demostrando un interés por la conciliación de la vida personal y profesional.

Ítem 2. *Ámbito social*: a este apartado ambas empresas hacen alusión dos veces a lo largo de su memoria. Como expliqué antes, el ámbito social se refiere al trato que dan las compañías al impacto que causan en el entorno. Al ser grupos textiles, ambas entidades hacen referencia al cuidado que tiene con dañar los poblados donde se crean sus prendas, a la necesidad de los permisos pertinentes para crear un nuevo almacén para proveer una zona o a evitar el uso de materiales que dañen el ecosistema.

Ítem 3. *Ámbito medioambiental*: desde la apertura de las primeras tiendas de Adolfo Domínguez esta empresa se asoció al proyecto *The Climate Project* donde se lucha por el cuidado del medioambiente, evitando dañarlo con su actividad. Es por ello que el carácter de la entidad tiene una gran preocupación por el ecosistema, que podemos ver reflejado en las tres veces que hace referencia al mismo frente a la única vez que lo hace MANGO.

Ítem 4. *Ámbito del mercado*: en este elemento encontramos un empate. El ítem hace referencia a los derechos de los consumidores, algo que se explica una vez de forma breve en ambas memorias. Dentro de este elemento excluyo la transparencia de sus cuentas y me centro en el sector en el que trabajan. Ambas empresas recalcan que el consumidor tiene derecho a opinar sobre la marca a través de redes sociales, cartas o una encuesta que se realiza en las propias tiendas. Aunque este ámbito ampara que el consumidor o usuario pueda saber cómo se gestiona la producción de la cadena, en las memorias viene explicado de manera breve y no detallada, guardándose para ellos esta información.

Ítem 5. Ámbito de buen gobierno corporativo: MANGO se centra en este punto en la transparencia en líneas generales, dando datos que puedan resultar interesantes para empleados, accionistas o grupos de interés pero sin focalizarse en ninguno de ellos, es decir, explica todos estos datos una sola vez y en conjunto. Aunque se debe resaltar que hace una mención especial sobre los trabajadores indicando su número, la proporción de edad y la cantidad de días por baja que pueden tener a lo largo del año fiscal. Adolfo Domínguez en cambio, se interesa por dar estos datos puesto que su memoria dedica las primeras hojas en crear una carta de bienvenida a los accionistas. Para ellos hay un apartado en concreto que incluye todas las cuentas que pueden resultar útiles o interesantes, seguido encontramos un capítulo similar al de MANGO donde aparece información interesante para el resto de los grupos de interés, consumidores o empleados.

Ítem 6. Desarrollo Sostenible: en este punto es la empresa Adolfo Domínguez quien hace mayores alusiones (en total tres) al Desarrollo Sostenible mientras que MANGO realiza una sola alusión. Debo recordar en este punto que el DS está vinculado con el Medio Ambiente y como vimos antes, la primera empresa considera a este como un punto muy importante dentro de su filosofía empresarial. Es por ello que la misma dedica un solo capítulo a explicar cómo utilizan sus materias primas para que puedan seguir fabricando dentro de varios años, además de incorporar este ítem dentro de otros capítulos.

Ítem 7. Pacto Mundial: Derechos Humanos:

Principio 1: dentro de este punto MANGO hace dos alusiones frente a una única de Adolfo Domínguez. Recuerdo que este principio del Pacto Mundial se fundamenta en el resto de los derechos humanos fundamentales. Ambas memorias hacen referencia en un apartado a ellos pero MANGO dedica otro a explicar cómo los apoya y respeta. Ofreciendo más información sobre los mismos que Adolfo Domínguez, colocándose así en una mejor posición.

Principio 2: ambas empresas en este caso hacen la misma cantidad de veces alusión sobre la vulneración de los Derechos Humanos, posicionándose en contra de esto y recalando que cualquier persona debe abogar por la tenencia íntegra de ellos. Demostrando el carácter humano de la empresa y su preocupación por los trabajadores, consumidores y proveedores de sus tiendas.

Ítem 8. Pacto Mundial: Normas laborales:

Principio 3: este es el único ítem al que ninguna de las empresas hacen alusión en sus memorias. El principio defiende la libertad de afiliación y el derecho a la negociación colectiva, por lo que es extraño que no aparezca en sus informes. Mientras que se dedican varias hojas a

hablar sobre la cantidad de empleados o a repetir lo mismo sobre los Derechos Humanos este principio queda desamparado. Quizás, por sus características este subapartado del Pacto Mundial venga reflejado en los códigos de conducta de las empresas.

Principio 4: este ítem se refiere a la eliminación del trabajo forzoso y ambas empresas hablan una vez sobre la erradicación del mismo. Explican datos similares sobre las horas que se debe trabajar, cuántas horas de compensación equivalen a horas trabajadas de más, días festivos y días de baja personal que corresponden a cada trabajador.

Principio 5: la erradicación del trabajo infantil ha sido desde hace unos años un tema de controversia para las empresas potentes del sector textil. Desde el derrumbamiento del Rana Plaza o el caso de Nike donde se encontraron a menores trabajando la ONU, el Pacto Mundial y diferentes organismos no gubernamentales han puesto su punto de mira en este aspecto. MANGO ha referencia dos veces a lo largo de su memoria a esto mientras que Adolfo Domínguez solamente uno. Debemos entender aquí que la primera empresa desarrollo muchas más prendas que la segunda y que gran parte de la producción se realiza en países del tercer mundo, por lo que explica a partir de qué edad se puede trabajar y lo que ocurre si encuentra una empresa que fabrique para ellos con niños trabajando: su eliminación de la plantilla inmediata. Adolfo propone lo mismo pero en apartados más superficiales sin entrar dentro de los datos concretos.

Principio 6: en este punto encontramos un empate entre ambas empresas con un total de dos alusiones por memoria. El principio apoya la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ambas empresas están de acuerdo con ello. Encontramos no solo la misma cantidad de alusiones si no que también tratadas de la misma forma. En ambas memorias tenemos un primer punto sobre la discriminación machista donde se indica que ya no existe en ninguna de las dos empresas dando datos sobre número de mujeres trabajadoras y sus puestos; seguido a ello encontramos que ambas empresas se comprometen a evitar la discriminación por ningún motivo y tratando a todos por iguales.

Ítem 9. Pacto Mundial: Medio Ambiente:

Principio 7: en este punto ambas empresas muestran preocupación por tener un enfoque preventivo que favorezca el buen desarrollo del medio ambiente. Pero, como se ve a través de la extracción de los resultados obtenidos en la tabla comparativa, la marca Adolfo Domínguez desde sus inicios apoya causas medioambientales. Lo que hace que a lo largo del desarrollo completo de su memoria haga alusiones a esto un total de tres veces frente a las dos veces que lo hace MANGO con sus prácticas de reducción de emisiones.

Principio 8: en este elemento encontramos que la firma gallega Adolfo Domínguez hace referencia a iniciativas promovidas por la empresa o acciones en la que esta colabore a favor de

una mayor responsabilidad ambiental un total de cuatro veces. Explicando detalladamente cada una de ellas conjuntamente con cómo esta afecta al medioambiente. MANGO promueve acciones pero las explica de manera mucho más resumida haciendo alusión al tema un total de dos veces.

Principio 9: ambas empresas proponen favorecer el desarrollo y difusión de las tecnologías respetuosas con el medioambiente una vez a lo largo del contenido de sus memorias. Ya que ambas consideran que es algo importante para impulsar un buen mantenimiento del ecosistema natural y reducir la contaminación medioambiental generada por el proceso de producción de ambas.

Ítem 10. Pacto Mundial: Anti-Corrupción:

Principio 10: en este caso solamente la empresa textil catalana MANGO hace referencia a cómo actuar en caso de corrupción dentro de la empresa: generando un despido y una investigación inmediata. Propone reglas de acción en caso de darse un suceso así y repite varias veces que es algo que va en contra de sus principios. Debo resaltar que aunque se trata este tema está englobado dentro de las cuentas financieras, evitando tener mayor extensión. En cambio, Adolfo Domínguez pese a revelar todas sus cuentas no habla de la corrupción en su empresa ni de cómo actuar si sucediese.

Ítem 11. Shareholders: considero este elemento muy interesante ya que, como expliqué anteriormente, conocemos a los *shareholders* como los accionistas. Los accionistas que apuestan por una empresa cediendo capital económico a cambio de acciones de la misma. Para que ellos se sientan interesados en invertir en una empresa esta tiene que conseguir cierta retribución económica y eso se sabe a través de las cuentas de las mismas. Muchas memorias se centran en compartir esta información. En el caso de la de Adolfo Domínguez encontramos un total de cuatro alusiones a sus cuentas o informaciones interesantes para sus accionistas y una carta firmada por el modisto hacia ellos, generando un total de cinco referencias al mismo. Por contraposición, MANGO facilita información de interés para los accionistas un total de dos veces.

Ítem 12. Stakeholders: este nombre hace referencia a los grupos de interés que genera una empresa por el mero hecho de serlo. Contrariamente a lo que vemos en el ítem anterior aquí MANGO se posiciona en un lugar superior con un total de cuatro alusiones a sus grupos de interés, dedicando casi un capítulo a cada uno de ellos y medio en cooperación con organizaciones no gubernamentales. La mitad de alusiones encontramos en la memoria de Adolfo Domínguez, donde sus grupos de interés son los empleados y organizaciones no gubernamentales. Pese a que haga una breve referencia a sus clientes lo hace desde el punto de vista económico y el nivel de consumo que generan.

Ítem 13. Reciclaje textil: encontramos en este elemento un empate entre ambas empresas con una alusión por entidad. Pese a que las dos se dedican al sector textil apenas reciclan las prendas o tejidos sobrantes de las colecciones que tienen en las tiendas. MANGO cuenta en su memoria que dona estas prendas a países o comunidades desfavorecidas, mientras que Adolfo Domínguez narra que el exceso de material hace que la empresa se replantee la cantidad de prendas que sacará a la venta la siguiente temporada.

Ítem 14. Capital económico: en este caso es la empresa gallega Adolfo Domínguez quien se posiciona con un total de cuatro alusiones a su capital económico frente a las dos veces que lo hace MANGO. Este elemento tiene una parte positiva que es la transparencia en sus cuentas, algo que se puede asociar con el ámbito del buen gobierno corporativo, ya que se entiende que la empresa no tiene nada que ocultar sobre sus cuentas, y su parte negativa que es que puede parecer información económica interesante para los accionistas ya que obtienen una cuenta de resultados.

Ítem 15. Materiales no perjudiciales: nos encontramos otro empate en este elemento ya que las dos empresas textiles abogan por el uso de telas con una mayor parte ecológica que sean más fáciles para reciclar y menos dañinas para el medioambiente. La única diferencia entre ambas es que MANGO sí que facilita la composición de sus telas (42,8 % origen natural, 57,2% fibras sintéticas) y trabaja con un proyecto llamado Detox en el que lucha conjunto a *Greenpeace* por la eliminación de sustancias nocivas de las prendas, pero hacen en total una sola alusión por empresa al ítem.

Ítem 16. Políticas de acción social: nos enfrentamos a otro empate entre ambas ya que cada una de las memorias de las empresas lo que reflejan es una alusión cada una a este elemento. Para ambas es necesario crear políticas que favorezcan y cuiden el lado social de todo lo afectado por su impacto. Generando así una conciencia necesaria que asuma como suyas las preocupaciones del colectivo social.

Ítem 17. Deontología laboral: entendemos deontología como la aplicación del lado ético y moral en el desarrollo favorable de nuestra labor empresarial. Las dos empresas que se estudian comprenden que el buen funcionamiento a todos los niveles de una empresa se fundamenta en una lógica ética tanto por parte de sus trabajadores como por parte de sus consumidores. Para ello ambas empresas incorporan unos códigos de conducta a nivel interno donde se explica el desempeño idóneo que se debe realizar y unas leyes sin carácter sancionador que deben respetarse por parte de todos. Así obtenemos un total de dos alusiones por marca.

Ítem 18. Voluntariado:

Iniciativa propia: encontramos que ambas empresas llevan a cabo una acción de

iniciativa propia que resulta curiosa ya que es la misma en las dos: el programa de jóvenes talentos. La empresa apoya económicamente y da una formación necesaria a un joven graduado que esté cursando o acabando un MBA (Master Business Administration) con el fin de obtener un perfil ideal para ser un trabajador su empresa. El seleccionado no debe abonar ninguna cuenta ya que la es contratado por la empresa con el cambio de ciertos años de trabajando con la misma. Además Adolfo Domínguez crea una colección de ropa llamada VEGANO donde las prendas están elaboradas sin materiales de origen animal. Es decir, Adolfo obtiene dos alusiones y MANGO una.

Voluntariado con ONGs: resaltamos aquí el lado más filantrópico de las empresas a través de sus colaboraciones, en la mayor parte de los casos, económicas. Como las alusiones se resumen a lo largo de un único capítulo me parece más interesante señalar en cuales trabajan. MANGO colabora con Fundación Vicente Ferrer, Fundación Juan Bonal, Médicos sin Fronteras, Active África, Homak Fundación, Fundación Humanitaria A.G.H., Fundación Ared, Banc dels Aliments de Barcelona, Fundación Roure, Obra Social de Sant Joan de Déu, Proyecto ALPAN, Fundación Barraquer, Fundación Internacional Josep Carreras, Fundación Fero, Fundación CASIP COJASOR, Ögrencilere Yardim Dernegi, Mensajeros de la Paz, Fundación Soñar Despierto, Fundación Exit y Casal dels Enfants. Generando un total de dieciséis acciones. Adolfo Domínguez por su lado colabora con *The Climate Project*, 350. org, Compromiso con la Fundación Corresponsables, Programa Switch Asia Project y CETEGA, siendo un total de cinco colaboraciones por parte de la empresa gallega.

Ítem 19. Logística: en este punto encontramos que MANGO realiza dos alusiones hacia la situación y construcción de sus centros logísticos. Remarcando el poco impacto visual que generan y la creación de una plataforma de almacenaje para sus embalajes reciclados. Frente a ello Adolfo Domínguez hace una única alusión explicando que todos sus centros logísticos se encuentran situados lejos de las urbes ya que ocupan demasiado espacio.

Ítem 20. Seguridad Laboral y prevención de riesgos: MANGO propone a lo largo de diferentes capítulos, un total de cuatro alusiones, diferentes técnicas para prevenir riesgos en el trabajo dependiendo del lugar donde se desempeñe al función laboral (cascos y guantes de protección), un sistema de actuación en caso de peligro y un total de accidentes ocasionados. Mientras que Adolfo Domínguez hace un total de dos alusiones a esto centrándose en la Seguridad Laboral de sus trabajadores y obviando cómo prevenir el riesgo de accidentes en ellos.

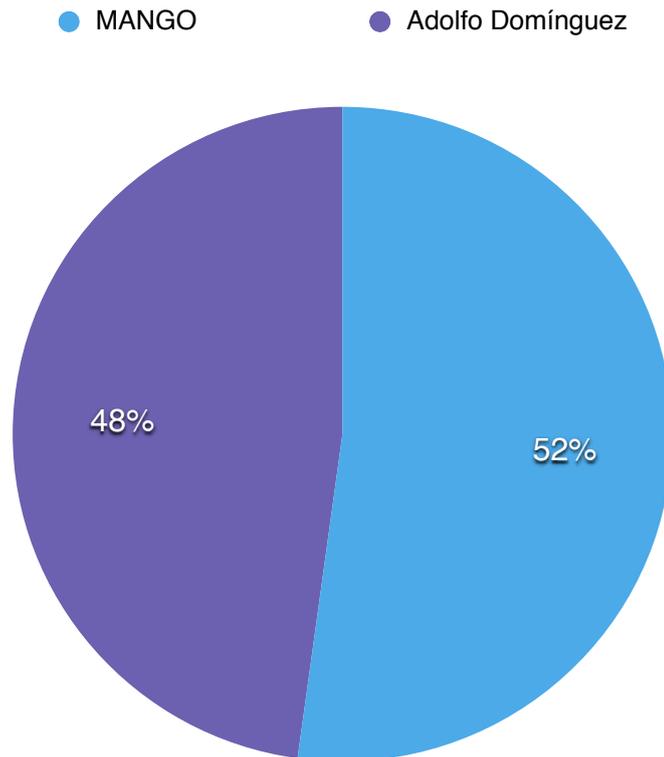
Ítem 21. Auditorías externas: con la ayuda de una auditoria externa se puede valorar una buena implantación de la Responsabilidad Social Corporativa de manera objetiva ya que el documento lo corrobora la propia auditoria que da los datos exactos. La memoria de Adolfo Domínguez ha sido revisada por dos auditorias externas, lo que aumenta la validez del documento, con la seguridad de que todos los datos que aparecen en ella son ciertos. Mientras que la memoria de

MANGO ha sido revisada por una sola auditoría, lo que también aumenta el carácter legal pero quedando por debajo de la de Adolfo Domínguez.

Tras haber analizado de manera individual cada ítem seleccionado para analizar con la memoria y comparar los puntos obtenidos por parte de cada empresa en el apartado anterior, voy a obtener ahora unos resultados generales comparando lo anterior.

Figura 1

Resultado general sobre 100% de los datos obtenidos



Fuente: elaboración propia

La gráfica anterior surge al obtener el total de puntos conseguidos por cada empresa recopilando las alusiones que se hacen a los ítems en sus memorias (MANGO 60; Adolfo Domínguez 55). Al extrapolar los datos a una gráfica que se valora en un porcentaje de 100% podemos ver cuál de las dos obtiene una mejor calificación sobre este porcentaje (MANGO 52%; Adolfo Domínguez 48%). Sabiendo entonces que un empate situaría a ambas empresas sobre un 50%, con los resultados obtenidos vemos que MANGO cumple más puntos de los seleccionados en su memoria.

Vemos que la marca gallega tiene una mayor implicación por el Medioambiente, ya que en todos los elementos que hacen referencia a este aspecto supera en alusiones a la empresa catalana. Encontramos entonces que Adolfo Domínguez consigue un total de 17 puntos en todo lo referente a este aspecto frente a los 10 que consigue MANGO.

En cuanto al Pacto Mundial, ambas empresas obtienen un total de catorce alusiones, pese a que no consiguen las mismas en todos los ítems (algo que podemos ver en el apartado anterior) a nivel global ambas aluden a estos principios por igual. Si fragmentamos esta información según los cuatro apartados en los que la ONU divide los diez principios obtenemos los siguientes resultados: Derechos Humanos (MANGO 3, Adolfo Domínguez 2) donde podemos ver que por una sola alusión la empresa catalana defiende o da más importancia a los derechos fundamentales, Normas Laborales (MANGO 3, Adolfo Domínguez 2) al igual que en el apartado anterior la primera apoya más a los trabajadores, Medio Ambiente (MANGO 5, Adolfo Domínguez 8) como dijimos anteriormente la naturaleza ecológica de Adolfo Domínguez apoya este aspecto, Anti-Corrupción (MANGO 1, Adolfo Domínguez 0) posiciona a MANGO como la única de las dos que busca políticas de actuación frente a estos casos.

Otro aspecto interesante a rescatar es el voluntariado. MANGO colabora con un total de dieciséis causas, ya sea aportando dinero como donando materias necesarias. Adolfo no se queda atrás y colabora en cinco de las cuales, una de ellas, es un proyecto medioambiental llevado a cabo por el premio Nobel Al Gore. Se posiciona así, la primera, como una empresa más filantrópica a nivel social que la segunda.

En los aspectos textiles como el reciclaje textil y materiales no perjudiciales encontramos que MANGO tiene tres puntos (uno y dos, respectivamente) mientras que Adolfo Domínguez consigue cuatro (dos y dos, respectivamente también), posicionándose como una marca que piensa más en el tipo de tejidos utilizados que la otra.

Tras esta extracción de resultados podemos ver que aunque la memoria de MANGO haga más alusiones a los ítems seleccionados y gane por un pequeño margen del 4% observamos que la empresa gallega supera a esta en aspectos como el Medioambiente o el interés hacia sus accionistas.

CAPÍTULO 5: CONCLUSIONES

Después de haber obtenido los resultados anteriores paso a obtener algunas conclusiones que surgen del estudio de caso realizado.

Pese a que ambas empresas realicen acciones en materia de Responsabilidad Social Corporativa ninguna de ellas hace especial referencia a la utilización de materiales biodegradables, que se puedan reciclar o que no contaminen en exceso el Medioambiente. Quizás el problema no resida en la utilización de esto, si no en el exceso de prendas que se crean cada temporada. Lo que genera un *superávit* de materias que no tienen salida.

La empresa textil catalana MANGO se preocupa, en una cantidad razonable, por el lado social que genera su impacto de producción. Generando así, unos diálogos reflexivos y abiertos con sus principales grupos de interés. Interesándose a la vez por las preocupaciones de este colectivo y asumiéndolas como propias. Lo que repercute en la empresa de manera favorable creando una conciencia ética donde asumen la necesidad de crear acciones para satisfacer los problemas ocasionados.

Después de esta valoración de los resultados quisiera enmarcar a cada una de las marcas dentro de un tipo de empresa según su desempeño de la RSC siguiendo la clasificación explicada anteriormente. Según Fonética esta clasificación es desde la más involucra con el tema hasta la menos: Empresa Social, Empresa socialmente responsable, Empresa irregular, Empresa tóxica. Por toda la información obtenido tanto del estudio de las memorias como por el estudio de las historias de las firmas considero que ambas pertenecen al tipo de empresa social ya que ambas desde su nacimiento entienden el carácter social como parte de su naturaleza.

Las memorias pese a estar enfocadas a comunicar sus acciones en materia RSC de manera pública, accesible y gratuita, su realización conlleva una alta inversión lo que supone para la empresa una pérdida económica. Por lo que son utilizadas para hacerse publicidad: vendiéndose como marcas que se preocupan por algo más que vender, siendo firmas cercanas y filantrópicas. Dando visibilidad a sus beneficios económicos, siendo atractivas para posibles accionistas.

Con todo ello puedo decir que la hipótesis de la que partía este trabajo:

Las dos empresas seleccionadas entienden la Responsabilidad Social Corporativa como algo íntegro a su naturaleza, como algo de lo que deben preocuparse y prestar atención, obteniendo por tanto valores muy similares en su análisis comparativo.

Queda verificada de manera íntegra, ya que como se ha podido comprobar en diferentes apartados ambas empresas entienden la Responsabilidad Social Corporativa como algo propio y han obtenido valores similares en varios ítems seleccionados

Por lo tanto, el desempeño de una memoria de RSC va más allá de una comunicación necesaria para que la sociedad, los empleados, las organizaciones no gubernamentales o los grupos sindicales sepan cómo funciona la empresa. Se convierte en una herramienta que muchas veces se incluye dentro de un informe anual (reduciendo gastos y complicando a su vez la visualización de esta: Adolfo Domínguez) para que solo aquellos que se sientan interesados en saber cómo trabaja la empresa la encuentren y se informen. Donde, en algunas ocasiones, sale más rentable hablar de las cuentas obtenidas que de las acciones sociales que se han llevado. Un texto redactado, cargado de imágenes que facilitan la lectura, con multitud de datos económicos donde las cifras premian sobre las letras.

Olvidando por tanto, que la Responsabilidad Social Corporativa y la comunicación de esta es algo necesario pero no obligatorio para que las empresas, en general, atraigan a un nuevo modelo de cliente (con lado humano, preocupado por la repercusión de la actividad mercantil y dispuesto a informarse) que tiene a su alcance las Redes Sociales para comunicar sus opiniones. Al que le gusta salir satisfecho de la tienda y con la mente tranquila porque sabe que no ha generado ningún mal a la sociedad o al medioambiente.

CAPÍTULO 6: FUENTES CONSULTADAS

MARÍA DEL MAR MAIRA (2015). *LA DIMENSION INTERNACIONAL DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL ACTORES Y DISPUTAS EN EL CONTEXTO DE LA ECONOMÍA NEOLIBERAL LOBALIZADA*. Madrid: BOMARZO.

FORETICA. (2015). *Herramientas*. Consultado el 15 de junio, de FORETICA Sitio web: <http://www.foretica.org/recursos/herramientas/>

ONU. (1999). *Pacto Mundial*. 17 de junio, de ONU Sitio web: <http://www.pactomundial.org/>

ObservatorioRSC. (2015). *Qué es la RSC*. Consultado el 29 de mayo, de ObservatorioRSC Sitio web: <http://observatoriorsc.org/la-rsc-que-es/>

Retos Directivos. (2015). *Tres ejemplos de Responsabilidad Social Corporativa: Inditex, Ikea y Mercadona*. Consultado el 2 de junio, de Retos Directivos Sitio web: <http://retos-directivos.eae.es/tres-ejemplos-de-responsabilidad-social-corporativa-inditex-ikea-y-mercadona/>

Vanesa Murujosa Vaamonde. (2012). *RSC y textil-moda : del grupo Inditex y Mango*. Consultado el 5 de junio, de Universidade da Coruña. Facultade de Economía e Empresa Sitio web: <http://ruc.udc.es/dspace/handle/2183/14634>

Backstage Ladies. (2012). *RSC en las grandes marcas: el caso Adolfo Domínguez*. Consultado el 13 de junio, de Backstage Ladies Sitio web: <http://www.backstageladies.com/WordPress/2012/02/04/rsc-en-las-grandes-marcas-el-caso-adolfo-dominguez/>

Jose Antonio Lavado. (2013). *GRI-G4 ¿qué es importante? y ¿para quién? Materialidad y grupos de interés, dos caras de una misma moneda*. Consultado el 15 de junio, de diario_responsable Sitio web: <http://diarioresponsable.com/opinion/16857-gri-g4-ique-es-importante-y-ipara-quien-materialidad-y-grupos-de-interes-dos-caras-de-una-misma-moneda>

Responsabilidad social corporativa. (2014). *4 Claves para redactar una memoria de Responsabilidad Social Corporativa*. Consultado el 15 de junio, de Responsabilidad Social Corporativa Sitio web: <http://responsabilidad-social-corporativa.com/4-claves-redactar-memoria-de-responsabilidad-social-corporativa/>

Adolfo Domínguez. (2013). *Historia*. Consultado el 16 de junio, de Adolfo Domínguez Sitio web: <http://www.adolfodominguez.com/ad-historia/>

VOGUE. (2013). *Adolfo Domínguez*. Consultado el 14 de junio, de VOGUE Sitio web: <http://www.vogue.es/moda/modapedia/disenadores/adolfo-dominguez/17>

VOGUE. (2013). *MANGO*. Consultado el 15 de junio, de VOGUE Sitio web: <http://www.vogue.es/moda/modapedia/marcas/mango/252>

APA. (2016). *Normas APA*. Consultado el 19 de junio, de APA Sitio web: <http://normasapa.net/normas-apa-2016/>

MANGO. (2015). MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD. Consultado el 12 de mayo de 2016, de MANGO Sitio web: http://ctesc.gencat.cat/doc/doc_28677842_1.pdf

ADOLFO DOMÍNGUEZ. (2015). MEMORIA E INFORME ANUAL. Consultado el 15 de mayo de 2016, de ADOLFO DOMÍNGUEZ Sitio web: http://adz.adolfodominguez.com/fotos/150904163933_Adolfo%20Dominguez-Informe%20Anual%202014-LR.pdf

MANGO. (2016). MANGO. Consultado el 11 de mayo de 2016, de MANGO Sitio web: <http://shop.mango.com/ES>

Adolfo Domínguez. (2016). AD. Consultado el 11 de mayo de 2016, de AD Sitio web: <http://www.adolfodominguez.com/>

CAPÍTULO 7: ANEXOS

7.1: Memoria de Sostenibilidad MANGO



MANGO MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD 2014	 CARTA DEL PRESIDENTE Y VICEPRESIDENTES 04
	 INTRODUCCIÓN
	01 DATOS RELEVANTES 2014 06
	02 GOBIERNO CORPORATIVO 07
	03 TRAYECTORIA HISTÓRICA 08
	04 ACERCA DE LA MEMORIA 09
	05 ACERCA DE MANGO 10
	 MODELO Y POLÍTICAS DE SOSTENIBILIDAD
	06 EL MODELO DE SOSTENIBILIDAD 14
	07 LA RELACIÓN CON LA SOCIEDAD Y LOS CLIENTES 22
	08 LOS EMPLEADOS 32
	09 LA CADENA DE SUMINISTRO 42
	10 ASPECTOS AMBIENTALES 50
	11 CALIDAD Y SEGURIDAD EN NUESTROS ARTÍCULOS 61
	12 DATOS ECONÓMICOS 65
	 OTRA INFORMACIÓN DE INTERÉS
	13 VERIFICACIÓN DE LA MEMORIA 74
	14 DATOS DE CONTACTO 76
	15 ÍNDICE DEL CONTENIDO GRI 77

CARTA DEL PRESIDENTE Y VICEPRESIDENTES



MANGO MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD 2014
CARTA DEL PRESIDENTE Y VICEPRESIDENTES | P. 4

ISAK ANDIC
Presidente



El año 2014 ha sido un año de grandes cambios y sobretodo de plena expansión, nacional e internacional, no sólo a través de nuestro nuevo concepto de tiendas sino también por la apuesta en nuevas colecciones, innovación/tecnología y logística.

Todo ello aparece reflejado en la presente memoria de sostenibilidad, elaborada por nuestro departamento de RSC de acuerdo con la Guía G4 de Global Reporting Initiative (GRI). La Guía G4 representa un salto en el enfoque de las memorias elaboradas por el grupo hasta el momento ya que en esta ocasión, el eje central son todos los aspectos que han resultado materiales en función del impacto económico, social y ambiental en el ámbito de nuestra cadena de valor.

Consideramos que para seguir avanzando y poder cumplir con las expectativas de todos aquellos que confían en MANGO, tenemos que seguir dando apoyo e iniciativas como el Pacto Mundial de Naciones Unidas mediante el trabajo continuo en la línea de sus 10 Principios Universales. Asimismo, hemos colaborado con diversas organizaciones no gubernamentales y fomentamos el voluntariado para la consecución de nuestros objetivos en materia de acción social y sostenibilidad empresarial.

Quiero hacer una mención muy especial a Ferric Cusi, quien ha sido nuestro Director General durante 19 años, por su dedicación, lealtad y entrega a lo largo de todo este tiempo. Ha sido un apoyo fundamental y seguimos contando con él como miembro del Consejo.

Acabo agradeciendo el esfuerzo constante de todos nuestros colaboradores que contribuyen a que MANGO sea cada día una empresa mejor que trabajé para poder cumplir de forma satisfactoria sus objetivos a través de los niveles.

JONATHAN ANDIC
Vicepresidente



Sin duda, un factor fundamental que ha contribuido al crecimiento de MANGO durante el último año es nuestro concepto de "magacina" que lanzamos en 2013 y que continúa su expansión a nivel nacional e internacional. Tenemos que seguir trabajando para consolidar y expandir las nuevas tiendas y las nuevas líneas. Hemos ampliado el producto, mejorado el servicio al cliente, agilizado procedimientos y apostado por un sistema logístico equipado con las últimas tecnologías para poder dar una respuesta rápida y efectiva a los puntos de venta (propias y franquicias). Para conseguir esto, se ha realizado una inversión muy importante en la construcción del nuevo Parque Logístico en Elqui (Chile) de un total de 330.000m² y cuyo primer fase entrará en funcionamiento a principios de 2016. Por otro lado, ya están en marcha las obras de nuestro centro de diseño en Palau-solità i Plegamans que supone triplicar el espacio para las nuevas líneas, con sus equipos y las tiendas piloto.

Asimismo, seguimos invirtiendo en mejorar nuestro servicio de compra online. El desarrollo de Apps (iCaro+App) y de la web MANGO Online, más atractiva y dinámica, han hecho posible que ya esté disponible la venta online en un total de 76 países. Nuestro objetivo para 2015 es ampliar nuestros servicios y el número de países directamente o a través de partners.

Y por supuesto, también apostamos por nuestro gente, por potenciar el talento de las personas y dar oportunidades de seguir creciendo como profesionales. Por eso la promoción interna es siempre nuestra primera opción, 232 promociones en la sede central y 447 en tiendas. Paralelamente, en 2014 hemos generado 2.331 nuevos puestos de trabajo en todo el mundo, 28% de los cuales dentro del mercado nacional.

Actualmente, MANGO cuenta con más de 15.700 empleados en todo el mundo. El trabajo y esfuerzo de todos ha contribuido a que al cierre del ejercicio de 2014 la facturación del Grupo consolidado MANGO MESH Holding haya sido de 2.017 millones de euros, lo que supone un crecimiento del 9,3% con respecto al año anterior.

Confiamos en nuestros equipos y estamos seguros de que con el trabajo diario y el entusiasmo de todos los que formamos MANGO conseguiremos nuestro propósito de seguir creciendo.

DANIEL LÓPEZ
Vicepresidente



El cambio que ha supuesto el nuevo concepto de MANGO ha sido y sigue siendo un reto muy importante para la compañía. A lo largo del pasado ejercicio hemos abierto 43 nuevos puntos de venta con este nuevo modelo, con oferta más variada, con interiores más atractivos y más sostenibles, en total de 47.301m² para dar cabida a todas las líneas. En la actualidad MANGO dispone de más de 2.700 puntos de venta en 107 países para todas las líneas de diseño a la que se suma la nueva línea Baby en 2015.

Un factor fundamental de este crecimiento ha sido fruto del intenso esfuerzo que hemos realizado en crear "el nuevo MANGO", un cambio global en toda la cadena en el que destaca en primer lugar la ampliación de las tiendas, de 300m² a más de 1000m² que contribuye a mejorar la experiencia de compra de nuestros clientes. Además, hemos comulgado nuestros esfuerzos en dar mejor servicio a nuestros clientes y en asociarlo de la mejor manera posible para conseguir que se sientan más a gusto en las tiendas. El nuevo concepto de "magacina" abarca ya a la línea de Mujeres, MANGO Man, Kids, Complementos y SportsWear y aunque algunos de ellas son sus líneas jóvenes hemos aprendido a mejorarlas y modernizarlas para que se consoliden como marcas del nuevo MANGO.

Más allá de lo estrictamente económico, la presente memoria hace un análisis exhaustivo de nuestro desempeño social, laboral y medioambiental, principalmente enfocado en nuestra cadena de suministro y otras partes interesadas que aportan valor a nuestra compañía (empañados, proveedores, franquiciados, sociedad, etc.). En este sentido, seguimos trabajando con procedimientos muy estrictos en la mejora y supervisión de las condiciones de trabajo en los centros de producción que fabrican las colecciones de MANGO; continuamos con nuestra política de salud y seguridad del producto acabado a través de un sistema de análisis de los más exigentes que existen actualmente dentro del sector y seguimos apostando por criterios de coexistencia en nuestras tiendas e instalaciones que contribuyen a reducir nuestro impacto medioambiental.

Hemos avanzado mucho en estos aspectos gracias al esfuerzo de nuestra gente pero no podemos bajar la guardia. Tenemos el compromiso de cumplir con las expectativas que nuestros clientes tienen en nosotros y hemos de seguir trabajando con ilusión para conseguirlo.

INTRODUCCIÓN



01 DATOS RELEVANTES 2014



76

PAISES CON TIENDA ONLINE



2.017

MILLONES DE EUROS
DE FACTURACIÓN



+ 134

MILLONES DE UNIDADES
FABRICADAS



15.793

PERSONAS EN PLANTILLA



PRESENTES EN

109

PAISES



17.619tn

DE CO₂ EQ. COMPENSADAS

702.429m²

DE SUPERFICIE DE VENTA

81%

DE VENTA
EN MERCADOS EXTERIORES

853

FÁBRICAS UTILIZADAS

2.337

PUESTOS NETOS DE TRABAJO

2.741

PUNTOS DE VENTA

38%

DE PROCESOS HÚMEDOS
ANALIZADOS

+ 5.500

MODELOS DISEÑADOS
POR TEMPORADA

9,1%

DE FACTURACIÓN
EN VENTA ONLINE

459

PROVEEDORES DE PRENDA
Y COMPLEMENTOS

+ 99.000

HORAS DE FORMACIÓN

143

NUEVOS PUNTOS
DE VENTA NETOS

17%

DE AHORRO ENERGÉTICO
EN TIENDAS DE ESPAÑA POR M²

02 GOBIERNO CORPORATIVO

MANGO es una empresa familiar cuyos propietarios dirigen directamente el día a día de la organización, por lo que la comunicación con los diferentes ámbitos de la empresa es completa y permanente.

Tanto los miembros del Consejo como los del Comité son cargos ejecutivos dentro de la estructura de la organización y con gran experiencia en sus diferentes ámbitos. Las retribuciones de los dos órganos de gobierno tienen una parte fija y otra variable en función de los objetivos alcanzados.

El grupo MANGO cuenta con un departamento de auditoría interna que realiza una evaluación continua de todos los ámbitos de la organización. Dicho departamento está en dependencia directa de los administradores del grupo.

CONSEJO

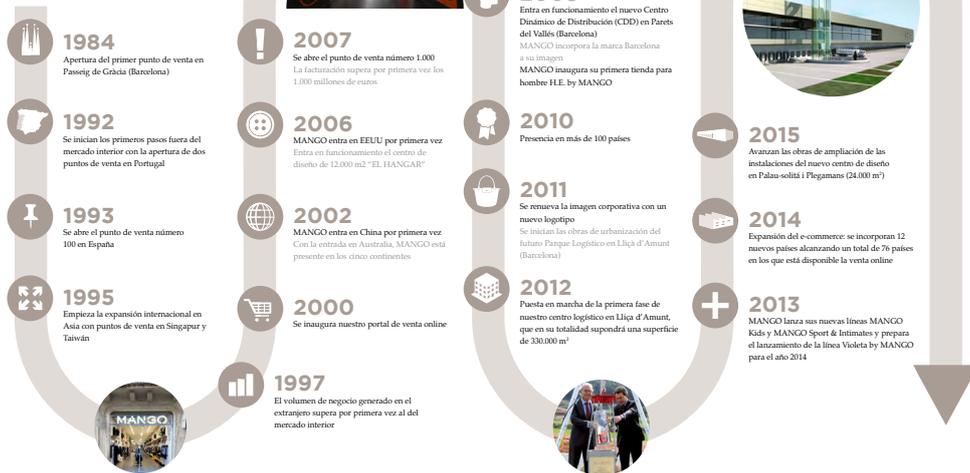
Presidente	ISAK ANDIC <i>Líneas de negocio, Complementos, Interiorismo, e-business, Ingeniería, Acción Social</i>
Vicepresidente ejecutivo	JONATHAN ANDIC <i>Producto, Imagen, Diseño gráfico, GDP, Desarrollo Hangar, Materiales, Compra de Tecnología y Servicios, Mantenimiento y Obras</i>
Vicepresidente ejecutivo	DANIEL LÓPEZ GARCÍA <i>Expansión 1, Coordinación Retail, Gestión Franquicias, Merchandising, International Retail Directors</i>
Consejero	ENRIC CASI BRUNSO
Director Financiero	TONI RUIZ TUBAU <i>Relaciones Bancarias, Auditoría Interna, Planificación Económica, Control de Gestión, Administración</i>
Director de Operaciones y Estrategia	CARLOS COSTA ROVIRA <i>Import/Export, Logística, Personas, Tecnología, RSC, Estrategia</i>

COMITÉ EJECUTIVO

VIOLETA ANDIC MAYTEK <i>Violeta</i>	LUIS CASACUBERTA BAUSILI <i>MANGO Man</i>
CRISTINA BELLI ROGER <i>Outlet</i>	JORGE CORBELLA SIMÓN <i>Sistemas de Información</i>
ANTONIO BATLLÓ BUXE DULCE <i>Expansión 2, Firmes</i>	GUILLERMO COROMINAS PALOMAR <i>Comunicación</i>
PURIFICACIÓN CAMPOS MÁRMOL <i>MANGO Kids</i>	SEZAI EREN <i>CEO Filial Turquía</i>
ELENA CARASSO BATLLE <i>e-business</i>	MARÍA JESÚS GARCÍA LECUMBERRI <i>Administración</i>
MIGUEL DE LA CAPILLA BRUSTENGA <i>Control Interno, Administración, Gestión Legal, Seguros, Control de Inventarios, PRL, Seguridad y Mantenimiento</i>	CECILIO LOZANO ÁLVAREZ <i>Logística & Almacén</i>

SERGIO ODRIÓZOLA LÓPEZ <i>Mujer, Identificación de Producto, CMT</i>
EVANGELINA RELLO YUBERO <i>Fabrica, Tejidos y Formitturas</i>
DAVID SANCHO GRAU <i>CEO China</i>
ARIF ZURNACI <i>CEO Turquía Retail</i>

03 TRAYECTORIA HISTÓRICA



04 ACERCA DE LA MEMORIA

La presente memoria de sostenibilidad corresponde al grupo consolidado MANGO formado por MANGO MNG HOLDING, S.L.U. y sociedades dependientes.

El documento, correspondiente al ejercicio 2014, se ha realizado según las directrices de la Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad versión G4 de Global Reporting Initiative (GRI) opción de conformidad Esencial y que incluye además aspectos del suplemento sectorial, Apparel and Footwear Sector Supplement, aún en fase piloto. Asimismo, da respuesta a los principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas.

Para determinar qué temas son relevantes para Mango se ha llevado a cabo un proceso de varias fases, según la norma AA1000SES de Accountability y la propia Guía G4. Todos los aspectos/asuntos materiales para el desempeño sostenible de nuestra organización se encuentran reflejados en esta memoria, así como los indicadores establecidos en la referida guía y otros que se han desarrollado en función de las características de nuestra organización y las expectativas de nuestros grupos de interés.

Se ha procedido a una verificación externa de la memoria en función de los contenidos y de acuerdo con los procedimientos establecidos en la propia Guía G4 de GRI y que ha sido realizada por Auren Auditores BCN, S.L.P. El Informe de Verificación se puede consultar en el capítulo 13 del presente documento.

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

La fecha de la memoria anterior más reciente es mayo de 2014, correspondiente al ejercicio 2013. El ciclo de presentación de memorias es de carácter anual.

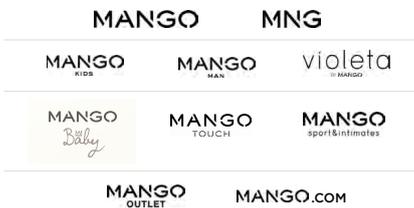


Red Pacto Mundial España

05 ACERCA DE MANGO

EL GRUPO

MANGO MNG HOLDING, S.L.U. es la matriz de un grupo de sociedades cuya actividad principal es el diseño, fabricación, distribución y comercialización de prendas de vestir y complementos a través de la cadena de distribución de moda MANGO/MNG. Es una empresa familiar y unipersonal.



Desde el año 2008, el grupo dispone de una colección masculina con la marca MANGO Man. En 2013 se lanzaron dos nuevas líneas: MANGO Kids y MANGO Sports&intimates y en 2014 se lanzó VIOLETA by MANGO con un patrón más amplio y rango de tallas más grandes. A principios del presente año 2015 se lanzó la línea de BABY de cero a tres años. Además MANGO comercializa sus productos a través de MANGO Online y de su red de tiendas MANGO Outlet.

El volumen de negocio ascendió, para el ejercicio 2014, a 2.017.131 miles de euros del cual el 81% corresponde a venta en mercados exteriores. El beneficio para este mismo periodo fue de 107.648 miles de euros. El 31 de diciembre de 2014, MANGO estaba presente en 109 países a través de 2.741 puntos de venta, de los cuales 1.103 eran propios y 1.638 franquiciados, con una superficie total de venta de 702.429m2. La marca creó 2.337 empleos a nivel mundial, el 28% de los cuales dentro del mercado nacional. Actualmente Mango cuenta con 15.793 empleados en todo el mundo.

Durante el periodo 2014 se han abierto un total neto de 143 puntos de venta con una media de aperturas de aproximadamente tres puntos por semana, entrando por primera vez en Bulgaria, Ghana y Guinea Ecuatorial.

MANGO es el grupo textil español más internacional y el segundo exportador del sector, creando más de 5.500 modelos por temporada y produciendo más de 134 millones de artículos al año.

Además de la actividad comercial en los puntos de venta, existe una compleja actividad logística de distribución de nuestros artículos y materias, además de la logística inversa y el e-commerce. Los centros desde los cuales se lleva a cabo esta actividad son mayoritariamente instalaciones ubicadas en localidades próximas a Barcelona: la sede central de MANGO, los centros de distribución CDD en Parets del Valles i Palau, así como los almacenes en Montcada, Zona Franca, Terrasa, Sabadell y otro en A Coruña. Asimismo, contamos también con otros almacenes para cubrir todas las necesidades de distribución en distintas áreas geográficas del extranjero: en Shenzhen y Shanghai (China), en Estambul (Turquía), en Nueva Jersey (EE.UU.) y en Alemania y Rusia. Por otro lado, existen oficinas de soporte administrativo y para el control de calidad en origen en China y Turquía.

Durante el año 2013 se iniciaron las obras de ampliación del centro de diseño Hangar II y a principios de 2016 está previsto que entre en funcionamiento la primera fase de nuestro nuevo Parque Logístico en Lliçà d'Amunt.

EL CONCEPTO MANGO

MANGO viste a quienes quieren seguir las últimas tendencias en moda para todo tipo de ocasiones, con diseño, estilismo y buen precio, y presentado en unos puntos de venta que por sus características, hacen que la compra resulte toda una experiencia.

Con un sueño empresarial: “estar presentes en todas las ciudades del mundo”, conscientes de que nos encontramos compitiendo al más alto nivel. Con una actitud positiva, autocrítica constante, mejora continua y sin perder los valores profesionales que se respiran en el ambiente MANGO:



NUESTROS CLIENTES SON LA RAZÓN DE SER DE NUESTRA ORGANIZACIÓN

LA RELACIÓN DE MANGO CON LA SOCIEDAD ESTÁ BASADA EN UN COMPROMISO DE COLABORACIÓN CON TODOS LOS GRUPOS SOCIALES

NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

CLIENTES

Nuestros clientes son la razón de ser de nuestra organización y su satisfacción nuestro principal objetivo, ofreciéndoles un producto de calidad, con seguridad y garantías en todos los aspectos de su fabricación y buscando la excelencia en el servicio en todo momento.

FRANQUICIADOS

La confianza y la contribución de los franquiciados son fundamentales para el éxito de nuestra organización, contando con diferentes departamentos y equipos para prestarles servicio. La garantía de unos márgenes específicos, así como la propiedad del stock por parte de MANGO hasta que el franquiciado realiza su venta, entre otros aspectos de apoyo (merchandising, escaparatismo, etc.) son también elementos fundamentales en los que se basa esta relación.

EMPLEADOS

Un crecimiento como el que se ha realizado no hubiera sido posible sin el apoyo incondicional de un equipo con calidad humana y con una mentalidad sólida, abierta y flexible. Los canales de comunicación y diálogo son diversos, fomentando su participación en el día a día del negocio.

PROVEEDORES

La relación con los proveedores es una relación a largo plazo basada en la confianza mutua. Una adecuada programación, intercambio de ideas y apoyo técnico hacen que esta relación se refuerce en el tiempo y cree sinergias en toda la cadena de valor.

SOCIEDAD Y OTROS AGENTES SOCIALES

La relación de MANGO con la sociedad está basada en la responsabilidad y en un compromiso de colaboración con todos los grupos sociales. La relación con todos ellos se realiza de forma fluida a través de contactos periódicos, intercambio de información y proyectos de cooperación.

MODELO Y POLÍTICAS DE SOSTENIBILIDAD



06 EL MODELO DE SOSTENIBILIDAD

En MANGO estamos convencidos de que actuamos con responsabilidad en la medida que somos capaces de satisfacer las expectativas de nuestros grupos de interés: clientes, empleados, proveedores, sociedad, franquiciados y accionistas; trabajando conjuntamente con todos ellos en la definición y consecución de nuestras políticas.



ANÁLISIS DE MATERIALIDAD

La memoria de sostenibilidad 2014 de MANGO quiere dar respuesta a aquellos temas que interesan a los colectivos y personas con quienes se relaciona y que a la vez son prioritarios para la compañía.

Para ello ha desarrollado un análisis de materialidad cumpliendo así con los requisitos de la Guía G4 de GRI. El proceso ha sido liderado por el Área de Responsabilidad Social Corporativa.

Para determinar qué temas son relevantes para los grupos de interés, se ha llevado a cabo un proceso con varias fases, según la norma AA1000SES de Accountability y considerando los principios de la Guía G4 de GRI.

Identificación

Para determinar los temas estratégicos de la compañía así como otros de interés general, se identificaron aquellos aspectos y asuntos relevantes para el sector en el que opera MANGO.

Este ejercicio se realizó mediante el desarrollo de un estudio de benchmarking sectorial además de un análisis de estándares de referencia elaborados por el Global Reporting Initiative y Governance & Accountability.

Priorización

Para la priorización de los temas identificados, se llevó a cabo una consulta específica mediante encuesta en línea a los grupos de interés. Para la valoración interna se contó con la participación de directivos/as de MANGO, y para la valoración externa se consultó a empleados de MANGO, proveedores y otros agentes sociales (organizaciones del tercer sector, mundo académico, medios de comunicación y otros organismos). Con las respuestas recibidas se considera que los resultados obtenidos son representativos de los grupos de interés de MANGO. Para el análisis estadístico, se han ponderado las respuestas según grupo de interés para dar una visión de conjunto más coherente y acorde con la realidad de MANGO, de modo que el peso de cada grupo es directamente proporcional al grado de importancia de éste para la compañía.

Validación

Para asegurar que la materialidad refleja de manera razonable y equilibrada los temas relevantes para el contexto y desempeño sostenible de MANGO y su propuesta de valor añadido, se han analizado en detalle los resultados obtenidos y se ha considerado importante añadir como materiales los siguientes aspectos y asuntos: "Competitividad en el mercado", "Expansión a nuevos mercados y consolidación en mercados existentes", "Privacidad de los clientes", "Desempeño económico", "Evaluación de las prácticas laborales de los proveedores" y "Acción social y catedra RSC".

MATRIZ DE MATERIALIDAD

A continuación se representan los aspectos y asuntos materiales para MANGO:



COMPROMISOS DE MANGO EN MATERIA DE SOSTENIBILIDAD

Nuestra voluntad es la de actuar de forma sostenible en todos nuestros ámbitos de influencia, tanto internos como externos. Para poder llevarlo a cabo, nuestra organización ha establecido una serie de compromisos, en aspectos económicos, sociales y laborales, ambientales, de cooperación con la sociedad y en materia de seguridad en nuestros artículos.

Todas estas políticas y procedimientos están basados en sistemas de gestión simples y eficientes, verificados de forma independiente tanto interna como externamente. Dichas políticas y sistemas son explicados a través de nuestras memorias de sostenibilidad en las que se incluyen todos sus aspectos relevantes.

Los compromisos del grupo MANGO se centran en los siguientes ámbitos:

1. ECONÓMICO

Nuestras operaciones y actividades empresariales se desarrollarán dentro de un marco ético, con una actitud correcta y razonable.

2. SOCIAL Y LABORAL

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

3. AMBIENTAL

La actividad se realizará de forma respetuosa con el medio ambiente.

4. CALIDAD Y SEGURIDAD EN LOS PRODUCTOS

Se ofrecerá a los clientes un producto de calidad, garantizando también que no implique riesgos para su salud y seguridad.

5. COLABORACIÓN CON LA SOCIEDAD

Se colaborará conjuntamente con la sociedad en los diferentes ámbitos donde desarrollamos nuestra actividad.

Todos los franquiciados y fabricantes de MANGO se comprometerán también con estos valores, los cuales se harán extensivos también a todos los colaboradores.

DESCRIPCIÓN DE LOS PRINCIPALES IMPACTOS, RIESGOS Y OPORTUNIDADES DE SOSTENIBILIDAD

ÁMBITO ECONÓMICO

Los principales riesgos de nuestra compañía son los propios de la actividad y del sector en el que operamos. Estos riesgos están evaluados de forma permanente por la dirección de la compañía, la cual establece la estrategia más adecuada en todo momento. No obstante, las cifras y los resultados del grupo aseguran una adecuada posición y proyección futura.

ÁMBITO SOCIAL Y LABORAL

El entorno y las características de algunos de los países productores hacen que uno de los riesgos más significativos en esta materia se encuentre en la cadena de producción. Por este motivo establecimos un código de conducta, de obligado cumplimiento por parte de los proveedores, así como una serie de procedimientos adicionales que hacen que este riesgo esté más controlado. Existen unos sistemas de control establecidos para el seguimiento del citado código, tanto de forma directa por parte de nuestra organización como de forma conjunta con nuestras partes interesadas y auditores externos.

ÁMBITO AMBIENTAL

Los impactos ambientales que generamos y los posibles riesgos asociados son diversos. La emisión de gases de efecto invernadero derivada de nuestra actividad, así como la utilización de productos químicos en la fabricación y el propio proceso de producción y distribución son los principales impactos que producimos. El control de los aspectos ambientales en las fábricas, la adecuación energética en las instalaciones y puntos de venta y la optimización en el transporte de mercancías son actuaciones que, entre otras, han hecho que este impacto y sus riesgos estén identificados y controlados.

COOPERACIÓN CON LA SOCIEDAD

Nuestra actividad causa diferentes impactos, tanto en los países donde fabricamos nuestros productos como en los países donde los comercializamos, en aspectos tales como la generación de actividad económica y empleo y, consecuentemente, también en la calidad de vida y las condiciones de nuestros trabajadores, de los franquiciados, de los fabricantes y del resto de colaboradores. El principal riesgo que se deriva de esta actividad es el de no cubrir las expectativas, tanto propias como de los diferentes grupos de interés, en estos aspectos. Por este motivo, entendemos que la cooperación y el trabajo conjunto con nuestras partes interesadas es fundamental.

ÁMBITO DE CALIDAD Y SEGURIDAD

En determinados procesos de fabricación se utilizan productos químicos cuyo uso y límites de presencia están regulados y varían en función de la legislación de cada país. Nuestra política en este ámbito hace que este riesgo esté controlado de forma adecuada mediante formaciones a nuestros proveedores, actualización constante de acuerdo con la legislación del Estándar Químico de MANGO y controles por parte de laboratorios especializados. Estas acciones permiten detectar y eliminar de nuestra colección las prendas y complementos que no cumplen el mencionado estándar establecido.

CONTROL DE RIESGOS. CONSEJO, COMITÉ EJECUTIVO, DEPARTAMENTO DE CONTROL INTERNO Y DEPARTAMENTO DE RSC

El Consejo y el Comité Ejecutivo evalúan también, de forma permanente, los riesgos derivados de los diferentes aspectos de sostenibilidad en nuestra organización tomando todas las medidas necesarias para su seguimiento y control, realizándolo de forma conjunta con los departamentos de control interno y RSC.

CORRUPCIÓN

Los citados departamentos y órganos de gobierno analizan los posibles riesgos en materia de corrupción tomando las medidas necesarias para evitar que se produzcan este tipo de situaciones.

NUESTRA VOLUNTAD ES LA DE ACTUAR DE FORMA SOSTENIBLE EN TODOS NUESTROS ÁMBITOS DE INFLUENCIA

LOS RIESGOS SON EVALUADOS POR LA DIRECCIÓN DE LA COMPAÑÍA LA CUAL ESTABLECE LA ESTRATEGIA MÁS ADECUADA EN TODO MOMENTO

Las principales actuaciones en materia de RSC se detallan cronológicamente a continuación:

2001

Acuerdo para con el Instituto Tecnológico Textil - Aitex que garantiza que nuestras prendas y complementos no contienen sustancias nocivas para la salud.

2002

Creación del Departamento de Responsabilidad Social Corporativa.

Adhesión al Pacto Mundial promovido por Naciones Unidas. (www.pactomundial.org)

Elaboración del Código Ético de Mango y del Código de Conducta para nuestros proveedores

Inicio de las auditorías internas de verificación del cumplimiento del Código de Conducta por parte de nuestros proveedores y posteriormente las auditorías externas.

2005

Primera memoria de sostenibilidad del grupo, realizada de acuerdo con la guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad de la organización Global Reporting Initiative (GRI).

2006

Acuerdo de colaboración con el sindicato Comisiones Obreras (CC.OO.), concretamente con la Federación Textil y Química (FITEQA), en aspectos como la estructura y contenido de nuestra memoria de sostenibilidad y en el seguimiento y verificación, de forma puntual, de las fábricas con las que trabajamos.

Creación de la Cátedra MANGO de Responsabilidad Social Corporativa con la Escuela Superior de Comercio Internacional (ESCI) perteneciente a la Universidad Pompeu Fabra (Barcelona). (mango.esci.es)

2007

Participación desde el año 2007 y 2008, en dos programas máster: un programa de retail con la Escuela Superior de Comercio Internacional (ESCI), y un programa en gestión de la industria de la moda y el diseño con la Escuela Superior de Diseño (ESDI).

2008

Acuerdo de colaboración con la Fundación para la adopción, el apadrinamiento y la defensa de los animales (FAADA), perteneciente a la coalición internacional Fur Free Alliance (FFA).

2009

Acuerdo con la Fundación Ecodes para la verificación del cálculo de nuestras emisiones de gases de efecto invernadero.

2011

Durante el año 2011 nos incorporamos al Programa Transparencia, que consistió en implicar y apoyar a un grupo de pequeñas y medianas empresas colaboradoras de nuestra organización para que incorporasen la RSE en su gestión empresarial. El programa fue liderado por el Consell de Cambres, la Generalitat de Catalunya y con la colaboración de la organización Global Reporting Initiative (GRI).

Adhesión a la iniciativa Acords Voluntaris de Oficina Catalana del Canvi Climàtic de la Generalitat de Catalunya. Dicha iniciativa recoge el compromiso de realizar anualmente un inventario de emisiones de gases de efecto invernadero y establecer medidas que contribuyan a la reducción de las citadas emisiones.

2012

Participamos en la conferencia de Naciones Unidas sobre el desarrollo sostenible de Río+20 en Río de Janeiro, donde se dieron cita numerosos líderes mundiales, junto con participantes del sector privado, ONGs y otros grupos para acordar una serie de medidas que permitan reducir la pobreza, fomentar la equidad social y garantizar la protección del medio ambiente.

Adhesión a la iniciativa Detox promovida por Greenpeace para lograr en 2020 el vertido cero de productos químicos a lo largo de la cadena de suministro.

Miembros del Comité Ejecutivo de la Red Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas.

2013

Firma del Acuerdo sobre Seguridad en la Construcción de Edificios y de Instalaciones contra Incendios en Bangladesh, para mejorar las condiciones de seguridad de los trabajadores en las fábricas de confección en este país. (www.bangladeshaccord.org)

2014

Participación en el Grupo de trabajo de Empresas y Derechos Humanos de la Red Española del Pacto Mundial que ha desarrollado unas novedosas herramientas para ayudar a las organizaciones a implantar los derechos humanos en su cadena de valor. La base fundamental para la creación de estas herramientas son los Diez Principios del Pacto Mundial, la carta de los derechos humanos de Naciones Unidas y, principalmente, los Principios Rectores de John Ruggie sobre las empresas y los derechos humanos ("proteger, respetar y remediar").

Adhesión a la iniciativa respon.cat iniciativa empresarial para el desarrollo de la responsabilidad social en Cataluña como integrantes del Grupo Motor, órgano ejecutivo, cuyo objetivo es desarrollar un plan de acción que contribuya a compartir conocimiento y buenas prácticas entre las empresas miembro que representan sectores muy diversos de la economía catalana. (www.respon.cat)

07 LA RELACIÓN CON LA SOCIEDAD Y LOS CLIENTES

12

NUEVOS PAÍSES
CON VENTA
ONLINE

2.741

PUNTOS DE
VENTA

43

NUEVAS
MEGATIENDAS



Nuestros clientes son la razón de ser de nuestra organización y su satisfacción nuestro principal objetivo, ofreciéndoles un producto de calidad, con seguridad y garantías en todos los aspectos de su fabricación y buscando la excelencia en el servicio en todo momento, a través de todas sus líneas de diseño.

Los puntos de venta están situados en las principales calles y zonas comerciales especialmente diseñados para el disfrute y la comodidad de nuestros clientes, con género seleccionado para que se pueda combinar y combinar con facilidad. Todo ello unido a una atención especializada que convierte la compra de nuestros productos en una experiencia. También contamos con canales de comunicación permanentes con nuestros clientes, tanto en puntos de venta como a través de las redes sociales y departamentos especializados.

Un control exhaustivo de calidad en toda nuestra cadena de producción asegura un adecuado rendimiento y respuesta de nuestras prendas y complementos en cada situación. Además, nuestros sistemas garantizan que los artículos no contienen sustancias químicas perjudiciales para la salud de acuerdo con los estándares y límites internacionalmente establecidos.



ATENCIÓN AL CLIENTE

Esta atención se realiza en los puntos de venta a través de nuestro personal, que está especialmente formado en este sentido, ya que tenemos muy presente que nos enfrentamos al reto diario de ofrecer un servicio excelente a nuestros clientes. Esta formación está enfocada a la atención al cliente, al producto, al merchandising, a las tendencias, etc.

Por otro lado se obtienen las opiniones de los clientes sobre nuestras prendas y complementos para poder adaptarnos mejor a sus gustos y necesidades, trasladando dichas sugerencias a los diseños de nuestras colecciones. Además de los puntos de venta los clientes cuentan con diversos canales de comunicación. En nuestra sede central disponemos de un departamento especializado para cualquier consulta, duda o sugerencia. Las peticiones se atienden en 19 idiomas: alemán, catalán, checo, chino, coreano, español, francés, holandés, húngaro, inglés, italiano, japonés, noruego, polaco, portugués, rumano, ruso, sueco y turco.

Asimismo, se recibieron numerosas solicitudes de estudiantes pidiendo datos para trabajos de investigación, sobre todo de diseño, marketing, publicidad y ciencias económicas y empresariales.

En 2014 se gestionaron un total de 607.713 peticiones. Las principales vías de comunicación se detallan a continuación:

2%	REDES SOCIALES
1%	FAX Y CARTAS
1%	VÍA CHAT
53%	LLAMADAS TELEFÓNICAS
43%	EMAILS Y FORMULARIOS

Los principales aspectos consultados fueron los siguientes:

1%	SUGERENCIAS
1%	FELICITACIONES
34%	RECLAMACIONES Y QUEJAS
64%	SOLICITUD DE INFORMACIÓN

CANALES DE VENTA

Nuestros puntos de venta están diseñados para el confort y disfrute de las personas en un ambiente dinámico resultado de la armonización del espacio.

En los últimos años, con el concepto de megatienda, se ha dado un giro notable a la imagen de las tiendas con el objetivo de que la experiencia de la compra sea aún más gratificante: tiendas muy amplias y luminosas, para que se pueda apreciar mejor las colecciones, escoger y probar más fácilmente.

En 2014 se abrieron 43 tiendas con este nuevo concepto MANGO de megatienda.

VISITAS A LA WEB

La web de MANGO continúa consolidándose como punto de contacto predilecto con las clientas, con un crecimiento sostenido de más del 30% en visitas con respecto al año anterior. El tráfico a través de móviles representó más del 40% del tráfico total el año pasado, doblando las visitas. En 2014 se alcanzó un nuevo record llegando a casi 2.000 millones de páginas vistas. Sobre las evoluciones que ha experimentado la web destacan las novedades en contenidos, una fotografía donde destaca la naturalidad y luminosidad que transmiten los modelos ofreciendo una imagen óptima de las prendas. A principios de 2014 también se incorporó el nuevo concepto VIOLETA by MANGO trasladando el nuevo concepto al entorno digital transmitiendo de forma fidedigna los valores de la marca.

VENTA ONLINE

La venta online de MANGO ha seguido la tendencia de los últimos años, con unas ventas que ascendieron a 183 millones de euros, un 48% más que el año anterior. Se ha proseguido con la expansión internacional, con la apertura de 12 nuevos mercados, destacando el inicio de la venta online en países tan importantes como Australia, Indonesia y Colombia entre otros de Centro y Sudamérica. Al igual que en visitas, las ventas por dispositivos móviles se han duplicado y MANGO ha reforzado la adaptación a esta tendencia con el lanzamiento de una nueva App que incorpora las últimas tendencias en navegación así como el rediseño de su web móvil, colocándose a la cabeza en innovación dentro del retail a nivel internacional. Otro aspecto destacable son las evoluciones experimentadas en integración y adaptación entre dispositivos varios, incorporando tecnología que permite mantener el contenido de la bolsa de cada cliente independientemente del dispositivo desde el que se conecte a mango.com.

COMPRA E INTEGRACIÓN MULTICANAL

La integración entre los canales para conseguir el mejor servicio al cliente sigue siendo importante en la estrategia de MANGO en 2014. Iniciativas como la lanzada en 2012 para que los clientes puedan comprar en tienda física artículos no disponibles mediante el uso de tablet evolucionaron y crecen significativamente. Así, algunas tiendas MANGO han empezado a implementar smartphones para complementar las tablets existentes y facilitar la cercanía e inmediatez en ofrecer el servicio al cliente. Este servicio fue usado por casi medio millón de clientes en 2014 lo que supone un crecimiento del 9% respecto al año anterior.

TARJETA MANGO

MANGO dispone de una tarjeta de pago con la que se pueden efectuar compras en los establecimientos de España. La utilización de esta tarjeta ofrece numerosas ventajas, entre las que destacan el aplazamiento y fraccionamiento de pagos, promociones, descuentos en viajes, hoteles y otros servicios exclusivos.

TARJETA REGALO

MANGO pone a disposición de sus clientes dos maneras diferentes de regalar moda: mediante la tarjeta regalo MANGO, que se pueden adquirir en cualquier punto de venta y elegir el importe que se prefiera y mediante el cheque regalo virtual, de diferentes importes para utilizar en nuestra tienda online.

CREACIÓN DE EMPLEO

El crecimiento de la organización MANGO ha posibilitado la creación de un gran número de puestos de trabajo durante los últimos años, 2.337 en 2014, dando oportunidades y contribuyendo al desarrollo económico. En nuestra organización se reciben las solicitudes de trabajo a través de diferentes vías:



Apoyamos también a estudiantes, completando su formación mediante el trabajo en prácticas en nuestra organización. Durante el año 2014 se incorporaron 252 becarios tanto a la sede central como a nuestros puntos de venta en España, de los que el 12% fueron finalmente contratados, en colaboración con diferentes centros y universidades.

EL CRECIMIENTO DE LA ORGANIZACIÓN MANGO HA POSIBILITADO LA CREACIÓN DE UN GRAN NÚMERO DE PUESTOS DE TRABAJO DURANTE LOS ÚLTIMOS AÑOS

MANGO FUE PIONERA EN ESPAÑA EN LA VENTA POR INTERNET Y EN LA ACTUALIDAD OPERA EN 76 PAÍSES

MÁS DE 250 BECARIOS HAN REALIZADO PRÁCTICAS EN MANGO

COMUNICACIÓN

PUBLICIDAD

El Departamento de Comunicación renueva nuestra imagen cada temporada y planifica los medios a escala mundial, adaptando su estrategia global a las características de cada país. Los modelos, tanto masculinos como femeninos, que aparecen en nuestras diferentes campañas se seleccionan teniendo en cuenta que sean iconos de moda, con una imagen adecuada y saludable.

En nuestra imagen de marca transmitimos una serie de valores que nos distinguen: últimas tendencias de moda, diseño y estilo. Todo ello reforzado con la presencia en nuestras campañas de rostros conocidos del mundo de la moda y el deporte. Entre los últimos podemos destacar a Daria Werbovny, Mathias Lauridsen, Cedric Belfrage, Marc Van der Loo, Clement Chabernaud, Vicky Martin Berrocal, Robin Lawley.

COMUNICACIÓN CON LOS MEDIOS

Nuestro gabinete de prensa mantiene un flujo constante con los diferentes medios de comunicación informando sobre las novedades más destacadas de la empresa a través de notas de prensa, entrevistas, etc. Asimismo, MANGO participa en numerosos seminarios o jornadas organizadas por universidades y otras entidades, aportando su experiencia sobre temas relacionados con la política de responsabilidad social de la empresa, el sistema logístico, crecimiento y expansión principalmente.

MANGO EN LAS REDES SOCIALES

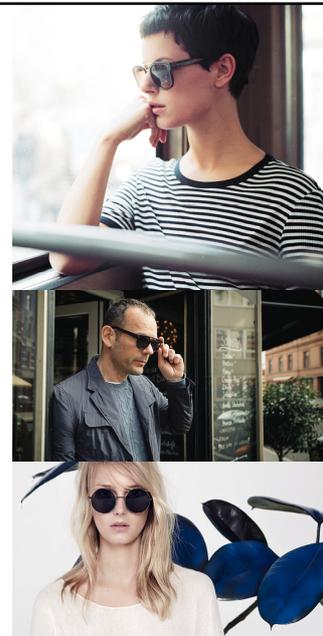
Las redes sociales son también un importante canal de comunicación para MANGO y cuenta con numerosos seguidores en las principales redes de todo el mundo: Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest, Google+, YouTube, Tumblr, Foursquare, así como también en Weibo, Meilishuo y Wechat de China y en VKontakte de Rusia.

PREMIOS Y DISTINCIONES RECIBIDOS DURANTE EL PERIODO INFORMATIVO

En 2014 MANGO recibió el reconocimiento por parte de la Red Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas por sus diez años como socios de la Red.

PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES

Toda la información respecto a los datos personales utilizados en nuestra organización se encuentran protegidos de acuerdo con lo especificado en las diferentes leyes y reglamentos de aplicación.



ACCIÓN SOCIAL

MANGO, como parte de su compromiso con la sociedad, ha colaborado con diferentes fundaciones y ONGs a lo largo del año 2014 fundamentalmente dando apoyo financiero, pero también a través de colaboraciones no económicas, de voluntariado o donación de género. Principalmente, han sido iniciativas ligadas al ámbito del desarrollo, de la educación, de la salud y de la integración.

COLABORACIONES ECONÓMICAS

Fundación Vicente Ferrer

MANGO financió la construcción de viviendas para familias y una escuela en Anantapur, India. La vivienda es un proyecto fundamental en el programa de esta fundación: devuelve dignidad, confiere seguridad y procura condiciones sanitarias básicas en este caso a familias Dalits, casta más denostada del país. La escuela forma parte del proyecto de apoyo a los niños en su futura integración en la educación pública.

Fundación Juan Bonal

MANGO compró un autobús para dar apoyo a un programa de empoderamiento de la mujer que sirve para mantener una casa de acogida de enfermas mentales en Kanyakumari, India. También se colaboró en una pequeña rehabilitación de un orfanato en Bombay.

Médicos sin Fronteras

MANGO es socio estratégico de emergencias de esta ONG. Los fondos donados se destinan íntegramente a financiar la Unidad de Emergencias, sus espacios físicos, materiales, desplazamientos, equipos humanos, etc.

Active África

MANGO financió de forma integral tres proyectos de apoyo nutricional en dos orfanatos y cuatro escuelas en Malawi, África, durante todo el año.

Homac Fundación

MANGO colaboró en dos proyectos en Etiopía financiando por un lado la construcción de letrinas en una escuela de Alamata y por el otro, el mantenimiento integral de una guardería en Dódola.

Fundación Humanitaria A.G.H.

MANGO financió la rehabilitación de dos escuelas de primaria y una guardería en Mangòla, Tanzania.

Fundación Ared

MANGO contribuyó a la financiación de becas de capacitación orientadas al mundo de la confección textil para personas en riesgo de exclusión social, mayoritariamente mujeres procedentes de centros penitenciarios y servicios sociales en Barcelona.

Banc dels Aliments de Barcelona

MANGO colaboró con esta organización que lucha contra el hambre en la ciudad de Barcelona con la compra de leche de complementación nutricional infantil.

Fundación Roure

MANGO financió la rehabilitación de unos baños y unas cocinas en un centro de atención a gente mayor de la calle en Barcelona.



Obra Social de Sant Joan de Déu
MANGO financió dos boxes en el nuevo hospital de día del Hospital Infantil de San Juan de Dios en Barcelona.

Proyecto ALPAN
MANGO financió la compra una furgoneta isotérmica para el reparto de comidas preparadas en comedores sociales de la Ciudad de Barcelona.

Fundación Barraquer
MANGO participó en la financiación de material fungible médico para las expediciones oftalmológicas de la fundación con el fin de realizar operaciones de cataratas en países del sur.

Fundación Internacional Josep Carreras
MANGO apoyó el programa de la fundación a través de la financiación del Registro Español de Donantes de Médula Ósea (REDMO) cuyo objetivo es la creación de una base de datos de donantes y pacientes. La Fundación destina el 40% de sus recursos a un programa de becas para jóvenes investigadores y la financiación de unidades de trasplante y bancos de cordón umbilical.

Fundación Fero
MANGO participó en la cena solidaria que organizó en Barcelona en apoyo a la financiación de una beca de investigación.

Fundación CASIP COJASOR
MANGO colaboró con esta entidad francesa apoyando su trabajo fundacional. La entidad defiende de forma primordial los derechos civiles y sociales de las personas.

Öğrencilere Yardım Derneği
MANGO financió becas formativas para jóvenes desfavorecidos dándoles la oportunidad de acceder a la educación en Estambul.



ARTÍCULOS SOLIDARIOS

Mensajeros de la Paz
MANGO puso a la venta en las tiendas VIOLETA de toda España una sudadera para colaborar con un programa de apoyo a la infancia y a familias en riesgo de exclusión social en Madrid.

COLABORACIONES NO ECONÓMICAS

Durante el ejercicio 2014 MANGO donó ropa no comercializable a diferentes organizaciones, con fines solidarios. Además, a lo largo del año, se da la oportunidad a los empleados de MANGO a participar activamente en diferentes campañas sociales, eventos solidarios y otro tipo de colaboraciones con fines sociales, tales como: mercadillos solidarios, campañas de donación de sangre, campañas de recogida de alimentos y juguetes en Navidad, etc.

VOLUNTARIADO

Fundación Soñar Despierto
Empleados de MANGO participaron en una jornada de voluntariado con los niños atendidos por esta fundación que viven en casas de acogida concertadas por la Generalitat de Catalunya.

Fundación Exit
MANGO, a través del Departamento de Recursos Humanos, colaboró con esta fundación, dando orientación e información a jóvenes en vías de inserción laboral sobre los requisitos y las características de los diferentes puestos de trabajo disponibles en el mercado.

Casal dels Infants
MANGO colaboró con esta organización informando y orientando a jóvenes en riesgo de exclusión social mediante visitas formativas que se realizan en nuestras instalaciones.



CÁTEDRA MANGO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

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

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

Documentos de trabajo

Los proyectos de investigación consisten en analizar aspectos relevantes en materia de sostenibilidad y son la actividad principal de la Cátedra. Estos se llevan a cabo por equipos especializados en cada materia y se publican en forma de documentos de trabajo. Entre los realizados durante el año 2014 destaca el orientado a la integración de prácticas de desarrollo sostenible por parte de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) catalanas que se ha realizado conjuntamente con diferentes universidades como la Universidad de Montpellier (Francia), la Universidad de Quebec a Trois-Rivières (Quebec) y la Universidad de Ottawa (Canadá).

Estudios de caso (RSC) de empresas internacionales

Paralelamente a los proyectos de investigación, anualmente también se realiza un estudio de caso de una empresa y de su sector en el ámbito de la RSC. Su objetivo es mostrar su política y actividades en estos aspectos, tanto a nivel interno como externo, con el objetivo de aportar su experiencia y para que sea de utilidad también a otras organizaciones. En el año 2014 se ha realizado el estudio de caso de AGBAR, compañía dedicada al ciclo integral del agua con presencia en 22 países.

Nuevas actividades: Ciclo de formación y laboratorio de innovación social

En el último año la Cátedra ha ampliado sus actividades y ha organizado el primer ciclo denominado impulsores de la RSC, dirigido a directores de RSC de organizaciones públicas y privadas. Asimismo se ha iniciado un proyecto de laboratorio de innovación social, en el que se lanzan retos sociales y ambientales, desde diferentes organizaciones, dirigidos a la aportación de ideas y soluciones a los mismos por parte de estudiantes.

CONSEJO ASESOR

Con la finalidad de asesorar a la Cátedra Mango en sus actividades se ha creado recientemente un Consejo Asesor. Este Consejo está compuesto por personas relevantes en el ámbito de la RSC vinculadas a entidades representativas del mundo empresarial, administrativo, social y académico. La principal función del Consejo es identificar temas relevantes y tendencias actuales que permitan alimentar las líneas de trabajo impulsadas por la Cátedra.

Los proyectos y actividades y otros detalles pueden consultarse en su página web (mango.es.ci).

08 LOS EMPLEADOS

15.793

PERSONAS EN
PLANTILLA A
31/12/2014

2.337

PUESTOS DE
TRABAJO NETOS

+99.000

HORAS DE
FORMACIÓN



El buen clima de trabajo en la organización MANGO es consecuencia de disponer de un equipo con calidad humana, motivado, flexible y capaz de adaptarse a los cambios en el marco de un importante crecimiento de la compañía. Los principales aspectos que contribuyen también a establecer este clima se especifican a continuación.

DIÁLOGO PERMANENTE

Los empleados mantienen con la dirección un diálogo permanente llevado a cabo, fundamentalmente, a través de unos encuentros denominados "sí yo fuera presidente" con representantes elegidos en cada uno de los departamentos. Las conclusiones, cambios y mejoras acordados se publican y se comunican a todos los empleados en los boletines internos de la empresa.

Otras vías que contribuyen a fomentar la comunicación se realizan a través de encuestas, el portal del empleado, buzón de sugerencias, etc.

En 2008 se puso en marcha el denominado Servicio de Resolución de Conflictos, cuyo objetivo es el de garantizar un mecanismo independiente para identificar, intervenir y resolver conflictos interpersonales en el caso de ser necesario.

POLÍTICA DE REMUNERACIONES

Para las diferentes categorías de trabajadores los salarios pagados están, en media, por encima de los sueldos del sector. Para el año 2014 la relación entre salario inicial estándar establecido por MANGO y el salario según convenio fue de un 53,18% para España. En el caso del personal de estructura se revisan los sueldos según el desempeño y desarrollo profesional de cada trabajador dos veces al año. En cuanto al equipo de puntos de venta, el sistema se basa en un sueldo fijo y otro variable en función de la facturación del punto de venta.

Todos los trabajadores, tanto a jornada completa como parcial, tienen los mismos derechos y beneficios sociales. Asimismo, no hay ningún tipo de diferencia o discriminación salarial entre hombres y mujeres.

Todos los trabajadores de MANGO se encuentran dentro de un convenio colectivo y de la ley laboral correspondiente. El periodo mínimo de preaviso relativo a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en el convenio colectivo, es de quince días.

PROMOCIÓN Y FACILITACIÓN DE LA VIDA FAMILIAR CON EL TRABAJO

Maternidad/Paternidad

La empresa abona las pagas extras completas durante el periodo de descanso. El nivel de reincorporación al trabajo tras el periodo de baja por maternidad/paternidad ha sido del 100% en todos los casos.

Flexibilidad laboral

Se facilita la flexibilidad horaria debido a motivos personales del trabajador, así como las suspensiones temporales de contrato por estos motivos, reservando en todos estos casos el puesto de trabajo del empleado. Por otro lado se amplía el tiempo para poder asistir a las visitas médicas necesarias.

En el caso de personal de estructura cabe señalar que, de mutuo acuerdo con los trabajadores, todos los días se alarga la jornada de trabajo media hora con el objetivo de finalizar los viernes al mediodía y poder disfrutar así de un fin de semana más prolongado. Asimismo los empleados disfrutaron de jornada intensiva de trabajo las vísperas de los días festivos señalados.

Existen otros servicios para empleados tal y como el transporte colectivo gratuito, que abarca diferentes rutas y horarios, subvención de comedores, acuerdos especiales, descuentos, etc.

Estabilidad en el trabajo

Al cierre del ejercicio 2014, el 69% de los trabajadores de la organización en España, en media, eran fijos, con el siguiente detalle:

	EVENTUAL	FIJO
PERSONAL DE ESTRUCTURA	15,79%	84,21%
PERSONAL DE PUNTOS DE VENTA	34,33%	65,67%

Asimismo, los empleados a tiempo completo en España representan el 64,2% y a tiempo parcial el 35,8%. En el caso de los empleados en el extranjero estos porcentajes ascienden al 65,8% y al 34,2% respectivamente.

Nuestra organización se caracteriza por la diversidad cultural fruto de la internacionalización de nuestro negocio. En nuestra sede central y tiendas en España trabajan personas con 55 nacionalidades diferentes.

PERFIL DE NUESTRO EQUIPO HUMANO

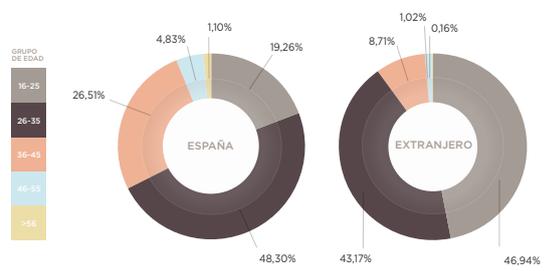
Destacamos a continuación algunos aspectos relevantes del perfil de nuestro equipo humano, compuesto a 31 de diciembre de 2014 por 15.793 personas, de las cuales el 79,6% son mujeres, y el 20,4% son hombres, con el siguiente detalle por sexos:

	PERSONAL DE ESTRUCTURA		PERSONAL DE PUNTOS DE VENTA		TOTAL	
	NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
HOMBRES	1.148	37,81	2.078	16,29	3.226	20,43
MUJERES	1.888	62,19	10.679	83,71	12.567	79,57

29,40 AÑOS
ES LA MEDIA DE EDAD
DE NUESTRO PERSONAL



DESGLASE DEL COLECTIVO DE TRABAJADORES POR GRUPO DE EDAD



TAMAÑO DE LA PLANTILLA

PLANTILLA	SEXO	NÚMERO
MEDIA EQUIVALENTE	HOMBRES	2.150
	MUJERES	7.750
PLANTILLA A 31/12/14	HOMBRES	3.226
	MUJERES	12.567

EMPLEADOS POR TIPO DE CONTRATO Y GÉNERO

TIPO DE CONTRATO	SEXO	NÚMERO
EVENTUAL	HOMBRES	986
	MUJERES	3.917
FIJO	HOMBRES	2.240
	MUJERES	8.650

TAMAÑO PLANTILLA SEGÚN PAÍS

PAÍS	SEXO	NÚMERO
ESPAÑA	HOMBRES	1.386
	MUJERES	3.930
CHINA	HOMBRES	64
	MUJERES	237
TURQUÍA	HOMBRES	617
	MUJERES	1.352
ESTADOS UNIDOS	HOMBRES	32
	MUJERES	73
RESTO PAÍSES	HOMBRES	1.127
	MUJERES	6.975

EMPLEADOS POR TIPO DE JORNADA Y GÉNERO

TIPO DE JORNADA	SEXO	NÚMERO
COMPLETA	HOMBRES	2.485
	MUJERES	7.820
PARCIAL	HOMBRES	741
	MUJERES	4.747



MOVILIDAD EN LOS PUESTOS DE TRABAJO

El carácter internacional de nuestra organización facilita la movilidad geográfica de aquellos trabajadores que lo soliciten. Por otro lado, cuando surgen nuevos puestos internos a cubrir, se ofrece al personal la posibilidad de solicitar un cambio de departamento.

ABSENTISMO

El absentismo en el caso de España se describe a continuación:

PERSONAL DE ESTRUCTURA	2013 2014		PERSONAL DE PUNTOS DE VENTA	2013 2014	
Bajas por enfermedad	1,68%	1,62%	Bajas por enfermedad	1,49%	1,70%
Bajas por accidente laboral	0,10%	0,07%	Bajas por accidente laboral	0,10%	0,14%
Bajas por maternidad/paternidad	1,33%	1,23%	Bajas por maternidad/paternidad	2,92%	2,60%
Permisos de matrimonio	0,07%	0,07%	Permisos de matrimonio	0,06%	0,07%
Otros motivos	0,60%	0,70%	Otros motivos	0,23%	0,20%
TOTAL	3,78%	3,69%	TOTAL	4,80%	4,71%

El absentismo total durante el año 2014 en puntos de venta propios en el extranjero ascendió a un 4,32%.

PROMOCIÓN INTERNA

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

A lo largo del 2014, 232 de los empleados de la sede central y 447 de los puntos de venta optaron a un puesto de categoría superior.

SEGURIDAD Y SALUD LABORAL

Los objetivos perseguidos en el ámbito de la salud laboral son, de acuerdo con la Política de Seguridad y Salud de MANGO, el desarrollo y promoción de estrategias que mejoren las condiciones de trabajo para la salud física, psíquica y social de los trabajadores, así como favorecer y consolidar buenos hábitos de trabajo.

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

A continuación se presentan las principales actividades realizadas durante el año 2014.

FORMACIÓN EN PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

El número de personas formadas en prevención de riesgos laborales durante 2014 ha ascendido a 1.160 para el personal de estructura, 7.210 para el personal de puntos de venta.

EVALUACIONES DE RIESGOS

La organización identifica y evalúa los riesgos asociados a los puestos de trabajo como parte del ciclo de mejora continua en la gestión de la empresa, avanzando en todos los aspectos de salud y seguridad de los trabajadores. Estas evaluaciones se llevan a cabo tanto en oficinas y almacenes de la central como en las tiendas. Del mismo modo se elaboran planes de acción con medidas preventivas y/o correctoras, se gestionan inspecciones de trabajo, planes de emergencia y otros procedimientos.

MANGO persigue también el objetivo de asegurar que los servicios realizados por empresas o personal externo, contratado o subcontratado, se ejecutan bajo las medidas de seguridad establecidas por la legislación y/o por nuestra normativa interna.

Periódicamente se realizan visitas de seguridad a los centros de trabajo para controlar y garantizar unas óptimas condiciones de trabajo y favorecer comportamientos seguros.

COMUNICADOS DE RIESGOS

Siguiendo la política de participación activa de los trabajadores, existe un procedimiento para que estos puedan comunicar cualquier situación que comporte un riesgo o bien cualquier propuesta que mejore las condiciones de trabajo. Existe a su disposición un documento interno para comunicar al departamento de Prevención de riesgos alguna incidencia en este sentido y así proceder a aplicar medidas para eliminarlo o minimizarlo.

VIGILANCIA DE LA SALUD

Las actividades de la vigilancia de la salud se llevan a cabo desde el Servicio Médico de la empresa, integrado en el departamento de Prevención de Riesgos Laborales de MANGO, de acuerdo con los objetivos marcados por el propio departamento. En tiendas se realiza a través de una red de centros asistenciales. Además de la atención médica necesaria, reconocimientos periódicos, campañas de vacunas, etc., realizan actividades personalizadas para la promoción de la salud como seguimiento de procesos crónicos o asesoramiento en hábitos saludables. Asimismo, se realizan cursos de formación de Primeros Auxilios al personal de la empresa.

ACCIDENTABILIDAD

La accidentabilidad producida durante el año 2014 para el personal de estructura y en puntos de venta en España es la siguiente:

	PERSONAL DE ESTRUCTURA		PERSONAL DE PUNTOS DE VENTA	
	2013	2014	2013	2014
Nº ACCIDENTES / Nº TRABAJADORES	0,007	0,007	0,015	0,015
DURACIÓN MEDIA DE LAS BAJAS (EN DÍAS)	31,13	13,44	11,94	12,88

FORMACIÓN Y DESARROLLO

En nuestra organización hemos establecido una política de formación y desarrollo permanente con la intención de apoyar la consecución de los objetivos estratégicos del negocio. Para ello contamos con un departamento de Formación y Desarrollo que potencia aquellos aspectos necesarios, tanto en conocimientos técnicos como en habilidades profesionales.

Estas acciones formativas se desarrollan por todo el mundo en el área de Retail y el área de formación de la sede central que cuenta con varias aulas polivalentes. El Plan de acogida on the job "Diseña tu futuro en MANGO" y las Entrevistas de Evaluación y Desarrollo anuales ayudan a los responsables a desarrollar y acompañar de forma constante a cada persona de su equipo.

El rol de los líderes ha continuado reforzándose durante el año 2014 con un Plan de Desarrollo Directivo para aquellas promociones a puestos de responsabilidad. De esta manera, la compañía reconoce la importancia de rol de responsable como clave para la excelencia profesional y para el desarrollo de las personas. Eventos formativos y acompañamiento personalizado son las claves para la adaptación a esta nueva situación.

Durante el año 2014, 8.332 participantes en acciones formativas han realizado un total de 99.251 horas de formación con el siguiente detalle:

CATEGORÍA PROFESIONAL	HORAS DE FORMACIÓN	PARTICIPANTES
Jefe/a de departamento	8.785	461
Administrativos/as	14.641	768
Técnico/a	17.569	1.076
Operarios/as y Profesionales de Oficio	7.028	369
Personal de almacén	10.542	399
Personal de punto de venta	40.686	5.259
TOTAL	99.251	8.332

Entre los proyectos dirigidos al personal de MANGO durante 2014 caben destacar: "Central al servicio de tiendas", una iniciativa en la que jefes de departamento/sección están una semana de inmersión total en tienda para detectar acciones de mejora que faciliten la tarea del personal de tiendas; y el taller "Desarrolla tu potencial" que contribuye a descubrir el comportamiento de uno mismo a través del análisis del perfil personal y enfocarlo positivamente en el entorno laboral y profesional.

DESARROLLO TALENTO INTERNO

Durante el año 2014 se creó el Programa de Identificación de Talento Interno donde se identifican personas con el potencial para cubrir perfiles clave para la compañía y se preparan para asumir esas nuevas responsabilidades en el corto plazo.

JOVENES TALENTOS

El programa de Jóvenes Talentos tiene como objetivo desarrollar futuros directivos en MANGO. Los candidatos a participar en el proyecto son estudiantes de MBA de las mejores escuelas de negocios internacionales.

Los seleccionados participan en un programa de desarrollo de cuatro meses enfocado hacia el punto de venta. De esta manera viven el negocio desde primera línea para después incorporarse en las diferentes áreas de la organización. Una vez en sus nuevos puestos de trabajo, se continúa trabajando en su desarrollo mediante programas a medida y mentoring con el equipo directivo.

VENTAJAS ADICIONALES PARA NUESTROS EMPLEADOS

A través de una política de descuentos, tanto en la compra de ropa y complementos en nuestros puntos de venta, como mediante acuerdos con diferentes empresas (venta de coches, seguro médico, viajes, gimnasios, espectáculos, etc.).

Con la organización de diferentes mercadillos para nuestros empleados donde se venden prendas, complementos, muebles y objetos de decoración, con la concesión de préstamos sin interés en determinadas circunstancias personales y la cesión de instalaciones para diversas actividades.



DURANTE 2014 SE HA DADO FORMACIÓN A 8.332 PARTICIPANTES



EL PROGRAMA DE JÓVENES TALENTOS TIENE COMO OBJETIVO DESARROLLAR FUTUROS DIRECTIVOS EN MANGO



09 LA CADENA DE SUMINISTRO
SISTEMAS DE PRODUCCIÓN Y PROVEEDORES

459 PROVEEDORES DE PRENDAS Y COMPLEMENTOS	853 FÁBRICAS UTILIZADAS	+134 MILLONES DE UNIDADES FABRICADAS
---	--------------------------------------	--



SISTEMAS DE PRODUCCIÓN

Existen dos sistemas de producción diferenciados en nuestra organización:

El primero consiste en diseñar el producto, encargar su fabricación y adquirirlo ya acabado. En este caso, es el propio proveedor quien se encarga de comprar todas las materias primas para la producción. El porcentaje de compra, para el ejercicio 2014, a través de este sistema ha ascendido a un 69,23% sobre el total.

En el segundo a diferencia del primero, todas las materias primas que componen la prenda son adquiridas por nuestra organización y posteriormente enviadas a estos proveedores para su confección. El porcentaje en valor de compra, para el ejercicio 2014 a través de este sistema ha ascendido a un 30,77% sobre el total.

Las características de los proveedores son exactamente iguales en los dos sistemas. El utilizar un sistema u otro depende, fundamentalmente, de factores geográficos (proximidad) y técnicos (especialización en la producción).

El volumen de prendas y complementos fabricados para MANGO durante el ejercicio 2014 ascendió a 134.319.895 unidades.

PROGRAMACIÓN DE LA FABRICACIÓN

De forma previa a cada temporada se programan los envíos a los puntos de venta, encargando la producción en función de este criterio. Si finalmente hay diferencia con la previsión de ventas, a final de temporada estos se venden a través de descuentos, promociones y nuestra red de tiendas Outlet.

CADENA DE SUMINISTRO

A lo largo de 2014 hemos hecho un gran esfuerzo en mejorar las herramientas internas de gestión en relación a la información de fábricas de producción y en la formación a proveedores para seguir avanzando en mejorar la trazabilidad de la cadena de suministro de MANGO. La buena gestión de la cadena de suministro es una prioridad en MANGO y un aspecto fundamental para poder ofrecer no sólo un producto de calidad sino garantías de que se cumplen los valores éticos que exige a sus proveedores.

La colaboración con los proveedores es a largo plazo, existiendo un diálogo permanente, análisis y planificación conjunta de todos los aspectos de la producción, así como del control de calidad realizado en todas las fábricas a través de nuestros técnicos. Durante el 2014, el número de proveedores y de fábricas en los que se realizó la producción de prendas y complementos fue de 459 proveedores en 853 fábricas. El 25% del total de unidades fabricadas proceden de países próximos a España. Cabe señalar que los proveedores pueden trabajar con más de una fábrica para la producción de sus diferentes colecciones. Asimismo, algunas de ellas pueden utilizarse de forma alternativa en diferentes momentos del tiempo, en función de las características del producto.

La organización MANGO no tiene participación directa ni indirecta con ningún fabricante de prendas o complementos. Asimismo, ninguno de ellos trabaja en exclusiva para nuestra organización.

Anualmente, MANGO facilita a las organizaciones con las que colabora en la cadena de suministro la lista de las fábricas de prendas y complementos con las que trabaja.

DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA 2014

El porcentaje de compra por país es el siguiente*:

*incluye materias primas



CHINA	28,79%	VIETNAM	5,60%
INDIA	10,54%	MARRUECOS	5,45%
TURQUÍA	8,65%	PAKISTÁN	4,43%
COREA DEL SUR	7,46%	ITALIA	2,81%
HONG-KONG	7,46%	PORTUGAL	1,50%
ESPAÑA	6,97%	TAIWÁN	1,44%
BANGLADESH	6,65%	OTROS	2,25%



MÁS DE 134 MILLONES DE PRENDAS Y COMPLEMENTOS FABRICADOS PARA MANGO

SUBCONTRATACIÓN

Nuestra política de control y las características de la producción implican la no subcontratación de la fabricación de las prendas y complementos por parte de los fabricantes.

Entendemos como subcontratación la derivación a una tercera empresa, por parte del proveedor, de toda o parte de la producción encargada al mismo sin conocimiento ni autorización de MANGO. A pesar de que todos nuestros proveedores tienen unificado el proceso de producción, en ocasiones existen procesos especiales de los que algún proveedor puede no disponer y que se realizan en otras empresas especializadas, como por ejemplo el bordado, estampado, lavado, etc. En estos casos, estas producciones son conocidas y autorizadas por MANGO.

Todas nuestras prendas y complementos están etiquetadas indicando el país en el que han sido confeccionadas.

CÓDIGO DE CONDUCTA PARA PROVEEDORES

Para asegurar el adecuado cumplimiento de todos los estándares laborales, sociales y ambientales por parte de nuestros fabricantes de prendas y complementos el Grupo MANGO establece el presente Código de Conducta para proveedores. Este código supone un requisito indispensable de obligatorio cumplimiento ya que se incluye en el contrato comercial que firman con MANGO.

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

Este Código está basado en los principios y filosofía del Pacto Mundial de Naciones Unidas, así como en los principios estipulados en la Declaración Universal de los Derechos Humanos y el Convenio de Naciones Unidas sobre los Derechos del Niño.

Asimismo se incluyen todos los convenios y recomendaciones de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) de aplicación (en particular los convenios: 1, 29, 75, 81, 87, 98, 100, 105, 111, 122, 131, 135, 138, 154, 155, 159, 177, 182 y 183, y las recomendaciones: 35, 90, 111, 143, 146, 164, 168, 184 y 190).

1. TRABAJO INFANTIL

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

2. TRABAJOS FORZADOS Y OBLIGATORIOS

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

3. SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO

Los fabricantes garantizarán a sus empleados un lugar de trabajo seguro (prevención de incendios, maquinaria, etc.) y saludable (luz, ventilación, condiciones higiénicas, etc.) cumpliendo, asimismo, con todo lo exigido en la legislación que sea de aplicación en esta materia. De igual forma garantizarán que estas condiciones sean extensivas, en el caso de ser aplicable, a todas las instalaciones destinadas a sus empleados. Por otro lado, en el caso de los fabricantes de prendas vaqueras, no se utilizará la técnica de desgastado denominada sandblasting consistente en un chorro de arena a presión, debido al riesgo que tiene sobre la salud de los trabajadores que la realizan.

4. LIBERTAD DE ASOCIACIÓN

Los fabricantes respetarán el derecho de sus empleados a asociarse, organizarse o negociar colectivamente sin que sufran por ello ninguna clase de sanción.

5. DISCRIMINACIÓN

Los fabricantes no realizarán ningún tipo de discriminación en las prácticas laborales y de contratación por motivos de raza, nacionalidad, religión, discapacidad, sexo, edad, orientación sexual, asociación o afiliación política o cualquier otra situación.

6. MEDIDAS DISCIPLINARIAS, ACOSOS Y ABUSOS

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

7. HORARIO DE TRABAJO

Los fabricantes acatarán la legislación aplicable y las reglas de su industria en materia de horas trabajadas. Las horas extraordinarias deberán ser siempre voluntarias y adecuadamente retribuidas.

Si se realizan horas extraordinarias, se aceptará un máximo de dos horas por día. En el caso de que se produzcan condiciones excepcionales de forma puntual cabe la posibilidad de modificar este límite aceptando aquellas situaciones que, con las características anteriormente descritas, y siendo razonables y lógicas, se realicen siempre de mutuo acuerdo con el trabajador no superando nunca el máximo anual de horas extraordinarias totales al año previstas en la legislación.

8. REMUNERACIONES

Los fabricantes garantizarán que los salarios cumplan rigurosamente con todas las leyes. Asimismo el salario mínimo legal se interpretará como tal mínimo, pero no como un nivel recomendado.

9. SUBCONTRATACIÓN

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

10. MEDIO AMBIENTE

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

11. CUMPLIMIENTO DE LA LEGALIDAD VIGENTE

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

OTROS ASPECTOS**COMUNICACIÓN**

Una copia de este código deberá estar expuesta en las principales entradas y salidas del personal en las instalaciones del fabricante, tanto en inglés como en el idioma local. La citada copia ha de incorporar un email de contacto del departamento de RSC de MANGO por si cualquier trabajador necesitara o quisiera hacer uso del mismo.

ÁMBITOS DE APLICACIÓN

Todos los puntos anteriormente expuestos son de aplicación obligatoria para todos aquellos fabricantes con los que trabaja el grupo MANGO. Para poder alcanzar este objetivo, los fabricantes autorizarán al grupo MANGO a realizar por sí mismo o por medio de terceros, revisiones para el seguimiento de la aplicación de este código. Además facilitarán a los supervisores el acceso a la documentación y a todos los medios necesarios para este fin. Estas auditorías se podrán realizar de forma programada o sin previo aviso.

ACEPTACIÓN Y COMPROMISO POR PARTE DE LOS FABRICANTES

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

VERIFICACIÓN

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

ACCIONES CORRECTIVAS

Cualquier situación que suponga el no cumplimiento de los puntos antes reseñados, implicará su corrección por parte del fabricante, para lo que se establecerá un periodo no superior a seis meses. Cabe señalar que MANGO participará en las citadas acciones correctoras dando su apoyo técnico. En el caso de que no se hubieran aplicado las correcciones dentro del periodo referido o se diera el caso de situaciones graves de emergencia social u otros aspectos significativos y los fabricantes no tomaran las medidas necesarias para su corrección inmediata, el grupo MANGO cancelará cualquier relación con el referido fabricante.

MAIL DE CONTACTO: lg_rsc@mango.com

SELECCIÓN PREVIA DE PROVEEDORES

Los departamentos responsables de la selección de proveedores realizan de forma previa un análisis y verificación de centros de producción para asegurar que se cumplen las exigencias de MANGO en todos los aspectos antes de la confirmación de los pedidos.

SESIONES FORMATIVAS

Los proveedores nuevos visitan la sede central de MANGO donde reciben una formación por parte de todos los departamentos implicados en el proceso de la producción de las colecciones. El departamento de RSC imparte directamente formación sobre la implantación y seguimiento del Código. En todo el año pasado, un total de 80 nuevos proveedores, recibieron diversas sesiones de formación en la sede central.

Por otro lado, cada dos años se organiza un congreso con los auditores externos encargados de realizar la auditoría social de las fábricas de producción MANGO en los distintos países.

CONTROL DE CALIDAD

Debido a las características de nuestro sistema de producción, disponemos de equipos de control de calidad que visitan periódicamente las diferentes fábricas, realizando tanto un control de la calidad como de cualquier otro aspecto relacionado con la fabricación. Dichos técnicos, a la vez que realizan este seguimiento, observan que no se produzca ningún incumplimiento de nuestro Código de Conducta.

PROCESO DE AUDITORÍA

Tal y como se les informa en la formación, existen determinadas herramientas internas de gestión que permiten acceder de forma rápida y actualizada a la base de datos de fábricas de producción de los proveedores. Todos ellos han de asignar a cada una de las colecciones confirmadas, los datos completos de las fábricas donde se llevará a cabo la producción de las mismas. De esta manera, todos los departamentos implicados en el proceso tienen acceso a esta información: equipos de compras, calidad y RSC entre otros. Una vez la fábrica está declarada se pone en marcha el proceso de auditoría social por parte de los auditores externos.

En las auditorías sociales iniciales se siguen los siguientes pasos:

- Entrevista con los responsables y/o propietarios de las fábricas para obtener toda la información necesaria en cuanto a los diferentes aspectos laborales, sociales, ambientales, y sus procedimientos y su correspondiente verificación.
- Revisión exhaustiva de las instalaciones de la fábrica tomando fotos de aquellos aspectos que pudieran ser evidencia de alguna no conformidad o por el contrario de buenas prácticas.

- Selección de una muestra de trabajadores sobre los listados de personal y directamente en las cadenas de producción, a los que se les realiza una entrevista que incluye todos los aspectos de nuestro Código de Conducta.
- Finalmente y después de la revisión de los documentos pertinentes, en la reunión de cierre, se comentan los aspectos relevantes observados y conclusiones que posteriormente aparecerán en el informe de auditoría. En el caso de que se detecte un incumplimiento al Código de Conducta, se concreta el plan de acción y un calendario que determinará la posterior revisión en las auditorías de seguimiento de las no conformidades. Si no se han tomado acciones correctivas adecuadas para su resolución, MANGO toma las medidas oportunas en cada caso con el proveedor. Cabe destacar, que en la práctica totalidad de los casos la actitud por parte de los proveedores es de cooperación total y disposición absoluta de mejorar.

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

También se realizan auditorías de mantenimiento cada uno o dos años.

A lo largo del año 2014 se realizaron más de 350 auditorías externas que en determinados casos, se realizaron sin previo aviso. Los incumplimientos del Código de Conducta de MANGO detectados en las diferentes auditorías realizadas durante 2014 se describen a continuación:



En el caso de alguna incidencia que haya sido notificada por parte de un sindicato local, el análisis y la resolución de la misma se ha realizado conjuntamente con el mismo y con las organizaciones implicadas con las que tenemos un acuerdo en materia de RSC.

En ocasiones, el equipo de auditoría interna de RSC se une a las auditorías externas o realiza por su parte el seguimiento de algún aspecto en concreto del código. Asimismo, como en años anteriores, representantes de la Secretaría de Internacional de C.C.OO. de Industria realizaron visitas conjuntas a algunas fábricas en Asia. El principal objetivo de estas visitas es comprobar la progresión de la situación de los trabajadores en las fábricas de producción textil y conocer de primera mano el papel de la representación sindical en las mismas.

DERECHOS HUMANOS Y PRINCIPIOS RECTORES

El denominado Marco Ruggie de proteger, respetar y remediar aporta recomendaciones prácticas para incorporar este enfoque de derechos humanos que son de aplicación dentro de la empresa también. En MANGO estamos desarrollando mecanismos de gestión internos que nos sirvan como herramientas de medición y evaluación en la aplicación de los derechos humanos en todos nuestros ámbitos de actuación, tanto internos como externos. Asimismo estamos trabajando para mejorar los canales de comunicación con nuestros grupos de interés.

Como parte del compromiso de MANGO a trabajar por la defensa y el respeto de los derechos humanos universales, MANGO se unió al Grupo de trabajo de Empresas y Derechos Humanos de la Red Española del Pacto Mundial.



EL SISTEMA DE AUDITORÍAS ESTABLECIDO EN MANGO ES LA BASE FUNDAMENTAL PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LOS PRINCIPIOS RECTORES DE LA ONU SOBRE LAS EMPRESAS Y LOS DERECHOS HUMANOS EN LA CADENA DE SUMINISTRO

ACUERDO SOBRE SEGURIDAD DE LOS EDIFICIOS Y DE INSTALACIONES CONTRA INCENDIOS EN BANGLADESH

MANGO se unió a este acuerdo que fue establecido en mayo de 2013 con una vigencia de cinco años y que está constituido por numerosas marcas textiles de todo el mundo, sindicatos y ONGs. El objetivo es el de sumar esfuerzos y abrir vías de comunicación efectivas con el gobierno y sindicatos locales de Bangladesh que contribuyan a mejorar las condiciones de los trabajadores de las fábricas textiles de este país. Asimismo, representantes de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) trabajan activamente para hacer realidad los objetivos acordados. Actualmente casi 200 marcas están adheridas lo cual supone un total de 1.600 fábricas involucradas en el sistema de inspecciones que afecta a más de dos millones de trabajadores en Bangladesh.

10 ASPECTOS AMBIENTALES

Desde sus inicios MANGO es consciente de la importancia de llevar a cabo sus actividades de negocio siguiendo unos criterios de respeto hacia el medio ambiente y de desarrollo sostenible en todas sus áreas de influencia. MANGO establece una serie de principios fundamentales que constituyen su política medioambiental y el marco de actuación para la gestión de todos los aspectos ambientales de la organización. Periódicamente se revisan los objetivos adaptándolos a los cambios de legislación ambiental para una continua mejora en su impacto.



ÁMBITO INTERNO

PRODUCTO, ENVASES Y EMBALAJES

En nuestra organización contamos con un Plan Empresarial de Prevención de Residuos de Envases y Embalajes (PEP) aprobado por la administración, en el marco del cual se establecen determinados criterios para la reducción y optimización del uso de embalajes en relación al producto.

Además, MANGO utiliza cajas de material 100% reciclado, sin elementos metálicos y con precintos de papel. De esta forma se asegura el correcto y completo reciclado de las cajas cuando ya no están en condiciones para ser reutilizadas.

Para los pedidos iniciales se utiliza el sistema denominado *cross-docking*, que consiste en unos surtidos preestablecidos y preparados desde el proveedor. De esta manera las cajas no tienen que ser manipuladas al entrar en los almacenes sino que son directamente enviadas a su destino. Este sistema comporta una serie de ventajas, como una menor utilización de embalajes y un menor consumo de energía. A lo largo del año 2014, aproximadamente el 26% de los pedidos iniciales se realizaron utilizando este sistema.

CENTROS DE ACTIVIDAD

La actividad realizada en nuestra organización se lleva a cabo en diferentes instalaciones y puntos de venta, los cuales están optimizados desde el punto de vista de consumo y eficiencia energética. Todos ellos cuentan con sistemas de recogida selectiva para asegurar un reciclado correcto y eficiente.



Centros logísticos

Nuestros centros de distribución de mercancías disponen de sistemas de clasificación y encajado con un software específico, que permite optimizar el contenido de las cajas que se envían a los puntos de venta. La optimización del contenido de las cajas comporta una menor utilización de embalajes y consecuentemente una reducción en la producción de residuos.

Las prendas que de acuerdo con sus características se consideran de colgado se distribuyen en perchas desde el proveedor y por lo tanto no se utilizan cajas hasta nuestros centros de distribución, sino que se transportan colgadas directamente en los camiones. Esto comporta no solo una optimización de embalajes sino un ahorro de espacio que implica la utilización de menos vehículos de transporte lo cual comporta un ahorro de emisiones. Asimismo, desde estos centros a los puntos de venta más cercanos se utiliza el mismo sistema.

Desde los inicios de las obras del nuevo centro logístico de MANGO en Lliçà d'Amunt, Barcelona, se han tenido en cuenta criterios de ecoeficiencia. Entre otros cabe destacar: el aprovechamiento de todas las tierras de excavación internamente, la incorporación de un estudio paisajístico con plantas mediterráneas autóctonas de bajo consumo de agua, la utilización de las aguas pluviales para el riego sostenible de la urbanización y sistema de incendios, sistema de gestión lumínica integral y la instalación de iluminación LED en todo el centro.

Puntos de venta

Nos encontramos en un sector donde las características del punto de venta y la presentación del producto son fundamentales; la iluminación, el espacio y la climatización son básicos para una adecuada gestión del negocio. En lo referente a los puntos de venta franquiciados estos se consideran dentro del ámbito interno, ya que el sistema de gestión y funcionamiento se lleva de forma centralizada desde nuestra sede central. Nuestro compromiso es el de gestionar este ámbito de la manera más equilibrada y con el menor impacto ambiental posible.

Iluminación

Nuestros puntos de venta se iluminan todos desde hace años con halógenos, que implica un menor consumo ahorrando más de un 45% de energía, una mayor durabilidad respecto a otras tecnologías y un descenso del calor residual que permite ajustar mejor la climatización del punto de venta.

Por otro lado la iluminación mediante Light-emitting Diodes (LEDs) está siendo implementada en el 100% de las tiendas nuevas y progresivamente se está aplicando este mismo criterio en el resto de tiendas.

Materiales

En los puntos de venta apostamos por materiales menos agresivos para el medio ambiente, más perdurables y con un menor mantenimiento. No obstante, en el caso de utilizar parquet, se solicitan con la certificación otorgada por la organización *Programme for the Endorsement of Forest Certification Schemes (PEFC)* que asegura una gestión forestal sostenible. Además, las perchas de los puntos de venta son de madera de alta calidad y durabilidad.

Reutilización

Todos los trasposos de productos entre puntos de venta, así como las devoluciones a los almacenes centrales, se realizan en cajas de cartón reutilizadas. Por otro lado, parte del mobiliario de los outlets se aprovecha de otras instalaciones y las perchas de plástico que llegan a los puntos de venta con los envíos se reutilizan para las rebajas.

Bolsas

En todos nuestros puntos de venta se entregan bolsas de papel reciclado o de papel certificado por la organización *Programme for the Endorsement of Forest Certification Schemes (PEFC)* a los clientes. Las bolsas de plástico se utilizan en tiendas outlet y rebajas. Durante el año 2014 se han sustituido las bolsas de plástico convencionales por bolsas de plástico oxo-biodegradables como paso intermedio hacia su eliminación tal como marca la Directiva Europea 94/63/EC. Actualmente, casi el 60% de las bolsas comerciales MANGO puestas en el mercado son de papel.

PUNTO DE VENTA SOSTENIBLE

El consumo de tiendas es uno de los puntos con más potencial de ahorro energético y consecuentemente de reducción de emisiones.

En 2014, como primer paso hacia un nuevo objetivo de reducción de consumo en tiendas, MANGO ha puesto en marcha un proyecto piloto de gestión energética de consumos en 25 tiendas extendidas entre 8 países (Alemania, Austria, Bélgica, Francia, Italia, Holanda y Noruega).

El objetivo de este proyecto es definir los perfiles de consumo de cada tienda de manera que se pueda identificar y validar su consumo y posible ahorro energético. De esta manera se dispondrá de una plataforma que permita monitorizar y analizar los consumos de tiendas según sus características. Para llevar a cabo este análisis se instalaron Smartmeters (equipos de teled medida) y se establecieron alarmas para notificar los casos de picos de consumo elevados o fuera de los rangos establecidos según el perfil de consumo de la tienda. Además se han instalado baterías de condensadores en 16 tiendas seleccionadas para reducir la demanda de energía reactiva de la red.

Las acciones de la fase piloto de este proyecto han permitido identificar puntos de mejora energética teniendo en cuenta las condiciones específicas de cada tienda, entre ellas destacan el control del consumo nocturno y el ajuste de potencias necesarias según el perfil de cada tienda.



EN 2014, COMO PRIMER PASO HACIA UN NUEVO OBJETIVO DE REDUCCIÓN DE CONSUMO EN TIENDAS, MANGO HA PUESTO EN MARCHA UN PROYECTO PILOTO DE GESTIÓN ENERGÉTICA DE CONSUMOS

TRANSPORTE INTERNO

En cuanto a los desplazamientos del personal a las diferentes instalaciones de la sede central, MANGO pone a la disposición de sus empleados un servicio de transporte gratuito desde las ciudades cercanas más importantes que cubre todos los turnos y franjas horarias de los trabajadores.

Este servicio supone, desde el punto de vista ambiental, un ahorro de emisiones indirectas asociadas al desplazamiento de personal. Mediante encuestas internas MANGO consulta cuáles son las rutas y zonas con más demanda para adaptar su servicio de transporte a las necesidades del personal. Un 27% de los empleados en la sede central utiliza este servicio y además un 5% comparte vehículo para venir al trabajo.

ÁMBITO EXTERNO

TRANSPORTE Y DISTRIBUCIÓN

Todas las actividades logísticas de nuestra organización se contratan a terceras empresas, controlándose y monitorizándose desde nuestra sede central.

Todos los puntos de la cadena de distribución están optimizados en cuanto a tiempos y volúmenes de carga, para asegurar el menor impacto ambiental posible.

Siempre que es operativo se procura que un único transportista aglutine el mayor número de destinos optimizándose, de esta forma, los envíos. Cabe señalar que todas las empresas de transporte con las que colaboramos son organizaciones de primer nivel con políticas ambientales establecidas.

ENVÍOS DESDE LOS PROVEEDORES

Desde los proveedores de prenda acabada y complementos, el principal medio de transporte utilizado, y que también tiene un menor impacto ambiental, es el marítimo. No obstante para algunas zonas y ámbitos concretos se utiliza el transporte por carretera y de forma ocasional el aéreo, de acuerdo con el siguiente detalle:

Medio Marítimo	Medio Terrestre	Medio Aéreo
66,90%	24,36%	8,74%

ENVÍOS A PUNTOS DE VENTA

MANGO cuenta con almacenes estratégicos para cubrir todas sus necesidades de distribución a puntos de venta en distintas áreas geográficas tal y como está detallado en el capítulo 5. De esta forma se optimiza la distancia que debe recorrer cada pedido hasta llegar a su tienda destino. Por otro lado, la reposición se realiza de forma periódica en función de las ventas.

El transporte de prendas desde almacén a puntos de venta se detalla a continuación:

Medio Marítimo	Medio Terrestre	Medio Aéreo
7,27%	76,15%	16,58%

FABRICANTES, PROVEEDORES Y PRODUCTO

Toda la actividad de fabricación de MANGO se realiza mediante terceras empresas ubicadas en diferentes países. Una de las prioridades en esta área es la implantación de prácticas respetuosas con el medio ambiente, mediante diferentes tipos de acciones:

- La inclusión en el Código de Conducta de compromisos ambientales por parte de todos los proveedores.
- La verificación de la aplicación de estos compromisos en sistemas de gestión ambiental y su adecuado funcionamiento mediante auditorías externas en las fábricas.
- La creación de un estándar de sustancias químicas, de obligado cumplimiento por parte de los proveedores, en la fabricación de los diferentes productos así como la verificación externa de su aplicación a través de un laboratorio de referencia.

COMPROMISO DETOX

Alineado con nuestro programa de sostenibilidad a largo plazo, en diciembre 2012 MANGO se comprometió con Greenpeace y su iniciativa DETOX. MANGO reconoce no sólo la importancia de asegurar que sus prendas sean 100% libres de sustancias nocivas, sino que también reconoce la urgencia de controlar los vertidos industriales y eliminar todos los químicos peligrosos y nocivos para el medio ambiente a lo largo de la cadena de suministro.

La iniciativa DETOX tiene como objetivo desafiar a las mejores marcas textiles para hacer los cambios necesarios, junto a sus proveedores, para eliminar las sustancias peligrosas a lo largo de la cadena de suministro de su producto antes del 1 de enero de 2020. El compromiso y dedicación de MANGO con el proyecto DETOX ha sido evaluado positivamente por Greenpeace, que considera a MANGO una de las 16 empresas textiles líderes del proyecto.

MANGO es consciente de que para conseguir este objetivo, la relevancia y transparencia de información es importante y necesaria en línea con el "Derecho a saber". Con este fin, MANGO pone a disposición del público en su página web informes de seguimiento y progreso del proyecto, listas de sustancias restringidas tanto en producto como en fabricación, y metodología de detección.

Como fase inicial del proyecto MANGO informó a todos sus proveedores su compromiso en relación a la reducción de sustancias nocivas pertenecientes a 11 grupos de químicos y la necesidad de progresivamente trabajar hacia alternativas, estableciendo como prioridad la eliminación de APEOs y PFCs.

Para llevar a cabo el muestreo de aguas de vertido se estableció un criterio basado en el volumen total de producción y la presencia de procesos que implican el uso intensivo del agua como los procesos de tinto o lavado. Siguiendo estos dos criterios, en 2014 MANGO analizó fábricas de proveedores en China, India, Turquía, y Marruecos las cuales en su conjunto representan el 38,53% de la producción de procesos húmedos.

En la segunda fase del proyecto, MANGO analizará las aguas de fábricas de proveedores en Bangladesh y Vietnam siguiendo las mismas pautas y criterios que en la primera fase.

Para más detalles del proyecto y su progreso:
www.mango.com/web/oi/servicios/company/rsc/detox.php



EMISIONES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO

CÁLCULO DE LAS EMISIONES

Desde hace cinco años se lleva a cabo el estudio y cálculo completo de las emisiones de gases de efecto invernadero. MANGO realiza el estudio internamente utilizando una herramienta de cálculo propia diseñada para contemplar todos los factores relevantes asociados a las emisiones de la empresa. Dicho estudio incluye todas las categorías de emisiones realizadas según protocolos internacionales, es decir: alcance 1 (emisiones directas), alcance 2 (emisiones indirectas asociadas a la electricidad) y alcance 3 (otras emisiones indirectas como los desplazamientos de personal). El cálculo incluye la logística directa, abarcando las emisiones asociadas desde la producción de prendas hasta su destino final en punto de venta.

Este estudio, tiene dos objetivos: el primero, mostrar cuál es el impacto de emisiones de CO₂ e identificar posibles medidas y acciones de mejora, y en segundo lugar, qué reducciones se derivan de estas mejoras.

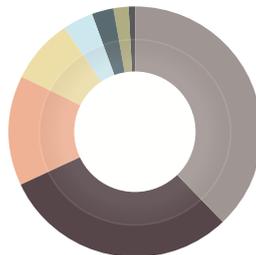
La Fundación Ecología y Desarrollo (Ecodes) verifica anualmente estos estudios y otorga a MANGO la etiqueta CeroCO₂ de producción y logística (calculada y verificada).

Por otro lado, MANGO forma parte desde el año 2010 del programa *Acordis Voluntaris*, promovido por la Generalitat de Catalunya, como parte de sus acciones en materia de gases de efecto invernadero. Este programa implica establecer un inventario anual de los gases emitidos a nivel nacional así como disponer de una política de reducción y, en su caso, de compensación de emisiones.

RESULTADOS DEL ESTUDIO

La actualización de los factores de electricidad aplicados ha supuesto un mayor impacto en la reducción de las emisiones constatadas. Así pues, el total de emisiones de gases de efecto invernadero para el año 2014 es 286.430,95 Tn CO₂ eq.

La distribución de estas emisiones es la siguiente:



LA FUNDACIÓN ECODES OTORGA
A MANGO LA ETIQUETA CERO CO₂
DE PRODUCCIÓN Y LOGÍSTICA



Electricidad puntos de venta	37,82%
Transporte de mercancías	30,32%
Producción materias primas	14,29%
Electricidad producción mercancías	8,33%
Transporte personal	3,93%
Electricidad oficinas y almacenes	2,66%
Transporte materias primas	1,87%
Gas natural oficinas y almacenes nacionales	0,78%

COMPENSACIÓN DE EMISIONES

Asimismo MANGO compensa, desde el año 2009, las emisiones de sus oficinas y transporte de personal. MANGO escoge proyectos de compensación cercanos a sus áreas de producción para así estimular el desarrollo sostenible en sus zonas de influencia. Las últimas emisiones compensadas corresponden al año 2013 y ascienden a 17.618 Tn CO2 eq. Estas compensaciones se han realizado colaborando en los siguientes proyectos:

Proyecto 1 - Wind Power Project en Turquía

El proyecto consiste en la instalación de 10 aerogeneradores de 2.5 MW en la zona de Badirma, al noroeste de Turquía que contribuyen a la reducción de emisiones de CO₂ substituyendo el consumo de electricidad procedente de fuentes de energía no renovables, principalmente combustibles fósiles, por energía eólica limpia y renovable. Está certificado por el "Gold Standard", certificado que acredita no sólo el impacto ambiental positivo del proyecto sino también sus beneficios sociales para las comunidades locales más cercanas a la zona de desarrollo del proyecto.

Proyecto 2 - Mini-centrales hidroeléctricas en zonas rurales de Vietnam

El proyecto, situado en Kon Plong (Vietnam), consiste en dos pequeñas centrales hidroeléctricas que proporcionan a la región electricidad limpia, sostenible y de forma estable, substituyendo el uso de generadores diesel y la quema de leña para iluminación y calefacción. Al reducir la quema de combustibles fósiles y leña el proyecto mejora la calidad del aire tanto de la región como en el interior de los hogares. Además los promotores del proyecto destinan parte de la financiación obtenida por los créditos de carbono a apoyar el desarrollo sostenible en las comunidades de la región mediante proyectos como la construcción de canales para el riego, puentes y carreteras y la construcción de una escuela.

REDUCCIÓN DE EMISIONES

En las reformas y aperturas de nuevos puntos de venta propios y franquiciados se tienen en cuenta una serie de criterios y acciones, que se van actualizando, con la finalidad de reducir los consumos de energía. Aunque el consumo global de tiendas ha aumentado debido a la apertura de nuevos puntos de venta, observamos una mayor eficiencia en tiendas considerando el consumo medio por metro cuadrado. El resumen de esta reducción es el siguiente:

CONSUMO MEDIO TIENDAS ESPAÑA		
2013	2014	% ahorro por m ²
407,54 kWh/m ²	337,80 kWh/m ²	17,1%

MANGO dio su apoyo a la decisión del Gobierno Español de alinearse con el paquete de medidas propuestas por la Comisión Europea definiendo objetivos para 2030 en materia de clima y energía en favor de una economía competitiva, segura y baja en carbono en el seno de la UE. El objetivo de reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero, es de al menos, un 40% para el año 2030.

CUMPLIMIENTO REGULATORIO

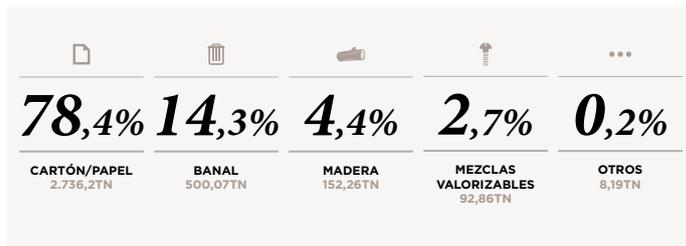
A la fecha de este informe MANGO no ha sido identificado ni sancionado por incumplimiento de la legislación y normativa ambiental.

INDICADORES DE RESIDUOS

En todas las instalaciones de MANGO se lleva a cabo una recogida selectiva de los residuos generados para que puedan ser valorizados y reciclados (cartón, plástico, madera, vidrio, banal etc.).

Los residuos generados por la empresa se gestionan por empresas externas especializadas. MANGO no genera residuos de carácter peligroso. Los únicos residuos especiales son aquellos asociados a la tecnología y mantenimiento de oficinas (tóner, fluorescentes, pilas, aerosoles, disolvente no halogenado) que representan menos del 1% del total de residuos generados por la empresa. Estos residuos especiales son debidamente gestionados según sus características. Por otro lado señalar que MANGO está adscrito a los sistemas integrados de gestión de residuos establecidos en determinados países (sistemas punto verde).

Las cantidades generadas de residuos en nuestra sede central para el año 2014 se describen a continuación:



INDICADORES DE CONSUMOS ENERGÉTICOS

CONSUMOS EN PUNTOS DE VENTA

El consumo eléctrico de los puntos de venta propios y una estimación para franquiciados en España correspondiente al año 2014 ha ascendido a 32.984 GWh y a 6.714 GWh respectivamente. Asimismo, una estimación para los puntos de venta propios y franquiciados fuera de España ha ascendido a 88.510 GWh y 79.977 GWh respectivamente.

CONSUMOS EN OFICINAS Y CENTROS DE DISTRIBUCIÓN

Durante el 2014 se ha llevado a cabo un estudio de las potencias de suministro eléctrico de algunas de las naves principales cuyo objetivo es la optimización de las potencias de forma ajustada a lo necesario para asegurar el mayor ahorro posible.

A continuación detallamos el consumo de electricidad, agua, gas y combustibles fósiles correspondientes a la sede central y centros de distribución:

Electricidad

El consumo de electricidad producido en nuestras oficinas y centros de distribución en todo el mundo asciende a 18.385 GWh.

Gas

Actualmente contamos con diecisiete calderas en nuestras instalaciones de El Hangar, Montcada, Palau, Parets y Terrassa, cuyo consumo de gas para 2014 fue de 3.181,40 GWh.

Agua

El consumo de agua corriente cuyo uso es no industrial en nuestra sede central y almacenes en España asciende a 20.685 m³.

Combustibles fósiles

Se consumen 1.619 litros de gasóleo al año utilizados en tareas de mantenimiento de los grupos electrógenos de nuestras instalaciones.

CONSUMO DE MATERIALES: TEJIDOS

El consumo de fibras utilizadas en nuestros tejidos para las prendas en el año 2014 ascendió a un total de 151.621.905 m².

El 42,8% de dichas fibras son de origen natural, y un 57,2% fibras químicas sintéticas.



11 CALIDAD Y SEGURIDAD EN NUESTROS ARTÍCULOS



El compromiso con nuestro cliente nos exige un rigor absoluto en cuanto a la seguridad y salud de nuestros productos.

Desde el año 2001 tenemos implantado un sistema de control de sustancias nocivas que establece unos elevados estándares de calidad de nuestros proveedores y de sus fábricas que se reflejan en el producto final.



MANGO MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD 2014
11 CALIDAD Y SEGURIDAD EN NUESTROS ARTÍCULOS | P. 62

PROCEDIMIENTO DE CONTROL DE SUSTANCIAS NOCIVAS

En la organización MANGO hemos asegurado siempre el cumplimiento de toda la legislación que, en materia de sustancias nocivas, es de aplicación en los diferentes países donde comercializamos nuestros productos: prenda, calzado y todo tipo de accesorios.

En este ámbito incluimos todas las sustancias identificadas como peligrosas sobre las que la organización MANGO realiza un seguimiento y control.

Todos los proveedores firman un documento, como parte del contrato comercial, sobre la normativa de MANGO referente a la utilización de productos y sustancias químicas en la fabricación. Una vez se ha iniciado la producción y antes de que se proceda a su embarque, se selecciona una muestra de cada modelo/color en función de unos criterios establecidos y se envía al laboratorio para su análisis completo.

Desde el inicio de este proyecto hemos confiado en un laboratorio español de reconocido prestigio internacional el Instituto Tecnológico Textil – Aitex (www.aitex.org) que es el único laboratorio en España que forma parte de la organización suiza Oeko-Tex. El hecho de que la totalidad de nuestra producción sea analizada en un único laboratorio nos asegura la homogeneización de los métodos de ensayo y facilita la supervisión y gestión de resultados.

El cumplimiento de todo lo especificado anteriormente es un requisito indispensable para poder trabajar como proveedor del grupo MANGO.

ESTÁNDAR MANGO DE SALUD Y SEGURIDAD EN EL PRODUCTO

El Estándar de MANGO sobre salud y seguridad del producto se revisa dos veces al año y se actualiza de acuerdo con los cambios en las legislaciones y otras recomendaciones de MANGO en materia de sustancias químicas. Los límites aplicados son los más restrictivos de la legislación vigente.

Es elaborado por el equipo de RSC en colaboración con técnicos de Aitex expertos en la materia y está publicado en la página web de la compañía. El mencionado documento es un manual detallado sobre cada una de las sustancias que se analizan sobre el producto, además de las legislaciones que aplican, métodos de ensayo, toxicología, etc.

Previamente al inicio de la nueva temporada, todos nuestros proveedores reciben el estándar actualizado para que lo tengan presente a la hora de adquirir las materias primas para la producción final y de esta forma asegurar el producto ya desde el origen. Asimismo, existe un plan de formación a proveedores nuevos sobre los aspectos claves de esta política.

12 DATOS ECONÓMICOS

143

NUEVOS
PUNTOS DE
VENTA NETOS

2.017

MILLONES DE
EUROS DE
FACTURACIÓN

81%

DE VENTA
EN MERCADOS
EXTERIORES



MANGO MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD 2014
12 | DATOS ECONÓMICOS | P. 02

MAGNITUDES BÁSICAS

Las cuentas anuales de las diferentes sociedades individuales y del grupo MANGO han sido preparadas de acuerdo con Principios y Normas de Contabilidad Generalmente Aceptados y se han preparado de acuerdo con la normativa establecida en los *International Financial Reporting Standards* (IFRS), en aplicación de la legislación vigente.

Se han auditado externamente todas aquellas sociedades que se encuentran dentro de los requisitos previstos en la legislación.

Por otro lado, el grupo de sociedades formado por MANGO MNG HOLDING, S.L.U. y sociedades dependientes ha sido coauditado por dos sociedades de auditoría, con el objetivo de mostrar una mayor transparencia. Las empresas que han realizado la citada coauditoria han sido: PricewaterhouseCoopers Auditores, S.L. y Auren Consultors-auditors Barcelona S.L.P.

Describimos a continuación las principales magnitudes e indicadores de desempeño económico. Los datos expuestos proceden de los estados financieros consolidados y de otros registros contables y de gestión del grupo.

Todos los importes, salvo indicación de lo contrario se expresan en miles de euros.

RESULTADOS	2011	2012	2013	2014
Importe neto de la cifra de negocios	1.408.414	1.690.982	1.845.782	2.017.131
EBITDA	148.382	209.192	229.939	223.255
Beneficio	64.874	110.490	120.598	107.648
Beneficio neto	62.403	113.447	91.181	77.876

BALANCE	2011	2012	2013	2014
Fondos propios	706.958	718.377	740.266	754.814
Total balance	2.169.220	2.117.795	2.110.758	2.367.198
Porcentaje de fondos propios sobre total balance	32,59%	33,92%	35,07%	31,88%

PUNTOS DE VENTA	2011	2012	2013	2014
Núm. total de puntos de venta a final del ejercicio	2.401	2.598	2.731	2.741
Núm. de puntos de venta propios	851	902	993	1.103
Núm. de puntos de venta franquiciados	1.550	1.696	1.738	1.638
Núm de países con puntos de venta abiertos	107	109	105	109

EXPANSIÓN NACIONAL E INTERNACIONAL

La expansión del grupo MANGO ha continuado durante el ejercicio 2014 mediante la apertura de 143 nuevos puntos de venta netos, estando presentes en 109 países y un total de 2.741 puntos de venta cuya superficie total es de 702.429m²: 405.571m² corresponden a puntos de venta propios (57,74%) y 296.858m² a franquiciados (49,67%).

Asimismo, destacar que el porcentaje de ventas en mercados internacionales ha sido del 81%.

El sistema de franquicia se lleva a cabo en países donde las características culturales y administrativas son distintas a las nuestras y, por este motivo, es más adecuado que la gestión se realice por personas del propio país. Asimismo, este sistema de gestión se aplica también en los casos en que se aporta una buena localización y cuando las características del mercado lo hacen más apropiado.



MANGO EN EL MUNDO POR ÁREAS GEOGRÁFICAS

AMÉRICA

Antillas Holandesas	0	1	1
Argentina	0	3	3
Arabia	0	1	1
Bermudas	0	1	1
Canadá	0	1	1
Chile	0	37	37
Colombia	0	24	24
Costa Rica	0	2	2
Cuba	0	1	1
Ecuador	0	8	8
Estados Unidos	4	441	445
Guatemala	0	2	2
Honduras	0	3	3
México	3	17	20
Nicaragua	0	1	1
Panamá	0	1	1
Paraguay	0	4	4
Perú	0	29	29
Rep. Dominicana	0	3	3
El Salvador	0	1	1
Venezuela	0	5	5

ÁFRICA

Argelia	0	4	4
Cameroon	0	1	1
Costa de Marfil	0	2	2
Egipto	0	7	7
Ghana	0	4	4
Guinea Ecuatorial	0	1	1
Marruecos	0	6	6
Namibia	0	3	3
Nigeria	0	3	3
Rep. Benin	0	1	1
Rep. de Mauritio	0	5	5
Senegal	0	1	1
Sudáfrica	0	49	49
Tunez	0	4	4

EUROPA

Albania	0	2	2
Alemania	85	46	131
Andorra	2	3	6
Armenia	0	3	3
Austria	15	6	21
Azerbaiján	0	5	5
Bélgica	15	17	32
Bielorrusia	0	6	6
Bosnia y Herz.	0	3	3
Bulgaria	2	0	2
Chipre	0	7	7
Chipre Norte	0	1	1
Croacia	11	1	12
Corea del Sur	1	0	1
Eslovaquia	4	5	9
España	250	105	355
Estonia	0	3	3
Finlandia	7	0	7
Francia	132	64	196
Georgia	0	2	2
Gibraltar (RU)	0	1	1
Grecia	6	8	14
Holanda	47	10	57
Hungría	9	1	10
Irlanda	7	0	7
Italia	67	16	83
Kosovo	0	2	2
Letonia	0	4	4
Lituania	0	5	5
Luxemburgo	1	1	2
Macedonia	0	2	2
Malta	0	3	3
Maldivas	0	1	1
Noruega	9	13	22
Polonia	31	1	32
Portugal	32	27	59
Reino Unido	58	22	80
Rep. Checa	10	0	10
Rumania	9	0	9
Rusia	85	75	160
Serbia	4	0	4
Suecia	5	0	5
Suiza	10	28	38
Turquía	186	0	186
Ucrania	2	16	18

PREVISIÓN APERTURA 2015
Zimbabue (1)

● Puntos de venta propios: 1.103
● Puntos de venta franquiciados: 1.438
● Total puntos de venta: 2.541

ASIA

Arabia Saudita	0	62	62
Australia	0	11	11
Baréin	0	4	4
Camboya	0	3	3
Corea del Sur	9	0	9
Emiratos Árabes	0	22	22
Filipinas	0	35	35
Hong Kong (China)	7	0	7
India	0	19	19
Indonesia	0	19	19
Irak	0	1	1
Japón	0	7	7
Israel	0	28	28
Japón	8	0	8
Jordania	0	4	4
Kazajistán	0	21	21
Kirguistán	0	2	2
Kuwait	0	7	7
Libano	0	8	8
Libia	0	3	3
Macau (China)	1	0	1
Malasia	0	30	30
Maldivas	0	1	1
Myanmar	0	1	1
Oman	0	2	2
Pakistán	0	3	3
Qatar	0	8	8
Rep. Popular China	30	51	81
Singapur	0	19	19
Siria	0	2	2
Sri Lanka	0	1	1
Tailandia	0	30	30
Taiwán	0	27	27
Vietnam	0	14	14

INFORMACIÓN SOBRE FILIALES EN EL EXTRANJERO

La estructura societaria (filiales en el extranjero) a 31 de diciembre de 2014 que soporta la red comercial y logística del grupo MANGO se describe a continuación:

ACUERDOS CON EMPRESAS EXTRANJERAS

Nuestra política ha sido siempre mantener nuestra independencia de decisión, por lo que no tenemos socios locales en ningún país en los que operamos.

SOCIEDAD DEPENDIENTE	FECHA DE CONSTITUCIÓN	ACTIVIDAD	PAÍS	% PARTICIPACIÓN	SOCIEDAD DEPENDIENTE	FECHA DE CONSTITUCIÓN	ACTIVIDAD	PAÍS	% PARTICIPACIÓN
MANGO France S.A.R.L.	15/01/1995	Comercio Moda	Francia	99,99	Mng MANGO Canada Corporation	11/09/2006	Comercio Moda	Canadá	100
MANGO Deutschland GmbH	13/09/1996	Comercio Moda	Alemania	100	MANGOor Comercio De Vestuario S.A.	20/12/2007	Comercio Moda	Portugal	100
Mng MANGO UK Ltd.	22/04/1997	Comercio Moda	Reino Unido	100	MANGO Slovensko S.R.O.	26/02/2007	Comercio Moda	Eslovaquia	99,91
MANGO Tr. Tekstilik Lt. Stl.	21/07/1997	Comercio Moda	Turquía	99,91	MANGO Garments Hellas, S.A.	28/02/2007	Comercio Moda	Grecia	100
MANGO Nederland B. V.	13/11/1997	Comercio Moda	Holanda	100	MANGO Russia	15/03/2007	Comercio Moda	Rusia	100
MANGO Brasil Comercial Ltd.	16/12/1997	Comercio Moda	Brasil	99,99	S.A.S. MANGO Hausman	23/03/2007	Comercio Moda	Francia	100
MANGO Heritwell S.L.	19/06/1998	Comercio Moda	Andorra	100	MANGO Suomy Oy	25/04/2007	Comercio Moda	Finlandia	100
Mng MANGO Belgique Sprl	29/01/1999	Comercio Moda	Bélgica	99,99	Mng MANGO Ireland, Ltd.	26/11/2007	Comercio Moda	Irlanda	100
MANGO Suisse S.A.	10/06/1999	Comercio Moda	Suiza	100	MANGO Garments Romania S.R.L.	17/07/2008	Comercio Moda	Rumanía	100
MANGO Österreich Handel GmbH	31/08/1999	Comercio Moda	Austria	100	MANGO Garments and Accessory (China) Ltd.	12/01/2011	Comercio Moda	China	100
MANGO Hungary Kft	11/10/1999	Comercio Moda	Hungría	100	MANGO (Macau) Limitada	13/05/2011	Comercio Moda	Macau (China)	99,98
MANGO Polska Sp. Z.O.O.	08/11/1999	Comercio Moda	Polonia	100	MANGO Korea Ltd.	03/04/2012	Comercio Moda	Corea del Sur	100
MANGO (Cz) S.R.O.	29/12/1999	Comercio Moda	Rep. Checa	99,91	MANGO Moda D.O.O.	24/01/2013	Comercio Moda	Croacia	100
MANGO Danmark ApS	28/02/2000	Comercio Moda	Dinamarca	100	MANGO SRB D.O.O. Beograd	30/04/2013	Comercio Moda	Serbia	100
MANGO Norge, As	11/05/2000	Comercio Moda	Noruega	100	MANGO Luxembourg S.A.R.L.	13/05/2013	Comercio Moda	Luxemburgo	100
MANGO Hong Kong Limited	29/10/2003	Comercio Moda	Hong Kong (China)	99	MANGO Ukraine TOV	06/08/2013	Comercio Moda	Ucrania	100
MANGO Sverige Ab	02/07/2004	Comercio Moda	Suecia	100	Laura Fitte M Moda d.o.o.	08/01/2014	Comercio Moda	Croacia	100
Distec Inc.	03/03/2005	Comercio Moda	Estados Unidos	100	MANGO Operaciones Mexico S de RL de CV	06/02/2014	Comercio Moda	México	99,99
MANGO Ny Inc.	09/03/2005	Comercio Moda	Estados Unidos	100	VLT Moda Tekstil KVE DISTIC	10/02/2014	Comercio Moda	Turquía	100
MANGO Italia S.R.L.	26/09/2005	Comercio Moda	Italia	100	MANGO Bulgaria EOOD	19/02/2014	Comercio Moda	Bulgaria	100
MANGO Online Inc.	25/10/2005	Comercio Moda	Estados Unidos	100	MEXIC Servicios de gestión de RL de CV	26/02/2014	Comercio Moda	México	99,99
MANGO Garments and Accessories Trading Ltd.	29/06/2006	Comercio Moda	China	100					
MNG Japan Ltd.	27/07/2006	Comercio Moda	Japón	100					

INDICADORES DE DESEMPEÑO ECONÓMICO

A continuación se describen los principales indicadores de desempeño económico del grupo consolidado MANGO MNG HOLDING, S.L.U. y sociedades dependientes de los últimos ejercicios:

VENTAS POR TIPO DE NEGOCIO

El detalle de las ventas por tipo de negocio, de los últimos ejercicios, se describe a continuación:

	2011	2012	2013	2014
Ventas en puntos de venta propios	885.518	1.088.249	1.234.574	1.438.647
Ventas a franquicias	522.896	602.732	611.208	578.484
Importe neto de la cifra de negocios	1.408.414	1.690.981	1.845.782	2.017.131

GASTOS DE PERSONAL

Los gastos de personal, correspondientes a los últimos ejercicios, se describen a continuación:

	2011	2012	2013	2014
Sueldos	226.440	252.174	270.288	304.649
Seguridad Social y otros gastos sociales	52.351	58.252	62.587	72.162
TOTAL	278.791	310.426	332.875	376.811

VENTAS POR ÁREAS GEOGRÁFICAS

El detalle de las ventas por áreas geográficas, de los últimos ejercicios, se describe a continuación:

ÁREA GEOGRÁFICA	2011	2012	2013	2014
España	270.402	291.604	323.285	375.716
UE	628.646	766.738	812.148	843.924
Resto Mundo	509.366	632.639	710.349	797.489
Importe neto de la cifra de negocios	1.408.414	1.690.981	1.845.782	2.017.131

COSTE DE LAS VENTAS Y MARGEN BRUTO

El margen bruto, correspondiente a los últimos ejercicios, se describe a continuación:

	2011	2012	2013	2014
Margen bruto (%)	57,2%	56,4%	58,4%	59,4%

DISTRIBUCIÓN DE LOS GASTOS DE PERSONAL

La distribución geográfica de los gastos de personal, de los últimos ejercicios, es la siguiente:

ÁREA GEOGRÁFICA	2011	2012	2013	2014
España	138.540	142.436	153.359	169.338
UE	93.114	106.930	115.899	141.277
Resto Mundo	47.137	61.060	63.581	66.197
TOTAL	278.791	310.426	332.839	376.811



PROVEEDORES DE CAPITAL

La evolución, de los últimos ejercicios, de las deudas con los proveedores de capital externo y su relación con el importe total del balance se describe a continuación:

	2011	2012	2013	2014
Deudas con entidades financieras a corto plazo	(414.495)	(298.989)	(260.742)	(355.787)
Deudas con entidades financieras a largo plazo	(713.686)	(769.208)	(708.112)	(809.991)
TOTAL deuda	(1.128.181)	(1.068.197)	(968.854)	(1.165.778)
Tesorería e inversiones financieras a corto plazo	763.610	648.490	560.319	733.271
TOTAL Deuda Neta	(364.571)	(419.707)	(408.535)	(432.507)
TOTAL Balance	2.169.220	2.117.795	2.110.758	2.367.198
Deuda Neta / Balance (%)	(16,81%)	(19,82%)	(19,35%)	(18,27%)

MANGO MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD 2014

VARIACIONES DE RESERVAS

Se detalla a continuación la variación de las reservas para el ejercicio 2014:

ESTADO DE MOVIMIENTOS DE LOS FONDOS PROPIOS	CAPITAL SOCIAL	PRIMA DE ASUNCIÓN	OTRAS RESERVAS	RESULTADO EJERCICIO	DIVIDENDOS	INTERESES MINORITARIOS	TOTAL
Saldo al inicio del ejercicio	22.233	139.778	565.074	91.181	(78.000)	0	740.266
Distribución ejercicio 2014	0	0	13.181	(91.181)	78.000	0	0
Resultado ejercicio 2014	0	0	0	77.876	0	0	77.876
Dividendos	0	0	0	0	(50.000)	0	(50.000)
Otro resultado global del ejercicio	0	0	(12.631)	0	0	0	(12.631)
Variación por cambios en perímetro de consolidación	0	0	(697)	0	0	0	(697)
Saldo al cierre del ejercicio 2014	22.233	139.778	564.927	77.876	(50.000)	0	754.814

IMPUESTOS DE BENEFICIOS

El detalle de los impuestos de beneficios de los últimos ejercicios se especifica a continuación:

ÁREA GEOGRÁFICA	2011	2012	2013	2014
España	2.601	(6.355)	28.947	29.525
UE	(1.328)	(946)	945	(1.373)
Resto Mundo	248	4.344	(475)	1.620
TOTAL	1.521	(2.957)	29.417	29.772



OTRA INFORMACIÓN DE INTERÉS



13 VERIFICACIÓN DE LA MEMORIA



INFORME DE VERIFICACIÓN INDEPENDIENTE DE LA MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD DE MANGO MNG HOLDING S.L.U. Y SOCIEDADES DEPENDIENTES (GRUPO MANGO) 2014

A la Dirección de MANGO MNG HOLDING S.L.U. y sociedades dependientes (Grupo Mango):

El presente documento constituye el resultado de la revisión llevada a cabo por AUREN sobre la información contenida en la Memoria de Sostenibilidad de MANGO MNG HOLDING S.L.U. y sociedades dependientes (Grupo Mango) para el año 2014. Este informe es un informe de verificación con el alcance detallado por GRI versión 4.0 (en adelante G4) y basado en los procedimientos establecidos por G4.

ALCANCE

La verificación efectuada ha tenido en cuenta los siguientes aspectos:

- La adecuación del contenido de la Memoria a la Guía G4 y la realidad de los indicadores en la Memoria correspondientes a la actividad de MANGO MNG HOLDING S.L.U. y sociedades dependientes (Grupo Mango) durante el año 2014.
- Que las informaciones de carácter cualitativo relativas a los indicadores G4 se encuentran adecuadamente corroboradas por información interna o de terceros.
- La información y resultados producidos por MANGO MNG HOLDING S.L.U. y sociedades dependientes (Grupo Mango) en cumplimiento de sus objetivos contenidos en la Memoria 2013, para el año vigente.

La elaboración de la Memoria de Sostenibilidad de MANGO y el contenido de la misma es responsabilidad de MANGO MNG HOLDING S.L.U. y sociedades dependientes (Grupo Mango) así como el mantenimiento y adaptación de los sistemas de gestión y control interno de los que se obtiene la información contenida en la Memoria. La responsabilidad de AUREN es la emisión de un informe independiente, basado en los estándares y procesos de verificación definidos de acuerdo con los criterios especificados en este informe.

El informe ha sido realizado exclusivamente en interés de MANGO MNG HOLDING S.L.U. y sociedades dependientes (Grupo Mango) de acuerdo con nuestra carta de encargo.



Memoria nº 1
Málaga 2014 14 "AUREN Dependientes"
S.A. - NIF 152 156 021
www.auren.es

AUREN / ASSURANCE



ESTÁNDARES Y PROCESOS DE VERIFICACIÓN

AUREN ha llevado a cabo el estudio y análisis detallado de toda la información contenida en el mismo comprobando su realidad y su adecuación a los indicadores del G4. El análisis de datos realizado ha tenido como referencia las siguientes normas en el ámbito de la auditoría y verificación de informes y sistemas de gestión: International Standard on Assurance Engagements (ISAE 3000), Accountability 1000 Assurance Standard (AA1000), Metodología propia establecida por AUREN y la Guía de Actuaciones sobre trabajos de Revisión de Informes de Responsabilidad Corporativa emitida por el Instituto de Censores Jurados de España.

La metodología aplicada ha incluido las siguientes actuaciones:

- Reunión con el Departamento de Responsabilidad Social Corporativa de MANGO MNG HOLDING S.L.U. y sociedades dependientes (Grupo Mango) para conocer el alcance de la actividad de la entidad y la ejecución del mismo en toda la estructura de la entidad.
- Reuniones realizadas con las personas de la empresa que aportan información fundamental para verificar el cumplimiento de los indicadores.
- Revisión documental sobre los sistemas de gestión, análisis, recogida y valoración de la información en términos de materialidad y relevancia para la elaboración de la Memoria. Esta ha incluido la revisión de los documentos y políticas internas de la empresa y su comparación con la realidad de su aplicación.
- Análisis de las actuaciones llevadas a cabo por MANGO MNG HOLDING S.L.U. y sociedades dependientes (Grupo Mango) con respecto a sus grupos de interés, vigencia de mapas de la relación materialidad con los mismos, medios de comunicación empleados en el diálogo con aquellos y actividades concretas desarrolladas con respecto a los mismos. Se tuvieron en cuenta tanto los datos conservados por la propia empresa, como los puntos de vista de los propios grupos de interés recogidos a través de conversaciones mantenidas con nuestros asesores.
- Auditoría presencial de los centros de trabajo de la empresa con especial atención a aquellos que agrupan a la mayoría de los empleados de la misma, para comprobar el cumplimiento de las normas laborales que afectan a su seguridad y bienestar, vinculadas a los indicadores incluidos en la Memoria.



Memoria nº 12
Málaga 2014 14 "AUREN Dependientes"
S.A. - NIF 152 156 021
www.auren.es

AUREN / ASSURANCE



15 ÍNDICE DEL CONTENIDO GRI



CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES	INDICADORES	DESCRIPCIÓN	PÁGINA	VERIFICACIÓN EXTERNA
ESTRATEGIA Y ANÁLISIS	G4-1	Declaración del máximo responsable de la toma de decisiones de la organización sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia.	4	✓
	G4-2	Principales efectos, riesgos y oportunidades de la organización.	18-19	✓
PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN	G4-3	Nombre de la organización.	9	✓
	G4-4	Marcas, productos y servicios más importantes.	10	✓
	G4-5	Localización de la sede principal de la organización.	10, 76	✓
	G4-6	Número de países en los que opera la organización y nombre de los países en los que desarrolla actividades significativas.	6, 68	✓
	G4-7	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	7	✓
	G4-8	Mercados servidos.	68	✓
	G4-9	Tamaño de la organización.	6, 66-72	✓
	G4-10	Perfil del equipo humano de la organización.	6, 35-36	✓
	G4-11	Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos.	33	✓
	G4-12	Descripción de la cadena de suministro de la organización.	42-44	✓
	G4-13	Cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria en el tamaño, estructura, y propiedad de la organización.	8, 10, 43-44, 69	✓
G4-14	Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	18, 55	✓	
G4-15	Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe.	4, 49	✓	
G4-16	Principales asociaciones a las que pertenece y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya.	20-21, 28-30	✓	
ASPECTOS MATERIALES Y COBERTURA	G4-17	Entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización.	66, 70	✓
	G4-18	Descripción del proceso para determinar el Contenido de la memoria y la Cobertura de cada Aspecto.	9, 15-16	✓
	G4-19	Aspectos materiales identificados.	15-16	✓
	G4-20	Cobertura de cada aspecto material dentro de la organización.	15-16	✓
	G4-21	Límite de cada aspecto material fuera de la organización.	15-16	✓
	G4-22	Consecuencias de las reexpresiones de la información de memorias anteriores y sus causas.	9	✓
	G4-23	Cambios significativos en el alcance de la Cobertura de cada Aspecto con respecto a memorias anteriores.	9	✓

CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES	INDICADORES	DESCRIPCIÓN	PÁGINA	OMISIONES	VERIFICACIÓN EXTERNA
PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS	G4-24	Lista de grupos de interés vinculados a la organización.	12		✓
	G4-25	Base para la elección de los grupos de interés con los que se trabaja en la organización.	15		✓
	G4-26	Enfoque de la organización sobre la Participación de los grupos de Interés.	12		✓
	G4-27	Cuestiones y problemas clave surgidos a raíz de la Participación de los grupos de interés y evaluación hecha por la organización, entre otros aspectos mediante su memoria. Especifique qué grupos de interés plantearon cada uno de los temas y problemas clave.	15		✓
PERFIL DE LA MEMORIA	G4-28	Periodo de objeto de la memoria.	9		✓
	G4-29	Fecha de la última memoria.	9		✓
	G4-30	Ciclo de presentación de memorias.	9		✓
	G4-31	Punto de contacto para solventar las dudas que puedan surgir sobre el contenido de la memoria.	76		✓
	G4-32	Opción de conformidad con la Guía elegida y su Índice GRI.	9, 77-83		✓
	G4-33	Políticas y prácticas con respecto a la verificación externa de la memoria.	9, 74-75		✓
GOBIERNO	G4-34	Estructura de gobierno de la organización.	7		✓
ÉTICA E INTEGRIDAD	G4-56	Valores, principios, estándares y normas de la organización, tales como códigos de conducta o códigos éticos.	11, 45-46, 63		✓

CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS	INDICADORES	DESCRIPCIÓN	PÁGINA	OMISIONES	VERIFICACIÓN EXTERNA
CATEGORÍA: ECONOMÍA					
DESEMPEÑO ECONÓMICO	EDG	Enfoque de gestión.	65-72		✓
	G4-EC1	Valor económico generado.	65-72		✓
CATEGORÍA: MEDIO AMBIENTE					
MATERIALES	EDG	Enfoque de gestión.	51, 60		✓
	G4-EN2	Porcentaje de los materiales utilizados que son reciclados.	51		✓
ENERGÍA	EDG	Enfoque de gestión.	51-53, 57, 59		✓
	G4-EN3	Energía consumida dentro de la organización.	59		✓
	G4-EN4	Energía consumida fuera de la organización.	59		✓
	G4-EN6	Reducción del consumo de energía.	57		✓

CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS	INDICADORES	DESCRIPCIÓN	PÁGINA	OMISIONES	VERIFICACIÓN EXTERNA
CATEGORÍA: MEDIO AMBIENTE					
AGUA	EDG	Enfoque de gestión.	59		✓
	G4-EN8	Consumo de agua.	59		✓
EMISIONES	EDG	Enfoque de gestión.	56-57		✓
	G4-EN15	Emisiones directas de gases de efecto invernadero (Alcance 1).	56-57		✓
	G4-EN16	Emisiones directas de gases de efecto invernadero (Alcance 2).	56-57		✓
	G4-EN17	Emisiones directas de gases de efecto invernadero (Alcance 3).	56-57		✓
	G4-EN19	Reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero.	56-57		✓
EFLUENTES Y RESIDUOS	EDG	Enfoque de gestión.	51-52, 58		✓
	G4-EN23	Peso total de residuos generados según tipo.	58		✓
PRODUCTOS Y SERVICIOS	EDG	Enfoque de gestión.	52-53		✓
	G4-EN27	Iniciativas para mitigar impactos ambientales del producto y servicios.	53		✓
CUMPLIMIENTO REGULATORIO	EDG	Enfoque de gestión.	57		✓
	G4-EN29	Multas e incumplimientos de la normativa ambiental.	57		✓
TRANSPORTE	EDG	Enfoque de gestión.	53-54		✓
	G4-EN30	Impacto ambiental del transporte de productos, actividades de la organización y personal.	53		✓
CATEGORÍA: SOCIAL					
SUBCATEGORÍA: PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO					
EMPLEO	EDG	Enfoque de gestión.	33		✓
	G4-LA1	Numero total de empleados, nuevas contrataciones y rotación media de empleados.	34-36		✓
	G4-LA2	Beneficios sociales para los empleados.	33		✓
	G4-LA3	Niveles de reincorporación al trabajo tras baja por maternidad o paternidad.	37		✓
	AF22	Política y prácticas sobre el empleo de trabajadores temporales y a tiempo parcial.	33-34		✓
SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO	AF24	Política relativa al uso y selección de agentes de empleo.	26		✓
	EDG	Enfoque de gestión.	33, 37-38		✓
	G4-LA6	Tasas de absentismo, enfermedades profesionales y días perdidos.	37		✓
	AF31	Iniciativas y programas para responder, reducir y prevenir la prevención de disfunciones musculares y del esqueleto.	38		✓

CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS	INDICADORES	DESCRIPCIÓN	PÁGINA	OMISIONES	VERIFICACIÓN EXTERNA
CAPACITACIÓN Y EDUCACIÓN	EDG	Enfoque de gestión.	39-40		✓
	G4-LA9	Promedio de horas de formación al año.	32, 38-39		✓
	G4-LA10	Programas de gestión de habilidades y de formación continua.	38-40		✓
	G4-LA11	Empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y desarrollo profesional.	39		✓
	AF5	Estrategia y alcance de los esfuerzos para reforzar la capacitación de los gerentes, trabajadores y otros miembros del personal para mejorar el desempeño social y medioambiental.	47		✓
DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES	EDG	Enfoque de gestión.	33-37		✓
	G4-LA12	Composición de los órganos de gobierno y desglose de la plantilla por categoría profesional, sexo y edad.	7, 35-36		✓
	AF32	Acciones para hacer frente a la discriminación por razón de género.	33-34		✓
IGUALDAD DE RETRIBUCIÓN ENTRE MUJERES Y HOMBRES	EDG	Enfoque de gestión.	33		✓
	G4-LA13	Relación entre el salario base de los hombres con respecto al de las mujeres.	33		✓
EVALUACIÓN DE LAS PRÁCTICAS LABORALES DE LOS PROVEEDORES	EDG	Enfoque de gestión.	47		✓
	G4-LA14	Nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a las prácticas laborales.	47		✓
	G4-LA15	Impactos significativos de las prácticas laborales en la cadena de suministro y medidas al respecto.	45-46, 48		✓
SUBCATEGORÍA: DERECHOS HUMANOS					
NO DISCRIMINACIÓN	EDG	Enfoque de gestión.	43, 45-46		✓
	G4-HR3	Número de casos de discriminación y medidas correctivas adoptadas.	45-46, 48		✓
TRABAJO INFANTIL	EDG	Enfoque de gestión.	43, 45-46		✓
	G4-HR5	Identificación de proveedores con un riesgo de casos de trabajo infantil, y medidas adoptadas al respecto.	45-46, 48		✓
TRABAJO FORZOSO	EDG	Enfoque de gestión.	43, 45-46		✓
	G4-HR6	Identificación de proveedores con riesgo de ser origen de episodios de trabajo forzoso, y medidas adoptadas al respecto.	45-46, 48		✓
EVALUACIÓN	EDG	Enfoque de gestión.	43, 48		✓
	G4-HR9	Número de centros que han sido objeto de exámenes o evaluaciones de impactos en materia de derechos humanos.	48		✓

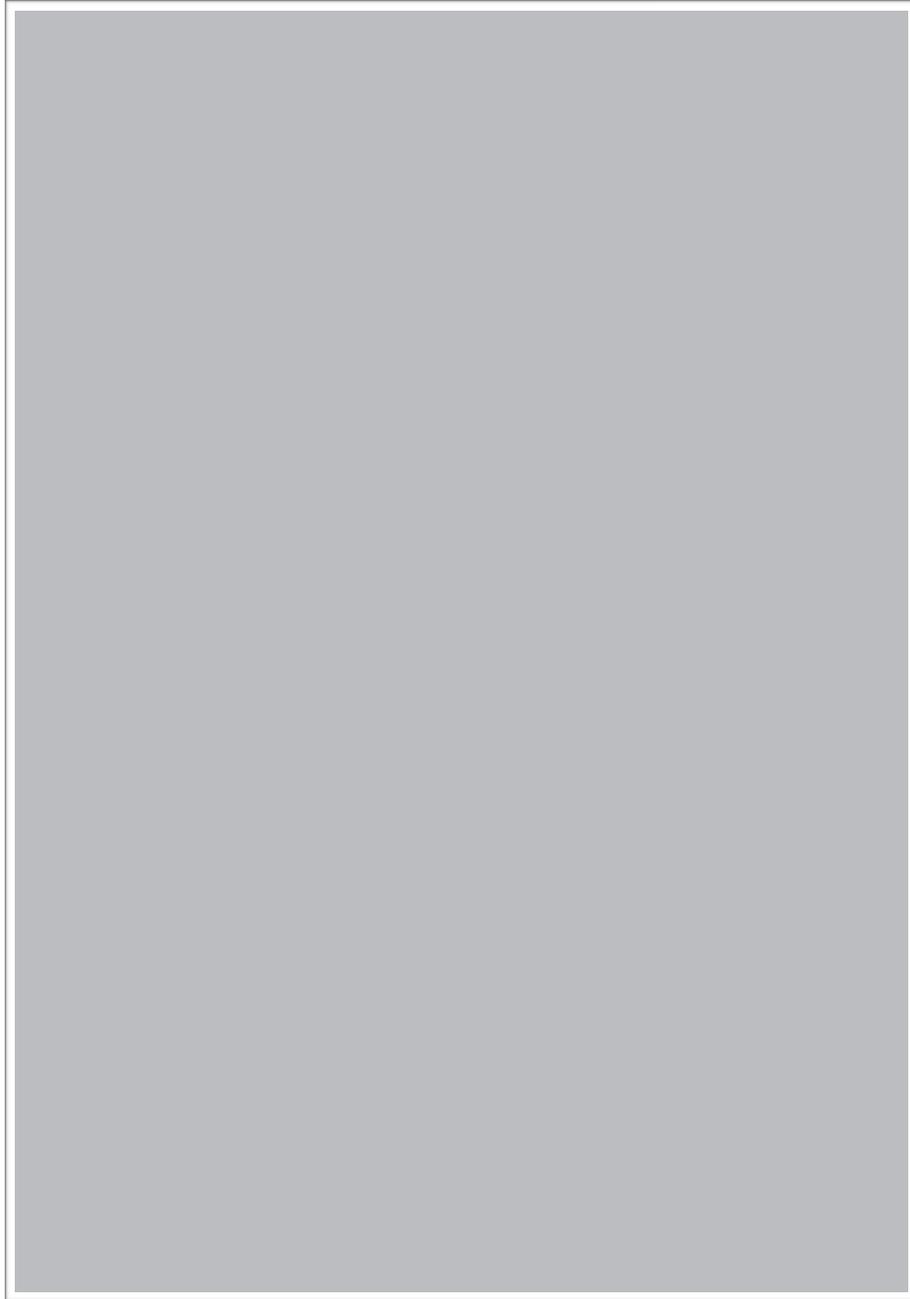
CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS	INDICADORES	DESCRIPCIÓN	PÁGINA	OMISIONES	VERIFICACIÓN EXTERNA
EVALUACIÓN DE LOS PROVEEDORES EN MATERIA DE DERECHOS HUMANOS	EDG	Enfoque de gestión.	43, 45-47		✓
	G4-HR10	Porcentaje de proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a los derechos humanos.	48		✓
	G4-HR11	Impactos negativos significativos en materia de derechos humanos, reales y potenciales, en la cadena de suministro y medidas adoptadas.	48		✓
SALARIOS Y HORARIOS	EDG	Enfoque de gestión.	33-34, 45-46		✓
	AF26	Política sobre jornada de trabajo.	45-46		✓
	AF27	Política y acciones para proteger los derechos por embarazo y maternidad de las trabajadoras.	34		✓
SUBCATEGORÍA: RESPONSABILIDAD DE PRODUCTO					
SALUD Y SEGURIDAD DE LOS CLIENTES	EDG	Enfoque de gestión.	61-64		✓
	G4-PR1	Porcentaje de productos significativos y categorías de servicios para los que los impactos en la salud y seguridad de los clientes son evaluados.	61-64		✓
	G4-PR2	Número total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a lo impactos de los productos y servicios en la salud y seguridad durante su ciclo de vida.	64		✓
	G40-PR8	Número de reclamaciones sobre la violación de la privacidad y la fuga de datos de los clientes.	27		✓
OTROS ASUNTOS MATERIALES					
CATEGORÍA: ECONOMÍA					
COMPETITIVIDAD EN EL MERCADO	EDG	Enfoque de gestión.	65-72		✓
	INDICADOR PROPIO	Magnitudes básicas.	66		✓
EXPANSIÓN A NUEVOS MERCADOS Y CONSOLIDACIÓN EN LOS MERCADOS EXISTENTES	EDG	Enfoque de gestión.	67		✓
	INDICADOR PROPIO	Distribución geográfica 2014.	68		✓

CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS	INDICADORES	DESCRIPCIÓN	PÁGINA	OMISIONES	VERIFICACIÓN EXTERNA
CATEGORÍA: SOCIAL					
SUBCATEGORÍA: SOCIEDAD					
ACCIÓN SOCIAL Y CÁTEDRA RSC	EDG	Enfoque de gestión.	28-31		✓
	INDICADOR PROPIO	Colaboraciones económicas y divulgación.	28-31		
SUBCATEGORÍA: RESPONSABILIDAD DE PRODUCTO					
RELACIÓN CON EL CLIENTE Y SATISFACCIÓN	EDG	Enfoque de gestión.	23-26		✓
	INDICADOR PROPIO	Aspectos consultados por los clientes.	24		✓
BIENESTAR ANIMAL	EDG	Enfoque de gestión.	74		✓
	INDICADOR PROPIO	Política de pieles.	74		✓

MANGO

7.2: Memoria de Sostenibilidad Adolfo Domínguez





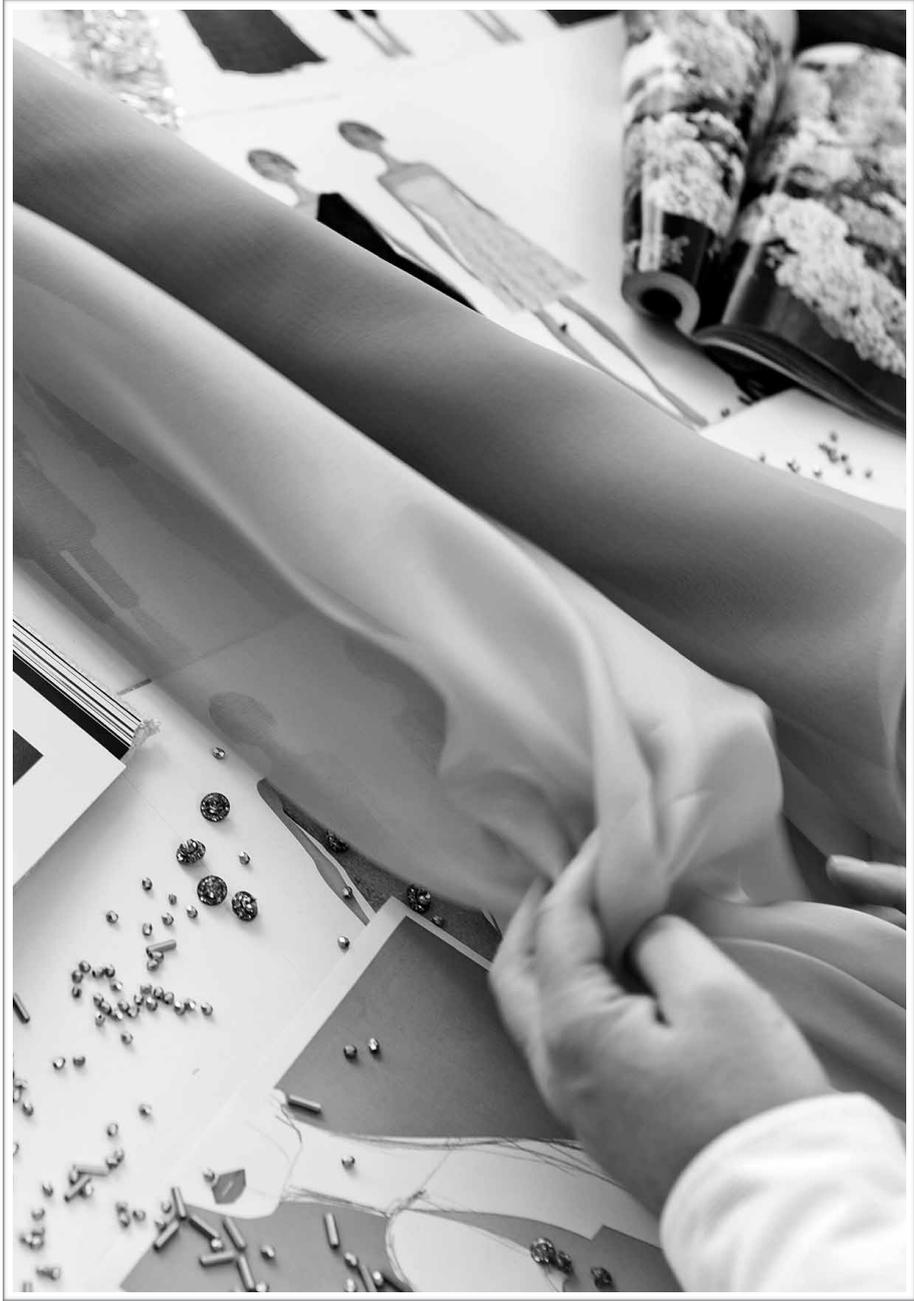
ADOLFO DOMINGUEZ 2014
INFORME ANUAL





ÍNDICE

1. PRESENTACIÓN	
1.1. Consejo de administración	5
1.2. Carta a los accionistas.....	6
1.3. Estructura del Grupo ADZ	8
1.4. Hechos significativos del ejercicio.....	9
1.5. Magnitudes destacadas.....	10
2. GESTIÓN DEL GRUPO	
2.1. Perfil de la empresa	13
2.2. Nuestra política en 2014.....	16
2.3. Situación de la red comercial interna y externa.....	17
2.4. Recursos Humanos	18
2.5. Actividad bursátil	23
3. POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL Y MEDIO AMBIENTE	
3.1. Política social y medioambiental en 2014	27
3.2. Código de conducta	30
4. CUENTAS ANUALES	
4.1. Cuentas anuales consolidadas.....	37
Informe de auditoría de cuentas anuales consolidadas	38
4.1.1. Estado de situación financiera consolidada	40
4.1.2. Cuenta de resultados consolidada	41
4.1.3. Estado de ingresos y gastos reconocidos consolidado	42
4.1.4. Estado total de cambios en el patrimonio neto consolidado	42
4.1.5. Estado de flujos de efectivo consolidado	43
4.1.6. Memoria Consolidada.....	44
4.1.7. Informe de gestión consolidado.....	115
4.2. Cuentas anuales individuales.....	131
4.2.1. Nota informativa	131
4.2.2. Balance	132
4.2.3. Cuenta de pérdidas y ganancias.....	134
4.2.4. Estado de cambios en el patrimonio neto	135
4.2.5. Estado de flujos de efectivo	136
4.3. Propuesta de aplicación de resultados.....	137
5. INFORMACIÓN CORPORATIVA	
5.1. Datos societarios	139
5.2. Datos sobre el informe anual	141
5.3. Gobierno corporativo	142
5.4. Directorio	144
5.5. Informe anual de Gobierno Corporativo.....	149





PRESENTACIÓN

1.1. CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

PRESIDENTE
ADOLFO DOMÍNGUEZ FERNÁNDEZ

VICEPRESIDENTE
LUÍS CARLOS CROISSIER BATISTA

VOCALES
ÁNGEL BERGES LOPEZA
JOSE MARÍA GARCÍA-PLANAS MARCET
ELENA GONZÁLEZ ÁLVAREZ
AGNES NOGUERA BOREL
JOSE LUIS NUÑO INIESTA

SECRETARIA NO CONSEJERA
MARTA RÍO ESTRELLA

1.2. CARTA A LOS ACCIONISTAS

No puedo empezar de otro modo que siendo positivo y continuando mi discurso del año anterior acerca de cómo, efectivamente, ya hay una luz que nos permite ver que el camino elegido es el correcto.

Se consolidan los cambios que apreciamos en el ejercicio anterior; el EBITDA, la posición financiera neta o el cash flow generado antes de amortizar deuda financiera de intereses, siguen mejorando. Se ha conseguido cerrar el ejercicio con un EBITDA recurrente positivo, obteniendo una mejoría del 35% respecto al mismo período del ejercicio anterior. Sin embargo, los gastos no recurrentes que ha tenido que afrontar el Grupo han influido negativamente, provocando una disminución del EBITDA ajustado.

El resultado financiero mejora por el efecto del diferencial de tipo de cambio, sobre los seguros contratados para las próximas campañas.

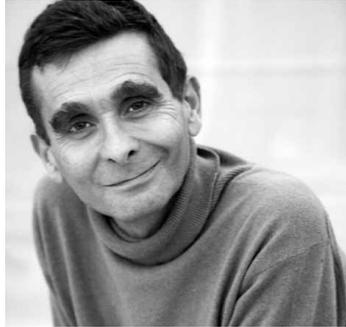
Además, la posición Financiera Neta mejora en un 20% en relación al ejercicio anterior y el cash flow generado antes de amortizar deuda financiera e intereses asciende a 8,9M€.

Si bien las ventas se han reducido en un 8,2% respecto al año anterior, esto se debe principalmente al impacto del plan de cierre selectivo de tiendas que registraban pérdidas. Además, es importante destacar el positivo progreso de 1 punto porcentual que ha cosechado el margen bruto como resultado de la nueva dinámica del producto en el punto de venta.

Tras la entrada en vigor de la Ley 27/2014 de 27 de noviembre del impuesto sobre sociedades que modifica el tipo de gravamen al 25 por ciento, el Grupo ha registrado dentro del gasto por impuesto sobre beneficios del período, un importe de 3,4M€ correspondiente al ajuste de los activos netos por impuestos diferidos.

El proceso de racionalización de la presencia de la marca en España se ha seguido llevando a cabo durante el 2014, lo que ha llevado al cierre de puntos de venta no estratégicos que no tenían previsión de generar EBITDA positivo en el medio plazo.

Y seguimos esforzando para llevar esta compañía a todos los rincones, o casi todos, del planeta. Es decir, convertirla en internacional.



Paralelamente, la digitalización de la compañía sigue siendo una de las claves de la estrategia. El proceso, liderado por el departamento de eCommerce, ha avanzado este año abriendo tienda online en México y ampliando su actividad a mercados como Estados Unidos. El objetivo a corto plazo es que la experiencia online de Adolfo Domínguez pueda vivirse desde todos los países en los que tenemos presencia.

Las señales de que vamos en la buena dirección son cada vez más evidentes y deben ser nuestro combustible. El recorrido es largo, pero la recompensa del trabajo bien hecho es la mayor de las satisfacciones.

A handwritten signature in dark ink, which appears to read 'Adolfo Domínguez'.

Adolfo Domínguez Fernández
Presidente

1.3. ESTRUCTURA DEL GRUPO ADZ

Adolfo Dominguez, SA.	31,51%	ADOLFO DOMÍNGUEZ FERNÁNDEZ
	14,80%	FUIG SL
	10,29%	LIBERTAS 7 SA
	7,56%	LA PREVISIÓN MALLOQUINA DE SEGUROS SA.
Adolfo Dominguez, S.A.R.L.	100%	FRANCIA
Adolfo Dominguez Ltd.	99,99%	INGLATERRA
Adolfo Dominguez Belgique, SA. (*)	99,60%	BÉLGICA
Adolfo Dominguez Luxembourg, SA. (*)	98,20%	LUXEMBURGO
Adolfo Dominguez Portugal - Moda Lda.	55%	PORTUGAL
Adolfo Dominguez - Japan Corporation Ltd.	100%	JAPÓN
Trespas S.A. de CV	100%	MÉXICO
Tornato S.A. de CV	100%	MÉXICO
Adolfo Dominguez - USA INC	100%	ESTADOS UNIDOS
Adolfo Dominguez USA LLC (**)	60%	ESTADOS UNIDOS
Adolfo Dominguez Shanghai Co. Ltd.	100%	CHINA

(*) El porcentaje restante es titularidad de la filial francesa Adolfo Dominguez, S.A.R.L.
 (***) El porcentaje de participación es titularidad de la filial Estadounidense Adolfo Dominguez, USA INC.

1.4. HECHOS SIGNIFICATIVOS DEL EJERCICIO

Se ha conseguido cerrar el ejercicio con un EBITDA recurrente positivo, obteniendo una mejoría del 35% respecto al mismo periodo del ejercicio anterior. Sin embargo, los gastos no recurrentes que ha tenido que afrontar el Grupo han influido negativamente, provocando una disminución del EBITDA ajustado.

Las ventas se han reducido en un 8,2% respecto al año anterior, principalmente debido al impacto del plan de cierre selectivo de tiendas que registraban pérdidas. Es importante destacar el positivo progreso de 1 punto porcentual, que ha cosechado el margen bruto como resultado de la nueva dinámica del producto en el punto de venta.

El resultado financiero mejora por el efecto del diferencial de tipo de cambio, sobre los seguros contratados para las próximas campañas.

Tras la entrada en vigor de la Ley 27/2014 de 27 de noviembre del impuesto sobre sociedades que modifica el tipo de gravamen al 25 por ciento, el Grupo ha registrado dentro del gasto por impuesto sobre beneficios del período, un importe de 3,4 M€ correspondiente al ajuste de los activos netos por impuestos diferidos.

La Posición Financiera Neta mejora en un 20% en relación al ejercicio anterior.

El cash flow generado antes de amortizar deuda financiera e intereses asciende a 8,6 M€.

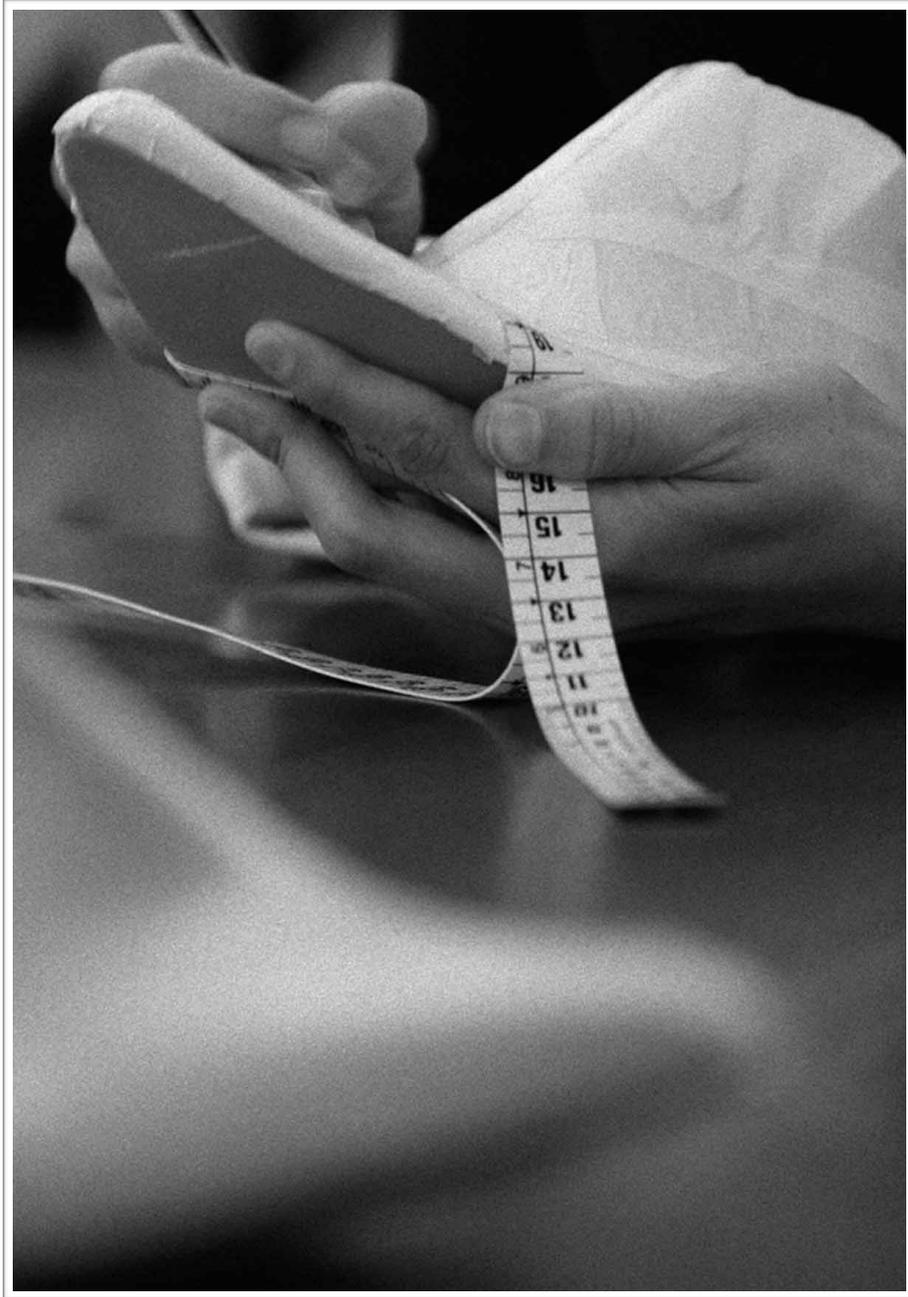
1.5. MAGNITUDES DESTACADAS EN MILLONES DE EUROS

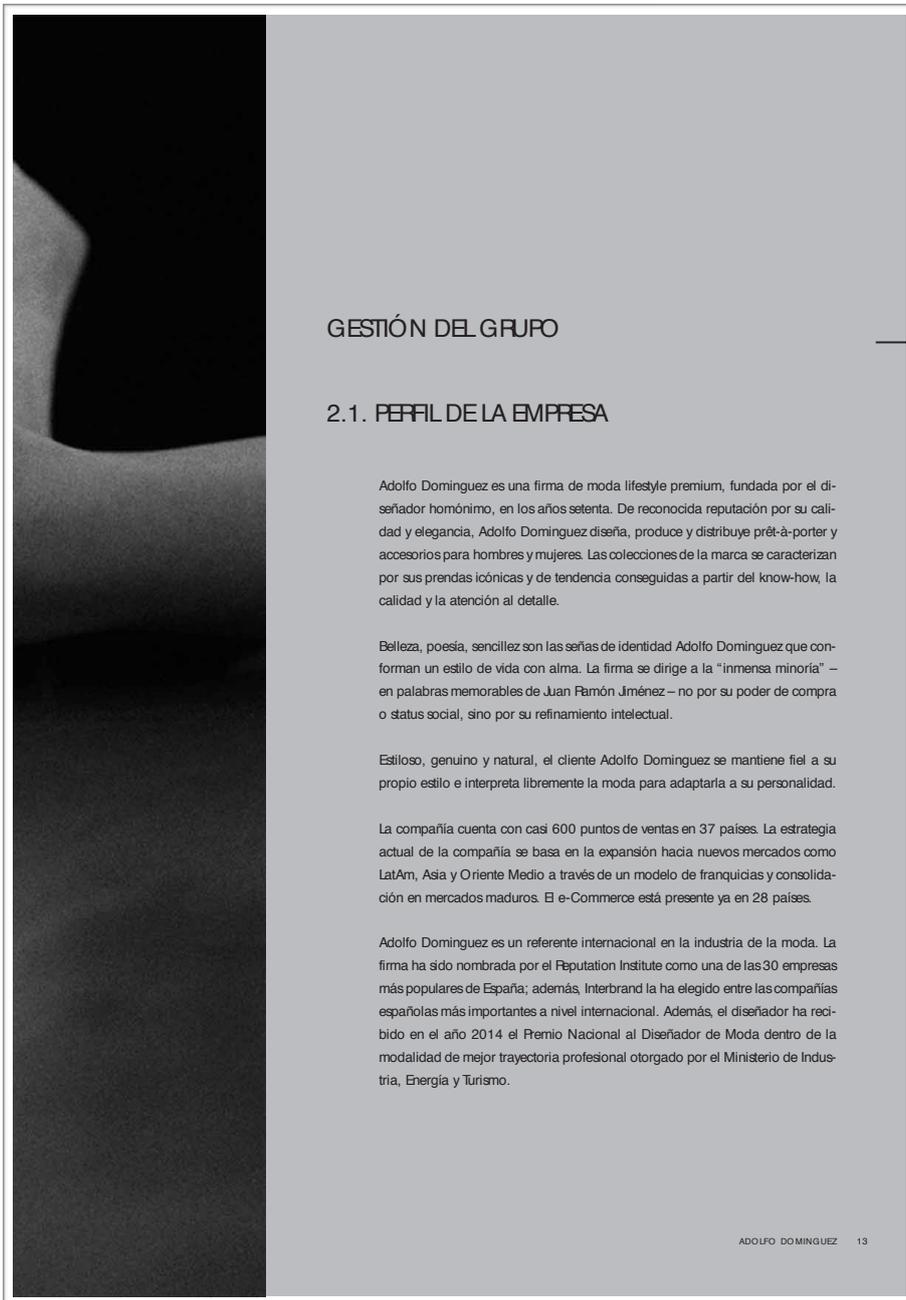
MAGNITUDES DESTACADAS	28/02/2015	28/02/2014	28/02/2013	29/02/2012	28/02/2011
VENTAS	121,54	132,17	148,45	153,10	163,46
VENTAS EXTERIOR	45,21	47,01	49,13	43,65	41,89
RESULTADO EXPLOTACIÓN	-7,79	-11,73	-32,09	-10,76	-4,92
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	-6,31	-14,49	-34,22	-12,50	-7,17
RESULTADO CONSOLIDADO DEL EJERCICIO	-10,99	-10,30	-24,11	-9,74	-4,78
CAPITAL SUSCRITO	5,57	5,57	5,57	5,49	5,49
PATRIMONIO NETO	75,10	85,01	95,72	121,21	130,82
ENDEUDAMIENTO BANCARIO	21,29	25,60	27,48	31,28	25,46
ACTIVO TOTAL	120,16	133,91	149,17	182,08	177,77
INVERSIONES	3,21	1,37	0,62	6,48	9,42
RESULTADO SOBRE VENTAS	-9,04	-7,78	-16,24	-6,36%	-2,93%
RESULTADO NETO SOBRE FONDOS PROPIOS	-14,63	-12,11	-25,19	-8,04%	-3,60%
PLANTILLA MEDIA	1.518	1.653	1.784	2.063	2.356

PUNTOS DE VENTA	28/02/2015	28/02/2014	28/02/2013	29/02/2012
ESPAÑA Y PORTUGAL	344	397	446	491
TIENDAS EN GESTIÓN DIRECTA	89	106	128	156
TIENDAS EN FRANQUICIA	64	73	88	105
CÓRNER EN GESTIÓN DIRECTA	191	218	230	230
EXTERIOR	235	252	249	230
TIENDAS EN GESTIÓN DIRECTA	30	35	37	49
TIENDAS EN FRANQUICIA	130	142	140	117
CÓRNER EN GESTIÓN DIRECTA	75	75	72	64
TOTAL	579	649	695	721



ADOLFO DOMINGUEZ 11





GESTIÓN DEL GRUPO

2.1. PERFIL DE LA EMPRESA

Adolfo Domínguez es una firma de moda lifestyle premium, fundada por el diseñador homónimo, en los años setenta. De reconocida reputación por su calidad y elegancia, Adolfo Domínguez diseña, produce y distribuye prêt-à-porter y accesorios para hombres y mujeres. Las colecciones de la marca se caracterizan por sus prendas icónicas y de tendencia conseguidas a partir del know-how, la calidad y la atención al detalle.

Belleza, poesía, sencillez son las señas de identidad Adolfo Domínguez que conforman un estilo de vida con alma. La firma se dirige a la "inmensa minoría" – en palabras memorables de Juan Ramón Jiménez – no por su poder de compra o status social, sino por su refinamiento intelectual.

Estiloso, genuino y natural, el cliente Adolfo Domínguez se mantiene fiel a su propio estilo e interpreta libremente la moda para adaptarla a su personalidad.

La compañía cuenta con casi 600 puntos de ventas en 37 países. La estrategia actual de la compañía se basa en la expansión hacia nuevos mercados como LatAm, Asia y Oriente Medio a través de un modelo de franquicias y consolidación en mercados maduros. El e-Commerce está presente ya en 28 países.

Adolfo Domínguez es un referente internacional en la industria de la moda. La firma ha sido nombrada por el Reputation Institute como una de las 30 empresas más populares de España; además, Interbrand la ha elegido entre las compañías españolas más importantes a nivel internacional. Además, el diseñador ha recibido en el año 2014 el Premio Nacional al Diseñador de Moda dentro de la modalidad de mejor trayectoria profesional otorgado por el Ministerio de Industria, Energía y Turismo.

En la actualidad, el diseñador y empresario continúa fiel a sus principios estéticos: las prendas con poesía. La firma ha evolucionado desarrollando diferentes líneas que cumplen los deseos de su público, convirtiéndose en una de las marcas españolas de referencia.

LÍNEAS DE PRODUCTO

ADOLFO DOMINGUEZ (HOMBRE Y MUJER)

Diseño impecable y materias con alma. Moda y accesorios de espíritu casual que se adaptan al ritmo de vida actual sin perder su esencia: poesía, belleza y sencillez.

U ADOLFO DOMINGUEZ (HOMBRE Y MUJER)

U Adolfo Domínguez propone una visión atrevida y única de la moda, a través del arte de hoy. Está ideada por un colectivo joven, creativo, independiente y multidisciplinar.

ADOLFO DOMINGUEZ + (MUJER)

Una colección donde la moda se adapta a los volúmenes especiales.

ADOLFO DOMINGUEZ PERFUMES (HOMBRE Y MUJER)

Hace 20 años el Grupo Puig, compañía líder en el mercado de los perfumes, unió sus fuerzas con Adolfo Domínguez. De esta manera, nació una colaboración que se mantiene hasta hoy y que ha dado como resultado el lanzamiento de más de 20 perfumes.

EXPANSIÓN

Durante el año 2014 Adolfo Domínguez continuó su expansión geográfica ampliando su presencia mundial al abrir puntos de venta en Marruecos, Egipto y Filipinas.

La firma sigue avanzando también en Hispanoamérica con nuevas aperturas en Perú y México. En este último país, la compañía cuenta actualmente con 139 puntos de venta.

Además, estamos avanzando en el cambio total del modelo de compra. Durante el 2014 Armenia, Corea, Guatemala, Ecuador, Honduras e Irán han pasado a trabajar con el modelo de compra en firme.



NUEVOS CANALES

La Compañía Adolfo Domínguez inauguró su tienda online www.adolfo Dominguez.com hace más de una década, adelantándose en varios años a compañías competidoras de su mercado.

Sin embargo, ha sido a partir de 2011 cuando se apostó decididamente por este canal como un canal de venta. El proyecto digital está presente en 22 países de la Unión Europea, México y EE.UU.

Avanzamos día a día para alcanzar mayor presencia en el mercado de eCommerce y mejorar la oferta a través de los mercados digitales. Hemos implementado nuevas funcionalidades y dispositivos para dar cobertura a nuevos canales digitales de venta. Todo esto se estructura a través de un sistema que denominamos "omnicanal", en el que se agrupa desde la tienda online a la venta 360°.

2.2. NUESTRA POLÍTICA EN 2014

Nuestros esfuerzos en 2014 se han centrado en la adecuación de la gestión de aprovisionamientos a las necesidades de stock en los puntos de venta. Junto a ello, se ha completado una parte importante del plan de reestructuración de tiendas en España, si bien queda pendiente la fase de reubicación de algunas tiendas existentes.

El proceso de renovación del producto es ya una realidad: las colecciones se ven atractivas y rejuvenecidas.

En cuanto a comunicación, 2014 ha sido el año en el que hemos llevado a cabo una inversión real en publicidad en medio impresos, recibiendo una gran cobertura y acogida por parte de las principales cabeceras de moda.

Se ha procedido a diferenciar las marcas AD y U con objeto de incrementar la base de clientes potenciales.

La marca AD enfocada a un producto premium lifestyle y U enfocada a un producto premium moda. Se abandonó la línea de Niños y se está elaborando una nueva estrategia para la línea AD+.

POLÍTICA PARA EL AÑO 2015

Se apostará por fortalecer la operación de retail en los tres principales mercados, España, México y Japón, dotándolos de los medios y de los equipos directivos necesarios.

Hemos reforzado la inversión en publicidad en las principales cabeceras de moda.

La plataforma eCommerce ya se ha extendido a nuevos mercados (México y EEUU).

Se trabajará en la fidelización del cliente mejorando tanto técnica como estratégicamente las herramientas de CRM.

Se implementarán nuevas herramientas de Visual Merchandising, dotando a los equipos de tienda de guías enfocadas a aportar información valiosa tanto para la colocación como para la venta.

2.3. SITUACIÓN DE LA RED COMERCIAL INTERNA Y EXTERNA

España y Portugal:

Reducción de 53 puntos de venta como resultado del plan de reestructuración de tiendas en España, que prevé el cierre de aquellos puntos de venta que sin ser estratégicos no registren EBITDA positivo.

Exterior:

Reducción neta de 17 puntos de venta debido al abandono de territorios con un nivel bajo de recompensa-esfuerzo ya anunciado durante el ejercicio anterior.

	28/02/2015	28/02/2014	VARACIÓN NETA
España y Portugal:	344	397	-49
Tiendas en gestión directa	89	106	-22
Tiendas en franquicia	64	73	-15
Cómers en gestión directa	191	218	-12
Exterior:	235	252	3
Tiendas en gestión directa	30	35	-2
Tiendas en franquicia	130	142	2
Cómers en gestión directa	75	75	3
Total	579	649	-46

2.4. RECURSOS HUMANOS

En Adolfo Domínguez estamos convencidos de que nuestros profesionales son la base para garantizar el éxito de nuestro negocio. Por ese motivo, en 2014, se define una nueva Estrategia de Recursos Humanos para los próximos años y se toma la decisión de incorporar una nueva Dirección Corporativa de Recursos Humanos vinculada al negocio.

Este plan estratégico de RRHH estará 100% alineado con el de la Compañía y trabajará con el fin de tener un TALENTO EXCELENTE, una CULTURA PREMIUM y unos recursos EFICIENTES en todos los países donde opera Adolfo Domínguez.

Durante el 2014 podemos relatar el trabajo realizado en las áreas de Selección, Formación, Igualdad, Relaciones Laborales y Vigilancia de la Salud.

SELECCIÓN DEL MEJOR TALENTO

En Adolfo Domínguez nos preocupamos por incorporar los mejores profesionales a nuestra organización. Por ese motivo utilizamos diversas fuentes de reclutamiento y nos preocupamos por localizar a las personas más adecuadas para que se incorporen a trabajar con nosotros.

Además, dentro del proceso de selección realizamos diversas pruebas con el fin de garantizar que los nuevos profesionales se adecúan al puesto que necesitamos cubrir.

Consideramos la selección la puerta de entrada del TALENTO.

Una selección bien hecha garantiza que se incorporan las mejores personas para un puesto de trabajo en concreto de forma que tenga éxito en el desempeño del mismo y aporten valor a la compañía.

Para trabajar en Adolfo Domínguez es necesario que las nuevas incorporaciones tengan las competencias que buscamos pudiendo destacar la Orientación al Cliente, Pasión por la Moda, Orientación a los Resultados y la Excelencia entre otras.

FORMACIÓN DE NUESTROS PROFESIONALES

La formación de nuestros profesionales es fundamental para conseguir un mejor desempeño de cada persona en su puesto de trabajo, a la vez que les ayuda en su desarrollo personal y profesional y contribuye a diferenciarnos de la competencia tanto en el conocimiento del producto como en las habilidades necesarias para lograr la excelencia.

Personas formadas y satisfechas garantizan el éxito de nuestra organización.

La formación se realiza de forma continuada durante todo el año y está dirigida a todo el colectivo de trabajadores. Las acciones llevadas a cabo contemplan tanto formaciones adaptadas para el puesto de trabajo como otras que pretenden ampliar o mejorar los conocimientos del trabajador. Partiendo de la evaluación de necesidades formativas realizada el año anterior, se diseñó el Plan de Formación 2014, de esta forma aseguramos que las acciones formativas cubren las necesidades del negocio y de las personas aportando así valor para la compañía.

Durante el Plan de Formación 2014 se han llevado a cabo treinta y un cursos, que versaron sobre materias tan variadas como, entre otras: dirección y gestión de tiendas, producto, visual, legislación laboral, legislación aduanera, legislación medioambiental, prevención y seguridad en el trabajo, SAP e idiomas. En total han participado 216 profesionales de Adolfo Domínguez de distintas áreas y en total se han impartido un total de 1.308 horas de formación.

Al finalizar cada formación realizamos un cuestionario con el fin de garantizar la calidad de los cursos impartidos. En estos cuestionarios, más del 81% de los participantes en el Plan de Formación 2014 han otorgado una valoración global alta a las acciones formativas en las que han tomado parte, por lo que podemos concluir que el nivel de satisfacción global de los asistentes ha sido muy alto.

Al cierre del ejercicio el número de trabajadores es de 1501, distribuidos según las categorías que se indican a continuación:

- Automatización de procesos con Indesign y XML (3h)
- Como tratar con clientes Rusos (6h)
- Curso básico de Concienciación en Seguridad Aeroportuaria (20h). 3 Grupos
- Curso Primeros Auxilios para miembros del Plan de Emergencia (3h)
- Curso Teórico-práctico. Extinción de incendios para miembros del Plan de Emergencia (2h)
- Director de Tienda I (70h)
- Director de Tienda II (42h)
- Excel Intermedio (20h) 2 Grupos
- Excel Intermedio II (23h)
- Excel Online (30h)
- Excel para el departamento de personal (23h)
- Formación básica de concienciación AVSEC. Expedidor conocido (KC) (3h)

- Gestión de Color (10h)
- Gestión de kpis en retail (30h)
- Inglés A2 (80h)
- Inglés A2 lower intermediate(34h)
- Inglés comercial A2.(23h) 3 grupos
- Inglés comercial intermedio (23h)
- Inglés en Arquitectura (24h)
- Inglés en Arquitectura II (23h)
- Inglés Online (35h)
- Inglés semi-intensivo (42h)
- La Reforma fiscal que viene (4h)
- Marcada automática V10 (16h)
- Planes de Movilidad en la empresa (3h)
- Proyecto cret@ y novedades legislativas (3h)
- SAP Compras II(10h)
- SAP Compras III(16h)
- SAP Logística (7h)
- Soporte Vital Básico y Uso de Desfibriladores (38h) 2 grupos
- Tecnología Textil (150h)

IGUALDAD Y DIVERSIDAD

La efectiva y plena consecución del principio de igualdad en el marco de las relaciones laborales es un compromiso fundamental de Adolfo Domínguez y velamos por el cumplimiento íntegro y efectivo del principio de igualdad de trato.

De la manera más absoluta no se toleran conductas o actuaciones que supongan discriminación por razón de sexo, en cualquiera de sus manifestaciones y existe un comité de Igualdad que se preocupa de que no exista ningún tipo de discriminación y en el caso de detectar algún riesgo actúa siguiendo los canales establecidos.



	PORCENTAJE DE PLANTILLA POR SEXO	
	FEMENINO	MASCULINO
Cuenta de Número de personal	86,54%	13,46%
Directores de Tienda	87%	13%
Mandos Intermedios	61%	39%

Nota: "Categoría Profesional" por "Colectivo de Profesionales"

CATEGORÍA PROFESIONAL	28/02/15	28/02/14
PERSONAL DIRECTIVO	11	11
MANDOS INTERMEDIOS	150	167
TÉCNICOS	190	207
ADMINISTRATIVOS	145	181
OPEARIOS	267	196
DEPENDIENTES COMERCIALES	738	767
	1.501	1.629

DIALOGO CONTINUO EN LAS RELACIONES LABORALES

Mantener un diálogo cordial y abierto con los diferentes representantes sindicales es la base para garantizar la paz social en nuestra compañía y reconocer la labor que estos prestan a nuestros profesionales. De esta forma, se trabaja de manera conjunta para garantizando los derechos y deberes de las personas que trabajan en Adolfo Dominguez y que la vez exista flexibilidad y diálogo para velar por la viabilidad de la Compañía.

VIGILANCIA DE LA SALUD

El área de Prevención de Riesgos Laborales trabaja constantemente con el fin de garantizar que se cumplen todos los aspectos de la Ley de Prevención de Riesgos Laborales dentro de nuestra Compañía.

De esta forma se consigue minimizar y evitar riesgos para conseguir que todos nuestros profesionales gocen de una salud laboral que les permita el correcto desempeño de su puesto de trabajo.

Nos tomamos muy en serio esta labor de vigilancia de la salud, tanto en las fábricas como en las tiendas pasando por las oficinas. Y se adoptan las medidas necesarias en cada entorno para garantizar que se tienen en cuenta los diferentes riesgos laborales y se actúa en consecuencia.

De esta forma analizamos diferentes índices con el fin de estar seguros de que nuestros esfuerzos se ven reflejados en la mejora de los mismos.

	2013	2014
I.G	0,37	0,32
I.I	2,4	2,04
I.F	13,26	11,26

- Índice de Frecuencia (I.F): Representa el número de accidentes con baja acaecidos durante la jornada de trabajo por cada millón de horas trabajadas por los trabajadores expuestos al riesgo.
- Índice de Gravedad (I.G.): Supone el número de jornadas perdidas por cada mil horas trabajadas.
- Índice de Incidencia (I.I): Es el número de accidentes ocurridos por cada mil personas expuestas.

Podemos concluir que, en lo que se refiere a la accidentabilidad laboral, en el año 2014 se ha producido un descenso en el número de los accidentes con baja ocurridos en la empresa de un 0,31% menos respecto al año anterior y que seguiremos trabajando para mejorarlo.

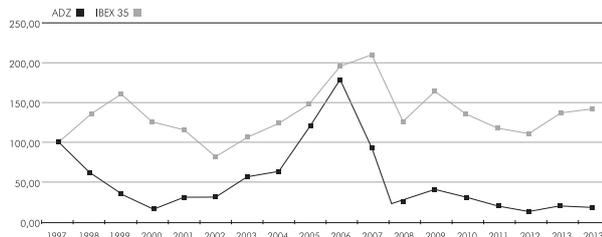
2.5. ACTIVIDAD BURSÁTIL

La incertidumbre ha marcado el transcurso del año 2014 en la economía europea, al no vislumbrarse, todavía, un afianzamiento de la recuperación económica y el retraso en la implantación de las anunciadas medidas de estímulo monetario, que ya habían dado sus frutos en la economía americana. La autoridad monetaria europea apoyó la reactivación de la economía y al sector financiero para impulsar los créditos y, de esta forma, contribuir a que la reactivación se consolidara.

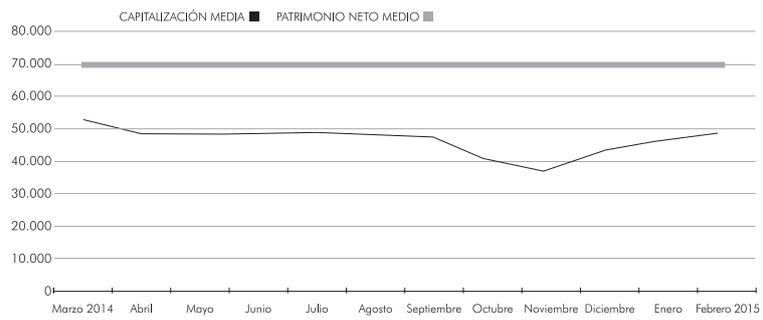
La economía en los distintos países europeos se ha comportado de forma dispar, mientras que, países como Irlanda y Portugal daban por finalizados sus rescates, Grecia volvía a generar más incertidumbre, Italia no salía de la recesión, Alemania desaceleraba y Francia seguía estancada. En España se empezaban a atisbar los primeros síntomas de recuperación, mejorando la confianza de los inversores y la reactivación del consumo interno.

A pesar de no haberse despejado claramente el horizonte, las bolsas europeas han mantenido la tendencia de crecimiento del año anterior, si bien con unos crecimientos más moderados que se situaron en el 3,66% para el Ibex 35 y en el 3,90% la media de los índices de la zona euro.

La evolución de nuestros títulos, frente al Ibex 35, desde el año 1997 fecha de salida a Bolsa, se muestra en el siguiente gráfico:



Durante todo el ejercicio la capitalización bursátil ha sido inferior a patrimonio medio neto consolidado de la empresa.



COTIZACIÓN DURANTE EL EJERCICIO COMPRENDIDO ENTRE EL 1 DE MARZO DE 2014 Y EL 28 DE FEBRERO DE 2015

MES	MÁXIMO	DÍA	MÍNIMO	DÍA	MEDIA	TÍTULOS CONTRATADOS
MARZO 2014	6,23	04/03/2014	5,10	27/03/2014	5,69	314.855,00
ABRIL	5,69	04/04/2014	4,91	25/04/2014	5,27	236.159,00
MAYO	5,55	06/05/2014	4,95	21/05/2014	5,16	281.560,00
JUNIO	5,43	30/06/2014	5,15	06/06/2014	5,32	116.006,00
JULIO	5,38	16/07/2014	5,20	18/07/2014	5,28	157.766,00
AGOSTO	5,38	01/08/2014	4,92	04/08/2014	5,14	73.431,00
SEPTIEMBRE	5,30	08/09/2014	4,65	26/09/2014	5,11	187.272,00
OCTUBRE	5,02	01/10/2014	3,95	31/10/2014	4,37	123.074,00
NOVIEMBRE	4,18	20/11/2014	3,65	14/11/2014	3,99	138.441,00
DICIEMBRE	5,20	15/12/2014	3,91	02/12/2014	4,66	667.697,00
ENERO	5,50	30/01/2015	4,50	19/01/2015	5,00	244.705,00
FEBRERO 2015	5,60	09/02/2015	4,98	04/01/1900	5,27	245.371,00
—	—	—	—	—	—	—
PERÍODO	6,23	04/03/2014	3,65	14/11/2014	—	—
—	—	—	—	—	—	—





PO LÍTICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL Y MEDIO AMBIENTE

3.1. PO LÍTICA SOCIAL Y MEDIO AMBIENTAL

Adolfo Domínguez siempre ha sido responsable con el medio ambiente, procurando llevar a cabo prácticas respetuosas en el desarrollo de su actividad y tratando con aquellos agentes vinculados con la sociedad para el cumplimiento de las normas que conforman las buenas prácticas de responsabilidad corporativa.

Todas las políticas que la compañía desarrolla, tanto sociales como medioambientales, giran en torno a una idea: debemos dejar la Tierra en mejores condiciones de cómo la encontramos.

En lo que respecta a las políticas sociales y medioambientales, la compañía ha desarrollado diversas iniciativas durante el año 2014:

MEDIO AMBIENTE	Continuamos apostando por la energía 100% Renovable, por el cual nuestras tiendas propias y servicios centrales funcionan con Energía Verde, esto es, electricidad de origen renovable o de alta eficiencia.
INICIATIVAS	<p>- Creación de colecciones ecológicas, como VEGANO, confección sostenible de una selección de prendas y complementos, elaborados sin materiales de procedencia animal.</p> <p>- Las etiquetas o el papel que envuelven las prendas que vendemos al cliente están fabricadas con material de origen sostenible o reciclado. El 100% de nuestras bolsas están certificadas FSC, certificado promovido por WWF y Greenpeace.</p>
COLABORACIONES	<p>- The Climate Project: desde 2007, Adolfo Domínguez forma parte de The Climate Project, organización creada por el ex vicepresidente de EEUU Al Gore para combatir el cambio climático. Con esta iniciativa nos unimos al movimiento internacional The Climate Group para aumentar el objetivo de reducción de gases de efecto invernadero del 20% al 30%.</p> <p>- 350.OFG: campaña internacional dedicada a construir un movimiento que una al mundo alrededor de las soluciones necesarias para la crisis climática. Es un símbolo de hacia dónde debemos dirigirnos como planeta. Adolfo Domínguez colabora con 350.OFG para concienciar a empleados, clientes y ciudadanos en general, sobre el impacto personal en el medio ambiente.</p> <p>- Compromiso con la adhesión a la fundación Corresponsables, donde Adolfo Domínguez, como firmante del manifiesto por la corresponsabilidad, se compromete en la construcción de una sociedad más justa, solidaria, sostenible y cohesionada.</p> <p>- Estamos adheridos al programa "Switch Asia Project", tras la firma a través de Atexga, de la carta de apoyo, con el objetivo de conseguir proveedores que garanticen el cumplimiento de la normativa y estándares de calidad medioambiental fijados por empresas europeas.</p> <p>- En colaboración con el CETEGA (Centro de Transfusión de Galicia), un año más, los trabajadores de servicios centrales de Adolfo Domínguez en el Polígono Industrial de San Cibrao das Viñas, participaron en la campaña de donación de sangre.</p>

- Apoyo a la fundación Blas Méndez Ponce y a su programa de ayuda a niño y adolescentes de oncología pediátrica y a sus familiares. Mediante la puesta en marcha de un rastrillo solidario, Adolfo Domínguez dona ropa de manera desinteresada, sin otro interés que, aportar su granito de arena a este empeño.

- Cooperación con el Instituto Europeo de Salud y Bienestar Social, ayudando al mundo de la discapacidad, a través de la Fundación Capaces.

- Participación en el Programa "Solidaridad en la Empresa" de la (AECC) Asociación Española contra el Cáncer, mediante la divulgación de folletos informativos.

- Diversas campañas internas de promoción de la Salud Laboral y prevención de lesiones músculo-esqueléticas.

BIENESTAR ANIMAL

Desde que el 22 de junio de 2010 se hizo pública nuestra Política de Bienestar Animal, se ha insistido en el cumplimiento de la misma, rechazando la fabricación con pieles con pelo, pieles exóticas, abandonando progresivamente el cuero en nuestras prendas, etc., e introduciendo progresivamente materiales alternativos.

COMERCIO ÉTICO

Para nosotros, la Responsabilidad Corporativa Empresarial, es un compromiso integrado en todas nuestras actividades, desde los clientes a la cadena de suministro. Una empresa sensible a la realidad de su entorno es una empresa más sostenible, eficiente y rentable.

AUDITORÍAS

Adolfo Domínguez se compromete, ante cualquier incidencia, a ayudar a nuestros proveedores en la búsqueda de soluciones que mejoren las condiciones laborales de los trabajadores.

Este año se ha realizado la auditoría legal del sistema de gestión de prevención de riesgos laborales, logrando la certificación por medio de Bureau Veritas, prueba del compromiso de la organización con la buena gestión.

THE GLOBAL COMPACT

Adolfo Domínguez está adherida y renueva un año más el compromiso de pertenencia a The Global Compact, iniciativa de la ONU que busca involucrar a las empresas en la gestión de los principios

basados en los derechos humanos, los derechos laborales, el medioambiente y la lucha contra la corrupción.

Debido a una nueva política de reporting, Adolfo Domínguez decide cumplir con el compromiso, a través de un formato libre, optando por subir a la página web de Global Compact una memoria de Responsabilidad Social Empresarial.

3.2. CÓDIGO DE CONDUCTA

OBJETO

Este documento define el comportamiento social, ético y medioambiental al que nos comprometemos y aquel que pretendemos encontrar en todos nuestros socios en el negocio.

El código ha sido elaborado de forma conjunta por el personal de la empresa, contando con la colaboración y el acuerdo de los representantes sindicales.

ALCANCE

Los compromisos que asumimos a través de este código de conducta están relacionados con:

RESPONSABILIDAD SOCIAL Y ÉTICA

Trabajo de Menores

Trabajos forzados, abusos y medidas disciplinarias

Discriminación

Condiciones de trabajo: relación laboral, horario de trabajo y remuneración

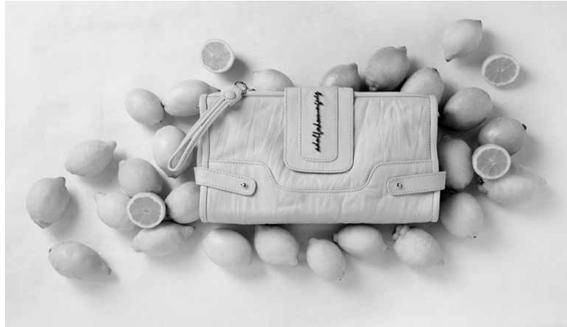
Salud y seguridad en el trabajo

Libertad de asociación y derecho a negociación colectiva

GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL

ÁMBITO DE APLICACIÓN

Reconocemos nuestras responsabilidades para con los trabajadores respecto a las condiciones en las cuales se diseñan, fabrican y comercializan nuestros productos y que dichas responsabilidades se extienden a todos los trabajadores relacionados con la fabricación de bienes o la prestación de servicios para nuestra empresa, sean o no empleados de la misma.



Asimismo, reconocemos nuestras responsabilidades en materia de reducción de riesgos ambientales y de control y prevención de todos aquellos procesos que puedan afectar al entorno que nos rodea, tanto si son de nuestra responsabilidad directa como si dependen de nuestros socios en el negocio. Por tanto, el código de conducta será de aplicación en:

NUESTRA ORGANIZACIÓN EN SU CONJUNTO: oficinas, fábricas, centro de almacenamientos y tiendas.
NUESTROS SOCIOS EN EL NEGOCIO: proveedores de producto terminado, nacionales y extranjeros, subcontratistas nacionales y extranjeros y tiendas en régimen de franquicia.

De esta manera, aseguramos la cobertura de todo el proceso de diseño, fabricación (corte, confección, planchado, etc.), embalaje y comercialización de nuestras prendas de vestir y complementos.

RESPONSABILIDADES

La dirección de la empresa será la máxima responsable de la difusión e implementación del código, así como de la supervisión de su adecuado cumplimiento.

NORMATIVA DE REFERENCIA

Para la definición del código de conducta, utilizamos como referencias:

LA NORMA SA 8000, que se basa en:

La Declaración Universal de los Derechos Humanos,
La Convención de las Naciones Unidas sobre los Derechos del Niño,
Las Convenciones y Recomendaciones de la Organización Internacional del Trabajo N° 29 y 105 (Trabajos forzados y esclavitud), 87 (Libertad de asociación), 98 (Derecho de negociación colectiva), 100 y 111 (Igual remuneración para trabajadores y trabajadoras, por trabajo de igual valor y Discriminación), 135 (Convención sobre los representantes de los trabajadores), 138 y 146 (Edad Mínima), 155 y 164 (Salud y seguridad en el trabajo), 159 (Rehabilitación vocacional y empleo de personas discapacitadas), 177 (Trabajo en el hogar) y 182 (Peores formas de trabajo infantil).

NUESTROS COMPROMISOS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

TRABAJO DE MENORES

Reconocemos los derechos de todos los menores a la protección contra la explotación económica y contra la realización de cualquier trabajo que pueda resultar peligroso, poner trabas a su educación, tener efectos nocivos para su salud o su desarrollo físico, mental, espiritual, moral y social. Por ello, no utilizamos ni apoyamos el trabajo de menores.

Promoveremos la educación de los niños y de los trabajadores jóvenes sujetos a la legislación local de enseñanza obligatoria, o los que simultaneen su trabajo con su formación escolar. Aseguraremos que la combinación de horas de escuela, trabajo y transporte para todo menor o trabajador joven no superará las 10 horas diarias.

No permitiremos que se exponga a niños ni jóvenes a situaciones peligrosas, inseguras o insalubres, así como la realización de trabajos nocturnos.

TRABAJO FORZADO, ABUSOS Y MEDIDAS DISCIPLINARIAS

No utilizaremos ni aceptaremos el uso de trabajos forzados o denigrantes, ni exigiremos o permitiremos que se obligue al personal a dejar bajo custodia del empleador "depósitos" o documentos de identidad al comenzar la relación laboral.

Garantizamos que todos los empleados podrán dejar libremente su empleo una vez preavisen de sus intenciones al empleador.

No utilizaremos ni aceptaremos el uso de castigos corporales, amenazas, violencia u otras formas de abuso físico, sexual, psicológico o verbal.

DISCRIMINACIÓN

No efectuaremos ni auspiciaremos ningún tipo de discriminación basada en los atributos de raza, casta, origen nacional, religión, discapacidad, género, orientación sexual, participación en sindicatos, afiliación política o edad al contratar, remunerar, capacitar, promocionar, despedir o jubilar al personal.

No interferiremos en el ejercicio del derecho de los empleados a observar sus prácticas religiosas, o en la necesidad de satisfacer necesidades que vengan determinadas por su raza, casta, origen nacional, religión, discapacidad, género, orientación sexual, participación en un sindicato o afiliación política.

No permitiremos comportamientos, incluyendo gestos, lenguaje y contacto físico, que sean, de carácter sexual, coercitivo, amenazador, abusivo o explotador.

CONDICIONES DE TRABAJO

RELACIÓN LABORAL

No consentiremos que no se lleven a cabo prácticas de contratación irregular o de falsificación de los programas de aprendizaje, dirigidas a evitar el cumplimiento de las obligaciones legales relativas a los derechos laborales y a la seguridad social.

HORARIO DE TRABAJO

El horario laboral no excederá de los límites impuestos por la normativa vigente o por los usos del sector, adoptándose el hábito que proteja en mayor grado al empleado. La semana de trabajo normal no excederá de las horas legalmente establecidas y asimismo todo el personal ha de disponer de los períodos de descanso reglamentados.

REMUNERACIÓN

Los salarios pagados cumplirán con la normativa legal o las reglas mínimas establecidas por la industria y que son suficientes para cubrir las necesidades básicas del personal y para ofrecer cierta capacidad de gasto discrecional.

No permitiremos que se realicen deducciones de los salarios por razones disciplinarias. Tampoco se practicará deducción alguna de los salarios, salvo que así lo exija la legislación laboral, o se haga con permiso escrito del trabajador.

Asimismo, insistiremos en que todos los trabajadores reciban información escrita y comprensible sobre las condiciones de empleo con respecto a las remuneraciones antes de ser contratados y sobre detalles particulares de sus salarios como el período en que reciben su sueldo. Los salarios y beneficios serán otorgados, cumpliendo rigurosamente con todas las leyes y que la remuneración se realizará de forma conveniente para los trabajadores.

SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO

Estableceremos un entorno laboral seguro y saludable, y tomaremos medidas adecuadas para prevenir accidentes y lesiones ocasionadas durante la actividad laboral o asociadas a ella, mediante la limitación, hasta donde sea razonablemente práctico, de las causas de riesgo inherentes a dicho entorno laboral.

Existirá un representante de la Dirección de alto nivel encargado de la Salud y Seguridad laboral de todo el personal y de la aplicación de las disposiciones sobre Salud y Seguridad en el Trabajo. Todos

los empleados recibirán de forma periódica y documentada, instrucciones sobre salud y seguridad laboral, y que dichas instrucciones sean ofrecidas a todo el personal nuevo, y al trasladado a otros lugares de trabajo. Estableceremos sistemas para detectar, evitar o responder a amenazas potenciales para la salud y la seguridad laboral de todos los empleados.

Aseguremos un adecuado sistema de ventilación, alumbrado y temperatura en todas las instalaciones. Asimismo, garantiremos que exista un sistema de seguridad apropiado (salidas de emergencia, plan de incendios, primeros auxilios, etc).

Mantendremos, para uso de todos los empleados, baños higiénicos, garantizando el acceso a agua potable y, cuando sea preciso, la existencia de instalaciones en adecuadas condiciones sanitarias para el almacén de alimentos.

LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y DERECHO DE NEGOCIACIÓN COLECTIVA

Respetaremos el derecho de los empleados a formar sindicatos y a ser miembros del sindicato de su elección, así como a negociar colectivamente.

En aquellos casos en que la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva estén restringidos por la ley local, facilitaremos instrumentos paralelos para que todo el personal pueda asociarse libremente, y negociar colectivamente.

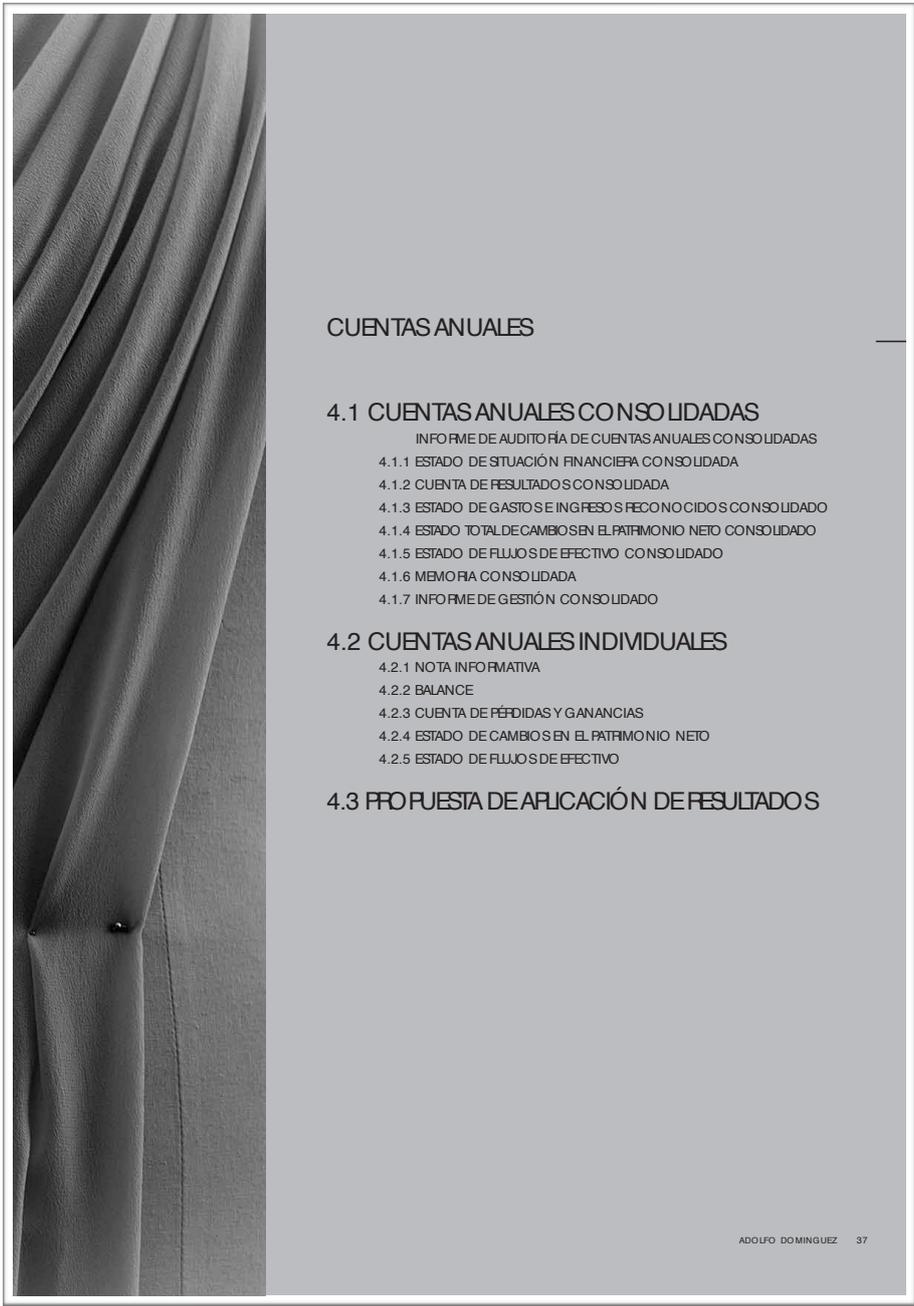
De la misma manera, adoptaremos una actitud abierta ante las actividades de los sindicatos y garantiremos que los representantes del personal no sean discriminados, y que dichos representantes tengan acceso a los trabajadores en el lugar de trabajo.

NUESTROS COMPROMISOS DE GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL

Nos implicamos en el cumplimiento de cuanto requisito ambiental legal pueda existir en cada país. Identificaremos todos los riesgos ambientales derivados de los procesos de diseño, fabricación y comercialización de nuestros productos que puedan provocar algún tipo de impacto ecológico en nuestro entorno. Una vez identificados estos, estableceremos todas las medidas que sean necesarias para corregir y evitar la aparición de problemas medioambientales. Asimismo, identificaremos situaciones potenciales de emergencia (incendios, lesiones, derrames, etc.), definiremos las medidas correctoras y preventivas pertinentes y realizaremos simulacros.

Impulsaremos en nuestra Organización una filosofía de mejora continua en materia de gestión ambiental, planificando las actividades a desarrollar en este ámbito, implantándolas y finalmente verificando la adecuación de las medidas adoptadas. Asimismo, escucharemos los consejos y opiniones de otras entidades (clientes, organizaciones no gubernamentales, etc.) relacionadas con el sistema de gestión ambiental, mejorando la formación y capacitación de nuestros trabajadores en materia de gestión ambiental, identificando el impacto ambiental de sus actividades y la consecuencia de apartarse de los procedimientos definidos al respecto.





CUENTAS ANUALES

4.1 CUENTAS ANUALES CONSOLIDADAS

INFORME DE AUDITORÍA DE CUENTAS ANUALES CONSOLIDADAS

- 4.1.1 ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA CONSOLIDADA
- 4.1.2 CUENTA DE RESULTADOS CONSOLIDADA
- 4.1.3 ESTADO DE GASTOS E INGRESOS RECONOCIDOS CONSOLIDADO
- 4.1.4 ESTADO TOTAL DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO NETO CONSOLIDADO
- 4.1.5 ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO CONSOLIDADO
- 4.1.6 MEMORIA CONSOLIDADA
- 4.1.7 INFORME DE GESTIÓN CONSOLIDADO

4.2 CUENTAS ANUALES INDIVIDUALES

- 4.2.1 NOTA INFORMATIVA
- 4.2.2 BALANCE
- 4.2.3 CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS
- 4.2.4 ESTADO DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO NETO
- 4.2.5 ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO

4.3 PROPUESTA DE APLICACIÓN DE RESULTADOS

INFORME DE AUDITORÍA INDEPENDIENTE DE CUENTAS ANUALES

A los Accionistas de Adolfo Domínguez, S.A..

Informe sobre las cuentas anuales consolidadas

Hemos auditado las cuentas anuales consolidadas adjuntas de la Sociedad ADOLFO DOMÍNGUEZ, S.A. (en adelante la "Sociedad dominante") Y SOCIEDADES DEPENDIENTES (en adelante "el Grupo"), que comprenden el estado de situación financiera consolidado al 28 de febrero de 2015 y la cuenta de resultados consolidada, el estado de ingresos y gastos reconocidos consolidado, el estado total de cambios en el patrimonio neto consolidado, el estado de flujos de efectivo consolidado y la memoria consolidada correspondientes al ejercicio terminado en dicha fecha.

Responsabilidad de los Administradores en relación con las cuentas anuales consolidadas

Los Administradores de la Sociedad dominante son responsables de formular las cuentas anuales consolidadas adjuntas, de forma que expresen la imagen fiel del patrimonio consolidado, de la situación financiera consolidada y de los resultados consolidados de Adolfo Domínguez, S.A. y Sociedades Dependientes, de conformidad con las Normas Internacionales de Información Financiera, adoptadas por la Unión Europea, y demás disposiciones del marco normativo de información financiera aplicable al Grupo en España, que se identifica en la Nota 2.a de la memoria consolidada adjunta, y del control interno que consideren necesario para permitir la preparación de cuentas anuales consolidadas libres de incorrección material, debida a fraude o error.

Responsabilidad del auditor

Nuestra responsabilidad es expresar una opinión sobre las cuentas anuales consolidadas adjuntas basada en nuestra auditoría. Hemos llevado a cabo nuestra auditoría de conformidad con la normativa reguladora de la auditoría de cuentas vigente en España. Dicha normativa exige que cumplamos los requerimientos de ética, así como que planifiquemos y ejecutemos la auditoría con el fin de obtener una seguridad razonable de que las cuentas anuales consolidadas están libres de incorrecciones materiales.

Una auditoría requiere la aplicación de procedimientos para obtener evidencia de auditoría sobre los importes y la información revelada en las cuentas anuales consolidadas. Los procedimientos seleccionados dependen del juicio del auditor, incluida la valoración de los riesgos de incorrección material en las cuentas anuales consolidadas, debida a fraude o error. Al efectuar dichas valoraciones del riesgo, el auditor tiene en cuenta el control interno relevante para la formulación por parte de los Administradores de la Sociedad dominante de las cuentas anuales consolidadas, con el fin de diseñar los procedimientos de auditoría que sean adecuados en función de las circunstancias, y no con la finalidad de expresar una opinión sobre la eficacia del control interno de la entidad. Una auditoría también incluye la evaluación de la adecuación de las políticas contables aplicadas y de la razonabilidad de las estimaciones contables realizadas por la dirección, así como la evaluación de la presentación de las cuentas anuales consolidadas tomadas en su conjunto.

Consideramos que la evidencia de auditoría que hemos obtenido proporciona una base suficiente y adecuada para nuestra opinión de auditoría.

Opinión

En nuestra opinión, las cuentas anuales consolidadas adjuntas expresan, en todos los aspectos significativos, la imagen fiel del patrimonio consolidado y de la situación financiera consolidada de la Sociedad Adolfo Domínguez, S.A. y Sociedades Dependientes al 28 de febrero de 2015, así como de sus resultados consolidados y flujos de efectivo consolidados correspondientes al ejercicio anual terminado en dicha fecha, de conformidad con las Normas Internacionales de Información Financiera, adoptadas por la Unión Europea, y demás disposiciones del marco normativo de información financiera que resultan de aplicación en España.

Informe sobre otros requerimientos legales y reglamentarios

El informe de gestión consolidado adjunto del ejercicio anual terminado el 28 de febrero de 2015 contiene las explicaciones que los Administradores de la Sociedad dominante consideran oportunas sobre la situación de Adolfo Domínguez, S.A. y Sociedades Dependientes, la evolución de sus negocios y sobre otros asuntos y no forma parte integrante de las cuentas anuales consolidadas. Hemos verificado que la información contable que contiene el citado informe de gestión concuerda con la de las cuentas anuales consolidadas del ejercicio anual terminado el 28 de febrero de 2015. Nuestro trabajo como auditores se limita a la verificación del informe de gestión consolidado con el alcance mencionado en este mismo párrafo y no incluye la revisión de información distinta de la obtenida a partir de los registros contables de la sociedad Adolfo Domínguez, S.A. y Sociedades Dependientes.

DELOITTE, S.L.

Inscrita en el R.O.A.C nº S0692



Victoria Larroy García

5 de junio de 2015



4.1.1 ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA CONSOLIDADO CUENTAS ANUALES CONSOLIDADAS

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA CONSOLIDADO al 28 de febrero de 2015			
ACTIVO	NOTA	28/02/15	28/02/14
ACTIVO NO CORRIENTE			
Activos intangibles	5	2.473.452	784.412
Inmovilizado material	6	27.067.730	32.108.987
Inmuebles de inversión	7	3.341.182	3.337.725
Inversiones financieras	8	5.839.122	6.194.937
Activos por impuestos diferido	14	19.285.651	23.152.308
Otros activos no corrientes		217.027	272.703
Total activo no corriente		58.224.164	65.851.072
ACTIVO CORRIENTE			
Existencias	9	27.889.640	34.307.696
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	10	15.439.045	13.329.473
Activos financieros corrientes	8	4.229.807	8.314.957
Administraciones Públicas	14	444.993	614.850
Otros activos corrientes		579.462	576.353
Electivo y equivalentes de efectivo	10	13.350.761	10.910.941
Total activo corriente		61.933.708	68.054.270
TOTAL ACTIVO		120.157.872	133.905.342
PATRIMONIO NETO Y PASIVO			
	NOTA	28/02/15	28/02/14
PATRIMONIO NETO			
Capital	11	5.565.665	5.565.665
Prima de emisión		422.399	422.399
Reservas acumuladas		101.899.741	110.731.387
Reservas en sociedades consolidadas		(21.930.451)	(20.498.740)
Acciones propias		(500.003)	(500.003)
Ajustes por valoración - Diferencias de conversión		207.941	(882.563)
Resultado consolidado del ejercicio		(11.037.722)	(10.263.357)
Total patrimonio neto atribuido a los accionistas de la Sociedad Dominante		74.627.570	84.574.788
Intereses minoritarios		476.282	437.469
Total patrimonio neto		75.103.852	85.012.257
PASIVO NO CORRIENTE			
Provisiones		220.711	172.586
Deudas con entidades de crédito	12	15.044.941	20.668.353
Otros pasivos financieros	12	2.149.257	3.902.443
Ingresos diferidos	13	282.000	714.709
Pasivos por impuestos diferido	14	97.551	104.831
Total pasivo no corriente		17.794.460	25.562.922
PASIVO CORRIENTE			
Provisiones a corto plazo		95.774	99.811
Deudas con entidades de crédito	12	6.244.129	4.931.626
Otros pasivos financieros corrientes	12	3.651.405	1.755.414
Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar		14.734.041	14.447.535
Administraciones Públicas	14	2.534.211	2.095.777
Total pasivo corriente		27.259.560	23.330.163
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO		120.157.872	133.905.342

Las Notas explicativas 1 a 23 adjuntas forman parte integrante del estado de situación financiera consolidado al 28 de febrero de 2015.

4.1.2 CUENTA DE RESULTADOS CONSOLIDADA
 CORRESPONDIENTE AL EJERCICIO ANUAL TERMINADO EL 28 DE FEBRERO DE 2015

CUENTA DE RESULTADOS CONSOLIDADA			
	NOTA	Ejercicio Anual terminado el 28/02/15	Ejercicio Anual terminado el 28/02/14
INGRESOS		124.309.474	134.908.602
Ventas	17	121.542.146	132.468.740
Otros ingresos de explotación	16	2.767.328	2.439.862
PROVISIONAMIENTOS	18	(48.940.874)	(56.466.098)
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN		75.368.600	78.442.504
Gastos de personal	18	(43.771.030)	(45.037.280)
Dotación a la amortización	5, 6 y 7	(6.152.477)	(8.479.446)
Imputación de subvenciones de inmovilizado		393.450	509.849
Exceso de provisiones		-	20.861
Deterioro y resultado por enajenaciones del inmovilizado	18	(538.519)	(623.279)
Otros gastos de explotación	18	(33.089.310)	(36.566.696)
RESULTADO BRUTO DE EXPLOTACIÓN		(7.789.286)	(11.733.487)
Ingresos financieros		525.441	395.673
Incorporación al activo de gastos financieros		142.384	-
Por deudas con terceros		(1.880.681)	(2.327.800)
Gastos financieros	19	(1.738.297)	(2.327.800)
Variación de valor razonable en instrumentos financieros	8	1.352.510	-
Diferencias negativas de cambio, neto		1.341.060	(794.355)
Deterioro y resultado por enajenaciones de instrumentos financieros		(2.584)	(39.569)
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS		(6.311.156)	(14.499.538)
Impuestos sobre beneficios	14	(4.687.753)	4.198.825
RESULTADO DEL EJERCICIO PROCEDENTE DE OPERACIONES CONTINUADAS		(10.998.909)	(10.300.713)
Resultado de las operaciones interrumpidas, neto de impuestos		-	-
RESULTADO CONSOLIDADO DEL EJERCICIO		(10.998.909)	(10.300.713)
Atribuido a:			
Accionistas de la Sociedad Dominante		(11.037.722)	(10.263.357)
Intereses minoritarios	11	38.813	(37.356)
Resultado por acción, básico y diluido, atribuido a los accionistas de la Sociedad Dominante	20	(1,19)	(1,11)

Las Notas explicativas 1 a 23 adjuntas forman parte integrante de la cuenta de resultados consolidada correspondiente al ejercicio anual terminado el 28 de febrero de 2015.

ADOLFO DOMINGUEZ 41

4.1.3 ESTADO DE INGRESOS Y GASTOS RECONOCIDOS CONSOLIDADO CORRESPONDIENTE AL EJERCICIO ANUAL TERMINADO EL 28 DE FEBRERO DE 2015

ESTADO DE INGRESOS Y GASTOS RECONOCIDOS	Ejercicio Anual terminado el 28/02/2015	Ejercicio Anual terminado el 28/02/2014	
RESULTADO DE LA CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS (I)	(10.998.909)	(10.300.713)	EUROS
Ingresos y gastos imputados directamente a patrimonio neto			
Diferencias de conversión	1.090.504	(349.706)	
TOTAL INGRESOS Y GASTOS IMPUTADOS DIRECTAMENTE EN EL PATRIMONIO NETO (II)	1.090.504	(349.706)	
Ingresos y gastos imputados a la cuenta de resultados consolidada			
Diferencias de conversión	-	(57.089)	
TOTAL TRANSFERENCIAS A LA CUENTA DE RESULTADOS CONSOLIDADA (III)	-	(57.089)	
TOTAL INGRESOS Y GASTOS RECONOCIDOS (I+ II+ III)	(9.908.405)	(10.707.508)	
Atribuidos a Accionistas de la Sociedad Dominante	(9.947.218)	(10.675.598)	
Atribuidos a Intereses minoritarios	38.813	(31.910)	

Las Notas 1 a 23 adjuntas forman parte integrante del estado de ingresos y gastos reconocidos consolidado correspondiente al ejercicio anual terminado el 28 de febrero de 2015.

4.1.4 ESTADO TOTAL DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO NETO CONSOLIDADO CORRESPONDIENTE AL EJERCICIO ANUAL TERMINADO EL 28 DE FEBRERO DE 2015

PATRIMONIO NETO ATRIBUIDO A LOS ACCIONISTAS DE LA SOCIEDAD DOMINANTE									
FONDOS PROPIOS									
	PRIMA DE CAPITAL	ACCIONES EMISIÓN	RESERVAS PROPIAS	RESERVAS ACUMULADAS	RESERVAS EN SOCIEDADES CONSOLIDADAS	RESULTADO CONSOLIDA- DO	AJUSTES POR VALORACIÓN	INTERESES MINORITA- RIOS	TOTAL PATRIMONIO NETO
SALDO AL 28/02/2013	5.565.665	422.399	(500.003)	134.882.909	(20.747.935)	(23.946.813)	(426.133)	469.379	95.719.468
Total ingresos y gastos reconocidos	-	-	-	-	-	(10.263.357)	(412.241)	(31.910)	(10.707.508)
Otras variaciones de patrimonio neto:									
Traspos entre partidas de patrimonio neto	-	-	-	(22.646.101)	(1.300.712)	23.946.813	-	-	-
Variaciones del perímetro de consolidación	-	-	-	(1.505.421)	1.549.610	-	(44.189)	-	-
Otras variaciones	-	-	-	-	297	-	-	-	297
SALDO AL 28/02/2014	5.565.665	422.399	(500.003)	110.731.387	(20.498.740)	(10.263.357)	(882.563)	437.469	85.012.257
Total ingresos y gastos reconocidos	-	-	-	-	-	(11.037.722)	1.090.504	38.813	(9.908.405)
Otras variaciones de patrimonio neto:									
Traspos entre partidas de patrimonio neto	-	-	-	(8.831.646)	(1.431.711)	10.263.357	-	-	-
SALDO AL 28/02/2015	5.565.665	422.399	(500.003)	101.899.741	(21.930.451)	(11.037.722)	207.941	476.282	75.103.852

Las Notas 1 a 23 adjuntas forman parte integrante del estado total de cambios en el patrimonio neto consolidado correspondiente al ejercicio anual terminado el 28 de febrero de 2015.

4.1.5 ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO CONSOLIDADO
 CORRESPONDIENTE AL EJERCICIO ANUAL TERMINADO EL 28 DE FEBRERO DE 2015

ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO CONSOLIDADO			
	NOTA	Ejercicio Anual terminado el 28/02/15	Ejercicio Anual terminado el 28/02/14
FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE EXPLOTACIÓN		4.089.989	5.632.981
Resultado antes de impuestos y minoritarios		(6.311.156)	(14.499.538)
Ajustes al resultado		4.921.971	12.137.245
Amortización del inmovilizado	5, 6 y 7	6.152.477	8.479.446
Variación de provisiones		227.050	681.202
Imputación de subvenciones	13	(393.450)	(509.849)
Resultados por bajas y enajenaciones de inmovilizado	18	(44.355)	206.152
Correcciones valorativas por deterioro	18	582.874	417.127
Deterioro y resultado por enajenaciones de instrumentos financieros		2.584	39.569
Variación de valor razonable en instrumentos financieros	8	(1.352.510)	-
Ingresos financieros		(525.411)	(395.673)
Gastos financieros	19	1.738.297	2.327.800
Diferencias de cambio		(1.341.060)	794.355
Exceso de provisiones		-	(20.861)
Otros ingresos y gastos		(124.495)	117.977
Variación en el activo y pasivo corriente operativo		5.630.828	7.497.628
Otros flujos de efectivo de las actividades de explotación		(151.654)	497.646
Impuestos sobre sociedades pagados en el ejercicio		(151.654)	497.646
FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE INVERSIÓN		4.507.126	1.895.377
Pagos por inversiones		(6.417.192)	(5.581.680)
Inmovilizado material e intangible	5 y 6	(2.042.351)	(1.581.680)
Otros activos financieros		(4.374.841)	(4.000.000)
Cobros por desinversiones		10.564.228	7.101.386
Inmovilizado material e intangible	18	239.292	109.806
Otros activos financieros		10.324.936	6.991.580
Otros flujos de efectivo de las actividades de inversión		360.090	375.671
Cobros de intereses		360.090	375.671
FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE FINANCIACIÓN		(6.693.876)	(4.860.784)
Cobros y (pagos) por instrumentos de pasivo financiero		(4.991.356)	(2.778.819)
Emisión		-	275.993
Amortización		(4.991.356)	(3.826.654)
Ingresos diferidos		-	771.842
Otros flujos de efectivo de las actividades de financiación		(1.702.520)	(2.081.965)
Pago de intereses		(1.702.520)	(2.081.965)
EFFECTO DE LAS VARIACIONES DE LOS TIPOS DE CAMBIO EN EL EFECTIVO O EQUIVALENTES		536.581	(1.046.333)
VARIACIÓN NETA DEL EFECTIVO O EQUIVALENTES		2.439.820	1.621.241
Efectivo o equivalentes al inicio del ejercicio		10.910.941	9.289.700
Efectivo o equivalentes al final del ejercicio	10	13.350.761	10.910.941

Las Notas explicativas 1 a 23 adjuntas forman parte integrante del estado de flujos de efectivo consolidado correspondiente al ejercicio anual terminado el 28 de febrero de 2015.

ADOLFO DOMINGUEZ 43

4.1.6 MEMORIA CONSOLIDADA

CUENTAS ANUALES CONSOLIDADAS

1. INFORMACIÓN GENERAL Y ACTIVIDAD DEL GRUPO

La Sociedad Dominante, Adolfo Domínguez, S.A., se constituyó en Ourense el 9 de marzo de 1989 bajo la denominación de Nuevas Franquicias, S.A. ante el Notario D. Antonio Pbl González, con número de su protocolo 734, y fue inscrita en el Registro Mercantil de Ourense. Su domicilio social se encuentra en el Polígono Industrial de San Cibrao das Viñas, provincia de Ourense. El 4 de noviembre de 1996 la Junta Extraordinaria de Accionistas acordó la aprobación de la fusión por absorción de las sociedades Adolfo Domínguez e Hijos, S.L., Adolfo Domínguez, S.L., Cediad, S.L. y Moliba, S.L., y el cambio de su denominación por la actual. La información relativa a dicha fusión se encuentra incluida en las cuentas anuales del ejercicio 1996.

Durante el ejercicio finalizado el 28 de febrero de 2011, la Junta General Ordinaria de Accionistas de la Sociedad Dominante aprobó el acuerdo relativo a la fusión por absorción por parte de Adolfo Domínguez, S.A. (sociedad absorbente) de las sociedades íntegramente participadas por ésta, Pola Sombra, S.L.U. y Crazy Diamond, S.L.U. (sociedades absorbidas), con la consiguiente disolución sin liquidación de dichas sociedades absorbidas, todo ello en los términos y condiciones recogidos en el Proyecto de Fusión suscrito por los Órganos de Administración de las citadas sociedades. Posteriormente, este acuerdo fue elevado a escritura pública e inscrito en el Registro Mercantil de Ourense con fecha 15 de octubre de 2010. Las cuentas anuales del ejercicio finalizado el 28 de febrero de 2011 incluyen la información relativa a esta fusión.

Desde marzo de 1997 las acciones de la Sociedad Dominante están admitidas a cotización oficial en las bolsas de valores españolas.

El objeto social principal del Grupo Adolfo Domínguez es el diseño, fabricación, adquisición, venta y comercialización al por menor y por mayor, importación y exportación de prendas confeccionadas, calzado, bolsos y complementos, así como ropa de hogar, muebles y objetos de decoración.

La Sociedad Dominante, Adolfo Domínguez, S.A., participa mayoritariamente en diversas sociedades cuya actividad principal es la distribución al por menor, fuera de España, de sus productos. Adicionalmente, la Sociedad Dominante tiene un establecimiento permanente ubicado en Portugal. La actividad de distribución es ejercida fundamentalmente por el Grupo mediante 579 puntos de venta abiertos al público. El detalle de las tiendas al 28 de febrero de 2015 y 2014 atendiendo al formato y a la propiedad de las mismas es el siguiente:



FORMATO	GESTIÓN DIRECTA				FRANQUICIAS				TOTAL	
	ESPAÑA		EXTRANJERO		ESPAÑA		EXTRANJERO		28/02/15	28/02/14
	28/02/15	28/02/14	28/02/15	28/02/14	28/02/15	28/02/14	28/02/15	28/02/14	28/02/15	28/02/14
TIENDA	89	106	30	35	64	73	130	142	313	356
CORNERS	191	218	75	75	-	-	-	-	266	293
TOTAL	280	324	105	110	64	73	130	142	579	649

El Grupo comercializa productos categorizados en las siguientes líneas: Adolfo Dominguez (hombre, mujer y niños), AD+ (mujer), Línea U (joven), MI CASA (muebles y menaje de hogar) y ADC (complementos y productos de regalo).

Excepto por los gastos incurridos en la obtención de las correspondientes certificaciones medioambientales y la contribución realizada a la entidad sin ánimo de lucro Ecoembalajes España, S.A. (Ecoembes) por los envases y embalajes puestos en el mercado, el Grupo no tiene responsabilidades, gastos, activos, ni provisiones y contingencias de naturaleza medioambiental que pudieran ser significativos en relación con el patrimonio, la situación financiera y los resultados del mismo. Por este motivo no se incluyen desglosos específicos en la presente Memoria consolidada en relación con la información de cuestiones medioambientales.

Sociedades dependientes ("sociedades del Grupo")

Se consideran "sociedades dependientes" aquellas sobre las que el Grupo tiene capacidad para ejercer control efectivo, capacidad que se manifiesta, por lo general, aunque no únicamente, por la propiedad directa o indirecta del 50% o más de los derechos de voto de las sociedades participadas o, aun siendo inferior o nulo este porcentaje, si la existencia de otras circunstancias o acuerdos otorgan al Grupo el control. Se entiende por control "el poder de dirigir las políticas financieras y de explotación de un negocio, con la finalidad de obtener beneficios económicos de sus actividades".

Las sociedades dependientes incluidas en el perímetro de consolidación por el "método de integración global", así como la información más relevante de las mismas referida al 28 de febrero de 2015 se detallan en el Anexo.

2. BASES DE PRESENTACIÓN DE LAS CUENTAS ANUALES CONSOLIDADAS, ADOPCIÓN DE LAS NORMAS INTERNACIONALES DE INFORMACIÓN FINANCIERA Y NORMAS DE CONSOLIDACIÓN

A) MARCO NORMATIVO DE INFORMACIÓN FINANCIERA APLICABLE AL GRUPO

Las cuentas anuales consolidadas del Grupo Adolfo Domínguez correspondientes al ejercicio anual terminado el 28 de febrero de 2015 (en adelante, el ejercicio 2014) han sido preparadas de acuerdo con el marco normativo que resulta de aplicación al Grupo que es el establecido en el Código de Comercio, Texto Refundido de la Ley de Sociedades de Capital y la restante legislación mercantil y en las Normas Internacionales de Información Financiera adoptadas por la Unión Europea (en lo sucesivo NIIF-UE) conforme a lo dispuesto por el Reglamento (CE) nº 1606/2002 del Parlamento Europeo y por la Ley 62/2003, de 30 de diciembre, de medidas fiscales, administrativas y de orden social, de forma que muestran la imagen fiel del patrimonio y de la situación financiera del Grupo al 28 de febrero de 2015 así como de los resultados de sus operaciones, de los cambios en el patrimonio neto y de los flujos de efectivo que se han producido en el Grupo durante el ejercicio anual terminado en dicha fecha. Estas cuentas anuales consolidadas han sido formuladas por los Administradores de la Sociedad Dominante en reunión de su Consejo de Administración celebrada el día 26 de mayo de 2015.

En las Notas 2. b, 2. c y 3 se resumen los principios contables, las normas internacionales y los criterios de valoración más significativos aplicados en la preparación de estas cuentas anuales consolidadas del Grupo.

Las cuentas anuales consolidadas del ejercicio 2014 del Grupo Adolfo Domínguez han sido obtenidas de los registros contables de la Sociedad Dominante y de las restantes sociedades integradas en el Grupo. Cada sociedad prepara sus estados financieros siguiendo los principios y criterios contables en vigor en el país en el que realiza las operaciones, por lo que en el proceso de consolidación se han introducido los ajustes y reclasificaciones necesarios para homogeneizar entre sí tales principios y criterios para adecuarlos a las NIIF-UE.

Las cuentas anuales consolidadas del Grupo y las cuentas anuales individuales de las entidades integradas en el mismo, correspondientes al ejercicio 2014 se encuentran pendientes de aprobación por sus respectivas Juntas Generales. No obstante, el Consejo de Administración de la Sociedad Dominante entiende que dichas cuentas anuales serán aprobadas sin cambios significativos.

Aspectos críticos de la valoración y estimaciones realizadas

La información contenida en estas cuentas anuales consolidadas es responsabilidad de los Administradores de la Sociedad Dominante.

En la elaboración de estas cuentas anuales consolidadas se han utilizado, ocasionalmente, estimaciones realizadas por los Administradores de la Sociedad Dominante para cuantificar algunos de los activos, pasivos, ingresos, gastos y compromisos que figuran registrados en ellas. Básicamente, estas estimaciones se refieren a:

- Las pérdidas por deterioro de determinados activos.
- La vida útil de los activos intangibles y materiales, así como de los inmuebles de inversión.
- Las hipótesis empleadas en el cálculo actuarial de los pasivos por pensiones y otros compromisos con el personal.
- La recuperación de los activos por impuesto diferido.
- La clasificación de los arrendamientos como operativos o financieros.
- El cálculo de provisiones.
- El valor razonable de determinados instrumentos financieros.

A pesar de que estas estimaciones se realizaron en función de la mejor información disponible al 28 de febrero de 2015 sobre los hechos analizados, es posible que acontecimientos que puedan tener lugar en el futuro obliguen a modificarlas (al alza o a la baja) en próximos ejercicios, lo que se haría en su caso, de forma prospectiva, reconociendo los efectos del cambio de estimación en las correspondientes cuentas de resultados consolidadas futuras.

Durante el ejercicio 2014 no se han producido cambios significativos en las estimaciones realizadas al cierre del 2013.

En los últimos ejercicios, incluido 2014, la Sociedad Dominante ha incurrido en pérdidas, consecuencia principalmente, de la desfavorable evolución del ciclo económico (con especial impacto negativo en España) y del ajuste realizado en la estructura de la Sociedad Dominante, que ha provocado el cierre de tiendas no rentables y la contracción de gastos.

Se han puesto en marcha una serie de actuaciones para hacer frente a esta situación con el objetivo de revertir los resultados, volver a la rentabilidad y mejorar la eficiencia en la organización de la Sociedad Dominante, en un entorno altamente competitivo. Estas medidas han consistido en:

- Racionalización de la red de distribución.
- Reestructuración de la plantilla (véase Nota 21).
- Apuesta por los mercados internacionales que, como es el caso de México, viene demostrando un buen comportamiento y abandonando otros poco rentables.
- Mejora del margen bruto, a través de una adecuada gestión de la cadena de suministro, y del reposicionamiento de la oferta.

Las actuaciones anteriormente indicadas han comenzado a plasmarse en los resultados del Grupo en el ejercicio 2014, donde el margen bruto y el resultado de explotación han mejorado con respecto al ejercicio anterior, se espera que se mantenga esta tendencia en los ejercicios futuros.

Los presupuestos de tesorería preparados por la Dirección para el ejercicio 2015 permiten concluir razonablemente que el Grupo dispondrá de la liquidez suficiente para afrontar sus compromisos de pago con los recursos que genera a través de sus operaciones, recurriendo a alternativas de financiación en el eventual caso de que estas fueran necesarias.

Considerando las circunstancias descritas anteriormente, los Administradores de la Sociedad Dominante han formulado las presentes cuentas anuales aplicando el principio de "empresa en funcionamiento".

B) ADOPCIÓN DE LAS NORMAS INTERNACIONALES DE INFORMACIÓN FINANCIERA (NIIF)-UE-

De acuerdo con el Reglamento (CE) nº 1606/2002 del Parlamento Europeo y del Consejo del 19 de julio de 2002, todas las sociedades que se rijan por el Derecho de un estado miembro de la Unión Europea, y cuyos títulos valores coticen en un mercado regulado de alguno de los Estados que la conforman, deben presentar sus cuentas consolidadas de los ejercicios que se inicien a partir del 1 de enero de 2005, de acuerdo con las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) que hayan sido adoptadas por la Unión Europea. Conforme a la aplicación de este Reglamento, el Grupo está obligado a presentar sus cuentas consolidadas desde el ejercicio 2005 de acuerdo con las NIIF adoptadas por la Unión Europea. En España, la obligación de presentar estados financieros consolidados bajo NIIF aprobadas en Europa, ha sido asimismo regulada en la disposición final undécima de la Ley 62/2003, de 30 de diciembre, de medidas fiscales, administrativas y del orden social (BOE de 31 de diciembre).

Entrada en vigor de nuevas normas contables

Durante el ejercicio 2014 entraron en vigor las siguientes normas, modificaciones de normas e interpretaciones, que, en caso de resultar de aplicación, han sido utilizadas por el Grupo en la elaboración de las cuentas anuales consolidadas:

		Aplicación obligatoria Ejercicios iniciados a partir de
NORMAS Y MODIFICACIONES DE NORMAS	CONTENIDO:	
NIIF 10 Estados financieros consolidados	Sustituye los requisitos de consolidación actuales de NIC 27	1 de enero de 2014
NIIF 11 Acuerdos Conjuntos	Sustituye a la actual NIC 31 sobre negocios conjuntos	1 de enero de 2014
NIIF 12 Desgloses sobre participaciones en otras entidades	Norma única que establece los desgloses relacionados con participaciones en dependientes, asociadas, negocios conjuntos y entidades no consolidadas	1 de enero de 2014
NIC 28 (Revisada) Inversiones en asociadas y negocios conjuntos	Revisión paralela en relación con la emisión de NIIF 11 Acuerdos conjuntos	1 de enero de 2014
CNIIF 21 Gravámenes (publicada en mayo de 2013)	Interpretación sobre cuando reconocer un pasivo por tasas o gravámenes que son condicionales a la participación de la entidad en una actividad en fecha específica	17 de junio de 2014
NIIF 19 (Revisada) Contribuciones de empleados a planes de prestación definida	La modificación se emite para facilitar la posibilidad de deducir estas contribuciones del coste del servicio en el mismo periodo en el que se pagan si se cumplen ciertos requisitos	1 de julio de 2014
Mejoras de las NIIF Ciclo 2010-2012 y Ciclo 2011-2013 (publicadas en diciembre 2013).	Modificaciones menores de una serie de normas	1 de julio de 2014

La adopción de estas nuevas normas, modificaciones e interpretaciones no ha tenido impacto significativo en las cuentas anuales consolidadas del Grupo.

A la fecha de formulación de estas cuentas anuales consolidadas, las siguientes normas e interpretaciones habían sido publicadas por el IASB pero no habían entrado en vigor, bien porque su fecha de eficacia es posterior a la fecha de estas cuentas anuales consolidadas, o bien porque no han sido adoptadas por la Unión Europea:

Aplicación obligatoria
ejercicios iniciados a partir de

NORMAS Y MODIFICACIONES DE NORMAS	CONTENIDO:	1 de enero de 2018
NIIF 9 Instrumentos Financieros (última fase publicada en julio 2014)	Sustituye a los requisitos de clasificación, valoración, reconocimiento y baja en cuentas de activos y pasivos financieros, la contabilidad de coberturas y deterioro de NIC 39.	1 de enero de 2018
NIIF 15 Ingresos procedentes de contratos con clientes (publicada en mayo de 2014)	Nueva norma de reconocimiento de ingresos que sustituye a las NIC 11, NIC 18, CNIIF 13, CNIIF 15, CNIIF 18 y SIC 31.	1 de enero de 2017
Modificación de la NIC 16 y NIC 38 sobre métodos aceptables de depreciación y amortización (publicada en mayo de 2014).	Clarifica los métodos aceptables de amortización y depreciación del inmovilizado material e intangible.	1 de enero de 2016
Modificación de la NIIF 11 Contabilización de las adquisiciones de participaciones en operaciones conjuntas (publicada en mayo de 2014).	Especifica la forma de contabilizar la adquisición de una participación en una operación conjunta cuya actividad constituye un negocio.	1 de enero de 2016
Modificación de las NIIF Ciclo 2012-2014 (publicada en mayo 2014).	Modificaciones menores de una serie de normas.	1 de enero de 2016
Modificación a la NIIF 10 y NIC 28 Venta o aportación de activos entre un inversor y su asociada/ negocio conjunto.	Clarificación en relación al resultado de estas operaciones si se trata de negocios o de activos.	1 de enero de 2016
Modificación a la NIC 27 Método de puesta en equivalencia en Estados Financieros Separados (publicada en agosto 2014).	Se permitirá la puesta en equivalencia en los estados individuales de un inversor.	1 de enero de 2016

De la aplicación de estas modificaciones no se espera que se deriven efectos significativos sobre las presentes cuentas anuales.

C) NORMAS DE CONSOLIDACIÓN

Las sociedades dependientes se consolidan de acuerdo con lo establecido por las NIIF-UE, siguiendo el método de integración global, es decir, integrándose en las cuentas anuales consolidadas la totalidad de sus activos, pasivos, ingresos, gastos y flujos de efectivo, una vez realizados los ajustes y eliminaciones correspondientes de las operaciones intra-grupo. Son sociedades dependientes aquellas en las que la Sociedad Dominante controla la mayoría de los derechos de voto o, sin darse esta situación, tiene facultad para dirigir las políticas financieras y operativas de las mismas.

La moneda funcional del Grupo es el euro. En consecuencia, todos los saldos y transacciones denominados en monedas diferentes al euro se consideran denominadas en moneda extranjera.

La consolidación de las operaciones de la Sociedad Dominante y de las sociedades dependientes consolidadas se ha efectuado siguiendo los siguientes principios básicos:

1. En la fecha de adquisición los activos, pasivos y pasivos contingentes de la sociedad dependiente son registrados a valores razonables. En el caso de que exista una diferencia positiva entre el coste de adquisición de la sociedad dependiente y el valor razonable de los activos y pasivos de la misma, correspondientes a la participación de la Sociedad Dominante, esta diferencia es registrada como "Fondo de Comercio de consolidación". En los ejercicios 2014 y 2013 no había ningún fondo de comercio registrado. En el caso de que la diferencia sea negativa, ésta se registra con abono a la cuenta de resultados consolidada.
2. El valor de la participación de los accionistas minoritarios en el patrimonio y en los resultados de las sociedades dependientes consolidadas por integración global se presenta, respectivamente, en los epígrafes "Patrimonio neto - Intereses minoritarios" del estado de situación financiera consolidado y "Resultado del ejercicio atribuido a accionistas minoritarios" de la cuenta de resultados consolidada. Cualquier pérdida atribuida a los accionistas minoritarios que supere el valor en libros de dichos intereses minoritarios se reconoce con cargo a las participaciones de la Sociedad Dominante. Los ingresos y gastos se asignan al patrimonio neto atribuido a los accionistas de la Sociedad Dominante y a los accionistas minoritarios en proporción a su participación, aunque esto implique un saldo deudor del epígrafe "Intereses minoritarios".
3. La consolidación de los resultados generados por las sociedades dependientes adquiridas en un período se realiza tomando en consideración, únicamente, los correspondientes al período comprendido entre la fecha de adquisición y la fecha del estado de situación financiera. Paralelamente, la consolidación de los resultados generados por las sociedades dependientes enajenadas en un período se realiza tomando en consideración, únicamente, los relativos al período comprendido entre el inicio del ejercicio y la fecha de enajenación.
4. Las adquisiciones a socios minoritarios de sus participaciones en sociedades dependientes en las que previamente el Grupo ya tenía el control efectivo de las mismas y, por lo tanto, únicamente se produce un aumento del porcentaje de participación del Grupo en dichas socie-

sociedades, constituyen, desde un punto de vista consolidado, operaciones con títulos de patrimonio, por lo que se reduce el saldo del capítulo "Intereses Minoritarios" y se ajustan las reservas consolidadas por la diferencia entre el valor de la contrapartida entregada por el Grupo y el importe por el que se ha modificado el saldo del epígrafe "Intereses minoritarios", no registrándose "Fondo de comercio" alguno por estas operaciones.

5. La conversión de los estados financieros de las sociedades extranjeras con moneda funcional distinta del euro se realiza del siguiente modo:

- a. Los activos y pasivos utilizando el tipo de cambio vigente en la fecha de cierre de las cuentas anuales consolidadas.
- b. Las partidas de las cuentas de resultados utilizando el tipo de cambio medio del mes en que se efectúan las operaciones.
- c. El patrimonio neto se mantiene a tipo de cambio histórico en la fecha de adquisición (o al tipo de cambio medio de su generación, tanto en el caso de los resultados acumulados como de las aportaciones realizadas), según corresponda.
- d. Las diferencias de cambio que se producen en la conversión en euros de los estados financieros se registran, netas del efecto fiscal, en el epígrafe "Diferencias de conversión" dentro del patrimonio neto (véase Nota 11).

6. Todos los saldos y transacciones entre las sociedades consolidadas por integración global se eliminan en el proceso de consolidación.

En el Anexo de esta Memoria se detallan las sociedades dependientes, así como la información relacionada con las mismas (que incluye denominación, país de constitución, información financiera y la proporción de participación de la Sociedad Dominante en su capital).

Variaciones en el perímetro de consolidación

En el ejercicio 2014 no se ha producido ninguna variación al perímetro de consolidación.

Por otra parte, en el ejercicio 2013 se produjo la salida del perímetro de consolidación de las sociedades inactivas Adolfo Domínguez Italia, SRL Adolfo Domínguez Panamá, SA. y Adolfo Domínguez Israel, Ltd, debido al proceso de disolución acordado por sus socios.

D) AGRUPACIÓN DE PARTIDAS

Determinadas partidas del estado de situación financiera consolidado, de la cuenta de resultados consolidada, del estado de ingresos y gastos reconocidos consolidado, del estado de cambios en el patrimonio neto consolidado y del estado de flujos de efectivo consolidado se presentan de forma agrupada para facilitar su comprensión, si bien, en la medida en que sea significativa, se ha incluido la información desagregada en las correspondientes Notas de esta Memoria consolidada.

E) CORRECCIÓN DE ERRORES

En la elaboración de estas cuentas anuales consolidadas no se ha detectado ningún error significativo que haya supuesto la re-expresión de los importes incluidos en las cuentas anuales consolidadas del ejercicio anterior.

F) COMPARACIÓN DE LA INFORMACIÓN

La información relativa al ejercicio 2013 que se incluye en esta Memoria consolidada se presenta, única y exclusivamente, a efectos comparativos con la información del ejercicio 2014.

3. NORMAS DE REGISTRO Y VALORACIÓN

Las principales normas de registro y valoración utilizadas en la elaboración de las cuentas anuales consolidadas del Grupo, de acuerdo con lo establecido por las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) adoptadas por la Unión Europea, han sido las siguientes:

A) ACTIVOS INTANGIBLES

Como norma general los activos intangibles se valoran inicialmente por su precio de adquisición y, posteriormente, dicha valoración se corrige por la correspondiente amortización acumulada (calculada en función de su vida útil) y, en su caso, por las pérdidas por deterioro que hayan experimentado. Adicionalmente al precio pagado por la adquisición de cada elemento, el coste también incluiría los gastos financieros devengados durante el periodo de implantación que fueran directamente atribuibles a la construcción de los activos.

El Grupo reconoce contablemente cualquier pérdida que haya podido producirse en el valor registrado de estos activos con origen en su deterioro, utilizando como contrapartida el epígrafe "Deterioro y resultado por enajenaciones del inmovilizado" de la cuenta de resultados consolidada. Los criterios para el reconocimiento de las pérdidas por deterioro de estos activos y, en su caso, de las recuperaciones de las pérdidas por deterioro registradas en ejercicios anteriores, son similares a los aplicados

para el inmovilizado material y se explican en el apartado c) de esta Nota. En el ejercicio 2014 no se han reconocido pérdidas netas por deterioro de los activos intangibles.

En particular, el Grupo utiliza los siguientes criterios para la contabilización de estos activos:

Concesiones administrativas

Las concesiones administrativas corresponden al derecho de uso, durante 50 años, de diversas plazas de garaje y figuran registradas por los importes efectivamente pagados. Se amortizan linealmente a lo largo de la vigencia de la concesión.

Aplicaciones informáticas

Corresponden a los costes de adquisición y desarrollo incurridos en relación con los sistemas informáticos básicos para la gestión del Grupo, incluyendo los costes de desarrollo de la página web. La amortización de las aplicaciones informáticas se realiza linealmente en un período de siete años desde la entrada en explotación de cada aplicación.

Los costes de mantenimiento de los sistemas informáticos se imputan a resultados del ejercicio en que se incurren.

Propiedad industrial

Las patentes y marcas se valoran inicialmente a su precio de adquisición y se amortizan linealmente a lo largo de sus vidas útiles estimadas (normalmente 10 años).

Derechos de traspaso

Dentro de este epígrafe figuran registrados los importes satisfechos para acceder al uso de los locales comerciales. El reconocimiento inicial corresponde a su coste de adquisición y, posteriormente, se amortizan linealmente en cinco años, que es el período estimado en el cual contribuirán a la obtención de ingresos, excepto en aquellos casos en que la duración del contrato de alquiler sea inferior, en cuyo caso se amortizan en dicho período.

Anticipos activos intangibles en curso

Dentro de este epígrafe figuran registrados los importes satisfechos para el desarrollo del sistema informático integral, que se encuentra en proceso de desarrollo. Igualmente se ha incorporado como mayor inmovilizado los gastos financieros devengados durante el proceso de desarrollo y costes de personal propio.



Los costes de personal propio, que efectúan labores de desarrollo del sistema informático, se cargan en las cuentas de gastos que correspondan. Las cuentas del inmovilizado intangible en curso, se cargan por el importe de dichos gastos, con abono a la partida de ingresos que recoge los trabajos realizados por la Sociedad Dominante para sí misma.

Con cierta periodicidad, el Grupo procede a revisar la vida útil estimada de los elementos de los activos intangibles, de cara a detectar cambios significativos en las mismas, que, en el caso de producirse, se ajustan mediante la correspondiente corrección del cargo a las cuentas de resultados consolidadas de ejercicios futuros, en concepto de su amortización, en virtud de las nuevas vidas útiles.

B) INMOVILIZADO MATERIAL

El inmovilizado material se halla valorado a su coste de adquisición, neto de su correspondiente amortización acumulada y las pérdidas por deterioro que haya experimentado, determinadas de acuerdo con el criterio que se menciona en la Nota 3-c. Adicionalmente al precio pagado por la adquisición de cada elemento, el coste también incluiría los gastos financieros devengados durante el período de construcción que fueran directamente atribuibles a la construcción de los activos, siempre que requirieran un tiempo sustancial antes de estar listos para su uso. Durante el ejercicio 2014 no se han activado importes por este concepto.

Los costes incurridos en el acondicionamiento de tiendas ubicadas en locales arrendados se clasifican como instalaciones. Las tiendas correspondientes al formato macro se amortizan linealmente en 10 años, mientras que las restantes tiendas se amortizan en un plazo de 5 años, sin superar en ningún caso la duración del correspondiente contrato de arrendamiento.

Las sustituciones o renovaciones de elementos completos, los costes de ampliación, modernización o mejora que aumentan la vida útil del bien objeto, su productividad, o su capacidad económica, se contabilizan como mayor importe del inmovilizado material, con el consiguiente retiro contable de los elementos sustituidos o renovados.

Los gastos periódicos de mantenimiento, conservación y reparación se imputan a resultados, siguiendo el principio del devengo, como coste del ejercicio en que se incurren.

La amortización se calcula aplicando el método lineal, sobre el coste de adquisición de los activos menos su valor residual; entendiéndose que los terrenos sobre los que se asientan los edificios y otras construcciones tienen una vida útil indefinida y que, por tanto, no son objeto de amortización.

Las dotaciones anuales en concepto de amortización del inmovilizado material se realizan en función de los años de la vida útil estimada, como promedio, de los diferentes elementos, de acuerdo con el siguiente detalle:

	AÑOS DE VIDA ÚTIL ESTIMADA
Construcciones	50
Instalaciones técnicas y maquinaria	5-10
Instalaciones de tiendas arrendadas	5-10
Otras instalaciones, utillaje y mobiliario	3-10
Otro inmovilizado	4-7

Con cierta periodicidad, el Grupo procede a revisar la vida útil estimada de los elementos del inmovilizado material, de cara a detectar cambios significativos en las mismas, que, en el caso de producirse, se ajustan mediante la correspondiente corrección del cargo a las cuentas de resultados consolidadas de ejercicios futuros, en concepto de su amortización, en virtud de las nuevas vidas útiles.

C) DETERIORO DE VALOR DE ACTIVOS MATERIALES, INTANGIBLES E INMUEBLES DE INVERSIÓN

En la fecha de cada estado de situación financiera, y siempre que existan indicios de pérdida de valor, el Grupo revisa los importes en libros de sus activos materiales, intangibles e inmuebles de inversión mediante el denominado "test de deterioro" al objeto de determinar la posible existencia de pérdidas de valor que reduzcan el valor recuperable de dichos activos a un importe inferior al de su valor en libros. En caso de que el activo no genere flujos de efectivo por sí mismo que sean independientes de otros activos, el Grupo calcula el importe recuperable de la Unidad Generadora de Efectivo a la que pertenece el activo.

El importe recuperable es el valor superior entre el valor razonable menos el coste de venta y el valor de uso.

Para estimar el valor en uso, el Grupo prepara las previsiones de flujos de caja futuros antes de impuestos a partir de los presupuestos más recientes aprobados por los Administradores de la Sociedad Dominante. Estos presupuestos incorporan las mejores estimaciones disponibles de ingresos y gastos de las Unidades Generadoras de Efectivo utilizando la experiencia del pasado y las expectativas futuras. Estas previsiones cubren los próximos cinco años, estimándose los flujos para

los años futuros aplicando tasas de crecimiento razonables que, en ningún caso, son crecientes ni superan las tasas de crecimiento de los años anteriores. Al evaluar el valor de uso, los futuros flujos de efectivo estimados se descuentan a su valor actual utilizando un tipo de interés de mercado sin riesgo, ajustado por los riesgos específicos del activo que no se han tenido en cuenta al estimar los futuros flujos de efectivo. En concreto, la tasa de descuento utilizada para las Unidades Generadoras de Efectivo ha sido del 8%.

El Grupo ha definido como unidades generadoras de efectivo básicas, cada uno de los locales comerciales en los que desarrolla sus actividades. No obstante a la hora de determinar la Unidad Generadora de Efectivo estas unidades pueden ser agregadas a nivel de país o línea.

Si se estima que el importe recuperable de un activo (o una Unidad Generadora de Efectivo) es inferior a su importe en libros, el importe en libros del activo (Unidad Generadora de Efectivo) se reduce a su importe recuperable. Para ello se reconoce el importe de la pérdida por deterioro de valor como gasto y se distribuye entre los activos que forman la unidad.

En el caso de las inversiones inmobiliarias el Grupo toma como referencia del importe recuperable de los mismos, tasaciones realizadas por expertos independientes de reconocido prestigio.

Cuando una pérdida por deterioro de valor revierte posteriormente, el importe en libros del activo (Unidad Generadora de Efectivo) se incrementa a la estimación revisada de su importe recuperable, pero de tal modo que el importe en libros incrementado no supere el importe en libros que se habría determinado de no haberse reconocido ninguna pérdida por deterioro de valor para el activo (Unidad Generadora de Efectivo) en ejercicios anteriores. Inmediatamente se reconoce una reversión de una pérdida por deterioro de valor como ingreso.

D) INMUEBLES DE INVERSIÓN

El epígrafe "Inmuebles de inversión" del estado de situación financiera consolidado recoge los valores de terrenos, edificios y otras construcciones que se mantienen, bien para explotarlos en régimen de alquiler, bien para obtener una plusvalía en su venta como consecuencia de los incrementos que se produzcan en el futuro en sus respectivos precios de mercado. Estos activos se valoran de acuerdo con los criterios indicados en la Nota 3-b, relativa al inmovilizado material.

E) ARRENDAMIENTOS

Los arrendamientos se clasifican como "arrendamientos financieros" siempre que de las condiciones de los mismos se deduzca que se transfieren sustancialmente al arrendatario los riesgos y beneficios inherentes a la propiedad de los activos objeto del contrato. Los demás arrendamientos se clasifican como "arrendamientos operativos".

Los principales contratos de arrendamiento operativo firmados por el Grupo se refieren a locales comerciales y se clasifican como arrendamientos operativos porque:

- Su valor principal está referido al suelo del mismo, de modo que, el arrendamiento no cubre la mayor parte de la vida económica del activo.
- La naturaleza del bien permite la posibilidad de uso a diversos operadores sin realizar en ellos modificaciones importantes.
- En el momento inicial de los arrendamientos, el valor actual de los pagos mínimos es sustancialmente inferior respecto del valor razonable del bien arrendado.

- Arrendamientos financieros

Durante los ejercicios 2014 y 2013 el Grupo no ha suscrito como arrendador o arrendatario contrato alguno que pudiera ser clasificado como arrendamiento financiero.

- Arrendamientos operativos

En las operaciones de arrendamiento operativo, la propiedad del bien arrendado y, sustancialmente, todos los riesgos y ventajas que recaen sobre el bien, los tiene el arrendador.

Tanto si el Grupo actúa como arrendador o como arrendatario, los correspondientes ingresos o gastos, respectivamente, del arrendamiento se imputan a la cuenta de resultados consolidada en el ejercicio en que se devengan.

Cualquier cobro o pago que se realice al contratar un arrendamiento operativo se trata como un cobro o pago anticipado, que se imputará a resultados a lo largo del periodo del arrendamiento, a medida que se ceden o reciben los beneficios del activo arrendado.

F) INSTRUMENTOS FINANCIEROS

Un "instrumento financiero" es un contrato que da lugar a un activo financiero en una entidad y, simultáneamente, a un pasivo financiero o instrumento de capital en otra entidad.

Un "instrumento de capital" es un negocio jurídico que evidencia una participación residual en los activos de la entidad que lo emite, una vez deducidos todos sus pasivos.

Un "derivado financiero" es un instrumento financiero cuyo valor cambia como respuesta a los cambios en una variable observable de mercado (tal como un tipo de interés, de cambio, el precio de un instrumento financiero o un índice de mercado), cuya inversión inicial es muy pequeña en relación a otros instrumentos financieros con respuesta similar a los cambios en las condiciones de mercado y que se liquida, generalmente, en una fecha futura.

- Activos financieros

Los activos financieros se reconocen en el estado de situación financiera consolidado cuando se lleva a cabo su adquisición y se registran inicialmente a su valor razonable, incluyendo en general, los costes de la operación.

Con posterioridad a la contabilización inicial, los activos financieros del Grupo se clasifican en las siguientes categorías:

- Activos financieros a vencimiento: activos cuyos cobros son de cuantía fija o determinable y cuyo vencimiento está fijado y sobre los cuales el Grupo manifiesta su intención de mantenerlos hasta su vencimiento. Estas inversiones se valoran posteriormente a su coste amortizado y los intereses devengados en el período, se calculan aplicando el método del tipo de interés efectivo.

- Préstamos y cuentas a cobrar: corresponden a créditos originados en la venta de productos y en la prestación de servicios por operaciones de tráfico del Grupo, o los que no teniendo un origen comercial, no son instrumentos de patrimonio ni derivados y cuyos cobros son de cuantía determinada o determinable y que no se negocian en un mercado activo. Estos activos financieros se registran inicialmente al valor razonable de la contraprestación entregada más los costes de la transacción que sean directamente atribuibles. No obstante, los créditos por operaciones comerciales con vencimiento no superior a un año y que no tengan un tipo de interés contractual, se valoran a su valor nominal cuando el efecto de no actualizar los flujos de efectivo no sea significativo. Posteriormente se valoran a su "coste amortizado" reconociendo en la cuenta de resultados los intereses devengados en función de su tipo de interés efectivo (TIF).

Para los instrumentos financieros a tipo de interés fijo, el tipo de interés efectivo coincide con el tipo de interés contractual establecido en el momento de su adquisición, ajustado, en su caso, por las comisiones y por los costes de transacción que deban incluirse en el cálculo de dicho tipo de interés efectivo. En los instrumentos financieros a tipo de interés variable, el tipo de interés efectivo se estima de manera análoga a las operaciones de tipo de interés fijo, y se recalcula en cada fecha de revisión del tipo de interés contractual de la operación, atendiendo a los cambios que hayan sufrido los flujos de efectivo futuros de los instrumentos financieros.

Al menos al cierre del ejercicio, el Grupo realiza un "test de deterioro" para estos activos financieros. Se considera que existe evidencia objetiva de deterioro si el valor recuperable del activo financiero es inferior a su valor en libros. Cuando se produce, el registro de este deterioro se contabiliza en la cuenta de resultados consolidada. En particular, y respecto a las correcciones valorativas relativas a los deudores comerciales y otras cuentas a cobrar, el Grupo determina el importe de dichas correcciones valorativas, si las hubiere, mediante un análisis individualizado acerca de la recuperación de las cuentas a cobrar al cierre del ejercicio. Formando parte del epígrafe "Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar" del estado de situación financiera consolidado al 28 de febrero de 2015 adjunto, existen saldos pendientes de cobro en mora, no deteriorados, por un importe aproximado de 870 miles de euros (2.126 miles de euros al 28 de febrero de 2014). Los Administradores de la Sociedad Dominante estiman que no se podrán de manifiesto en el futuro quebrantos significativos para el Grupo en relación con estas cuentas a cobrar, ya que se dispone de las oportunas garantías. Los créditos formalizados en moneda extranjera se convierten a euros al tipo de cambio de cierre, de acuerdo con los criterios mencionados en el apartado q) de esta Nota.

- Fianzas entregadas: corresponden a los importes desembolsados a los propietarios de los locales arrendados, cuyo importe corresponde normalmente, a un mes de arrendamiento. Figuran registradas por su valor nominal.

- Activos financieros disponibles para la venta: se incluyen los valores representativos de deuda e instrumentos de patrimonio de otras empresas que no hayan sido clasificados en ninguna de las categorías anteriores. Se valoran a su valor razonable, registrándose en el patrimonio neto el resultado de las variaciones en dicho valor razonable, hasta que el activo se enajene o haya sufrido un deterioro de valor (de carácter estable o permanente), momento en el cual dichos resultados acumulados reconocidos previamente en el patrimonio neto pasan a registrarse en la cuenta de resultados. En este sentido, se considera que existe deterioro (carácter permanente)

si se ha producido una caída de más del 40% del valor de cotización del activo o durante un período de un año y medio, sin que se haya recuperado el valor.

- Activos financieros mantenidos para negociar: en esta categoría se incluyen las inversiones financieras realizadas con el propósito de venderlas a corto plazo o aquellos que forman parte de una cartera de instrumentos financieros identificados y gestionados conjuntamente de la que existan evidencias de actuaciones recientes para obtener ganancias a corto plazo. Esta categoría incluye también los derivados financieros que no sean contratos de garantías financieras ni hayan sido designados como instrumentos de cobertura. Estos activos se valoran inicialmente por el valor razonable de la inversión, que equivaldrá al valor razonable de la contraprestación entregada. Los costes de la transacción que sean directamente atribuibles se reconocen en la cuenta de pérdidas y ganancias. Posteriormente se valoran por su valor razonable, sin deducir los gastos de la transacción en que se pudiera incurrir en su enajenación. La diferencia (positiva o negativa) entre este importe y el valor contable se imputará a la cuenta de pérdidas y ganancias del ejercicio.

El Grupo da de baja los activos financieros cuando expiran o se han cedido los derechos sobre los flujos de efectivo del correspondiente activo financiero y se han transferido sustancialmente los riesgos y beneficios inherentes a su propiedad.

Por el contrario, el Grupo no da de baja los activos financieros, y reconoce un pasivo financiero por un importe igual a la contraprestación recibida, en las cesiones de activos financieros en las que se retenga sustancialmente los riesgos y beneficios inherentes a su propiedad.

- Pasivos financieros

Son pasivos financieros aquellos débitos y cuentas a pagar que tiene el Grupo y que se han originado en la compra de bienes y servicios por operaciones de tráfico de la empresa, o también aquellos que sin tener un origen comercial, no pueden ser considerados como instrumentos financieros derivados.

Los débitos y cuentas a pagar se valoran inicialmente al valor razonable de la contraprestación recibida, ajustada por los costes de la transacción directamente atribuibles, o por su valor nominal si se trata de débitos de operaciones comerciales con vencimiento no superior a un año y que no tienen un tipo de interés contractual. Con posterioridad, dichos pasivos se valoran de acuerdo con su coste amortizado, calculado mediante la utilización del método del "tipo de interés efectivo", tal y como se ha indicado con anterioridad. No obstante a lo anterior, los débitos con vencimiento

no superior a un año, que se valoren inicialmente por su valor nominal, continuarán valorándose por dicho importe.

El Grupo da de baja los pasivos financieros cuando se extinguen las obligaciones que los han generado.

- Instrumentos de patrimonio

Los instrumentos de capital emitidos por el Grupo se registran en el capítulo "Patrimonio Neto" del estado de situación financiera consolidado por el importe recibido, neto de los gastos de emisión.

- Instrumentos financieros derivados

La Sociedad Dominante utiliza ocasionalmente instrumentos financieros derivados para cubrir los riesgos a los que se encuentran expuestos sus flujos de efectivo futuros. Fundamentalmente, estos riesgos son de variaciones de los tipos de cambio. En el marco de dichas operaciones la Sociedad Dominante contrata instrumentos financieros de cobertura de flujos de efectivo. En este tipo de coberturas, en caso de cumplir una serie de requisitos, la parte de la ganancia o pérdida del instrumento de cobertura que se haya determinado como cobertura eficaz se reconoce transitoriamente en el patrimonio neto, imputándose en la cuenta de resultados consolidada en el mismo período en que el elemento que está siendo objeto de cobertura afecta al resultado, salvo que la cobertura corresponda a una transacción prevista que termine en el reconocimiento de un activo o pasivo no financiero, en cuyo caso los importes registrados en el patrimonio neto se incluirán en el coste del activo o pasivo cuando sea adquirido o asumido.

La contabilización de coberturas es interrumpida cuando el instrumento de cobertura vence, o es vendido, finalizado o ejercido, o deja de cumplir los criterios para la contabilización de coberturas. En ese momento, cualquier beneficio o pérdida acumulada correspondiente al instrumento de cobertura que haya sido registrado en el patrimonio neto se mantiene dentro del patrimonio neto consolidado hasta que se produzca la operación prevista. Cuando no se espera que se produzca la operación que está siendo objeto de cobertura, los beneficios o pérdidas acumulados netos reconocidos en el patrimonio neto consolidado se transfieren a los resultados netos del período.

A pesar de que los instrumentos de cobertura han sido constituidos para cubrir la exposición a la variación en los tipos de cambio derivados del propio negocio del Grupo, al no resultar ser una cobertura eficaz, y no cumplirse con los requisitos formales establecidos en las normas contables para poder acogerse a la contabilidad de coberturas, las variaciones que se producen en el valor razonable de estos instrumentos financieros se registran en la cuenta de resultados consolidadas.



G) OTROS ACTIVOS NO CORRIENTES

Dentro de este epígrafe se recogen, principalmente, los importes satisfechos por adelantado por el arrendamiento de locales comerciales, imputándose a resultados linealmente en el período de vigencia de los correspondientes contratos.

H) EQUIVALENTES DE EFECTIVO

El Grupo registra en esta partida del estado de situación financiera consolidado aquellas inversiones financieras convertibles en efectivo, con un vencimiento no superior a tres meses desde la fecha de su adquisición, que no tienen riesgos significativos de cambio de valor y que forman parte de su política de gestión normal de la tesorería.

Estos activos financieros se registran inicialmente al valor razonable de la contraprestación entregada más los costes de la transacción que sean directamente atribuibles. Posteriormente, se valoran a su coste amortizado, calculado mediante la utilización del método del "tipo de interés efectivo", tal y como se ha indicado con anterioridad.

I) EXISTENCIAS

El Grupo utiliza los siguientes criterios para valorar sus existencias:

- Las materias primas y otros aprovisionamientos se valoran a su precio de adquisición, el cual se determina aplicando el método del coste medio o al valor de reposición, si fuera menor.

- Las mercaderías se valoran al precio de adquisición incluyendo todos los gastos adicionales que se producen hasta la recepción de las mismas, o valor neto realizable, si éste último fuese menor.

Los descuentos comerciales, las rebajas obtenidas y otras partidas similares se deducen en la determinación del precio de adquisición.

La valoración de los productos obsoletos, defectuosos o de lento movimiento se ha reducido a su posible valor de realización considerando la temporada y año de procedencia de la mercancía existente al cierre del ejercicio. Esta disminución de valor, en el caso de ser considerada como no reversible, se registra como mayor consumo del ejercicio, minorando directamente el coste de adquisición de la mercancía (véase Nota 18).

J) CLASIFICACIÓN DE SALDOS ENTRE CORRIENTE Y NO CORRIENTE

En el estado de situación financiera consolidado, los saldos se clasifican en no corrientes y corrientes. Los corrientes comprenden aquellos saldos que el Grupo espera vender, consumir, desembolsar o realizar en el transcurso del ciclo normal de explotación. Aquellos otros que no correspondan con esta clasificación se consideran no corrientes.

K) INDEMNIZACIONES POR DESPIDO

De acuerdo con la legislación vigente, las sociedades consolidadas españolas y algunas extranjeras están obligadas al pago de indemnizaciones a aquellos empleados con los que, bajo determinadas condiciones, rescindan sus relaciones laborales. Por tanto, las indemnizaciones por despido susceptibles de cuantificación razonable se registran como gasto en el ejercicio en el que se adopta la decisión del despido y se haya creado una expectativa ante los empleados.

L) PROVISIONES

El estado de situación financiera consolidado del Grupo recoge todas las provisiones significativas con respecto a las cuales se estima que es probable que se tenga que atender la obligación que cubren. Los pasivos contingentes no se reconocen en el estado de situación financiera consolidado, sino que se informa sobre los mismos, conforme a los requerimientos de la NIC 37.

Las provisiones, que se cuantifican teniendo en consideración la mejor información disponible sobre las consecuencias del suceso que las origina y son reestimadas con ocasión de cada cierre contable, se utilizan para afrontar las obligaciones específicas para las cuales fueron originalmente reconocidas, procediéndose a su reversión, total o parcial, cuando dichas obligaciones dejan de existir o disminuyen.

Las provisiones se valoran por el valor actual de la mejor estimación posible del importe necesario para cancelar o transferir la obligación, teniendo en cuenta la información disponible sobre el suceso y sus consecuencias, y registrándose los ajustes que surjan por la actualización de dichas provisiones como un gasto financiero conforme se va devengando.

La compensación a recibir de un tercero en el momento de liquidar la obligación, siempre que no existan dudas de que dicho reembolso será percibido, se registra como activo, excepto en el caso de que exista un vínculo legal por el que se haya exteriorizado parte del riesgo, y en virtud del cual el Grupo no esté obligado a responder; en esta situación, la compensación se tendrá en cuenta para estimar el importe por el que, en su caso, figurará la correspondiente provisión.

- Procedimientos judiciales y/ o reclamaciones en curso

Al cierre del ejercicio 2014 se encontraban en curso distintos procedimientos judiciales y reclamaciones entablados contra las sociedades del Grupo con origen en el desarrollo habitual de sus actividades. Tanto los asesores legales del Grupo como los Administradores de la Sociedad Dominante entienden que la conclusión de estos procedimientos y reclamaciones no producirá un efecto significativo en las cuentas anuales consolidadas de los ejercicios en los que finalicen.

M) INGRESOS DIFERIDOS (SUBVENCIONES OFICIALES)

El Grupo utiliza los siguientes criterios para la contabilización de las subvenciones que le han sido concedidas:

- Subvenciones de capital no reintegrables: se valoran por el valor razonable del importe o el bien concedido y se registran en el epígrafe "Ingresos Diferidos" del estado de situación financiera consolidado, imputándose a resultados en proporción a la dotación a la amortización efectuada en el período para los elementos subvencionados o, en su caso, cuando se produzca su enajenación o corrección valorativa por deterioro. Se procede al registro inicial, una vez recibida la comunicación de su concesión, en el momento en que se estima que no existen dudas razonables sobre el cumplimiento de las condiciones establecidas en las resoluciones individuales de concesión y sobre su cobro.

- Subvenciones a la explotación: se abonan a la cuenta de resultados consolidada en el momento en el que, tras su concesión, el Grupo estima que se han cumplido las condiciones establecidas en la misma y, por consiguiente, no existen dudas razonables sobre su cobro, y se imputan a los resultados de forma que se asegure en cada período una adecuada correlación contable entre los ingresos derivados de la subvención y los gastos subvencionados.

N) RECONOCIMIENTO DE INGRESOS Y GASTOS

Los ingresos y gastos se imputan en función del criterio de devengo, es decir, cuando se produce la corriente real de bienes y servicios que los mismos representan, con independencia del momento en que se produzca la corriente monetaria o financiera derivada de ellos. Dichos ingresos se valoran por el valor razonable de la contraprestación recibida, deducidos descuentos e impuestos.

El reconocimiento de los ingresos por ventas se produce en el momento en que se han transferido al comprador los riesgos y beneficios significativos inherentes a la propiedad del bien vendido, no manteniendo la gestión corriente sobre dicho bien, ni reteniendo el control efectivo sobre el mismo.

En cuanto a los ingresos por prestación de servicios, éstos se reconocen considerando el grado de realización de la prestación a la fecha de estado de situación financiera, siempre y cuando el resultado de la transacción pueda ser estimado con fiabilidad.

Los intereses recibidos de activos financieros se reconocen utilizando el método del tipo de interés efectivo y los dividendos, cuando se declara el derecho del socio a recibirlos. En cualquier caso, los intereses y dividendos de activos financieros devengados con posterioridad al momento de la adquisición se reconocen como ingresos en la cuenta de resultados consolidada.

O) IMPUESTO SOBRE BENEFICIOS, ACTIVOS Y PASIVOS POR IMPUESTO DIFERIDO

El gasto o ingreso por el impuesto sobre beneficios comprenden la parte relativa al gasto o ingreso por el impuesto corriente y la parte correspondiente al gasto o ingreso por el impuesto diferido.

El impuesto corriente es la cantidad que el Grupo satisface como consecuencia de las liquidaciones fiscales del impuesto sobre el beneficio relativas a un ejercicio. Las deducciones y otras ventajas fiscales en la cuota del impuesto, excluidas las retenciones y pagos a cuenta, así como las pérdidas fiscales compensables de ejercicios anteriores y aplicadas efectivamente en éste, dan lugar a un menor importe del impuesto corriente.

El gasto o ingreso por el impuesto diferido corresponden al reconocimiento y la cancelación de los activos y pasivos por impuesto diferido. Estos incluyen las diferencias temporarias que se identifican como aquellos importes que se prevén pagaderos o recuperables derivados de las diferencias entre los importes en libros de los activos y pasivos y su valor fiscal, así como las bases imponibles negativas pendientes de compensación y los créditos por deducciones fiscales no aplicadas fiscalmente. Dichos importes se registran aplicando a la diferencia temporaria o crédito que corresponda el tipo de gravamen al que se espera recuperarlos o liquidarlos.

Se reconocen pasivos por impuesto diferido para todas las diferencias temporarias imponibles, excepto aquellas derivadas del reconocimiento inicial de fondos de comercio o de otros activos y pasivos en una operación que no afecta ni al resultado fiscal ni al resultado contable y no es una combinación de negocios.

Por su parte, los activos por impuesto diferido sólo se reconocen en la medida en que se considere probable que el Grupo vaya a disponer de ganancias fiscales futuras contra las que poder hacerlos efectivos.

Los activos y pasivos por impuesto diferido, originados por operaciones con cargos o abonos directos en cuentas de patrimonio, se contabilizan también con contrapartida en patrimonio neto.

En cada cierre contable se reconsideran los activos por impuesto diferido registrados, efectuándose las oportunas correcciones a los mismos en la medida en que existan dudas sobre su recuperación futura. Asimismo, en cada cierre se evalúan los activos por impuesto diferido no registrados en estado de situación financiera y éstos son objeto de reconocimiento en la medida en que pase a ser probable su recuperación con beneficios fiscales futuros.

P) RESULTADO POR ACCIÓN

El resultado básico por acción se calcula como el cociente entre el resultado neto del ejercicio atribuido a la Sociedad Dominante y el número medio ponderado de acciones ordinarias en circulación durante dicho ejercicio, sin incluir el número medio de acciones de la Sociedad Dominante en cartera de las sociedades del Grupo. El Grupo no ha realizado ningún tipo de operación que suponga una dilución del resultado básico por acción. En este sentido, las acciones consideradas de acuerdo a los criterios contables como autocartera (véase Nota 11) se han considerado como acciones que no están en circulación, tanto por el cálculo del resultado básico por acción como para el diluido.

Q) TRANSACCIONES EN MONEDA EXTRANJERA

La moneda funcional utilizada por el Grupo es el euro. Consecuentemente, las operaciones en otras divisas distintas del euro se consideran denominadas en moneda extranjera y se registran según los tipos de cambio vigentes en las fechas de las operaciones.

Al cierre del ejercicio, los activos y pasivos monetarios denominados en moneda extranjera se convierten aplicando el tipo de cambio en la fecha del estado de situación financiera. Los beneficios o pérdidas puestos de manifiesto se imputan directamente a la cuenta de resultados del ejercicio en que se producen.

Los activos y pasivos no monetarios cuyo criterio de valoración sea el valor razonable y estén denominados en moneda extranjera, se convierten según los tipos vigentes en la fecha en que se ha determinado el valor razonable. Los beneficios o pérdidas puestos de manifiesto se imputan a patrimonio neto o a resultados siguiendo los mismos criterios que el registro de las variaciones en el valor razonable, según se indica en la Nota de "Instrumentos financieros".

R) ESTADOS DE FLUJOS DE EFECTIVO CONSOLIDADOS

En los estados de flujos de efectivo consolidados, preparados siguiendo el método indirecto, se utilizan las siguientes expresiones en los siguientes sentidos:

- Flujos de efectivo: entradas y salidas de dinero en efectivo y de sus equivalentes; entendiéndose por éstos las inversiones a corto plazo de gran liquidez y bajo riesgo de alteraciones en su valor.
- Actividades de explotación: actividades típicas del Grupo, así como otras actividades que no pueden ser calificadas como de inversión o de financiación.
- Actividades de inversión: las de adquisición, enajenación o disposición por otros medios de activos a largo plazo y otras inversiones no incluidas en el efectivo y sus equivalentes.
- Actividades de financiación: actividades que producen cambios en el tamaño y composición del patrimonio neto y de los pasivos de carácter financiero.

S) TRANSACCIONES CON VINCULADAS

El Grupo realiza todas sus operaciones con partes vinculadas a valores de mercado. Los precios de transferencia se encuentran adecuadamente soportados por lo que los Administradores de la Sociedad Dominante consideran que no existen riesgos significativos por este aspecto de los que puedan derivarse pasivos de consideración en el futuro.

T) OPERACIONES INTERRUMPIDAS

Una operación interrumpida o en discontinuidad es una línea de negocio que se ha decidido abandonar y/o enajenar, cuyos activos, pasivos y resultados pueden ser distinguidos físicamente, operativamente y a efectos de información financiera. Los ingresos y gastos de las operaciones en discontinuidad se presentan separadamente en la cuenta de resultados consolidada.

Durante los ejercicios 2014 y 2013 no se ha producido la discontinuidad de ninguna línea o segmento de negocio del Grupo.

4. DIVIDENDOS PAGADOS Y APLICACIÓN DEL RESULTADO DE LA SOCIEDAD DOMINANTE

DIVIDENDOS PAGADOS POR LA SOCIEDAD DOMINANTE

En el ejercicio 2014 la Sociedad Dominante no ha pagado dividendo alguno.

APLICACIÓN DEL RESULTADO DE LA SOCIEDAD DOMINANTE

La propuesta de aplicación de las pérdidas obtenidas en el ejercicio 2014 que presentarán los Administradores de la Sociedad Dominante a la Junta General de Accionistas para su aprobación, se muestra a continuación:

	EUROS
BASES DE REPARTO	
Pérdida del ejercicio	11.633.667
APLICACIÓN DEL RESULTADO	
Resultado negativo a compensar en ejercicios posteriores	11.633.667

5. ACTIVOS INTANGIBLES

COMPOSICIÓN DEL SALDO Y MOVIMIENTOS SIGNIFICATIVOS

El movimiento habido en este epígrafe del estado de situación financiera consolidado durante los ejercicios 2014 y 2013 ha sido el siguiente:

	EJERCICIO 2014	SALDO INICIAL	ADICIONES (DOTACIONES)	RETIROS	TRASPASOS	DIFERENCIA DE CONVERSION (Nótas)	SALDO FINAL
Concesiones Administrativas							
Coste		28.849	-	-	-	-	28.849
Amortización acumulada		(4.921)	(687)	-	-	-	(5.608)
Total		23.928	(687)	-	-	-	23.241
Propiedad Industrial							
Coste		1.514.078	-	-	-	-	1.514.078
Amortización acumulada		(1.096.323)	73.712	-	-	-	(1.170.035)
Total		417.755	73.712	-	-	-	344.043
Aplicaciones Informáticas							
Coste		2.245.520	410.622	(599.792)	38.905	27.010	2.122.265
Amortización acumulada		(2.047.364)	(148.593)	599.792	-	(4.984)	(1.601.149)
Total		198.156	262.029	-	38.905	22.026	521.116
Derechos de Traspaso							
Coste		3.917.399	-	(437.057)	-	-	3.480.342
Amortización acumulada		(3.808.157)	(101.100)	437.057	-	-	(3.472.200)
Total		109.242	(101.100)	-	-	-	8.142
Anticipos y activos intangibles en curso		35.331	1.580.604	-	(38.905)	(120)	1.576.910
TOTAL							
Coste		7.741.177	1.991.226	(1.036.849)	-	26.890	8.722.444
Amortización acumulada		(6.956.765)	(324.092)	1.036.849	-	(4.984)	(6.248.992)
Saldo neto		784.412	-	-	-	-	2.473.452

EUROS

	EJERCICIO 2013	SALDO INICIAL	ADICIONES (DOTACIONES)	RETIROS	DIFERENCIA DE CONVERSION (Nótas)	SALDO FINAL
Concesiones Administrativas						
Coste		28.849	-	-	-	28.849
Amortización acumulada		(4.234)	(687)	-	-	(4.921)
Total		24.615	(687)	-	-	23.928
Propiedad Industrial						
Coste		1.451.458	62.620	-	-	1.514.078
Amortización acumulada		(1.016.157)	(80.166)	-	-	(1.096.323)
Total		435.301	(17.546)	-	-	417.755
Aplicaciones Informáticas						
Coste		2.190.711	109.941	(53.370)	1.762	2.245.520
Amortización acumulada		(1.884.130)	(190.523)	25.723	1.566	(2.047.364)
Total		306.581	(80.582)	(27.647)	(196)	198.156
Derechos de Traspaso						
Coste		3.917.399	-	-	-	3.917.399
Amortización acumulada		(3.707.054)	(101.103)	-	-	(3.808.157)
Total		210.345	(101.103)	-	-	109.242
Anticipos e inversiones en curso		-	36.539	-	(1.208)	35.331
TOTAL						
Coste		7.588.417	209.100	(53.370)	(2.970)	7.741.177
Amortización acumulada		(6.611.575)	(372.479)	25.723	1.566	(6.956.765)
Saldo neto		976.841	-	-	-	784.412

EUROS

ADICIONES

Las adiciones del ejercicio 2014 corresponden principalmente a los costes incurridos en la implantación de un sistema informático integrado que entrará en funcionamiento en 2015. El Grupo ha capitalizado un total de 142.384 euros correspondientes a gastos financieros asociados a la financiación de este proyecto (véase Nota 19). Igualmente, en el ejercicio 2014, el Grupo incorporó como mayor valor de inmovilizado los costes de personal propio que han efectuado labores de desarrollo en dicho sistema informático por un importe de 224.259 euros que se han registrado dentro del epígrafe "Otros ingresos de explotación" de la Cuenta de resultados consolidada (véase Nota 16).

Al 28 de febrero de 2015 se encuentran pendientes de pago por esta aplicación 941.389 euros dentro del epígrafe "Proveedores de inmovilizado-Otros pasivos financieros" del estado de situación financiera consolidado adjunto (véase Nota 12).

BIENES TOTALMENTE AMORTIZADOS

Formando parte del activo intangible del Grupo al 28 de febrero de 2015 y 2014 se incluyen determinados bienes totalmente amortizados, cuyos valores de coste y de su correspondiente amortización acumulada se muestran a continuación:

	28/02/15	28/02/14
Propiedad industrial	824.279	728.528
Derechos de traspaso	2.570.342	3.007.399
Aplicaciones informáticas	1.490.996	1.759.483
—	—	—
TOTAL	4.885.617	5.495.410

6. INMOVILIZADO MATERIAL

El movimiento habido en este epígrafe del estado de situación financiera consolidado durante los ejercicios 2014 y 2013 ha sido el siguiente:

	EJERCICIO 2014	Saldo Inicial	Adiciones (Dotaciones)	Retiros	Trasposos	Diferencias de Conversión (Netas)	Saldo Final
Terrenos y construcciones							
Coste	16.557.797	34.922	-	-	41.697	16.634.416	
Amortización acumulada	(4.392.483)	(172.666)	-	-	(1.092)	(4.566.241)	
Total	12.165.314	(137.744)	-	-	40.605	12.068.175	
Instalaciones Técnicas y Maquinaria							
Coste	83.849.150	513.060	(10.436.820)	21.657	592.556	74.539.603	
Amortización acumulada	(63.751.004)	(4.335.593)	8.625.566	-	(408.752)	(59.869.783)	
Deterioro	(4.394.270)	(422.362)	1.700.556	-	(4.825)	(3.120.901)	
Total	15.703.876	(4.244.895)	(110.698)	21.657	178.979	11.548.919	
Otras instalaciones, utillaje y mobiliario							
Coste	18.662.843	350.659	(3.672.026)	25.532	188.644	15.555.652	
Amortización acumulada	(13.969.414)	(1.182.734)	3.251.514	-	(103.495)	(12.004.129)	
Deterioro	(672.460)	(160.512)	360.587	(407)	(3.049)	(475.841)	
Total	4.020.969	(992.587)	(59.925)	25.125	82.100	3.075.682	
Otro Inmovilizado							
Coste	3.627.176	64.940	(790.767)	3.328	5.802	2.910.479	
Amortización acumulada	(3.437.030)	(92.975)	770.642	-	(3.927)	(2.763.290)	
Deterioro	(2.303)	-	-	407	-	(1.896)	
Total	187.843	(28.035)	(20.125)	3.735	1.876	145.293	
Anticipos e inmovilizaciones en curso	30.985	253.192	(4.189)	(50.517)	190	229.661	
TOTAL							
Coste	122.727.951	1.216.773	(14.903.802)	-	828.889	109.869.811	
Amortización acumulada	(85.549.931)	(5.783.968)	12.647.722	-	(517.266)	(79.203.443)	
Deterioro	(5.069.033)	(582.874)	2.061.143	-	(7.874)	(3.598.638)	
Saldo neto	32.108.987	-	-	-	-	27.067.730	

EUROS



	EFECTIVO 2013	ADICIONES (DOTACIONES)	RETROS	TRASPASOS	DIFERENCIAS DE CONVER- SION (Notas)	TRASPASO S INVERSIONES INMOBILIARIAS (Nota 7)	EUROS BALDO FINAL
Terrenos y construcciones							
Coste	17.031.460	-	(13.172)	-	(44.529)	(415.962)	16.557.797
Amortización acumulada	(4.249.681)	(173.157)	55	-	1.500	28.800	(4.392.483)
Total	12.781.779	(173.157)	(13.117)	-	(43.029)	(387.162)	12.165.314
Instalaciones Técnicas y Maquinaria							
Coste	99.592.508	1.023.879	(16.333.759)	85.212	(518.690)	-	83.849.150
Amortización acumulada	(68.530.894)	(6.151.994)	10.604.490	-	327.394	-	(63.751.004)
Deterioro	(9.948.106)	(2.311.847)	7.802.231	-	63.452	-	(4.394.270)
Total	21.113.508	(7.439.962)	2.072.962	85.212	(127.844)	-	15.703.876
Otras instalaciones, utillaje y mobiliario							
Coste	20.345.744	197.486	(2.079.389)	438.951	(239.949)	-	18.662.843
Amortización acumulada	(13.837.995)	(1.630.061)	1.334.211	-	164.431	-	(13.969.414)
Deterioro	(1.011.743)	(388.815)	701.026	-	27.072	-	(672.460)
Total	5.496.006	(1.821.390)	(44.152)	438.951	(48.446)	-	4.020.969
Otro Inmovilizado							
Coste	3.605.185	46.670	(12.113)	-	(12.566)	-	3.627.176
Amortización acumulada	(3.347.915)	(109.855)	2.928	-	17.812	-	(3.437.030)
Deterioro	(4.198)	-	6.349	-	(4.454)	-	(2.303)
Total	253.072	(63.185)	(2.836)	-	792	-	187.843
Anticipos e inmovilizaciones en curso	821	104.544	(17.636)	(85.212)	28.468	-	30.985
TOTAL							
Coste	140.575.718	1.372.579	(18.456.069)	438.951	(787.266)	(415.962)	122.727.951
Amortización acumulada	(89.966.485)	(8.065.067)	11.941.684	-	511.137	28.800	(85.549.931)
Deterioro	(10.964.047)	(2.700.662)	8.509.606	-	86.070	-	(5.069.033)
Saldo neto	39.645.186	-	-	-	-	-	32.108.987

ADICIONES

Las adiciones del ejercicio corresponden, principalmente, a inversiones realizadas en locales comerciales, puestos en funcionamiento o inversiones en curso para nuevas aperturas. Las inversiones se materializan principalmente en la reforma de los locales, así como en la decoración y mobiliario necesarios para la puesta en condiciones de uso.

DETERIOROS

Los deterioros del ejercicio corresponden a la corrección valorativa aplicada a tiendas, hasta dejar su valor neto contable en el valor de uso calculado según las normas de registro y valoración aplicadas por el Grupo. Dicha corrección valorativa ha ascendido a 582.874 euros (2.700.662 euros para 2013) y ha sido registrada con cargo al epígrafe "Deterioro y resultado por enajenaciones del inmovilizado" de la cuenta de pérdidas y ganancias consolidada del ejercicio 2014 adjunta.

Asimismo, durante el ejercicio 2013 el Grupo revirtió deterioros de valor por un importe de 2.283.535 euros, correspondientes a nueve tiendas, que corrigieron la valoración aplicada en ejercicios anteriores, y que se incluyen en el epígrafe de "Deterioro y resultado por enajenaciones del inmovilizado" de la cuenta de pérdidas y ganancias consolidada en el ejercicio 2013 adjunta.

RETIVOS

En el ejercicio 2014, el Grupo ha cerrado treinta y ocho tiendas, cuyo valor neto contable ascendía a 194.937 euros, habiéndose aplicado la provisión por deterioro que se mantenía registrada por un importe de 2.061.143 euros.

TRASPASOS

Durante el ejercicio 2013 el Grupo traspasó al epígrafe "Inmuebles de inversión" una tienda ubicada en Vitoria por un valor neto contable de 387.162 euros, que será destinada al arrendamiento. Adicionalmente, durante el ejercicio 2013 el Grupo traspasó al inmovilizado de ciertos elementos que se encontraban incluidos en el epígrafe de "Existencias", por un importe de 438.951 euros.

INMOVILIZADO UBICADO EN EL EXTRANJERO

Al 28 de febrero de 2015, inmovilizado material por un valor neto de 5.333.153 euros (5.672.952 euros al 28 de febrero de 2014) se encuentra localizado en el extranjero y corresponde, principalmente a inversiones en locales comerciales. Su desglose es el siguiente:

	28/02/15	28/02/14
Terrenos y construcciones		
Coste	2.758.989	2.682.369
Amortización acumulada	(699.249)	(663.563)
Total	2.059.740	2.018.806
Instalaciones Técnicas y Maquinaria		
Coste	8.904.153	9.523.672
Amortización acumulada	(5.877.251)	(5.964.470)
Deterioro	(740.252)	(918.931)
Total	2.286.650	2.640.271
Otras instalaciones, utillaje y mobiliario		
Coste	3.028.479	3.149.320
Amortización acumulada	(2.057.439)	(2.015.725)
Deterioro	(61.044)	(162.249)
Total	909.996	971.346
Otro Inmovilizado		
Coste	199.485	190.334
Amortización acumulada	(173.811)	(176.487)
Deterioro	(1.896)	(2.303)
Total	23.778	11.544
Anticipos e inmovilizaciones en curso		
	52.989	30.985
TOTAL		
Coste	14.944.095	15.576.680
Amortización acumulada	(8.807.750)	(8.820.245)
Deterioro	(803.192)	(1.083.483)
Saldo neto	5.333.153	5.672.952

EUROS

BIENES TOTALMENTE AMORTIZADOS

Al 28 de febrero de 2015 el Grupo mantenía en su inmovilizado material elementos totalmente amortizados por un importe de 43.177.212 euros (48.809.157 euros al 28 de febrero de 2014), de acuerdo con el siguiente detalle:

	28/02/15	28/02/14
Construcciones	194.602	194.178
Instalaciones técnicas y maquinaria	28.931.823	32.210.603
Otras instalaciones, utillaje y mobiliario	11.531.053	13.230.789
Otro inmovilizado	2.519.734	3.173.587
TOTAL	43.177.212	48.809.157

BIENES AFECTOS A GARANTÍA

Al 28 de febrero de 2015 la Sociedad Dominante mantiene registrados terrenos y construcciones que se encuentran hipotecados en garantía ante instituciones financieras y la Administración Tributaria, cuyo valor neto contable a dicha fecha asciende a 9.894.980 euros (10.147.213 euros a 28 de febrero de 2015) (véase Nota 12).

POLÍTICA DE SEGUROS

Las sociedades del Grupo siguen la política de formalizar pólizas de seguros para cubrir los posibles riesgos a los que están expuestos los diversos elementos de su inmovilizado material y las inversiones inmobiliarias. Los Administradores de la Sociedad Dominante estiman que la cobertura contratada al cierre del ejercicio 2014 resulta suficiente para cubrir los riesgos propios de las actividades del Grupo.

7. INMUEBLES DE INVERSIÓN

El movimiento habido durante los ejercicios 2014 y 2013 en las diferentes cuentas que componen este epígrafe del estado de situación financiera ha sido el siguiente:

	SALDO AL 28/02/13		TRASPASOS DEL INMOVILIZADO MATERIAL (Nota 6)		DIFERENCIAS DE CONVERSIÓN		SALDO AL 28/02/14		DIFERENCIAS DE CONVERSIÓN		SALDO AL 28/02/15	
Terrenos y construcciones												
Coste	4.079.051	-	415.962	(58.806)	4.436.207	-	5.187	4.441.394				
Amortización acumulada	(191.853)	(41.898)	(28.800)	7.706	(254.845)	(44.417)	(6.118)	(305.380)				
Deterioro	(843.637)	-	-	-	(843.637)	-	48.805	(794.832)				
Total	3.043.561	(41.898)	387.162	(51.100)	3.337.725	(44.417)	53.061	3.341.182				

Los traspasos del ejercicio 2013 corresponden a una tienda ubicada en Vitoria cuyo cierre se realizó en el ejercicio y cuyo destino es el de explotación a través de arrendamiento. El saldo al 28 de febrero de 2014 corresponde a locales comerciales del Grupo ubicados en Palma de Mallorca, Vitoria y México. Durante el ejercicio 2013 el Grupo ha registrado ingresos por arrendamientos por importe de 148 miles de euros (134 miles de euros en el ejercicio 2013).

Al cierre del ejercicio el Grupo mantiene registrado un deterioro de valor de los activos localizados en Palma de Mallorca y en Vitoria calculado sobre la base de las últimas tasaciones, realizadas por expertos independientes.

BIENES AFECTOS A GARANTÍA

Al 28 de febrero de 2014 la Sociedad Dominante mantiene registrados terrenos y construcciones que se encuentran hipotecados en garantía ante instituciones financieras y la Administración Tributaria, cuyo valor neto contable a dicha fecha asciende a 2.758.758 euros (2.789.678 euros a 28 de febrero de 2014).

8. INVERSIONES FINANCIERAS A LARGO PLAZO Y A CORTO PLAZO

INVERSIONES FINANCIERAS A LARGO PLAZO

El movimiento habido en este epígrafe del estado de situación financiera consolidado durante los ejercicios 2014 y 2013 ha sido el siguiente:

	CREDITOS A LARGO PLAZO	DETERIORO DE CREDITOS A LARGO PLAZO	CREDITOS A LARGO PLAZO AL PERSONAL	IMPORCIONES A LARGO PLAZO	DEPOSITOS Y FINANZAS CONSTITUIDOS A LARGO PLAZO	TOTAL
Saldos al 28 de febrero de 2013	373.558	(372.397)	502.633	2.500.000	4.578.294	7.582.088
Adiciones	1.138	(473)	20.000	4.000.000	-	4.020.665
Retiros	-	-	-	(5.000.000)	(407.816)	(5.407.816)
Saldos al 28 de febrero de 2014	374.696	(372.870)	522.633	1.500.000	4.170.478	6.194.937
Adiciones	758	(2.584)	11.436	300.000	256.083	565.693
Retiros	-	-	(217.985)	(300.000)	(551.291)	(1.069.276)
Diferencias de conversión	-	-	-	-	147.768	147.768
Saldos al 28 de febrero de 2015	375.454	(375.454)	316.084	1.500.000	4.023.038	5.839.122

EUROS

CRÉDITOS A LARGO PLAZO PERSONAL

Con fecha 10 de enero de 2013 la Sociedad Dominante firmó un préstamo con un miembro de la Alta Dirección que devenga intereses al 4% anual pagadero a la finalización y tiene como plazo máximo de vencimiento cinco años (véase Nota 22).

IMPOSICIONES A LARGO PLAZO

Las imposiciones financieras a largo plazo corresponden a colocaciones de efectivo en instituciones financieras cuyo vencimiento es superior a un año y que devengan intereses promedio del 2,23% anual.

INVERSIONES FINANCIERAS A CORTO PLAZO

El saldo del epígrafe "Inversiones financieras a corto plazo" del estado de situación financiera consolidado al 28 de febrero de 2015 y 2014 adjuntos, es el siguiente:

	28/02/15	28/02/14
Valores de renta fija	2.828.712	8.228.248
Créditos a terceros	26.369	53.243
Instrumentos financieros derivados	1.352.510	-
Depósitos y fianzas constituidos a corto plazo	11.479	25.803
Otros activos financieros	10.737	7.663
TOTAL	4.229.807	8.314.957

EUROS

VALORES DE RENTA FIJA

Corresponde a operaciones de compra-venta para colocar excedentes puntuales de tesorería. El saldo al 28 de febrero de 2015 corresponde a imposiciones a plazo superior a 3 meses, que devengan un tipo de interés medio del 1,04% (1,4% al 28 de febrero de 2014).

INSTRUMENTOS FINANCIEROS DERIVADOS

Durante el ejercicio 2014 la Sociedad Dominante ha contratado instrumentos financieros para cubrir riesgos de fluctuación de tipos de cambio. A continuación se detallan los instrumentos financieros derivados.

DENOMINACIÓN DE COBERTURA	CLASIFICACIÓN DE COBERTURA	TIPO	DOLARES IMPORTE CONTRATADO	FECHA DE CONTRATACIÓN	FECHA DE VENCIMIENTO	EUROS SALDO DEUDOR
Cuentas a pagar	Tipo de Cambio	Forward USD	2.000.000	09.09.2014	03.04.2015	29.773
Cuentas a pagar	Tipo de Cambio	Forward USD	2.500.000	02.01.2015	22.10.2015	253.812
Cuentas a pagar	Tipo de Cambio	Forward USD	1.000.000	01.09.2014	04.05.2015	115.412
Cuentas a pagar	Tipo de Cambio	Forward USD	1.000.000	03.12.2014	30.09.2015	64.969
Cuentas a pagar	Tipo de Cambio	Forward USD	3.000.000	17.10.2014	30.10.2015	283.102
Cuentas a pagar	Tipo de Cambio	Forward USD	2.500.000	17.10.2014	30.09.2015	289.958
Cuentas a pagar	Tipo de Cambio	Forward USD	3.000.000	15.10.2014	30.09.2015	315.484
TOTAL						1.352.510



El Grupo ha registrado el valor razonable de estos seguros de cambio por un importe de 1.352.510 euros, con abono al epígrafe "Variación de valor razonable de instrumentos financieros - cartera de negociación y otros", de la cuenta de resultados consolidada del ejercicio 2014 adjunta.

9. EXISTENCIAS

La composición de este epígrafe del estado de situación financiera al 28 de febrero de 2015 y 2014 es la siguiente:

	28/02/15	28/02/14
Mercancía en almacén	9.104.004	11.892.035
Mercancía en tiendas	18.528.171	22.218.233
Anticipos	257.465	197.428
TOTAL	27.889.640	34.307.696

EUROS

Al 28 de febrero de 2015 no existían compromisos firmes de compra y venta, ni contratos de futuro sobre las existencias, ni tampoco limitaciones de disponibilidad. A dicha fecha, el importe de las existencias en poder de terceros (franquicias del Grupo y talleres externos) ascendía a 10.881.710 euros (11.114.823 euros al 28 de febrero de 2014).

Por otra parte, durante el ejercicio 2013, el Grupo traspasó al inmovilizado existencias por un importe de 438.951 euros.

10. DEUDORES COMERCIALES Y OTRAS CUENTAS A COBRAR Y EFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFECTIVO

La composición del epígrafe "Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar-Clientes por ventas y prestaciones de servicios" del estado de situación financiera es la siguiente:

	28/02/15	28/02/14
Clientes por ventas y prestación de servicios	19.918.248	18.935.412
Deterioro de valor de créditos (Nota 18)	(4.747.849)	(6.244.760)
Deudores varios	185.360	611.693
Personal	83.286	27.128
TOTAL	15.439.045	13.329.473

EUROS

En la cuenta de "Clientes por ventas y prestación de servicios" de los estados de situación financiera consolidados al 28 de febrero de 2015 y 2014 adjuntos, se incluyen, fundamentalmente, los saldos a cobrar por ventas realizadas a terceros por el Grupo en el desarrollo de sus actividades. Con carácter general, estas cuentas a cobrar no devengan tipo de interés alguno y sus condiciones de cobro varían entre el contado y 120 días.

El análisis de la antigüedad de los saldos en mora pero no deteriorados al 28 de febrero de 2015 y 2014 es el siguiente:

	28/02/15	28/02/14
Menos de 30 días	339.581	996.098
De 31 a 120 días	107.999	633.931
De 121 a 180 días	42.659	236.775
Más de 180 días	379.446	258.886
TOTAL	869.685	2.125.690

EUROS

Los Administradores de la Sociedad Dominante consideran que el importe en libros de las cuentas de clientes por ventas y prestaciones de servicios se aproxima a su valor razonable.

El epígrafe "Efectivo y equivalentes de efectivo" incluye la tesorería del Grupo y depósitos bancarios a corto plazo con un vencimiento no superior a tres meses.

11. PATRIMONIO NETO

CAPITAL DE LA SOCIEDAD DOMINANTE

El capital social al 28 de febrero de 2015 está representado por 9.276.108 acciones de 0,6 euros de valor nominal cada una, totalmente suscritas y desembolsadas.

Desde marzo de 1997 las acciones de la Sociedad Dominante están admitidas a cotización oficial en las bolsas de valores españolas.

Al 28 de febrero de 2015 los accionistas con participación superior al 5% en el capital social de Adolfo Domínguez, SA. son los siguientes:

	NÚMERO DE ACCIONES		% TOTAL SOBRE EL CAPITAL SOCIAL	
	DIRECTAS	INDIRECTAS	DIRECTO	INDIRECTO
D. Adolfo Domínguez Fernández	2.923.232	-	31,51	-
Ruig, S.L. (*)	-	1.372.930	-	14,80
Libertas 7, S.A. (**)	6.664	947.595	0,07	10,22
La Previsión Mallorquina de Seguros	701.000	-	7,56	-

(*) Por medio de la sociedad Antonio Ruig, S.A.U.
(**) Por medio de la sociedad Luxury Liberty, S.A.

GESTIÓN DEL CAPITAL

El Grupo Adolfo Domínguez considera como objetivo clave en su gestión del capital el mantenimiento de una estructura óptima de capital que garantice su capacidad para continuar como empresa en funcionamiento y que salvaguarde la rentabilidad para sus accionistas.

La estructura financiera del Grupo incluye tanto financiación propia como ajena. Los recursos propios están compuestos fundamentalmente por el capital social desembolsado, las reservas y los beneficios no distribuidos, mientras que la financiación ajena está integrada por los préstamos con entidades de crédito, netos del efectivo y equivalentes de efectivo.

La política de gestión del capital está orientada a asegurar el mantenimiento de un nivel de endeudamiento razonable, así como a maximizar la creación de valor para el accionista.

El siguiente cuadro muestra el nivel de endeudamiento financiero del Grupo Adolfo Domínguez al cierre de los ejercicios 2014 y 2013:

	28/02/15	28/02/14
Activos financieros corrientes	2.828.712	8.228.248
Efectivo y otros equivalentes de efectivo	13.350.760	10.910.941
Activos financieros no corrientes	1.500.000	1.500.000
Otros pasivos financieros no corrientes	(1.652.602)	(3.499.287)
Deudas con entidades de crédito no corrientes	(15.044.941)	(20.668.353)
Deudas con entidades de crédito corrientes	(6.244.129)	(4.931.626)
Otros pasivos financieros corrientes	(2.671.248)	(1.456.254)
Posición financiera neta	(7.933.448)	(9.916.331)
Pasivo total	(45.054.020)	(48.893.085)
Posición Financiera neta / Pasivo total	17,61%	20,28%

EUROS

El coste de capital y los riesgos asociados a cada tipo de financiación son evaluados por la Dirección Financiera de la Sociedad Dominante, a la hora de tomar decisiones de cómo afrontar las inversiones propuestas por las distintas áreas de negocio y supervisados por el Consejo de Administración de la Sociedad Dominante cuando por importancia así se requiera.

AUTOCARTEFA

Tal y como se indica en la Nota 8, con fecha 10 de enero de 2013 la Sociedad Dominante concedió un préstamo a un miembro de la Alta Dirección para la adquisición de acciones de la propia Sociedad Dominante. En dicho contrato se establece la opción por parte del prestatario de vender a la Sociedad dichas acciones transcurrido un determinado plazo al valor de cotización de las mismas en dicho momento. Por tanto, siguiendo los principios y criterios contables contenidos en el marco de información financiera aplicable al Grupo, se ha contabilizado dicha opción como un pasivo financiero con cargo al epígrafe "Patrimonio Neto-Acciones Propias" del estado de situación financiera consolidado.

RESERVA LEGAL DE LA SOCIEDAD DOMINANTE

De acuerdo con el Texto Refundido de la Ley de Sociedades de Capital, debe destinarse una cifra igual al 10% del beneficio del ejercicio a la reserva legal hasta que ésta alcance, al menos, el 20% del capital social. Al 28 de febrero de 2014 esta reserva se encontraba totalmente dotada conforme exige la ley.

La reserva legal podrá utilizarse para aumentar el capital en la parte de su saldo que exceda del 10% del capital ya aumentado. Salvo para la finalidad mencionada anteriormente, y mientras no supere el 20% del capital social, esta reserva sólo podrá destinarse a la compensación de pérdidas y siempre que no existan otras reservas disponibles suficientes para este fin.

RESERVAS EN SOCIEDADES CONSOLIDADAS POR INTEGRACIÓN GLOBAL Y DIFERENCIAS DE CONVERSIÓN
 El desglose por sociedades de los saldos de estos epígrafes del estado de situación financiera consolidado al 28 de febrero de 2015 y 2014, se indica a continuación:

	28/02/15		28/02/14		EUROS*
	RESERVAS (*)	DIFERENCIAS DE CONVERSIÓN	RESERVAS (*)	DIFERENCIAS DE CONVERSIÓN	
Adolfo Dominguez, S.A.RL	(4.707.408)	-	(4.568.402)	-	
Adolfo Dominguez, Ltd.	(9.607.556)	(267.044)	(9.217.974)	(232.768)	
Adolfo Dominguez Belgique, SA.	(2.031.571)	-	(1.807.962)	-	
Adolfo Dominguez (Portugal) - Moda, Lda.	269.676	-	273.940	-	
Adolfo Dominguez (Luxembourg), SA.	(902.690)	-	(825.608)	-	
Adolfo Dominguez - Japan Company, Ltda.	1.161.686	325.179	1.080.504	(39.714)	
Adolfo Dominguez USA, INC	(2.382.806)	(253.987)	(2.322.530)	(246.442)	
Trespas, SA. de C.V.	(253.080)	(271.956)	48.321	(836.811)	
Tormato, SA. de C.V.	65.208	2.232	35.846	(7.484)	
Adolfo Dominguez Shanghai Co Ltd.	(1.958.210)	308.723	(1.645.663)	100.779	
Adolfo Dominguez USA, LLC	(1.583.700)	364.794	(1.549.212)	379.871	
	(21.930.451)	207.941	(20.498.740)	(882.563)	

(*) Los saldos negativos representan pérdidas acumuladas

RESULTADO POR SOCIEDADES

La aportación de cada sociedad incluida en estas cuentas anuales a los resultados consolidados de los ejercicios 2014 y 2013 ha sido la siguiente:

SOCIEDAD	2014	2013
Adolfo Dominguez, S.A.	(11.385.062)	(8.831.646)
Adolfo Dominguez, S.A.RL	(7.175)	(139.006)
Adolfo Dominguez, Ltd.	(338.793)	(389.582)
Adolfo Dominguez Belgique, SA	(25.342)	(223.609)
Adolfo Dominguez (Portugal) - Moda, Lda.	12.700	(4.264)
Adolfo Dominguez (Luxembourg), SA	(45.079)	(77.082)
Adolfo Dominguez - Japan Company, Ltd.	(60.578)	81.182
Adolfo Dominguez USA, INC	(29.043)	(60.276)
Trespas, SA. de C.V	575.091	(301.401)
Tormato, SA. de C.V	120.510	29.362
Adolfo Dominguez Shanghai Co Ltd.	152.443	(312.547)
Adolfo Dominguez USA, LLC	(7.394)	(34.488)
	(11.037.722)	(10.263.357)

EUROS

(*) Los saldos negativos representan pérdidas aportadas.

INTERESES MINORITARIOS

El movimiento habido en este epígrafe del estado de situación financiera consolidado durante los ejercicios 2014 y 2013 ha sido el siguiente:

EJERCICIO 2014	SALDO INICIAL	BENEFICIO (PÉRDIDA) DEL EJERCICIO	SALDO FINAL
Adolfo Dominguez (Portugal) - Moda, Lda.	465.891	10.391	476.282
Adolfo Dominguez USA, LLC	(28.422)	28.422	-
	437.469	38.813	476.282

EUROS

EJERCICIO 2013	SALDO INICIAL	DIFERENCIAS DE CONVERSIÓN	BENEFICIO DEL EJERCICIO (PÉRDIDA)	SALDO FINAL
Adolfo Dominguez (Portugal) - Moda, Lda.	469.379	-	(3.488)	465.891
Adolfo Dominguez USA, LLC	-	5.446	(33.868)	(28.422)
	469.379	5.446	(37.356)	437.469

EUROS

La composición, por concepto, del saldo de este capítulo al 28 de febrero de 2015 y 2014 es la siguiente:

A 28 DE FEBRERO DE 2015	CAPITAL	RESERVAS	BENEFICIO DEL EJERCICIO	TOTAL
Adolfo Dominguez (Portugal) - Moda, Lda.	134.886	331.005	10.391	476.282
	134.886	331.005	10.391	476.282

EUROS

A 28 DE FEBRERO DE 2014	CAPITAL	RESERVAS	DIFERENCIAS DE CONVERSIÓN	PÉRDIDA DEL EJERCICIO	TOTAL
Adolfo Dominguez (Portugal) - Moda, Lda.	134.886	334.494	-	(3.489)	465.891
Adolfo Dominguez USA, LLC	904.050	(1.059.257)	154.128	(27.343)	(28.422)
	1.038.936	(724.763)	154.128	(30.832)	437.469

EUROS

12. DEUDAS CON ENTIDADES DE CRÉDITO Y OTROS PASIVOS FINANCIEROS

El detalle de los pasivos financieros al 28 de febrero de 2015 y 2014, presentados por naturaleza, es el siguiente:

A 28 DE FEBRERO DE 2015	PASIVO CORRIENTE	PASIVO NO CORRIENTE	TOTAL
Deudas con entidades de crédito			
Préstamos	5.724.094	15.044.941	20.769.035
Pólizas de crédito	423.898	-	423.898
Deudas por efectos descontados	30.286	-	30.286
Deuda por intereses	65.851	-	65.851
	<u>6.244.129</u>	<u>15.044.941</u>	<u>21.289.070</u>
Otros pasivos financieros			
Anticipos reembolsables	196.085	749.685	945.770
Fianzas	980.156	496.655	1.476.811
Otros Pasivos Financieros	689.385	-	689.385
Proveedores de inmovilizado (Véase Nota 5)	470.695	470.694	941.389
Deudas con las Administraciones Públicas	1.315.084	432.223	1.747.307
	<u>3.651.405</u>	<u>2.149.257</u>	<u>5.800.662</u>
Total	<u>9.206.149</u>	<u>17.883.583</u>	<u>27.089.732</u>

EUFOS

A 28 DE FEBRERO DE 2014	PASIVO CORRIENTE	PASIVO NO CORRIENTE	TOTAL
Deudas con entidades de crédito			
Préstamos	4.319.987	20.668.353	24.988.340
Pólizas de crédito	503.461	-	503.461
Deudas por efectos descontados	40.595	-	40.595
Deuda por intereses	67.583	-	67.583
	<u>4.931.626</u>	<u>20.668.353</u>	<u>25.599.979</u>
Otros pasivos financieros			
Anticipos reembolsables	166.085	945.769	1.111.854
Fianzas	299.159	403.156	702.315
Otros Pasivos Financieros	-	805.790	805.790
Deudas con las Administraciones Públicas	1.290.170	1.747.728	3.037.898
	<u>1.755.414</u>	<u>3.902.443</u>	<u>5.657.857</u>
Total	<u>6.687.040</u>	<u>24.570.796</u>	<u>31.257.836</u>

EUFOS

DEUDAS CON ENTIDADES DE CRÉDITO

La Sociedad Dominante mantiene un acuerdo con todas las entidades financieras con las que opera, donde se contempla, entre otros, los siguientes aspectos:



- La prestamización de 10.000.000 de euros, anteriormente formalizados mediante pólizas de crédito con diversas entidades financieras. La fecha de vencimiento de todos estos préstamos es el 30 de junio de 2017 y el tipo de interés ordinario que se aplica es equivalente al Euribor a 12 meses incrementado en un margen de mercado.
- Ampliación en los plazos de devolución para los contratos de préstamo que ya tenía concedidos la Sociedad Dominante con tres entidades financieras. En este caso las partes han acordado novar o refinanciar los préstamos a largo plazo mediante la formalización de contratos bilaterales. La fecha de vencimiento de dichos préstamos es el 10 de julio de 2019 para dos de ellos y el 14 de julio de 2018 para el tercero. El tipo de interés ordinario de estos préstamos es equivalente al Euribor a 12 meses incrementado en un margen de mercado.
- Límites de financiación de las pólizas de crédito por un importe total de 4.400.000 euros, estableciendo como fecha de vencimiento de las mismas el 30 de junio de 2016. El tipo de interés ordinario de las líneas de crédito es equivalente al Euribor a 12 meses incrementado en un margen de mercado.
- Las líneas de comercio exterior con un límite de 20.000.000 euros, cuya fecha de vencimiento será el 30 de junio de 2016. El tipo de interés ordinario de las mismas es equivalente al Euribor a 12 meses incrementado en un margen de mercado.
- Garantías establecidas: la Sociedad Dominante ha prestado garantía hipotecaria que sólo podrá ejecutarse previo acuerdo de la mayoría de las entidades financiadoras (véanse Notas 6 y 7).

El detalle al 28 de febrero de 2015 y 2014, por vencimientos, de la parte a largo plazo de los préstamos (valorados a coste amortizado), es el siguiente:

VENCIMIENTO *	28/02/15	28/02/14
2016	-	5.614.817
2017	5.958.799	5.954.011
2018	4.478.488	4.489.533
2019	3.302.136	3.302.502
2020	1.305.518	1.307.490
TOTAL	15.044.941	20.668.353

EUROS

(*) Ejercicio de doce meses finalizado el último día de febrero de cada año indicado.

Adicionalmente, la sociedad filial Trespas, S.A. de C.V. mantiene pólizas de crédito y líneas de comercio exterior con un límite de 534 miles de euros y 356 miles de euros respectivamente, cuya fecha de vencimiento es de septiembre de 2016.

OTROS PASIVOS FINANCIEROS

- Anticipos reembolsables

El detalle al 28 de febrero de 2015 y 2014 de los anticipos reembolsables concedidos a la Sociedad Dominante por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, es el siguiente:

AL 28 DE FEBRERO DE 2015						
FECHA DE CONCESIÓN	FECHA DE ÚLTIMO VENCIMIENTO	PERÍODO DE CARENANCIA (Años)	IMPORTE CONCEDIDO	VENCIMIENTO CO RTO PLAZO	VENCIMIENTO LARGO PLAZO	IMPORTE PENDIENTE TOTAL
Noviembre de 2004	Diciembre de 2016	2	876.845	87.685	87.685	175.370
Diciembre de 2006	Octubre de 2020	5	784.000	78.400	392.000	470.400
Febrero de 2010	Octubre de 2024	5	300.000	30.000	270.000	300.000
			<u>1.960.845</u>	<u>196.085</u>	<u>749.685</u>	<u>945.770</u>

EUROS

AL 28 DE FEBRERO DE 2014						
FECHA DE CONCESIÓN	FECHA DE ÚLTIMO VENCIMIENTO	PERÍODO DE CARENANCIA (Años)	IMPORTE CONCEDIDO	VENCIMIENTO CO RTO PLAZO	VENCIMIENTO LARGO PLAZO	IMPORTE PENDIENTE TOTAL
Noviembre de 2004	Diciembre de 2016	2	876.845	87.685	175.369	263.054
Diciembre de 2006	Octubre de 2020	5	784.000	78.400	470.400	548.800
Febrero de 2010	Octubre de 2024	5	300.000	-	300.000	300.000
			<u>1.960.845</u>	<u>166.085</u>	<u>945.769</u>	<u>1.111.854</u>

EUROS

El detalle, por años de vencimiento, de los anticipos reembolsables a largo plazo recibidos al 28 de febrero de 2015 y 2014 es el siguiente:

AÑO VENCIMIENTO *	28/02/15	28/02/14
2016	-	196.084
2017	196.084	196.084
2018	108.400	108.400
2019	108.400	108.400
2020 y Siguientes	336.801	336.801
TOTAL	<u>749.685</u>	<u>945.769</u>

EUROS

(*) Ejercicio de doce meses finalizado el último día de febrero de cada año indicado.

Los Administradores de la Sociedad Dominante consideran que se han cumplido y/o se prevén cumplir todas las condiciones y cláusulas establecidas en las Resoluciones de Concesión de los mencionados anticipos reembolsables.

OTROS PASIVOS FINANCIEROS - OTROS

El saldo de la partida "Otros pasivos financieros a corto plazo-Otros" corresponde al pasivo financiero derivado de la obligación de recompra de ciertas acciones de la Sociedad Dominante a su valor de cotización. Durante los ejercicios 2014, la actualización de valor de dicho pasivo financiero se ha registrado en el epígrafe de "Ingresos financieros- Por deudas con terceros" de las cuentas de pérdidas y ganancias consolidadas por importe de 116.406 euros (Gastos financieros por importe de 235.399 euros en ejercicio 2013).

PROVEEDORES DE INMOVILIZADO

El saldo de la partida "Proveedores de inmovilizado" corresponde a la financiación de la adquisición del sistema informático que se encontraba en fase de desarrollo a 28 de febrero de 2015. Dicha financiación tiene fecha de vencimiento diciembre 2016.

DEUDAS CON LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS

Durante el ejercicio 2012 la Sociedad Dominante firmó sendos convenios de aplazamiento de pago con la Tesorería General de la Seguridad Social y con la Agencia Tributaria. En dichos convenios se contempla la financiación de las deudas en un plazo de 43 y 47 meses, respectivamente. Al 28 de febrero de 2015 la Sociedad Dominante mantiene pendiente de pago un importe total de 1.747.307 euros (3.037.898 euros al 28 de febrero de 2014), que se encuentra registrado en las partidas "Otros pasivos financieros-Deudas a corto plazo con Administraciones Públicas" y "Otros pasivos financieros-Deudas a largo plazo con Administraciones Públicas" del estado de situación financiera consolidado a dicha fecha adjunto por importes de 1.315.084 euros y 432.223 euros (1.290.170 euros y 1.747.728 euros, al 28 de febrero de 2014), respectivamente.

El detalle, de acuerdo con sus vencimientos, de la parte a largo plazo de las deudas con Administraciones Públicas, es el siguiente:

AÑO VENCIMIENTO *	28/02/15	28/02/14
2016	-	1.315.505
2017	432.223	432.223
TOTAL	432.223	1.747.728

EUROS

(*) Ejercicio de doce meses finalizado el último día de febrero de cada año indicado.

13. INGRESOS DIFERIDOS NO CORRIENTES

El movimiento habido en este epígrafe del estado de situación financiera consolidado durante los ejercicios 2014 y 2013 ha sido el siguiente:

EJERCICIO 2014				
ORGANISMO QUE CONCEDIÓ LA SUBVENCIÓN	IMPORTE CONCEDIDO	SALDO INICIAL	IMPUTACIÓN AL RESULTADO DEL EJERCICIO	SALDO FINAL
Consellería de Innovación, Industria e Comercio, Xunta de Galicia	285.577	2.886	(2.886)	-
Instituto Galego de Promoción Económica (IGAPE, Xunta de Galicia)	84.944	638	(638)	-
Instituto Galego de Promoción Económica (IGAPE, Xunta de Galicia)	599.793	82.157	(69.454)	12.703
Consellería de Innovación e Industria Xunta de Galicia	126.588	1.264	(1.264)	-
Consellería de Innovación e Industria Xunta de Galicia	255.000	80.268	(43.220)	37.048
Instituto Galego de Promoción Económica (IGAPE, Xunta de Galicia)	216.731	150.419	(79.575)	70.844
Instituto Galego de Promoción Económica (IGAPE, Xunta de Galicia)	388.886	230.852	(196.413)	34.439
	1.957.519	548.484	(393.450)	155.034
Otros ingresos diferidos concedidos	166.225	166.225	(39.259)	126.966
	<u>2.123.744</u>	<u>714.709</u>	<u>(432.709)</u>	<u>282.000</u>

EUROS

EJERCICIO 2013					
ORGANISMO QUE CONCEDIÓ LA SUBVENCIÓN	IMPORTE CONCEDIDO	SALDO INICIAL	ADICIONES DEL EJERCICIO	IMPUTACIÓN AL RESULTADO DEL EJERCICIO	SALDO FINAL
Consellería de Innovación, Industria e Comercio, Xunta de Galicia	83.754	1.088	-	(1.088)	-
Consellería de Innovación, Industria e Comercio, Xunta de Galicia	166.831	13.306	-	(13.306)	-
Consellería de Innovación, Industria e Comercio, Xunta de Galicia	285.577	27.981	-	(25.095)	2.886
Instituto Galego de Promoción Económica (IGAPE, Xunta de Galicia)	84.944	6.642	-	(6.004)	638
Instituto Galego de Promoción Económica (IGAPE, Xunta de Galicia)	599.793	155.525	-	(73.368)	82.157
Consellería de Innovación e Industria Xunta de Galicia	126.588	126.588	-	(125.324)	1.264
Consellería de Innovación e Industria Xunta de Galicia	255.000	121.586	-	(41.318)	80.268
Instituto Galego de Promoción Económica (IGAPE, Xunta de Galicia)	216.731	-	216.731	(66.312)	150.419
Instituto Galego de Promoción Económica (IGAPE, Xunta de Galicia)	388.886	-	388.886	(158.034)	230.852
	2.208.104	452.716	605.617	(509.849)	548.484
Otros ingresos diferidos concedidos	166.225	-	166.225	-	166.225
	2.374.329	452.716	771.842	(509.849)	714.709

EUROS

Las citadas subvenciones se han destinado, principalmente, a financiar la adquisición de inmovilizado material diverso.

CUMPLIMIENTO DE CONDICIONES CONTRACTUALES

Los Administradores de la Sociedad Dominante consideran que la misma ha cumplido la totalidad de las condiciones generales y particulares establecidas en las correspondientes resoluciones individuales de concesión de todas las subvenciones de capital recibidas.

14. SITUACIÓN FISCAL

El Grupo mantenía al 28 de febrero de 2015 y 2014 los siguientes saldos con las Administraciones Públicas (además de los aplazamientos de pago indicados en la Nota 12):

	28/02/15		28/02/14		EUROS
	CORRIENTE	NO CORRIENTE	CORRIENTE	NO CORRIENTE	
Hacienda Pública deudora					
Activos por impuesto diferido	-	19.285.651	-	23.152.308	
Impuesto sobre el Valor Añadido	17.323	-	50.130	-	
Organismos de la Seguridad Social deudores	-	-	2.589	-	
Otras Haciendas Públicas deudoras	427.670	-	562.131	-	
	<u>444.993</u>	<u>19.285.651</u>	<u>614.850</u>	<u>23.152.308</u>	
Hacienda Pública acreedora					
Pasivos por impuestos diferidos	-	97.551	-	104.831	
Impuesto sobre la Renta de personas físicas	375.369	-	441.043	-	
Impuesto sobre el valor añadido	1.176.518	-	467.283	-	
Otros Saldos	44.392	-	4.164	-	
	<u>1.596.279</u>	<u>97.551</u>	<u>912.490</u>	<u>104.831</u>	
Organismos de la Seguridad Social					
Organismos de la Seguridad Social acreedores	937.932	-	1.183.287	-	
	<u>2.534.211</u>	<u>97.551</u>	<u>2.095.777</u>	<u>104.831</u>	

El Impuesto sobre Sociedades de cada ejercicio se calcula con base en el resultado contable, obtenido por la aplicación de principios de contabilidad generalmente aceptados, que no necesariamente ha de coincidir con el resultado fiscal, entendido éste como la base imponible del citado impuesto. No obstante, algunas de las sociedades del Grupo no residentes en España, de conformidad con sus respectivas normativas fiscales, calculan el Impuesto sobre Beneficios en función de parámetros tales como cifra de negocios, capital y valor añadido.

Si bien cada sociedad tributa en el Impuesto sobre Sociedades de forma individual, a efectos informativos se presenta la conciliación del resultado contable consolidado antes de impuestos correspondiente a los ejercicios 2014 y 2013 con la base imponible prevista consolidada:

	2014	2013
Resultados del ejercicio antes de impuestos	(6.311.156)	(14.499.538)
Diferencias Permanentes netas de la Sociedad Dominante		
Con origen en el ejercicio	(1.926.611)	970.488
Aumentos por diferencias temporarias		
Con origen en el ejercicio	-	3.539.847
Con origen en ejercicios anteriores	-	2.204
Disminuciones por diferencias temporarias	(41.914)	(3.358.390)
Bases imponibles de las sociedades filiales	(834.912)	-
Aplicación de bases imponibles negativas (filiales)	(43.718)	(184.175)
Base Imponible (= Resultado fiscal)	(9.158.311)	(13.529.564)

La Sociedad Dominante tributa por dicho impuesto en el régimen general, siendo el tipo de gravamen el 30%

CONCILIACIÓN ENTRE RESULTADO CONTABLE Y EL GASTO (INGRESO) POR IMPUESTO SOBRE SOCIEDADES

La conciliación entre el resultado contable y el gastos (ingreso) por Impuesto sobre Sociedades de los ejercicios 2014 y 2013 es la siguiente:

	2014	2013
Resultado contable antes de impuestos	(6.311.156)	(14.499.538)
Diferencias Permanentes	(1.926.611)	970.488
	(8.235.754)	(13.529.050)
Cuota al 30%	-	(4.058.715)
Deducciones Activadas	-	(375.637)
Ajustes al cálculo de impuesto sobre sociedades del ejercicio anterior	-	34.671
Gastos de impuestos provenientes de las filiales	562.944	-
Impuestos diferidos Sociedad Dominante	150.264	-
Otros ajustes a los impuestos diferidos (a)	3.472.506	-
Otros conceptos (b)	502.039	200.856
Total ingreso por impuesto reconocido en la cuenta de resultado	4.687.753	(4.198.825)

(a) En este importe se incluye la aplicación de la Ley 27/2014 de noviembre del impuesto de sociedades que modifica el tipo de gravamen al 25 por ciento.

(b) En este importe se incluye la diferencia, en su caso, entre el porcentaje de tributación correspondiente a cada una de las filiales extranjeras y el utilizado en España.

ACTIVOS Y PASIVOS POR IMPUESTO DIFERIDO

La diferencia entre la carga fiscal imputada al ejercicio corriente y a los ejercicios precedentes y la carga fiscal ya pagada o que habrá de pagarse por esos ejercicios se registra en los epígrafes "Activos por impuesto diferido" o "Pasivos por impuesto diferido", según corresponda.

Dichos impuestos diferidos se han calculado mediante la aplicación a los importes correspondientes del tipo impositivo nominal vigente. El detalle y movimiento habido en estos epígrafes del estado de situación financiera consolidado en los ejercicios 2014 y 2013, son los siguientes:

ACTIVOS POR IMPUESTO DIFERIDO					
	Bases Imponibles Negativas	Deducciones Pendientes de Aplicar	Diferencias Temporarias Deducibles	Diferencia de Conversión	Total
Saldo al 28 de febrero de 2013	12.954.271	1.039.490	4.197.236	473.674	18.664.671
Ajustes a la estimación del cálculo del impuesto del ejercicio 2012	(2.710)	(31.961)	-	-	(34.671)
Adiciones	4.058.718	375.637	4.589.326	-	9.023.681
Retiros	-	-	(4.027.699)	(473.674)	(4.501.373)
Saldo al 28 de febrero de 2014	17.010.279	1.383.166	4.758.863	-	23.152.308
Ajustes por tipo impositivo	(2.835.047)	-	(654.931)	-	(3.489.978)
Adiciones	-	-	791.995	-	791.995
Retiros	-	-	(1.168.674)	-	(1.168.674)
Saldo al 28 de febrero de 2015	14.175.232	1.383.166	3.727.253	-	19.285.651

BUPDS

El saldo de las Diferencias temporarias deducibles al 28 de febrero de 2015 y 2014 corresponde, principalmente, a las prendas transferidas por el Grupo a sus franquicias extranjeras, imputadas contablemente en la cuenta de resultados en un período impositivo distinto al que procede su imputación fiscal, así como a las provisiones o deterioro de valor de las tiendas cuyo cierre no ha sido programado y a las provisiones contables cuya dotación no se considera fiscalmente deducible. Igualmente en esta cuenta se encuentra registrado el crédito fiscal por las bases imponibles negativas pendientes de compensar y por deducciones pendientes de aplicar.

Estos activos por impuesto diferido han sido registrados en el estado de situación financiera consolidado al 28 de febrero de 2015 adjunto por considerar los Administradores de la Sociedad Dominante que, conforme a la mejor estimación sobre los resultados futuros, incluyendo determinadas actuaciones de planificación fiscal, es probable que dichos activos sean recuperados. A este respecto los planes de negocio de la Sociedad Dominante contemplan la obtención de resul-

tados positivos mediante una estrategia basada en la expansión internacional. La expansión internacional se está llevando a cabo, fundamentalmente, mediante el régimen de franquicia. En este modelo los costes operativos se reducen significativamente para el franquiciador, al ser el franquiciado el que tiene que asumir las inversiones en locales, así como la gestión de los puntos de venta. Estas medidas redundarán en unos menores costes de explotación, en los próximos ejercicios, con el objetivo de conseguir restablecer el equilibrio en la cuenta de resultados. Por otro lado, se está llevando a cabo un análisis pormenorizado de aquellos puntos de venta que actualmente no generan flujos de caja positivos, con el objetivo de tomar las medidas necesarias para reconducir la situación actual incluyendo, en su caso, su cierre.

Al cierre del ejercicio 2014, el vencimiento de las bases imponibles negativas pendientes de compensar, registradas en el estado de situación financiera consolidado a dicha fecha adjunto es el siguiente:

BASES IMPONIBLES NEGATIVAS		
EJERCICIO	SOCIEDAD	EJROS
2006	Pola Sombra, S.L.U.	27.317
2007	Pola Sombra, S.L.U.	114.631
2008	Pola Sombra, S.L.U.	133.756
2009	Pola Sombra, S.L.U.	325.084
2008	Crazy Diamond, S.L.U.	236.527
2009	Crazy Diamond, S.L.U.	124.752
2010	Adolfo Dominguez, S.A.	6.315.220
2011	Adolfo Dominguez, S.A.	9.682.605
2012	Adolfo Dominguez, S.A.	26.212.439
2013	Adolfo Dominguez, S.A.	13.529.564
	TOTAL	56.701.895

Igualmente, al 28 de febrero de 2015 la Sociedad Dominante mantiene bases imponibles negativas pendientes de compensar que no han sido registradas en el estado de situación consolidado adjunto. El detalle de dichas bases imponibles es el siguiente:

EJERCICIO	SOCIEDAD	EJROS	VENCIMIENTO
2014	Adolfo Dominguez, S.A.	9.158.311 (*)	2031

(*) Previsión

Al 28 de febrero de 2015 la mayor parte de las sociedades dependientes consolidadas ubicadas en el extranjero tienen bases imponibles negativas pendientes de compensar, si bien no se ha registrado crédito fiscal alguno en relación con las mismas.

PASIVOS POR IMPUESTO DIFERIDO		
Saldos al 28 de febrero de 2013		698.121
Adiciones		10.153
Retiros		(603.443)
<hr/>		
Saldos al 28 de febrero de 2014		104.831
Ajuste por tipo impositivo		(17.472)
Adiciones		11.897
Retiros		(1.705)
<hr/>		
Saldos al 28 de febrero de 2015		97.551

EUROS

El saldo del epígrafe "Pasivos por impuesto diferido" al 28 de febrero de 2014 corresponde, fundamentalmente, a la contabilización del efecto fiscal por la aplicación, por parte de Adolfo Domínguez, S.A., de los beneficios fiscales del Real Decreto Ley 2/95, Real Decreto Ley 7/94 y Real Decreto Ley 3/93, que permiten la posibilidad de amortizar los elementos de inmovilizado material de forma libre o acelerada, según los casos, así como a bienes acogidos al régimen de arrendamiento financiero.

Con fecha 27 de noviembre de 2014 se ha aprobado la Ley 27/2014, de 27 de noviembre, del Impuesto sobre Sociedades que establece, entre otros aspectos, la reducción a lo largo de dos años del tipo de gravamen general del Impuesto sobre Sociedades, que hasta 31 de diciembre de 2014 se situaba en el 30%, de forma que dicho tipo queda establecido de la siguiente forma:

PERÍODOS IMPOSITIVOS QUE COMIENCEN A PARTIR DE	TIPO DE GRAVAMEN
1 de enero de 2015	28%
1 de enero de 2016	25%

Por este motivo, y considerando el límite de compensación de las bases imponibles negativas a efectos contables explicada anteriormente en el ejercicio 2014 la Sociedad Dominante ha procedido a reestimar, teniendo en cuenta el ejercicio en el que previsiblemente se producirá la reversión correspondiente, el saldo de los epígrafes "Activos por impuesto diferido" y "Pasivos por impuesto diferidos" pendientes de compensar. Por este motivo, la Sociedad Dominante ha registrado un ajuste negativo por importe de 3.472 miles en el epígrafe "Impuesto sobre beneficios" de la cuenta de resultados correspondiente al ejercicio 2014, adjunta.



Asimismo, las modificaciones más significativas como consecuencia de la aprobación de la Ley 27/2014, del Impuesto de Sociedades, de afectación a la Sociedad son las siguientes:

- Eliminación del límite temporal para la compensación de las bases imponibles negativas.
- Establecimiento de una limitación del 70% de la base imponible previa admitiéndose en todo caso la compensación hasta 1 millón de euros.

DEDUCCIONES

Al cierre del ejercicio 2014, la Sociedad Dominante tiene deducciones pendientes de aplicar por importe de 1.383.166 euros. Estas deducciones pueden ser compensadas en los ejercicios posteriores a su acreditación, según lo dispuesto en el R.D.L. 12/2012, de 30 de marzo, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley del Impuesto sobre Sociedades tal y como se indica a continuación:

EJERCICIO	EUROS	TIPO DE DEDUCCIÓN	ÚLTIMO AÑO PARA SU APLICACIÓN
2010	2.724	Doble Imposición Internacional	2021
2010	11.379	Donativos	2021
2010	499	Formación Profesional	2026
2010	295.805	Innovación Tecnológica	2029
2010	12.172	Empresas exportadoras	2026
2011	290.483	Innovación Tecnológica	2030
2012	54.940	Doble Imposición Internacional	2023
2012	339.527	Innovación Tecnológica	2031
2013	24.778	Doble Imposición Internacional	2024
2013	329.352	Innovación Tecnológica	2032
2014	17.611	Doble Imposición Internacional	2025
2014	3.896	Innovación Tecnológica	2033
	1.383.166		

Adicionalmente, al 28 de febrero de 2015 la Sociedad Dominante mantiene deducciones pendientes de aplicar que no han sido registradas en el estado de situación consolidado adjunto. El detalle de dichas bases imponibles es el siguiente:

EJERCICIO	EUROS	TIPO DE DEDUCCIÓN	ÚLTIMO AÑO PARA SU APLICACIÓN
2014	118.916	Doble imposición Internacional	2025
2014	251.054	Innovación Tecnológica	2033
TOTAL	396.970		

EJERCICIOS ABIERTOS A INSPECCIÓN

La Sociedad Dominante tiene abiertos a inspección los cuatro últimos ejercicios para todos los impuestos que le son de aplicación, así como el Impuesto sobre Sociedades del ejercicio finalizado el 28 de febrero de 2011.

Los Administradores de la Sociedad Dominante consideran que se han practicado adecuadamente las liquidaciones de los diferentes impuestos, por lo que, aun en el caso de que surgieran discrepancias en la interpretación de la normativa vigente por el tratamiento fiscal otorgado a las operaciones, los eventuales pasivos resultantes, en caso de materializarse, no afectarían de manera significativa a las cuentas anuales consolidadas.

15. POLÍTICA DE GESTIÓN DE RIESGOS

El Grupo Adolfo Domínguez tiene entre sus principios básicos definidos el cumplimiento de las normas del buen gobierno corporativo.

La actividad económica del Grupo como tal entraña un potencial riesgo para el cual los Administradores de la Sociedad Dominante tratan de construir una sólida estructura que mitigue dichos riesgos hipotéticos.

RIESGO DE CRÉDITO

Los principales activos financieros del Grupo son saldos de caja y efectivo, deudores comerciales y otras cuentas a cobrar e inversiones, que representan la exposición máxima del Grupo al riesgo de crédito en relación con los activos financieros.

El riesgo de crédito del Grupo es atribuible principalmente a sus deudores comerciales. Los importes se reflejan en el estado de situación financiera consolidado netos de deterioros para insolvencias, estimados por la Dirección de la Sociedad Dominante en función de la experiencia de ejercicios anteriores y de su valoración del entorno económico actual.

El Grupo no tiene una concentración significativa de riesgo de crédito, estando la exposición distribuida entre un gran número de contrapartes y clientes, y adicionalmente, el Grupo tiene contratado un seguro de crédito que permite reducir el riesgo de crédito comercial por las operaciones realizadas con algunos deudores.

RIESGO DE LIQUIDEZ

El Grupo dispone del efectivo y otros activos líquidos mostrados en su estado de situación financiera consolidado, así como de líneas de crédito y préstamos no dispuestos en su totalidad, que se detallan en la Nota 12.

Los Administradores de la Sociedad Dominante contemplan el mantenimiento de la financiación recibida en niveles similares a los actuales y prevén la generación de tesorería suficiente para hacer frente a sus obligaciones de pago en los plazos establecidos. Asimismo, la Sociedad Dominante dispone de alternativas de financiación que le permitirán la obtención de liquidez adicional a lo previsto en el presupuesto de tesorería para los próximos meses y los análisis de sensibilidad realizados por la Sociedad Dominante al 28 de febrero de 2015, permiten razonablemente concluir que será capaz de financiar sus operaciones y atender sus obligaciones con sus respectivos vencimientos (véase Nota 12).

En relación con los pasivos financieros del Grupo al 28 de febrero de 2015, en la Nota 12 se ha detallado el vencimiento de la deuda financiera a largo plazo por tramos, siendo los de corto plazo los propios del negocio del Grupo, con un vencimiento, en el caso de los acreedores comerciales, inferior a 120 días.

RIESGO DE TIPO DE CAMBIO

El riesgo de tipo de cambio corresponde, fundamentalmente, a las transacciones de compras realizadas en dólares y a las inversiones que el grupo tiene fuera de la zona de Euro (Inglaterra, Japón, México, Estados Unidos, China y Panamá). Con el objetivo de mitigar el riesgo de tipo de cambio el Grupo trata de que se produzca un equilibrio entre los cobros y pagos de efectivo de sus activos y pasivos en moneda extranjera y, adicionalmente, durante el ejercicio realiza operaciones puntuales de seguro de cambio frente al dólar, para minimizar el impacto de las variaciones de esta divisa en relación con sus compras (véase Nota 8)

El Grupo ha realizado un análisis de sensibilidad en relación con las posibles fluctuaciones de los tipos de cambio que pudieran ocurrir en los mercados en los que opera. Para ello, el Grupo ha considerado las principales divisas, distintas de su moneda funcional, en que las opera (el dólar, el peso, el yen, el yuan renminbi y la libra).

Sobre la base de dicho análisis, el Grupo estima que una depreciación del 5% del euro frente al resto de las monedas en las que opera el Grupo implicaría el siguiente impacto patrimonial al cierre del ejercicio 2014 (calculado sobre los activos y pasivos al cierre denominados en moneda extranjera):

DEPRECIACIÓN DEL 5%	IMPACTO PATRIMONIAL
Dólar	(1.009)
Yen	3
Peso	278
Yuan renminbi	347
Libra	65
TOTAL	(316)

MILES DE EUROS

RIESGO DE TIPO DE INTERÉS

La práctica totalidad del endeudamiento del Grupo está concedida a un tipo de interés variable, referenciado al Euribor. En este sentido, la Dirección Financiera de la Sociedad Dominante no considera necesario el empleo de instrumentos de cobertura sobre tipos de interés.

De acuerdo con los requisitos de información de NIIF 7, el Grupo ha realizado un análisis de sensibilidad en relación con las posibles fluctuaciones de los tipos de interés que pudieran ocurrir en los mercados en que opera. Sobre la base de dichos requisitos, el Grupo estima que una variación de un 1% en el tipo de interés tendría una repercusión máxima de 200 miles de euros, aproximadamente, sobre los gastos financieros del ejercicio.

Por otro lado, a la hora del cálculo del test de deterioro de los activos, un incremento de tipos de interés significa un menor valor recuperable de los activos.

16. OTROS INGRESOS DE EXPLOTACIÓN

El detalle del epígrafe "Otros ingresos de explotación" de las cuentas de resultados consolidadas de los ejercicios 2014 y 2013 adjuntas, es el siguiente:

	2014	2013
Ingresos por cesión de marca	1.526.314	1.660.486
Trabajos realizados por la empresa para su activo (Nota 5)	224.259	-
Subvenciones de explotación	83.133	119.566
Ingresos por arrendamientos	168.018	191.371
Ingresos por servicios diversos	765.604	468.439
TOTAL	2.767.328	2.439.862

EUROS

INGRESOS POR CESIÓN DE MARCA

Los ingresos por cesión de marca se derivan, principalmente, de las ventas de productos de perfumería realizadas por Antonio Ruig, S.A.U. (actual accionista de la Sociedad Dominante) bajo las denominaciones comerciales "Adolfo Domínguez" y "U", en virtud de un contrato de cesión de uso de marca firmado el 31 de marzo de 2009 y con vencimiento el 31 de diciembre de 2023 (véase Nota 22).

17. SEGMENTOS DE NEGOCIO Y GEOGRÁFICOS

CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN

La información por segmentos se estructura, en primer lugar, en función de las distintas líneas de negocio y, en segundo lugar, siguiendo una distribución geográfica.

SEGMENTOS DE NEGOCIO

Las líneas de negocio del Grupo, corresponden a la Línea Adolfo Domínguez (AD), Línea U, AD+ , Niñ@, Salta y Hogar. Debido a la menor importancia relativa de las líneas AD+ , Niñ@ y Hogar éstas se presentan agregadas dentro de "Otros". Adicionalmente dentro de "Otros" se incluyen aquellos gastos generales incurridos en servicios centrales, cuando no existe un criterio claro de imputación a las correspondientes líneas.

Estas áreas operativas son la base en la que el Grupo reporta su información por segmentos.

La información por segmentos que se expone seguidamente se basa en los informes elaborados por la Dirección Financiera de la Sociedad Dominante. La estructura de esta información está diseñada como si cada línea de negocio se tratara de un negocio autónomo y dispusiera de recursos propios independientes.

A continuación se presenta la información por segmentos de estas actividades:

EJERCICIO 2014	LINEA AD	LINEA U	OTROS	TOTAL	EUROS
Ingresos:					
Ventas	90.579.617	28.805.591	2.156.938	121.542.146	
Otros ingresos de explotación	2.657.756	93.277	16.295	2.767.328	
Total Ingresos	93.237.373	28.898.868	2.173.233	124.309.474	
Resultados:					
Pérdidas brutas de explotación	(1.491.955)	(2.768.062)	(3.529.268)	(7.789.286)	
Resultados financieros	1.101.580	350.318	26.232	1.478.130	
Pérdidas antes de impuestos	(390.375)	(2.417.744)	(3.503.037)	(6.311.156)	
Impuesto sobre sociedades	(289.960)	(1.795.835)	(2.601.958)	(4.687.753)	
Pérdidas del periodo	(680.335)	(4.213.578)	(6.104.996)	(10.998.909)	
Otra información:					
Amortizaciones	4.188.155	1.597.319	367.003	6.152.477	
Inversiones de inmovilizado material, intangible e inversiones inmobiliarias	1.581.529	410.680	1.473.542	2.042.351	
Estado de situación financiera:					
ACTIVO					
Activos del segmento	66.647.067	21.525.140	2.226.891	90.399.098	
Activos no distribuidos	-	-	29.758.774	29.758.774	
				120.157.872	
PASIVO					
Pasivos del segmento	(30.834.730)	(9.958.756)	(1.030.287)	(41.823.773)	
Pasivos no distribuidos	-	-	(3.230.247)	(3.230.247)	
				(45.054.020)	

EJERCICIO 2014	LINEA AD	LINEA U	OTROS	TOTAL	EUROS
Ingresos:					
Ventas	90.579.617	28.805.591	2.156.938	121.542.146	
Otros ingresos de explotación	2.657.756	93.277	16.295	2.767.328	
Total Ingresos	93.237.373	28.898.868	2.173.233	124.309.474	
Resultados:					
Pérdidas brutas de explotación	(1.491.955)	(2.768.062)	(3.529.268)	(7.789.286)	
Resultados financieros	1.101.580	350.318	26.232	1.478.130	
Pérdidas antes de impuestos	(390.375)	(2.417.744)	(3.503.037)	(6.311.156)	
Impuesto sobre sociedades	(289.960)	(1.795.835)	(2.601.958)	(4.687.753)	
Pérdidas del periodo	(680.335)	(4.213.578)	(6.104.996)	(10.998.909)	
Otra información:					
Amortizaciones	4.188.155	1.597.319	367.003	6.152.477	
Inversiones de inmovilizado material, intangible e inversiones inmobiliarias	1.581.529	410.680	1.473.542	2.042.351	
Estado de situación financiera:					
ACTIVO					
Activos del segmento	66.647.067	21.525.140	2.226.891	90.399.098	
Activos no distribuidos	-	-	29.758.774	29.758.774	
				120.157.872	
PASIVO					
Pasivos del segmento	(30.834.730)	(9.958.756)	(1.030.287)	(41.823.773)	
Pasivos no distribuidos	-	-	(3.230.247)	(3.230.247)	
				(45.054.020)	

EJERCICIO 2014	ESPAÑA	RESTO DE EUROPA	AMÉRICA	ASIA	TOTAL	AJUSTES DE CONSOLIDACIÓN	TOTAL CONSOLIDADO
Ingresos:							
Ventas	99.598.254	4.695.856	16.403.040	10.332.322	131.029.472	(9.487.326)	121.542.146
BALANCE:							
ACTIVO							
Activos no corrientes	65.944.814	2.291.206	3.239.769	3.973.410	75.449.199	(17.225.035)	58.224.164
Activos corrientes	41.884.907	1.650.146	12.680.855	7.141.638	63.357.546	(1.423.838)	61.933.708
PASIVO							
Pasivos no corrientes	(17.307.172)	-	(28.180)	(689.187)	(18.024.539)	230.079	(17.794.460)
Pasivos corrientes	(24.222.791)	(1.820.665)	(10.260.120)	(2.085.335)	(38.388.911)	11.129.351	(27.259.560)

EUROS

EJERCICIO 2013	ESPAÑA	RESTO DE EUROPA	AMÉRICA	ASIA	TOTAL	AJUSTES DE CONSOLIDACIÓN	TOTAL CONSOLIDADO
Ingresos:							
Ventas	112.183.428	5.105.088	16.595.125	11.454.053	145.337.694	(12.868.954)	132.468.740
BALANCE:							
ACTIVO							
Activos no corrientes	80.737.601	2.660.617	2.658.260	4.207.893	90.264.371	(24.413.299)	65.851.072
Activos corrientes	51.450.584	1.719.462	12.375.949	5.724.369	71.270.364	(3.216.094)	68.054.270
PASIVO							
Pasivos no corrientes	(25.083.783)	-	(8.218)	(567.524)	(25.659.525)	96.603	(25.562.922)
Pasivos corrientes	(21.353.632)	(2.323.709)	(10.633.197)	(1.688.917)	(35.999.455)	12.669.292	(23.330.163)

EUROS

INFORMACIÓN SOBRE PRINCIPALES CUENTAS

Durante los ejercicios 2014 y 2013 el Grupo no ha concentrado la facturación en ningún cliente por importes iguales o superiores al 10% del importe neto de la cifra de negocios.

18. GASTOS

APROVISIONAMIENTOS

El desglose de este epígrafe de las cuentas de resultados consolidadas de los ejercicios 2014 y 2013 adjuntas es el siguiente:

	2014	2013
Compras de mercaderías	37.477.189	43.888.510
Compras de materias primas y otros aprovisionamientos	2.074.632	2.773.814
Portes de compras	1.647.276	1.290.462
Trabajos realizados por otras empresas	301.872	432.421
Devoluciones y rappels sobre compras	(18.221)	(1.701)
Variación de existencias	7.458.126	8.082.592
	48.940.874	56.466.098

EUROS

La distribución por mercados geográficos de las compras del Grupo durante los ejercicios 2014 y 2013 es la siguiente:

	2014	2013
España	3.932.696	5.886.732
Intracomunitarias	769.649	1.410.917
Importaciones	34.849.476	39.364.675
	39.551.821	46.662.324

EUROS

Tal y como se explica en la norma de valoración de las existencias, el Grupo procede a deteriorar la cifra de las existencias directamente contra el coste del inventario, cuando se consideran no recuperables, mediante la venta, al entender que representa mejor la imagen fiel del negocio. Igualmente, en el momento en que se realiza la venta de existencias que previamente habían sido deterioradas, la reversión se registra como menor coste del inventario vendido. El importe neto recuperado por este concepto en el ejercicio 2014 asciende a 740 miles de euros (922 miles de euros deteriorado en el ejercicio 2013).

GASTOS DE PERSONAL

La composición de los gastos de personal de las cuentas de resultados consolidadas adjuntas es el siguiente:

	2014	2013
Sueldos y salarios	32.362.694	34.196.772
Cargas sociales	8.660.920	9.163.162
Indemnizaciones	2.312.695	1.176.283
Otros gastos	434.721	501.063
	43.771.030	45.037.280

EUROS

El número medio de personas empleadas en el curso de los ejercicios 2014 y 2013 por el Grupo, distribuido por categorías y género, ha sido el siguiente:

CATEGORÍA PROFESIONAL	NÚMERO MEDIO DE EMPLEADOS				TOTAL	
	HOMBRES		MUJERES		2014	2013
	2014	2013	2014	2013		
Personal directivo	7	5	4	2	11	7
Mandos intermedios	37	45	119	134	156	179
Técnicos	66	73	128	131	194	204
Administrativos	38	38	127	150	165	188
Operarios	38	42	244	264	282	306
Dependientes comerciales	86	78	624	691	710	769
	272	281	1.246	1.372	1.518	1.653

El número de personas empleadas al cierre de los ejercicios 2014 y 2013 por el Grupo, distribuido por categorías y género, ha sido el siguiente:

CATEGORÍA PROFESIONAL	NÚMERO DE EMPLEADOS					
	HOMBRES		MUJERES		TOTAL	
	28/02/15	28/02/14	28/02/15	28/02/14	28/02/15	28/02/14
Personal directivo	7	7	4	4	11	11
Mandos intermedios	37	43	113	124	150	167
Técnicos	66	73	124	134	190	207
Administrativos	33	39	112	142	145	181
Operarios	35	36	232	260	267	296
Dependientes comerciales	87	80	651	687	738	767
	265	278	1.236	1.351	1.501	1.629

El número medio de personas empleadas por el Grupo al cierre de los ejercicios 2014 y 2013, con discapacidad mayor o igual del 33%, se detalla a continuación:

CATEGORÍA PROFESIONAL	NÚMERO DE EMPLEADOS (28/02/15)			NÚMERO DE EMPLEADOS (28/02/14)		
	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
	Administrativos	-	1	1	-	1
Operarios	1	3	4	-	3	3
Dependientes comerciales	-	1	1	-	1	1
	1	5	6	-	5	5

DETERIORO Y RESULTADO POR ENAJENACIONES DEL INMOVILIZADO

El desglose de este epígrafe de las cuentas de resultados consolidadas de los ejercicios 2014 y 2013 adjuntas es el siguiente:

	2014	2013
Precio de venta de los inmovilizados enajenados (sin impuestos)	239.292	109.806
Aplicación de deterioro de activos	2.061.143	6.226.073
Valor neto de los retiros de inmovilizado	(2.256.080)	(6.542.031)
Resultado neto por enajenación	44.355	(206.152)
Dotación por deterioro de activos	(582.874)	(2.700.662)
Reversión de deterioro de activos	-	2.283.535
	(538.519)	(623.279)

OTROS GASTOS DE EXPLOTACIÓN

El detalle por conceptos de este epígrafe de las cuentas de resultados consolidadas de los ejercicios 2014 y 2013 adjuntas se muestra a continuación:



OTROS GASTOS DE EXPLOTACIÓN		
	2014	2013
Arrendamientos y cánones	13.513.415	15.825.331
Reparaciones y conservación	1.834.845	1.540.327
Servicios de profesionales independientes	2.085.918	1.691.331
Publicidad, propaganda y relaciones públicas	2.660.401	1.971.431
Transportes de ventas	3.361.541	4.023.040
Primas de seguros	433.673	465.100
Servicios bancarios y similares	885.601	1.036.677
Suministros	2.809.919	3.497.591
Gastos de viaje y asistencia a ferias	1.856.480	1.351.625
Adaptación de prendas	513.563	314.861
Servicio de limpieza	635.684	504.654
Trabajo temporal tiendas	28.155	14.006
Otros	1.295.645	1.575.284
Tributos	886.817	964.312
Pérdidas, deterioro y variación de provisiones por operaciones comerciales	227.050	681.202
Otros gastos de gestión corriente	60.603	1.109.924
	33.089.310	36.566.696

EUROS

La cuenta "Arrendamientos y cánones" recoge, fundamentalmente, los gastos de alquiler de 132 locales donde se han ubicado las tiendas del Grupo en el ejercicio 2014 (159 en 2013) y de 20 almacenes (22 en 2013).

Al 28 de febrero de 2015 el Grupo tiene contratadas con los arrendadores las siguientes cuotas de arrendamiento mínimas, de acuerdo con los actuales contratos en vigor, sin tener en cuenta repercusión de gastos comunes, incrementos futuros por IFC, ni actualizaciones futuras de rentas pactadas contractualmente:

ARRENDAMIENTOS O PERFORMATIVOS CUOTAS MÍNIMAS	VALOR NOMINAL	
	28/02/15	28/02/14
Menos de un año	12.042.120	10.858.591
Entre uno y cinco años	11.965.227	8.967.419
Más de cinco años	558.163	2.505.399
TOTAL	24.565.510	22.331.409

EUROS

Adicionalmente, en determinados locales situados en centros comerciales, el importe que se abona a los propietarios de los locales en concepto de arrendamiento se ha establecido en función de las ventas alcanzadas por dichas tiendas (alquileres contingentes), los cuales en determinados casos incorporan importes mínimos a pagar y en otros no.

El gasto por "Servicios bancarios y similares" corresponde, básicamente, a las comisiones por el uso de tarjetas de crédito por parte de los clientes del Grupo.

PÉRDIDAS, DETERIORO Y VARIACIÓN DE PROVISIONES POR OPERACIONES COMERCIALES

El movimiento habido durante los ejercicios 2014 y 2013 en la cuenta de "Deterioro de valor de créditos comerciales" (véase Nota 10), ha sido el siguiente:

	TOTAL	
Saldo al 28 de febrero de 2013	7.149.990	EUROS
Dotaciones	1.360.371	
Retiros y aplicaciones	(2.272.997)	
Diferencia de cambio	7.396	
Saldo al 28 de febrero de 2014	6.244.760	
Dotaciones	714.043	
Retiros y aplicaciones	(2.178.109)	
Diferencia de cambio	(32.845)	
Saldo al 28 de febrero de 2015	4.747.849	

Adicionalmente dentro de esta partida de la cuenta de resultados del ejercicio 2014 adjunta figuran registrados 1.691.116 euros (1.593.828 euros en 2013) correspondientes a pérdidas por créditos comerciales incobrables.

HONORARIOS DE AUDITORÍA

Durante los ejercicios 2014 y 2013, los honorarios relativos a los servicios de auditoría de cuentas y a otros servicios prestados por el auditor principal del Grupo, Deloitte, S.L., y por cualquier empresa perteneciente a la Pbd Deloitte, así como los honorarios por servicios facturados por otros auditores de cuentas anuales individuales de las sociedades incluidas en la consolidación, han sido los siguientes:

DESCRIPCIÓN	2014 Auditor Principal y Vinculados	2013 Auditor Principal y Vinculados	
Servicios de auditoría (cuentas anuales individuales y consolidadas)	148.155	146.761	EUROS
Otros servicios profesionales	52.100	12.363	
Total	200.255	159.124	

19. GASTOS FINANCIEROS

El desglose del saldo de este capítulo de las cuentas de resultados consolidadas de los ejercicios 2014 y 2013 adjuntas, en función del origen de las partidas que lo conforman es el siguiente:

	2014	2013
Incorporación al activo de gastos financieros (Nota 5)	(142.384)	-
Otros gastos financieros y asimilados	479.324	697.700
Intereses de préstamos	1.401.357	1.630.100
	1.880.681	2.327.800
	1.738.297	2.327.800

EUROS

El saldo de los "Otros gastos financieros y asimilados" corresponde, principalmente, a los importes satisfechos a las entidades financieras en concepto de aperturas de cartas de crédito.

20. PÉRDIDA POR ACCIÓN

PÉRDIDA BÁSICA Y DILUIDA POR ACCIÓN

La pérdida por acción (básica y diluida) se determina dividiendo el resultado neto atribuido a los accionistas de la Sociedad Dominante en un determinado ejercicio, entre el número medio ponderado de las acciones en circulación durante dicho ejercicio, excluido el número medio de las acciones propias mantenidas a lo largo del mismo, en la medida en que no existen otros instrumentos con potenciales efectos dilutivos. El cálculo correspondiente a los ejercicios 2014 y 2013 es el siguiente:

	2014	2013
Pérdida neta del ejercicio (euros)	(10.998.909)	(10.263.357)
Número medio ponderado de acciones en circulación	9.146.768	9.146.768
Pérdida básica y diluida por acción (euros)	(1,19)	(1,11)

EUROS

21. OTRA INFORMACIÓN

INFORMACIÓN SOBRE LOS APLAZAMIENTOS DE PAGO EFECTUADOS A PROVEEDORES. DISPOSICIÓN ADICIONAL TERCERA. "DEBER DE INFORMACIÓN" DE LA LEY 15/2010, DE 5 DE JULIO

En cumplimiento de lo dispuesto en la Ley 15/2010, de 5 de julio, de modificación de la Ley 3/2004, de 29 de diciembre, por la que se establecen medidas de lucha contra la morosidad en las operaciones comerciales, la cual ha sido desarrollada por la Resolución de 29 de diciembre de 2010 del Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas, y teniendo en cuenta lo dispuesto en la Disposición Transitoria Segunda de la citada Resolución, a continuación se presenta la información sobre los importes pagados durante los ejercicios 2014 y 2013 a proveedores comerciales y de servicios

nacionales (incluidas, en su caso, las empresas vinculadas y accionistas de la Sociedad Dominante), distinguiendo los pagos realizados dentro del plazo máximo legal del resto, así como el periodo medio ponderado excedido de pagos (en días) y los pagos aplazados a proveedores comerciales y de servicios pendientes de desembolso al 28 de febrero de 2015 y 2014 que a dicha fecha acumulaban un aplazamiento superior al plazo legal de pago:

	Pagos realizados durante el Ejercicio 2014 y Pendientes de Pago al 28 de febrero de 2015		Pagos realizados durante el Ejercicio 2013 y Pendientes de Pago al 28 de febrero de 2014	
	Importe (en Euros)	% sobre el Total	Importe (en Euros)	% sobre el Total
Dentro del plazo máximo legal(*)	29.188.746	75%	31.006.049	74%
Resto de pagos realizados	9.886.350	25%	11.086.204	26%
Total Pagos del ejercicio	39.075.096	100%	42.092.253	100%
Período Medio Ponderado Excedido (FMPE) de Pagos (en días)	28		30	
Aplazamientos que a la fecha de cierre sobrepasan el plazo máximo legal ⁽¹⁾	616.470	6%	887.644	10%

(*) El plazo legal se ha determinado, en cada caso, de acuerdo al que corresponde en función de la naturaleza del bien o servicio recibido por la Sociedad Dominante, de acuerdo con lo dispuesto en la Ley 3/2004, de 29 de diciembre, por la que se establecen medidas de lucha contra la morosidad en las operaciones comerciales.

En aplicación de la normativa aplicable a la que se ha hecho mención anteriormente, se incluye, exclusivamente, información correspondiente a los proveedores y, en su caso, empresas vinculadas y accionistas de la Sociedad Dominante radicados en España.

HECHOS POSTERIORES

Con fecha 13 de mayo de 2015, la Sociedad Dominante ha iniciado un expediente de despido colectivo, movilidad y modificación de las condiciones de trabajo por causas económicas, productivas y organizativas.

El plan de reducción de plantilla que se ha presentado la Sociedad Dominante a los representantes de los trabajadores afecta a 144 empleados de diversas áreas de la Sociedad Dominante. Este proceso tiene el objetivo de maximizar eficiencias y encontrar el mejor camino hacia la rentabilidad de la Sociedad Dominante en un entorno altamente competitivo.

22. INFORMACIÓN SOBRE EL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN Y ALTA DIRECCIÓN

RETRIBUCIONES Y OTRAS PRESTACIONES AL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN Y A LA ALTA DIRECCIÓN

Los Administradores de Adolfo Domínguez, S.A., que han desempeñado dicho cargo a lo largo de los ejercicios 2014 y 2013 han devengado las siguientes retribuciones:



INFORMACIÓN RELATIVA A SITUACIONES DE CONFLICTO DE INTERESES POR PARTE DE LOS ADMINISTRADORES

Al cierre del ejercicio 2014, los miembros del Consejo de Administración de Adolfo Domínguez, S.A., no han comunicado a los demás miembros del Consejo de Administración situación alguna de conflicto, directo o indirecto, que ellos o personas vinculadas a ellos, según se define en la Ley de Sociedades de Capital, pudieran tener con el interés de la Sociedad Dominante.

CLÁUSULAS DE GARANTÍA PARA CASOS DE DESPIDO O CAMBIO DE CONTROL, A FAVOR DE LOS MIEMBROS DE LA DIRECCIÓN INCLUYENDO LOS CONSEJEROS EJECUTIVOS DE LA SOCIEDAD DOMINANTE O DE SU GRUPO

Número de beneficiarios: 4

Órgano que autoriza las cláusulas: Consejo de Administración.

Las cláusulas de garantía establecidas en estos contratos y recogen supuestos de indemnización para extinción de la relación laboral y pacto de no competencia post-contractual.

23. GARANTÍAS COMPROMETIDAS CON TERCEROS, OTROS ACTIVOS Y PASIVOS CONTINGENTES

El detalle de las garantías comprometidas con terceros al 28 de febrero de 2015 y 2014, es el siguiente:

CONCEPTO	28/02/2015	28/02/2014
Juicios y litigios	5.409	5.409
Derechos de importación	2.000.000	2.000.000
Arrendamientos de tiendas propias	268.938	268.938
Ministerio de Industria, Turismo y Comercio	645.769	899.538
Otros	300.000	-
	3.220.116	3.173.885

EUROS

Las garantías comprometidas con el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio al 28 de febrero de 2015 corresponden a parte de los anticipos reembolsables recibidos por importe de 645.769 euros (899.538 euros al 28 de febrero de 2014).

Los Administradores de la Sociedad Dominante estiman que los pasivos no previstos al 28 de febrero de 2015, si los hubiera, que pudieran originarse por los avales y garantías prestados, no serían, en ningún caso, significativos.

ANEXO

Sociedades Dependientes Integradas en el Grupo Adolfo Dominguez al 28 de febrero de 2015.

	PARTICIPACIÓN DIRECTA	PARTICIPACIÓN INDIRECTA	DOMICILIO	CAPITAL SOCIAL	RESERVAS	RESULTADOS DE EJERCICIOS ANTERIORES	BENEFICIOS (PERDIDAS) DEL EJERCICIO	PATRIMONIO NETO AL 28/02/2015	EUROS
Adolfo Dominguez, S.A.R.L. ⁽¹⁾	100,00%	-	Francia	2.700.000	19.616	(1.402.210)	(7.175)	1.310.231	
Adolfo Dominguez, Ltd. ^{(1) (2)}	99,99%	-	Inglaterra	9.807.507	-	(9.389.677)	(364.459)	53.371	
Adolfo Dominguez Belgique, S.A. ⁽¹⁾	94,00%	6,00%	Bélgica	553.321	-	(854.615)	(25.342)	(326.636)	
Adolfo Dominguez (Portugal) – Moda, Lda. ⁽¹⁾	55,00%	-	Portugal	300.000	75.500	658.813	23.091	1.058.404	
Adolfo Dominguez Luxembourg, S.A. ⁽¹⁾	88,35%	11,65%	Luxemburgo	973.648	-	(903.206)	(45.079)	25.363	
Adolfo Dominguez-Japan Company Ltd. ⁽¹⁾	100,00%	-	Japón	3.722.492	-	3.336.351	(25.963)	7.032.880	
Adolfo Dominguez USA, Inc. ^{(1) (2)}	99,00%	-	USA	4.528.470	-	(4.543.102)	(33.862)	(48.494)	
Adolfo Dominguez USA, LLC. ^{(1) (2)}	-	60,00%	USA	3.118.327	-	(3.205.647)	22.213	(65.107)	
Trespas, S.A. de C.V. ^{(1) (2) (3)}	100,00%	-	México	4.434.982	-	330.186	766.001	5.531.169	
Tomato S.A. de C.V. ^{(1) (2)}	100,00%	-	México	22.487	-	69.240	123.029	214.756	
Adolfo Dominguez Shanghai Co Ltd ^{(1) (2)}	100,00%	-	China	3.845.651	-	(2.704.906)	166.902	1.307.647	
Folia Beira, S.A. ⁽¹⁾	100,00%	-	España	4.000	-	(47.462)	(50)	(43.512)	

⁽¹⁾ Datos obtenidos de los últimos estados financieros disponibles, no auditados.

⁽²⁾ Contravalor en euros de las cuentas anuales expresadas en moneda local teniendo en cuenta el tipo de cambio al 28 de febrero de 2015.

⁽³⁾ Sociedad auditada por Deloitte.

Sociedades Dependientes Integradas en el Grupo Adolfo Dominguez al 28 de febrero de 2014.

	PARTICIPACIÓN DIRECTA	PARTICIPACIÓN INDIRECTA	DOMICILIO	CAPITAL SOCIAL	RESERVAS	RESULTADOS DE EJERCICIOS ANTERIORES	BENEFICIOS (PERDIDAS) DEL EJERCICIO	PATRIMONIO NETO AL 28/02/2014	EUROS
Adolfo Dominguez, S.A.R.L. ⁽¹⁾	100,00%	-	Francia	2.700.000	19.616	(1.263.204)	(139.006)	1.317.406	
Adolfo Dominguez, Ltd. ^{(1) (2)}	99,99%	-	Inglaterra	8.199.201	-	(7.858.276)	(406.411)	(65.486)	
Adolfo Dominguez Belgique, S.A. ⁽¹⁾	94,00%	6%	Bélgica	553.321	-	(631.006)	(223.609)	(301.294)	
Adolfo Dominguez (Portugal) – Moda, Lda. ⁽¹⁾	55,00%	-	Portugal	300.000	75.500	667.566	(7.753)	1.035.313	
Adolfo Dominguez Luxembourg, S.A. ⁽¹⁾	88,35%	11,65%	Luxemburgo	973.648	-	(826.124)	(77.082)	70.442	
Adolfo Dominguez-Japan Company Ltd. ⁽¹⁾	100,00%	-	Japón	3.548.318	-	2.887.826	292.418	6.728.562	
Adolfo Dominguez USA, Inc. ^{(1) (2)}	99,00%	-	USA	3.684.934	-	(3.640.232)	(56.610)	(11.908)	
Adolfo Dominguez USA, LLC. ^{(1) (2)}	-	60,00%	USA	2.537.465	-	(2.552.970)	(49.485)	(64.990)	
Trespas, S.A. de C.V. ^{(1) (2) (3)}	100,00%	-	México	4.086.948	-	(65.976)	370.251	4.391.223	
Tomato S.A. de C.V. ^{(1) (2)}	100,00%	-	México	20.722	-	36.155	38.822	95.699	
Adolfo Dominguez Shanghai Co Ltd ^{(1) (2)}	100,00%	-	China	3.193.382	-	(1.988.600)	(257.522)	947.260	
Folia Beira, S.A. ⁽¹⁾	100,00%	-	España	4.000	-	(45.671)	(277.989)	(319.660)	

⁽¹⁾ Datos obtenidos de los últimos estados financieros disponibles, no auditados.

⁽²⁾ Contravalor en euros de las cuentas anuales expresadas en moneda local teniendo en cuenta el tipo de cambio al 28 de febrero de 2014.

⁽³⁾ Auditadas por Deloitte.

4.1.7 INFORME DE GESTIÓN CONSOLIDADO

INFORME DE GESTIÓN CONSOLIDADO CORRESPONDIENTE AL EJERCICIO ANUAL TERMINADO EL 28 DE FEBRERO DE 2015

1. ACTIVIDAD EMPRESARIAL

Se ha conseguido cerrar el ejercicio con un EBITDA recurrente positivo, obteniendo una mejora del 35% respecto al mismo periodo del ejercicio anterior. Sin embargo, los gastos no recurrentes que ha tenido que afrontar el Grupo han influido negativamente, provocando una disminución del EBITDA ajustado.

Las ventas se han reducido en un 8,2% respecto al año anterior, principalmente debido al impacto del plan de cierre selectivo de tiendas que registraban pérdidas. Es importante destacar el positivo progreso de 1 punto porcentual, que ha cosechado el margen bruto como resultado de la nueva dinámica del producto en el punto de venta.

El resultado financiero mejora por el efecto del diferencial de tipo de cambio, sobre los seguros contratados para las próximas campañas.

Tras la entrada en vigor de la Ley 27/2014 de 27 de noviembre del impuesto sobre sociedades que modifica el tipo de gravamen al 25 por ciento, el Grupo ha registrado dentro del gasto por impuesto sobre beneficios del periodo, un importe de 3,4 M€ correspondiente al ajuste de los activos netos por impuestos diferidos.

La Posición Financiera Neta mejora en un 20% en relación al ejercicio anterior.

El cash flow generado antes de amortizar deuda financiera e intereses asciende a 8,6 M€.

MODELO DE DISTRIBUCIÓN Y SU EVOLUCIÓN

España y Portugal

Reducción de 53 puntos de venta como resultado del plan de reestructuración de tiendas en España, que prevé el cierre de aquellos puntos de venta que sin ser estratégicos no registren EBITDA positivo.

Exterior

Reducción neta de 17 puntos de venta debido al abandono de territorios con un nivel bajo de recompensa-esfuerzo ya anunciado durante el ejercicio anterior.

	28/02/2015	28/02/2014	VARIACIÓN
España y Portugal:	344	397	-53
Tiendas en Gestión Directa	89	106	-17
Tiendas en Franquicia	64	73	-9
Córnens en Gestión Directa	191	218	-27
Exterior:	235	252	-17
Tiendas en Gestión Directa	30	35	-5
Tiendas en Franquicia	130	142	-12
Córnens en Gestión Directa	75	75	0
Total	579	649	-70

	CUENTA DE RESULTADOS DE GESTIÓN CONSOLIDADA DEL EJERCICIO			MILES DE EUROS
	2014	2013	2014 vs 2013	
Ventas	121.542	132.469	(10.927)	(8,2%)
Consumos	(49.681)	(55.544)	5.863	10,6%
Margen Bruto	71.861	76.925	(5.064)	(6,6%)
	59,1%	58,1%		
Otros ingresos	2.543	2.440	103	4,2%
Gastos de personal	(41.595)	(43.883)	2.288	5,2%
Otros gastos de explotación	(31.976)	(34.868)	2.893	8,3%
Total gastos operativos	(73.570)	(78.751)	5.181	6,6%
Resultado Operativo (EBITDA) - Recurrente	834	614	220	35,8%
	(0,7%)	(0,5%)		
Gastos de Reestructuración	(2.479)	(1.074)	(775)	(45,5%)
Resultado Operativo (EBITDA) - Ajustado	(1.646)	(1.090)	(555)	(50,9%)
	(1,4%)	(0,8%)		
Amortizaciones	(6.208)	(8.535)	2.327	27,3%
Provisiones, Subvenciones y Deterioro Inmovilizado	65	(2.108)	2.173	103,1%
Resultado Explotación (EBIT)	(7.789)	(11.733)	3.944	33,6%
	(6,4%)	(8,9%)		
Resultado financiero	1.478	(2.766)	4.244	153,4%
Resultado antes de impuestos	(6.311)	(14.500)	8.188	56,5%
	(5,2%)	(10,9%)		
Impuestos sobre beneficios	(4.688)	4.199	(8.887)	(211,6%)
Resultado Neto	(10.999)	(10.301)	(698)	(6,8%)
	(9,0%)	(7,8%)		
Resultado atribuido a accionistas minoritarios	(39)	(37)	76	203,9%
Resultado Neto atribuido a la Dominante	(11.038)	(10.263)	(774)	(7,5%)
	(9,1%)	(7,7%)		



VENTAS

Las ventas globales han registrado un descenso de un 8,2% respecto al año anterior.

En España y Portugal las ventas se han situado en 81,8 M€, un -10,4% respecto al ejercicio anterior debido principalmente al plan de cierre selectivo de tiendas en España no estratégicas y que no alcancen EBITDA positivo, lo que supone un descenso de 8,1 M€.

Las ventas en el Exterior han alcanzado 39,8 M€, es decir un 3,4% sobre el ejercicio anterior debido en parte a la devaluación de las principales divisas frente al euro.

El Exterior representa el 37,2% de las ventas totales del Grupo, siendo Méjico (11,8%) y Japón (6,8%) los principales mercados.

E-COMMERCE

Las ventas a través de este canal se han situado en 5,9 M€.

MARGEN BRUTO

El Margen Bruto ha sido del 59,1%, es decir, progresa en 1 punto porcentual respecto al obtenido en el ejercicio anterior, como resultado de la nueva dinámica del producto en el punto de venta.

GASTOS OPERATIVOS

Los Gastos Operativos se reducen en 5,2 M€ con respecto al ejercicio anterior, en gran medida debido al plan de saneamiento de tiendas en España y Portugal y a la política de ajuste de costes.

RESULTADO OPERATIVO (EBITDA)

El EBITDA recurrente obtenido ha sido de 0,8 M€, cifra que mejora en un 35,8% (+ 0,2 M€) el obtenido durante el año anterior. Este progreso se debe a mejoras en el Margen Bruto y eficiencias en Gastos Operativos.

RESULTADO DE EXPLOTACIÓN

El resultado de explotación mejora en un 33,6% en relación al obtenido en el ejercicio anterior.

RESULTADO NETO

El resultado neto antes de impuestos mejora en 8,2 M€ respecto al ejercicio 2013 debido fundamentalmente a la disminución de amortizaciones, deterioros, provisiones y a la mejora en el resultado financiero.

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA CONSOLIDADOS AL 28 DE FEBRERO DE 2015 Y DE 2014

28/02/2015

28/02/2014

	28/02/2015	28/02/2014
ACTIVO		
Activo no corriente:		
Activos intangibles	2.473	784
Inmovilizado material	27.068	32.109
Inversiones inmobiliarias	3.341	3.338
Inversiones financieras	5.839	6.194
Activos por impuesto diferidos	19.286	23.152
Otros activos	217	273
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTES	58.224	65.850
Activo corriente:		
Existencias	27.890	34.308
Deudores	15.439	13.330
Otros activos financieros corrientes	4.230	8.315
Administraciones Públicas	445	615
Otros activos	579	576
Efectivo y activos líquidos equivalentes	13.351	10.911
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	61.934	68.055
TOTAL ACTIVO	120.158	133.905
PASIVO Y PATRIMONIO NETO		
Patrimonio Neto:		
Capital social	5.566	5.566
Reservas acumuladas	79.892	90.155
Diferencias de conversión	207	(882)
Pérdidas del ejercicio	(11.038)	(10.263)
Total patrimonio atribuido a la Sociedad Dominante	74.627	84.576
Intereses minoritarios	476	438
TOTAL PATRIMONIO NETO	75.103	85.014
Pasivo no corriente:		
Provisiones	221	173
Deudas con entidades de crédito	15.045	20.668
Otros pasivos financieros	2.839	3.902
Ingresos diferidos	282	715
Pasivos por impuestos diferidos	97	105
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	18.484	25.563
Pasivo corriente:		
Provisiones	96	100
Deudas con entidades de crédito	6.244	4.932
Otros pasivos financieros	2.962	1.755
Acreedores	14.735	14.445
Administraciones Públicas	2.534	2.096
TOTAL PASIVO CORRIENTE	26.571	23.328
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	120.158	133.905

MILES DE EUROS

ACTIVO NO CORRIENTE

El Inmovilizado material disminuye con respecto al ejercicio anterior, principalmente, por las amortizaciones producidas en el ejercicio y por el deterioro extraordinario de tiendas con EBITDA negativo comentadas en el apartado anterior.

Dentro de las Inversiones financieras figuran registradas, por un importe de 1,5 M€, colocaciones de tesorería con un plazo de vencimiento superior a un año.

Con la modificación del tipo de gravamen en el Impuesto de sociedades, hemos registrado dentro del gasto por impuesto sobre beneficios el importe de 3,4 millones, lo que ha causado la disminución en el epígrafe Activos por impuestos diferidos.

ACTIVO CORRIENTE

La significativa reducción de las existencias se debe fundamentalmente a una mayor eficiencia en la gestión de aprovisionamientos.

POSICIÓN FINANCIERA NETA

El endeudamiento del Grupo con entidades financieras, es de 21,3 M€ que representa el 17,7% del total del balance, siendo el endeudamiento a largo plazo el 80,7% de la deuda bancaria total. La posición financiera neta mejora un 20%, respecto al ejercicio anterior y el cash-flow generado, antes de la amortización de la deuda financiera, es de 8,6 M€.

POSICIÓN FINANCIERA NETA CONSOLIDADA A 28 DE FEBRERO DE 2015			
	28/02/2015	28/02/2014	VARIACIÓN
Activos financieros corrientes y no corrientes	4.329	9.728	(5.399)
Efectivo y otros equivalentes de efectivo	13.351	10.911	2.440
Total activos financieros	17.680	20.639	(2.959)
Deudas con entidades de crédito no corrientes	(15.045)	(20.668)	5.623
Otros pasivos financieros no corrientes	(1.653)	(3.499)	1.846
Deudas con entidades de crédito corrientes	(6.244)	(4.932)	(1.312)
Otros pasivos financieros corrientes	(2.671)	(1.456)	(1.215)
Total pasivos financieros	(25.613)	(30.555)	4.942
Posición financiera neta	(7.933)	(9.916)	1.983

MILES DE EUROS

FONDO DE MANIOBRA CONSOLIDADO

Las variaciones producidas en la estructura del Estado de Situación Financiera consolidado se reflejan en el Fondo de Maniobra que disminuye en un 20,9%, siendo la partida que más influye en esta variación el descenso en existencias que representa el 18,7%.

FONDO DE MANIOBRA CONSOLIDADO A 28 DE FEBRERO DE 2015			
	28/02/2015	28/02/2014	% VARIACIÓN
Existencias	27.890	34.308	(18,7%)
Deudores y Administraciones Públicas	15.884	13.944	13,9%
Otros activos corrientes	579	576	0,5%
Otros acreedores a corto plazo	(17.270)	(16.543)	4,4%
Fondo de maniobra operativo	27.083	32.285	(16,1%)
Otros activos (pasivos) financieros corrientes	1.173	6.460	(81,8%)
Electivo y otros medios líquidos	13.351	10.911	22,4%
Entidades financieras corrientes	(6.244)	(4.932)	26,6%
Fondo de maniobra financiero	8.280	12.439	(33,4%)
Fondo de maniobra total	35.363	44.724	(20,9%)

MILES DE EUROS

2. HECHOS RELEVANTES DEL EJERCICIO

Adecuación de la gestión de aprovisionamientos a las necesidades de stock en los puntos de ventas. Se ha completado una parte importante del plan de reestructuración de tiendas en España.

3. INVERSIONES EN INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO (I+D)

Durante el ejercicio no se ha realizado ninguna inversión o gasto que pueda ser considerado como de I+D, si bien, al igual que en los ejercicios anteriores, hemos incurrido en una serie de gastos e inversiones para la elaboración de muestrarios, que tienen la calificación de Innovación, lo que nos ha permitido aplicar las deducciones fiscales establecidas en el Impuesto de sociedades para actividades de Innovación Tecnológica.

4. OPERACIONES CON ACCIONES PROPIAS

La Sociedad Dominante concedió un préstamo a un miembro de la Alta Dirección para la adquisición de acciones de la propia Sociedad Dominante. De acuerdo con los principios y criterios contables contenidos en el marco de información financiera aplicable a la Sociedad Dominante, se contabilizó dicha opción como un pasivo financiero con cargo al epígrafe "Fondos Propios - Acciones Propias" del balance.



5. EVOLUCIÓN PREVISIBLE

Se ha procedido a diferenciar las marcas AD y U con objeto de incrementar la base de clientes potenciales. La marca AD enfocada a un producto premium lifestyle y U enfocada a un producto premium moda. Se abandonará la línea de Niño y se está elaborando una nueva estrategia para la línea AD+.

La plataforma ecommerce que integra la tienda online con la tienda física se extenderá a nuevos mercados en el exterior.

Se ha completado una gran parte del plan de reestructuración de tiendas en España, quedando pendiente la fase de reubicación de algunas tiendas existentes.

Se apuesta por fortalecer la operación de retail en los tres principales mercados, España, México y Japón, dotándolos de los medios y de los equipos directivos necesarios.

6. POTENCIALES RIESGOS ECONÓMICOS, FINANCIEROS Y JURÍDICOS DE LA SOCIEDAD Y SU GRUPO

De forma resumida analizamos los principales riesgos a los que el Grupo está expuesto:

RIESGOS DEL ENTORNO: riesgos externos que condicionan al Grupo Adolfo Domínguez por el sector en el que opera, tales como la caída del consumo o los cambios en las tendencias de los consumidores, la lenta recuperación de la crisis de los mercados financieros, los cambios normativos o los riesgos fortuitos.

RIESGOS ESTRATÉGICOS: riesgos derivados del modelo de negocio, diseño de planes estratégicos sobre el Precio, el Producto o el Punto de Venta.

RIESGOS OPERACIONALES: riesgos relacionados con los procesos ejecutados en la actividad de negocio del Grupo Adolfo Domínguez tales como aquellos relacionados con el aprovisionamiento (condicionado por los talleres que confeccionan nuestros diseños), la gestión del producto (calidad, adecuación del producto al mercado o gestión del stock), la planificación y logística del mismo, la distribución a través de los puntos de venta (franquicias y tiendas propias) y los procesos comerciales en tienda (generalmente asociados a la suscripción de contratos con terceros).

RIESGOS JURÍDICOS: bajo este grupo se consideran aquellos riesgos de cumplimiento centrados en las distintas normativas que aplican al Grupo así como aquellos jurídicos derivados de los distintos tipos de contrato que ligan al Grupo con agentes externos en los diferentes campos de la actividad, desde contratos de licencia, contratos de arrendamiento y franquicia. Todos estos contratos no entrañan riesgo significativo para la empresa, están todos ellos adaptados a la normativa vigente y no suelen producirse situaciones conflictivas provocadas por una incorrecta interpretación de los mismos.

RIESGOS FINANCIEROS: riesgos que afectan a la financiación del Grupo Adolfo Domínguez relacionados con i) el riesgo de tipo cambio, que influye por la vía de las compras realizadas en dólares y por las inversiones (tiendas) que tenemos fuera de la Zona Euro (Japón, México y Estados Unidos); ii) el riesgo de tipo de interés: la evolución de los tipos de interés puede influir en los resultados del Grupo y iii) el déficit de liquidez de las entidades financieras que pudiera repercutir en la cobertura de las necesidades de financiación.

La Sociedad Dominante utiliza ocasionalmente instrumentos financieros derivados para cubrir los riesgos a los que se encuentran expuestos sus flujos de efectivo futuros. Fundamentalmente, estos riesgos son de variaciones de los tipos de cambio. En el marco de dichas operaciones la Sociedad Dominante contrata instrumentos financieros de cobertura de flujos de efectivo. A pesar de que los instrumentos de cobertura han sido constituidos para cubrir la exposición a la variación en los tipos de cambio derivados del propio negocio del Grupo, al no resultar ser una cobertura eficaz, y no cumplirse con los requisitos formales establecidos en las normas contables para poder acogerse a la contabilidad de coberturas, las variaciones que se producen en el valor razonable de estos instrumentos financieros se registran en la cuenta de resultados consolidadas. En el ejercicio 2014 el Grupo ha registrado el valor razonable de estos seguros de cambio por un importe de 1,3 M€, con abono al epígrafe "Variación de valor razonable de instrumentos financieros - cartera de negociación y otros", de las cuentas de resultados consolidadas.

RIESGOS DE RECURSOS HUMANOS: riesgos asociados al capital humano que integra el Grupo Adolfo Domínguez, relacionados, principalmente con aquellos en materia de Ley de Prevención de Riesgos Laborales y la gestión del personal.

RIESGOS DE SISTEMAS DE INFORMACIÓN: riesgos asociados al uso de las nuevas tecnologías en los procesos del Grupo Adolfo Domínguez.

RIESGOS DE INFORMACIÓN: riesgos asociados a la calidad y oportunidad de la información relevante para el Grupo Adolfo Domínguez.

RIESGOS FORTUITOS: riesgos que pueden proceder de diversas fuentes y que, para evitar consecuencias graves, exigen establecer las coberturas suficientes para que, en caso de que se produzcan, el impacto sea lo más leve posible. El Grupo cuida que las instalaciones y los procesos de fabricación se adapten a las normas y a la legislación en vigor, a la vez, contratan pólizas de seguros que permitan dar cobertura a estas situaciones.

CONTROL DE RIESGOS

El Consejo de Administración de la Sociedad Dominante, de conformidad con lo previsto en el artículo 5.4 del Reglamento del Consejo de Administración, aprobó la política de control y gestión de riesgos, en la cual se establecen los objetivos, la metodología y los principios inspiradores básicos para establecer una adecuada gestión de los potenciales riesgos a los que se enfrenta el Grupo.

El Sistema de Gestión de Riesgos, que compete a todo el Grupo, se basa en un modelo que identifica los eventos de Riesgo clave del Grupo Adolfo Domínguez, los evalúa y monitoriza de forma periódica su evolución. El Grupo Adolfo Domínguez se encuentra sometido a diversos riesgos inherentes a los distintos países, sectores y mercados en los que opera y a las actividades que desarrolla. El Consejo de Administración establece los mecanismos y principios básicos para una adecuada gestión de los potenciales riesgos a los que se enfrenta, a través de un procedimiento sistemático y preventivo, el cual aborda los riesgos mediante la previsión y la prevención, además de mediante la inspección y la comprobación. Dicho Procedimiento sistemático y preventivo tiene un ámbito de aplicación que abarca a todo el grupo, recogiendo las actividades relevantes del Grupo en los países donde opera.

La Dirección del Grupo Adolfo Domínguez es responsable de liderar, implantar, transmitir y gestionar la estrategia y recursos que constituyen el Sistema de Gestión de Riesgos y asume como compromiso fundamental, la implantación de un Sistema de Gestión de Riesgos. El Grupo ha integrado en cada área de negocio una serie de dispositivos de control con el fin de evaluar, mitigar o reducir los riesgos del mismo. Cada nivel del Grupo lleva a cabo una labor para el control y la gestión de los riesgos.

El Sistema de Gestión de Riesgos del Grupo Adolfo Domínguez, está alineado con estándares internacionales de referencia en materia de gestión de riesgos (COSO III, ISO 31000).

7. RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

Adolfo Domínguez ha establecido un Código de Conducta que permita identificar y evitar las actividades que pueden generar impacto al entorno social, económico y medioambiental.

Nuestro Código de Conducta, publicado en nuestra página web, es la apuesta de la compañía en materia de Responsabilidad Social Corporativa. Con esta intención, se renueva un año más el compromiso de pertenencia a la asociación internacional Global Compact, promovido por Naciones Unidas, que lucha por la implantación de un modelo de responsabilidad social, basado en diez principios básicos en materia de derechos humanos, derechos laborales, medio ambiente y lucha contra la corrupción.

Como empresa textil, toma especial relevancia nuestra política y exigencia respecto a nuestros Proveedores, con los que estamos suscribiendo acuerdos para que se garantice que en los diferentes países (i) no se emplee a nadie que esté por debajo de la edad legal; (ii) se vele para que ningún trabajador sea discriminado por su raza, sexo, nacionalidad, discapacidad física, religión o edad; (iii) impedir cualquier forma de acoso o abuso físico, sexual, psicológico o verbal; (iv) procurar que el salario que reciben los empleados sea acorde con la función desempeñada (respetando la normativa vigente); y (v) que los empleados desarrollen sus labores en lugares seguros y saludables.

El Grupo continúa adherido al programa "Switch Asia Project", cuyo objetivo es conseguir que los proveedores garanticen el cumplimiento de la normativa y estándares de calidad fijados por empresas europeas.

Adolfo Domínguez ha suscrito un Plan de Igualdad a fin de garantizar la igualdad real y efectiva de oportunidades entre mujeres y hombres, en consonancia con lo establecido en Ley Orgánica 3/2007 de Igualdad efectiva entre mujeres y hombres. Para su efectiva implantación se ha creado una Comisión de Seguimiento del Plan de Igualdad, con la participación de los sindicatos CCOO, CIGA y UGT.

INICIATIVAS Y COLABORACIONES

- Signataria del Charter de la Diversidad de España, asumiendo los principios básicos por los que se rige la Fundación para la Diversidad.
- Asociación Española contra el Cáncer (AECC), participación en el Programa de Solidaridad en la Empresa.
- Firmantes de la Fundación Corresponsables, por la que nos comprometemos con el Manifiesto por la Corresponsabilidad.
- Organización con el Centro de Transfusión de Galicia (CTG) de campañas anuales de donación de sangre.

- Colaboración con la Fundación Blas Méndez Ponce y su programa de ayuda a niños y adolescentes de oncología pediátrica.
- Campañas de promoción de la salud, entre ellas, plan de prevención del cáncer de próstata (realización de pruebas del PSA)
- Cooperación con el Instituto Europeo de Salud y Bienestar Social, destinada a ayudar al mundo de la discapacidad a través de la Fundación Capaces.

8. INFORMACIÓN SOBRE MEDIO AMBIENTE

El respeto al medioambiente se fomenta en todas las actividades que pueden tener una relación directa con el mismo, desde reciclaje y tratamiento de residuos sólidos y líquidos, hasta las emisiones a la atmósfera.

PRINCIPALES LÍNEAS DE ACTUACIÓN

a. Gestión de Residuos: tanto los residuos peligrosos como aquellos que no tienen dicha clasificación, son gestionados a través de empresas que cuentan con la calificación de Gestora de Residuos, a las que entregamos el subproducto, para su posterior reciclado en las plantas de tratamiento.

El Grupo se adhirió, en el año 1999, a la entidad sin ánimo de lucro Ecoembalajes España, S.L. (Ecoembes) con el objetivo de llevar a cabo el diseño y organización de un Sistema Integrado de Gestión (SIG), encaminado a la recogida selectiva y recuperación de residuos de envases para su posterior reciclado. Fruto de esta adhesión, vamos por el Plan Empresarial de Prevención (2015 – 2017) donde nos proponemos: i) reutilizar el mismo embalaje para el movimiento de mercancías desde expedición a tiendas y entre estas, mejorando su resistencia y calidad, alargando así su vida útil; ii) bolsas de dimensiones reducidas para la Línea U, acorde al tamaño de las prendas; iii) eliminación progresiva de bolsas botoneras de cartón en las prendas, colocando los botones en las etiquetas de composición.

b. Actuación en Tiendas a través de la implementación de diversas medidas para mejorar la ecoeficiencia y sostenibilidad, entre ellas:

- Plan de ahorro energético.
- Reciclado y reutilización de mobiliario.
- Eficiencia en el consumo de agua.
- Gestión de residuos en tienda.

c. Creación de Colecciones Ecológicas: confección sostenible de una selección de prendas y complementos, elaborados sin materiales de procedencia animal.

INICIATIVAS Y COLABORACIONES

- Adhesión a The Climate Project, organización creada por el ex vicepresidente de EEUU Al Gore para combatir el cambio climático.

- Adolfo Dominguez se suma cada año a la iniciativa de la ONG WWF 'La Hora del Planeta'.

- Formamos parte del acuerdo "Seal the Deal" liderado por Naciones Unidas, que busca impulsar el apoyo hacia un acuerdo sobre el cambio climático a nivel mundial.

- Certificación FSC: la totalidad de las etiquetas y material de embalaje que utilizamos son fabricadas con material de origen sostenible o reciclado, contando con el certificado FSC promovido por WWF y Greenpeace.

9. INFORMACIÓN SOBRE FILIALES

El detalle de las sociedades participadas por la Sociedad Dominante Adolfo Dominguez, S.A. es:

SOCIEDAD PARTICIPADA	% DE PARTICIPACIÓN DIRECTA	DOMICILIO	COSTE DE ADQUISICIÓN	TOTAL PATRIMONIO NETO AL 28/02/15
Adolfo Dominguez, S.A.RL.	100,00%	Francia	14.576.743	1.310.231
Adolfo Dominguez Ltd.	99,99%	Inglatera	10.297.546	53.371
Adolfo Dominguez Belgique, S.A.	94,00%	Bélgica	2.978.113	(326.636)
Adolfo Dominguez (Portugal)-Moda, Lda	55,00%	Portugal	165.076	1.058.404
Adolfo Dominguez Luxembourg, SA	88,35%	Luxemburgo	1.375.001	25.363
Adolfo Dominguez Japan Company Ltd.	100,00%	Japón	5.610.186	7.032.880
Adolfo Dominguez USA, Inc.	99,00%	USA	4.024.134	(48.494)
Trespas, S.A. de C.V.	100,00%	México	5.481.116	5.531.169
Tormato S.A. de C.V.	100,00%	México	26.805	214.756
Adolfo Dominguez Shanghai Co Ltd.	100,00%	China	960	1.307.647
Rola Beira, SL	100,00%	España	2.771.520	(43.512)

Para el ejercicio finalizado el 28 de febrero de 2015, la Sociedad Adolfo Dominguez, Ltd está exenta de la revisión de auditoría independiente de acuerdo a la sección 479A de la normativa británica aplicable *Companies Act 2006*.



10. HECHOS POSTERIORES AL CIERRE DEL EJERCICIO

Con fecha posterior al cierre del ejercicio, la Sociedad Dominante, ha anunciado el inicio de un expediente de despido colectivo, movilidad y modificación de las condiciones de trabajo por causas económicas, productivas y organizativas. El plan de reducción de plantilla que ha presentado a los representantes de los trabajadores afectaría a 144 empleados de diversas áreas de la Sociedad Dominante (aproximadamente un 10 % del total de la plantilla).

11. TRANSACCIONES EFECTUADAS CON PARTES VINCULADAS CON EL GRUPO (FACTURADAS)

El importe total facturado de las transacciones realizadas con entidades participadas por personas vinculadas con el Grupo, que se comunican a la Comisión Nacional del Mercado de Valores, ha sido el siguiente:

Entidades que han facturado a Adolfo Domínguez	0,20 millones de euros
Entidades a las que ha facturado Adolfo Domínguez	1,71 millones de euros

12. INFORMACIÓN SOBRE EL PERSONAL

El número medio de personas empleadas en el curso del ejercicio por el Grupo Adolfo Domínguez, distribuido por categorías y género ha sido el siguiente:

CATEGORÍA PROFESIONAL	HOMBRES		MUJERES		TOTAL	
	2014	2013	2014	2013	2014	2013
Personal directivo	7	5	4	2	11	7
Mandos intermedios	37	45	119	134	156	179
Técnicos	66	73	128	131	194	204
Administrativos	38	38	127	150	165	188
Operarios	38	42	244	264	282	306
Dependientes comerciales	86	78	624	691	710	769
TOTAL	272	281	1.246	1.372	1.518	1.653

IV MEDIO DEBILIDAD

El número de personas empleadas al cierre de los ejercicios 2014 y 2013 del Grupo, distribuido por categorías ha sido el siguiente:

CATEGORÍA PROFESIONAL	NUMERO DE EMPLEADOS	
	28/02/2015	28/02/2014
Personal directivo	11	11
Mandos intermedios	150	167
Técnicos	190	207
Administrativos	145	181
Operarios	267	296
Dependientes comerciales	738	767
TOTAL	1.501	1.629

ACCIONES FORMATIVAS DESARROLLADAS

La formación de los trabajadores es fundamental para conseguir una mayor integración de cada persona en su puesto de trabajo, a la vez que les ayuda en su desarrollo personal y profesional y contribuye al mantenimiento del buen clima laboral, imprescindible para que la empresa pueda desarrollar su actividad y mantener su presencia en los mercados. La formación se realiza de forma continuada durante todo el año, está dirigida a todo el colectivo de trabajadores y contempla tanto acciones adaptadas para el puesto de trabajo como otras menos específicas que pretenden ampliar o mejorar los conocimientos del trabajador.

Partiendo de la evaluación de necesidades formativas realizada por el Departamento de Recursos Humanos, se diseñó el Plan de Formación 2014-2015, de acuerdo con lo establecido en el Procedimiento de Formación implantado en la Sociedad Dominante.

Considerando el mencionado Plan de Formación, así como las nuevas necesidades formativas surgidas a lo largo del año, se llevaron a cabo treinta y un cursos durante el transcurso de 2014, que versaron sobre materias tan variadas como, entre otras: dirección y gestión de tiendas, legislación laboral, legislación aduanera, legislación medioambiental, prevención y seguridad en el trabajo e idiomas. Como se puede apreciar, los contenidos de las acciones formativas desarrolladas han sido muy variados y han participado 216 trabajadores/as con perfiles profesionales muy diversos, impartándose un total de 1.308 horas de formación.

Más del 81% de los participantes en el Plan de Formación 2014 han otorgado una valoración global alta a las acciones formativas en las que han tomado parte, mientras que un 14 % ha concedido una valoración media y tan solo once, que representan el 5% del total de participantes, han registrado calificaciones bajas, por lo que podemos concluir que el nivel de satisfacción global de los asistentes ha sido muy alto.

13. INFORMACIÓN SOBRE EL PERÍODO MEDIO DE PAGO A PROVEEDORES, SEGÚN LO DISPUESTO POR LA LEY 15/2012, DE 5 DE JULIO, DE MODIFICACIÓN DE LA LEY 3/2004 DE 29 DE DICIEMBRE

La política de pagos general de la Sociedad cumple con los períodos de pago a proveedores comerciales establecidos en la normativa de morosidad en vigor. Con carácter general se está tratando de cumplir con los períodos de pago a proveedores comerciales establecidos en la normativa de morosidad. En este sentido, en la actualidad la Sociedad está evaluando la implantación en el próximo ejercicio de medidas para tratar de reducir el período de pago en aquellos casos en los que se ha venido superando el plazo máximo establecido. Dichas medidas de centrarán en reducir los períodos de los procesos de recepción, comprobación, aceptación y contabilización de las facturas (potenciando el uso de medio electrónicos y tecnológicos), así como en la mejora del procedimiento de resolución de incidencias en estos procesos, con el objetivo de que la orden de pago de las facturas se pueda realizar en las fechas de pagos mensuales establecidas por la Sociedad y no excediendo el plazo máximo establecido por la normativa de morosidad.

Ourense, 26 de mayo de 2015.



4.2.1 **NOTA INFORMATIVA** CUENTAS ANUALES INDIVIDUALES

NOTA INFORMATIVA SOBRE LAS CUENTAS ANUALES DE LA SOCIEDAD ADOLFO DOMINGUEZ, S.A.

Las Cuentas Anuales correspondientes al ejercicio cerrado en fecha 28 de febrero de 2015 de la sociedad individual, Adolfo Dominguez, S.A., han sido auditadas por Deloitte, S.L., habiendo emitido una opinión favorable.

En las siguientes páginas presentamos esta información a excepción de la memoria individual, por considerar que son las Cuentas Anuales Consolidadas expuestas en el capítulo anterior son las que mejor reflejan la realidad del grupo Adolfo Dominguez.

Si desearse consultar las Cuentas Anuales completas de Adolfo Dominguez, S.A., es decir, incluida la Memoria individual, lo puede hacer a través de:

ADOLFO DOMINGUEZ, S.A.
Departamento de Atención al Accionista
Polígono Industrial de San Cibrao das Viñas
Calle 4, Parcela 8. 32901 San Cibrao das Viñas
Ourense

Tel.: + 34 988 398 705
Fax: + 34 988 246 761

PÁGINA WEB DE LA COMPAÑÍA
www.adolfodominguez.es

PÁGINA WEB DE LA COMISIÓN NACIONAL DEL MERCADO DE VALORES
www.cnmv.es

4.2.2 BALANCE AL 28 DE FEBRERO DE 2015
CUENTAS ANUALES INDIVIDUALES

ACTIVO	NOTAS	28/02/2015	28/02/2014
ACTIVO NO CORRIENTE			
Inmovilizado intangible	5	2.099.190	635.662
			—
Inmovilizado material	6		
Terrenos y construcciones		10.356.305	10.503.282
Instalaciones técnicas y otro inmovilizado material		11.860.136	16.478.201
		22.216.441	26.981.483
		—	—
Inversiones inmobiliarias	7	2.758.758	2.789.678
Inversiones en empresas del grupo y asociadas a largo plazo	8		
Instrumentos de patrimonio		13.976.840	12.520.187
Créditos a empresas	18	10.439.390	11.114.214
		24.416.230	23.634.401
		—	—
Inversiones financieras a largo plazo	9	3.570.741	3.896.335
		—	—
Activos por impuesto diferido	15	8.287.146	12.598.379
Otros activos no corrientes	4-g	217.027	272.703
Total activo no corriente		63.565.533	70.808.641
		—	—
ACTIVO CORRIENTE			
Existencias	10	19.919.654	25.892.501
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar			
Cientes por ventas y prestaciones de servicios	11	11.304.333	10.537.264
Deudores Varios		166.961	180.274
Activos por impuesto corriente	15	152.051	151.523
Otros créditos con las Administraciones Públicas	15	64.958	142.296
		11.688.303	11.011.357
		—	—
Inversiones financieras a corto plazo	9	4.200.364	8.259.605
Periodificaciones a corto plazo		282.726	472.993
Electivo y otros activos líquidos equivalentes	11		
Tesorería		3.893.860	1.314.128
Otros activos líquidos equivalentes		1.900.000	4.500.000
		5.793.860	5.814.128
Total activo corriente		41.884.907	51.450.584
		—	—
TOTAL ACTIVO		105.450.440	122.259.225

EUROS

Las Notas 1 a 21 de la Memoria adjunta forman parte integrante del balance al 28 de febrero de 2015.

PATRIMONIO NETO Y PASIVO	NOTAS	28/02/2015	28/02/2014
PATRIMONIO NETO			
Fondos propios	12		
Capital		5.565.665	5.565.665
Prima de emisión		422.399	422.399
Reservas:			
Reserva legal		1.097.612	1.097.612
Reservas voluntarias		125.449.734	125.449.734
		126.547.346	126.547.346
Acciones propias		(500.003)	(500.003)
Resultados de ejercicios anteriores			
Resultados negativos de ejercicios anteriores		(56.597.537)	(35.942.679)
Resultado del ejercicio		(11.633.667)	(20.654.858)
Subvenciones, donaciones y legados recibidos	13		
Subvenciones de capital		116.276	383.940
Total patrimonio neto		63.920.479	75.821.810
PASIVO NO CORRIENTE			
Deudas a largo plazo	14		
Deudas con entidades de crédito		15.044.941	20.668.353
Otros pasivos financieros		1.652.602	3.499.287
		16.697.543	24.167.640
Deudas con empresas del grupo y asociadas a largo plazo	18	346.353	480.543
Pasivos por impuesto diferido	15	136.310	269.376
Anticipos recibidos a largo plazo		126.966	166.224
Total pasivo no corriente		17.307.172	25.083.783
PASIVO CORRIENTE			
Provisiones a corto plazo		95.774	99.811
Deudas a corto plazo	14		
Deudas con entidades de crédito		6.244.129	4.931.626
Otros pasivos financieros		2.970.408	1.755.414
		9.214.537	6.687.040
Deudas con empresas del grupo y asociadas a corto plazo	18	157.694	129.307
Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar			
Proveedores		5.773.870	4.861.255
Proveedores, empresas del grupo y asociadas	18	82.080	254.213
Acreedores varios		3.554.910	3.869.267
Remuneraciones pendientes de pago		3.416.358	3.435.274
Otras deudas con las Administraciones públicas	15	1.310.370	1.463.531
Otras deudas		617.196	553.934
		14.754.784	14.437.474
Total pasivo corriente		24.222.789	21.353.632
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO		105.450.440	122.259.225

EUROS

Las Notas 1 a 21 de la Memoria adjunta forman parte integrante del balance al 28 de febrero de 2015.

ADOLFO DOMINGUEZ 133

4.2.3 CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS
CORRESPONDIENTE AL EJERCICIO ANUAL TERMINADO EL 28 DE FEBRERO DE 2015

CUENTAS DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS	NOTAS	Ejercicio Anual terminado el 28/02/15	Ejercicio Anual terminado el 28/02/14
Importe neto de la cifra de negocios:	17	99.958.254	112.183.428
Ventas		99.580.930	112.111.236
Prestación de servicios		17.324	72.192
Trabajos realizados por la empresa para su activo	5	224.259	-
Aprovisionamientos	17	(41.254.493)	(51.107.725)
Otros ingresos de explotación:	17	2.315.844	2.229.623
Ingresos accesorios y otros de gestión corriente		2.250.248	2.125.592
Subvenciones de explotación incorporadas al resultado del ejercicio		65.596	104.031
Gastos de personal:	17	(38.792.931)	(39.772.323)
Sueldos, salarios y asimilados		(30.600.656)	(31.054.130)
Cargas sociales		(8.192.275)	(8.718.193)
Otros gastos de explotación		(25.085.748)	(28.349.466)
Servicios exteriores	17	(24.426.351)	(25.991.178)
Tributos		(613.268)	(621.886)
Pérdidas, deterioro y variación de provisiones por operaciones comerciales	17	(121.938)	(666.805)
Otros gastos de gestión corriente		(24.191)	(1.069.597)
Amortización del inmovilizado	5, 6 y 7	(5.023.044)	(7.403.545)
Imputación de subvenciones de inmovilizado no financiero y otras	13	393.450	509.849
Exceso de provisiones		-	12.900
Deterioro y resultado por enajenaciones del inmovilizado		(581.732)	(742.990)
Deterioros y pérdidas		(565.378)	(633.365)
Resultado por enajenaciones y otros		(16.354)	(109.625)
Resultado de explotación		(8.206.141)	(12.440.249)
Ingresos financieros		547.822	606.628
De valores negociables y otros instrumentos financieros:			
De empresas del grupo y asociadas	18	130.139	224.499
De terceros		417.683	382.129
Gastos financieros		(1.750.872)	(2.312.591)
De empresas del Grupo y asociadas	18	(12.584)	(13.861)
Incorporación al activo de gastos financieros	5	110.353	-
Por deudas con terceros		(1.848.641)	(2.298.730)
Por deudas con terceros		(1.738.288)	(2.298.730)
Variación de valor razonable en instrumentos financieros	9	1.352.510	-
Diferencias de cambio		375.756	13.619
Deterioro y resultado por enajenaciones de instrumentos financieros		491.139	(1.038.992)
Deterioros y pérdidas	8 y 9	491.139	(960.157)
Resultados por enajenaciones de instrumentos financieros		-	(78.835)
Resultado financiero		1.016.355	(2.731.336)
Resultado antes de impuestos		(7.189.786)	(15.171.585)
Impuestos sobre beneficios	15	(4.443.881)	(5.483.273)
Resultado del ejercicio		(11.633.667)	(20.654.858)

EUROS

Las Notas 1 a 21 de la Memoria adjunta forman parte integrante de la cuenta de pérdidas y ganancias correspondiente al ejercicio anual terminado el 28 de febrero de 2015.

4.2.4 ESTADO DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO NETO CORRESPONDIENTE AL EJERCICIO ANUAL TERMINADO EL 28 DE FEBRERO DE 2015

A) ESTADO DE INGRESOS Y GASTOS RECONOCIDOS	NOTAS	Ejercicio Anual terminado el 28/02/15	Ejercicio Anual terminado el 28/02/14
RESULTADO DE LA CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS (I)		(11.633.667)	(20.654.858)
Ingresos y gastos imputados directamente en el patrimonio neto			
Subvenciones, donaciones y legados recibidos	13	-	605.617
Efecto impositivo	13 y 15	-	(181.684)
Total ingresos y gastos imputados directamente en el Patrimonio Neto (II)		-	423.933
Transferencias a la cuenta de pérdidas y ganancias			
Subvenciones, donaciones y legados recibidos	13	(393.450)	(509.849)
Efecto impositivo	13 y 15	125.786	152.955
Total transferencias a la cuenta de pérdidas y ganancias (III)		(267.664)	(356.894)
Total ingresos y gastos reconocidos (I+ II+ III)		(11.901.331)	(20.587.819)

EUROS

B) ESTADO TOTAL DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO NETO	CAPITAL	PRIMA DE EMISIÓN	RESERVA LEGAL	RESERVAS VOLUNTARIAS	ACCIONES PROPIAS	RESULTADOS DE EJERCICIOS ANTERIORES	PÉRDIDA DEL EJERCICIO	SUBVENCIONES DONACIONES Y LEGADOS RECIBIDOS	TOTAL
Saldo al 28/02/2013	5.565.665	422.399	1.097.612	125.449.734	(500.003)	(12.884.419)	(23.058.260)	316.901	96.409.629
Total ingresos y gastos reconocidos	-	-	-	-	-	-	(20.654.858)	67.039	(20.587.819)
Aplicación del resultado del ejercicio terminado el 28/02/2013									
Resultados de ejercicios anteriores	-	-	-	-	-	(23.058.260)	23.058.260	-	-
Saldo al 28/02/2014	5.565.665	422.399	1.097.612	125.449.734	(500.003)	(35.942.679)	(20.654.858)	383.940	75.821.810
Total ingresos y gastos reconocidos	-	-	-	-	-	-	(11.633.667)	(267.664)	(11.901.331)
Aplicación del resultado del ejercicio terminado el 28/02/2014									
Resultados de ejercicios anteriores	-	-	-	-	-	(20.654.858)	20.654.858	-	-
Saldo al 28/02/2015	5.565.665	422.399	1.097.612	125.449.734	(500.003)	(56.597.537)	(11.633.667)	116.276	63.920.479

EUROS

Las Notas 1 a 21 de la Memoria adjunta forman parte integrante de la cuenta de pérdidas y ganancias correspondiente al ejercicio anual terminado el 28 de febrero de 2015.

ADOLFO DOMINGUEZ 135

4.2.5 ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO
CORRESPONDIENTE AL EJERCICIO ANUAL TERMINADO EL 28 DE FEBRERO DE 2015

	NOTAS	Ejercicio Anual terminado el 28/02/15	Ejercicio Anual terminado el 28/02/14
FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE EXPLOTACIÓN (I)		1.264.048	2.802.837
Resultado del ejercicio antes de impuestos		(7.189.786)	(15.171.585)
Ajustes al resultado:			
Amortización del inmovilizado	5, 6 y 7	5.023.044	7.403.545
Correcciones valorativas por deterioro	6 y 7	565.378	633.365
Trabajos realizados por la empresa para su activo	5	(224.259)	-
Variación de provisiones	17	121.938	666.805
Imputación de subvenciones	13	(393.450)	(509.849)
Resultados por bajas y enajenaciones de inmovilizado	5, 6 y 7	16.354	109.625
Resultados por bajas y enajenaciones de instrumentos financieros	8 y 9	(491.139)	1.038.991
Variación de valor razonable en instrumentos financieros	9	(1.352.510)	-
Ingresos financieros		(547.822)	(606.628)
Gastos financieros		1.750.872	2.298.731
Diferencias de cambio		(375.756)	13.619
Exceso de provisiones		-	(12.900)
Otros ingresos y gastos (neto)		12.382	109.871
Cambios en el capital corriente:			
Existencias	10	5.972.847	8.323.357
Deudores y otras cuentas a cobrar		(938.812)	1.499.732
Otros activos corrientes		190.267	(15.122)
Acreedores y otras cuentas a pagar		710.519	(1.161.181)
Otros pasivos corrientes		(125.000)	(26.773)
Otros flujos de efectivo de las actividades de explotación:			
Pagos de intereses		(1.713.351)	(2.052.895)
Cobros de intereses		252.332	382.129
Otros cobros (pagos)		-	(120.000)
FLUJOS DE EFECTIVOS DE LAS ACTIVIDADES DE INVERSIÓN (II)		4.481.536	(705.359)
Pagos por inversiones:			
Empresas del grupo y asociadas		(8.696.067)	(12.588.306)
Inmovilizado material e intangible	5 y 6	(1.142.300)	(1.156.965)
Otros activos financieros		(4.060.792)	(4.000.000)
Cobros por desinversiones:			
Empresas del grupo y asociadas		8.535.516	10.461.259
Inmovilizado material e intangible	6	35.606	23.089
Otros activos financieros		9.809.573	6.555.558
FLUJOS DE EFECTIVOS DE LAS ACTIVIDADES DE FINANCIACIÓN (III)		(5.765.852)	(2.429.935)
Cobros por instrumentos de patrimonio:			
Subvenciones, donaciones y legados recibidos	13	-	605.617
Cobros y pagos por instrumentos de pasivo financiero			
Ingresos diferidos recibidos		-	166.225
Emisión de otras deudas		-	122.940
Devolución y amortización de deudas con entidades de crédito		(4.309.178)	(2.015.096)
Devolución y amortización otras deudas		(1.456.674)	(1.309.621)
AUMENTO (DISMINUCIÓN) NETO/A DEL EFECTIVO O EQUIVALENTES (+ II+ III)		(20.268)	(332.457)
Efectivo o equivalentes al comienzo del ejercicio		5.814.128	6.146.585
Efectivo o equivalentes al final del ejercicio	11	5.793.860	5.814.128

Las Notas 1 a 21 de la Memoria adjunta forman parte integrante del estado de flujos de efectivo correspondiente al ejercicio anual terminado el 28 de febrero de 2015.

4.3 PROPUESTA DE APLICACIÓN DE RESULTADOS

CUENTAS ANUALES INDIVIDUALES

La propuesta de aplicación de las pérdidas del ejercicio 2014 que presentarán los Administradores de la Sociedad a la Junta General de Accionistas para su aprobación, se muestran a continuación:

	2014	
BASES DE REPARTO		
Pérdida del ejercicio	11.633.667	EUROS
	—	
APLICACIÓN DE RESULTADO		
Resultado negativo a compensar en ejercicios posteriores	11.633.667	
	—	





INFORMACIÓN CORPORATIVA

5.1. DATOS SOCIETARIOS

RAZÓN Y DOMICILIO SOCIAL
ADOLFO DOMINGUEZ, S.A.
Polígono Industrial, calle 4, parcela 8
32901 San Cibrao das Viñas
OURENSE

CONSTITUCIÓN, INSCRIPCIÓN Y LÍMITE DE LA VIDA SOCIAL

La sociedad tiene su origen en Adolfo Dominguez e Hijos S.L., constituida en Ourense el 12 de enero de 1976 ante el Notario de Ourense don José Luis García Valcárcel, con el número 66 de su protocolo. En fecha 9 de marzo de 1989 se constituyó Nuevas Franquicias S.A., que por acuerdo de fecha 4 de noviembre de 1996, absorbió a Adolfo Dominguez e Hijos S.L. y a otras tres sociedades adoptando el nombre de Adolfo Dominguez S.A.

Esta fusión fue inscrita en el registro Mercantil de Ourense, en fecha 31 de diciembre de 1996, en el Tomo 212, Folio 136, Inscripción 7ª, Hoja OR-1938.

OBJETO SOCIAL

Se encuentra recogido en el art. 2º de los Estatutos Sociales que dice:

"Constituye su objeto:

La fabricación, adquisición, venta y comercialización al por menor y por mayor, importación y exportación de prendas confeccionadas, calzado, bolsos, marroquinería, pañuelos, artículos de papelería, de perfumería y bisutería, gafas y toda clase de complementos, así como ropa del hogar, muebles y objetos de decoración.

Creación y comercialización de diseños, bocetos, patrones y marcas para dichos productos. Creación, explotación y gestión de tiendas y almacenes de depósito de mercancías de todo tipo. Prestación de servicios administrativos y de asesoramiento, gerencia, marketing, contabilidad, estudios y gestión de sistemas empresariales, publicidad y controles de calidad, normalización, homologación e innovación tecnológica.

Investigación y desarrollo de nuevos productos y mejora y optimización de los procesos de fabricación, distribución y venta en el campo textil, confección y diseño.

Realización de cursos de perfeccionamiento tecnológico y prestación de servicios tecnológicos en el campo textil, confección y diseño. La sociedad podrá asimismo desarrollar las actividades integrantes del objeto social total o parcialmente de modo indirecto mediante la titularidad de acciones o participaciones en Sociedades con objeto idéntico o análogo."

NUMEROS CNAE Y CIF

Los sectores principales en que se encuadra la actividad de la Sociedad según la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (C.N.A.E.) son 4771 y 1413.

Su número de Identificación Fiscal (C.I.F.) es el A-32104226.

CAPITAL SOCIAL

El Capital social de Adolfo Dominguez, S.A. asciende a 5.565.665 euros y está dividido en 9.276.108 acciones ordinarias al portador, de valor nominal 0,60 euros cada una de ellas, numeradas correlativamente del 1 al 9.276.108, ambos inclusive.

Están representadas por anotaciones en cuenta y pertenecen todas a la misma clase y serie. Todas las acciones confieren los mismos derechos y obligaciones a sus titulares.



CONVOCATORIA DE JUNTAS GENERALES

Las Juntas Generales de Accionistas, ordinarias y extraordinarias han de ser convocadas con un mes de antelación mínima a la fecha de celebración, mediante publicación de la convocatoria en el Boletín Oficial del Registro Mercantil o en uno de los diarios de mayor circulación de España y en la página web de la sociedad.

La Junta General Ordinaria se reunirá todos los años dentro de los seis primeros meses de cada ejercicio.

INFORMACIÓN Y CONSULTAS

Los Estatutos Sociales, Estados Contables e Información Económico-Financiera pueden ser consultados en la dirección web: www.adolfodominguez.es. Enlace: Apartados, Documentación, Información Económica Financiera, o en las Oficinas centrales, Polígono Industrial, calle 4, parcela 8 32901 San Cibrao das Viñas (Ourense)

5.2. DATOS SOBRE EL INFORME ANUAL

AUDITORIA INDEPENDIENTE

Las Cuentas anuales, la Memoria y el Informe de gestión, tanto a nivel individual como consolidado, del presente Informe Anual, han sido auditadas por la firma Deloitte, S.L.

SOLICITUDES

Ejemplares de este Informe Anual están a disposición de los Accionistas en la dirección web: www.adolfodominguez.es, apartado "Accionistas e Inversores". Gobierno Corporativo. Informe Anual de Gobierno Corporativo. En las Oficinas centrales o solicitándolo por correo, fax o e-mail a:

ADOLFO DOMINGUEZ, S.A.
Atención al Accionista
Polígono Industrial, calle 4, parcela 8
32901 San Cibrao das Viñas (Ourense)
Teléfono: + 34 988 39 87 05
Fax: + 34 988 24 67 61
E-mail: bolsa@adolofodominguez.es
Dirección Web: www.adolfodominguez.es

5.3. GOBIERNO CORPORATIVO

Como cada año, la sociedad elabora y publica con carácter anual el Informe de Gobierno Corporativo que se remite a la Comisión Nacional del Mercado de Valores y se pone a disposición de los accionistas con ocasión de la convocatoria de la Junta General de accionistas. En dicho Informe, Adolfo Domínguez, proporciona información detallada sobre su grado de cumplimiento, respecto de las recomendaciones de gobierno corporativo existentes o, en su caso, la no asunción o no aplicabilidad de dichas normas, explicando las recomendaciones, normas, prácticas o criterios que aplica la sociedad.

El Informe Anual de Gobierno Corporativo de Adolfo Domínguez, S.A. forma parte de este informe de gestión y se ha puesto a disposición a través de la página web corporativa www.adolfo Dominguez.com y, asimismo, publicado como Hecho Relevante, el día 5 de junio de 2015 en la página web de la Comisión Nacional del Mercado de Valores.



ADOLFO DOMINGUEZ 143

5.4. DIRECTORIO

ADOLFO DOMINGUEZ, S.A.
Constituida el 12/01/1976
Sociedad matriz
Cif: A-32104226

DIRECCIÓN POSTAL
Polígono Industrial, calle 4, parcela 8
32901 San Cibrao das Viñas
Ourense
España
Teléfono: 00 34 988 39 87 05 centralita
00 34 988 39 87 05 Atención al Accionista
Fax: 00 34 988 24 67 61
E-mail: info@adolofodominguez.es
Web: www.adolofodominguez.es

ADOLFO DOMINGUEZ, Ltd.
Constituida el 19/08/1982

43 Shelton Street
WC2H 9HJ Londres
Gran Bretaña
Teléfono: 00 4417 1836013
Fax: 00 4417 18365017

ADOLFO DOMINGUEZ, S.A.RL
Constituida el 19/12/1984

1-3, rue Elzévir
75003 París
Francia
Teléfono: 00 33 1 44 589610
Fax: 00 33 1 44 589619

ADOLFO DOMINGUEZ BELGIQUE, S.A.
Constituida el 08/09/1997

78, Avenue Louise
10050 Bruselas
Bélgica
Teléfono: 00 32 2 503 18 15
Fax: 00 32 2 503 18 25

ADOLFO DOMINGUEZ PORTUGAL-MODA LDA-
Constituida el 10/02/1998

Praça Duque de Saldanha, 1, 3º
Lisboa
Portugal
Teléfono: 00 3511 354 2880
Fax: 00 3511 315 8587



ADOLFO DOMINGUEZ LUXEMBOURG, S.A.
Constituida el 09/04/1998

DIRECCIÓN POSTAL
23, Rue Aldringen
L-1118 Luxemburgo
Teléfono: 00 352 466611
Fax: 00 352 466469

ADOLFO DOMINGUEZ-JAPAN CORPORATION, Ltd.
Constituida el 20/04/1998

153-18, Saimoncho, Soka-shi, Saitama-Ken
Tokio
Japón
Teléfono: 00 81 3 34815288
Fax: 00 81 3 34815288

ADOLFO DOMINGUEZ-USA INC.
Constituida el 04/09/2000

Village of Merrick Park, 350
San Lorenzo Avenue, Suite 2130
33146 Miami
USA
Teléfono: 00 13 0 59793323
Fax: 00 13 0 56725303

TRESPASS S.A. DE C.V.
Constituida el 02/08/2002

Calle Anatole France, 81, locales B y C
Colonia de Polanco Chapultepec
Delegación Miguel Hidalgo
11560 México DF (México)
Teléfono: 00 52 5 55442821/2
Fax: 00 52 5 555239993

ADOLFO DOMINGUEZ SHANGHAI Co. Ltd.
Constituida el 10/01/2006

E1, Floor 16, 918 Huauhai Zhong Road
Shanghai 200020 (China)
Teléfono: 00 86 0 21 64 15 63 68
Fax: 00 86 0 21 64 15 35 81

TORMATO S.A. DE C.V.
Constituida el 15/05/2006

PO LA BEIRA, S.L.
Constituida el 19/09/2006

DIRECCIÓN POSTAL
Luz Saviñón, nº 205,
Colonia del Valle de Oriente,
Delegación Benito Juárez, CP 03100
México D.F.
Teléfono: 00 52 5552804773

Póligono Industrial de San Cibrao das Viñas
Ourense (España)



ADOLFO DOMINGUEZ 147

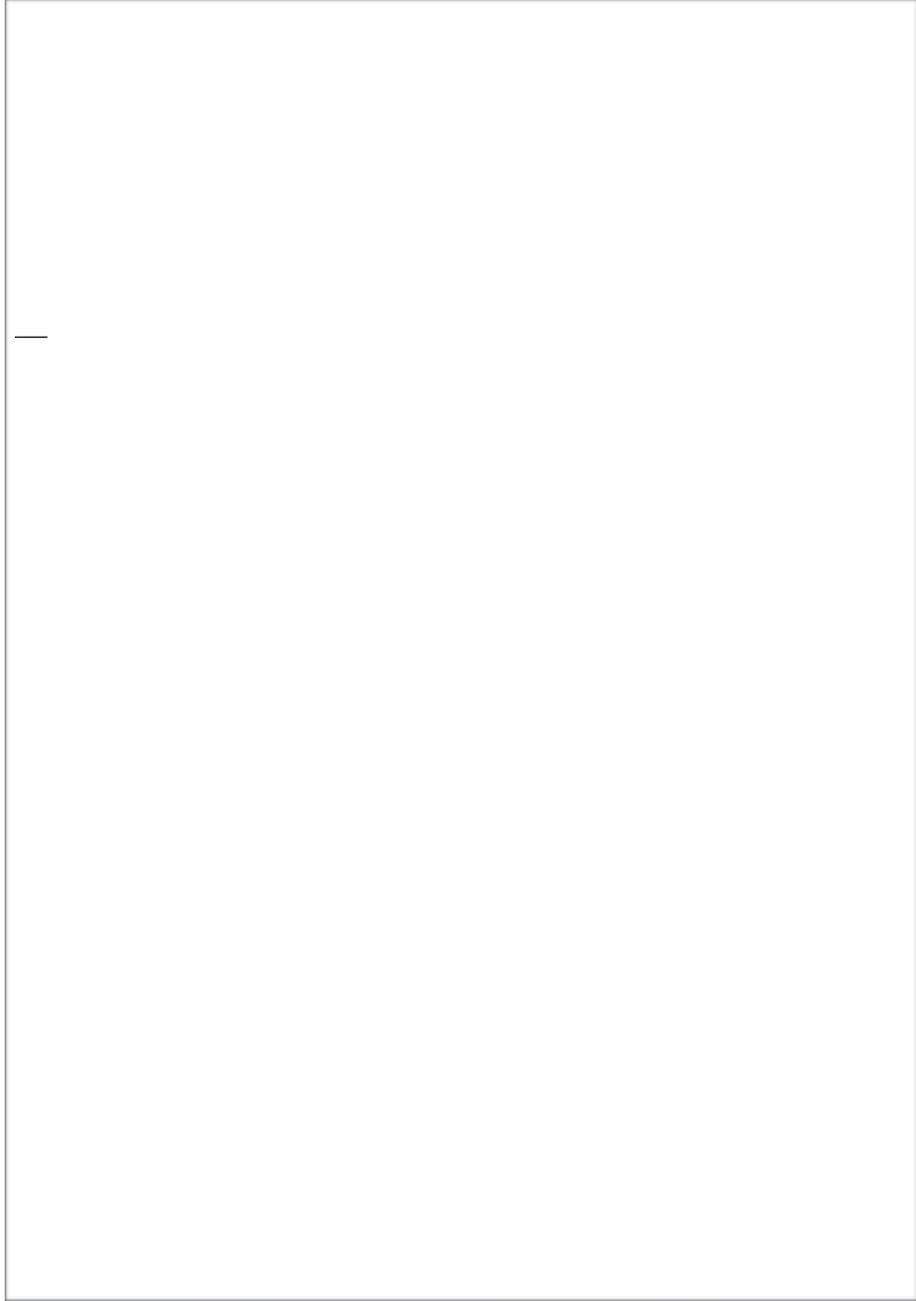




5.5 INFORME ANUAL DE GOBIERNO CORPORATIVO

El informe anual de gobierno corporativo se encuentra a disposición en la página web de la compañía www.adolfo Dominguez.es. Enlace: "Accionistas", Apartado Gobierno Corporativo, Informe Anual de Gobierno Corporativo.

También se encuentra disponible en la página web de la Comisión Nacional del Mercado de Valores www.cnmv.es



Edición y dirección
Adolfo Domínguez, S.A.

Impresión
Imgrator

Depósito Legal
OU-52/2006

 Printed on 100% Recycled Paper

