



Estado de información no financiera consolidado

Informe de gestión consolidado

Eternal Life Capital, S.L.
y sociedades dependientes



Índice

Pág. 7 | Introducción

Pág. 9 | Organización

- › Modelo de negocio
- › Principales magnitudes
- › Principales impactos de la COVID-19

Pág. 20 | Contribución al desarrollo sostenible

- › Aspectos materiales y grupos de interés
- › Gobierno corporativo y gestión de riesgos

Pág. 27 | Compromiso con el entorno

- › Aspectos medioambientales
- › Contaminación
- › Economía circular: prevención y gestión de residuos
- › Uso sostenible de los recursos
- › Cambio climático
- › Principio de precaución
- › Biodiversidad

Pág. 37 | Equipo

- › Cuestiones sociales y relativas al personal
- › Empleo
- › Organización del trabajo
- › Seguridad y salud
- › Relaciones sociales
- › Formación
- › Accesibilidad
- › Igualdad
- › Derechos humanos

Pág. 55 | Modelo de cumplimiento

- › Lucha contra la corrupción y el soborno

Pág. 60 | Impacto positivo en la sociedad

- › Colaboración con la sociedad
- › Asociaciones, colaboraciones y patrocinios
- › Proveedores
- › Consumidores
- › Información fiscal
- › Hechos posteriores

Pág. 71 | Anexo

- › Contenidos del estado de información no financiera

Introducción

Con efectos 1 de enero de 2018 entró en vigor la Ley 11/2018, de 28 de diciembre, por la que se modifica el Código de Comercio, el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, y la Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas, en materia de información no financiera y diversidad (en adelante, la Ley 11/2018), que sustituye el Real Decreto Ley 18/2017, de 24 de noviembre, por el que se transpuso al ordenamiento jurídico español la Directiva 2014/95/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, en lo que respecta a la divulgación de información no financiera e información sobre diversidad.

De conformidad con lo establecido en la Ley 11/2018, determinadas sociedades, entre las que se encuentra Eternal Life Capital, S.L. (en adelante, la “Sociedad dominante”) y sus sociedades dependientes (en adelante, “Foodiverse” o el “Grupo”) deben preparar un estado de información no financiera, que debe incorporarse en el informe de gestión consolidado o en un informe separado correspondiente al mismo ejercicio que incluya el mismo contenido y cumpla los requisitos exigidos, y que incluya, entre otras cuestiones: la información necesaria para comprender la evolución, los resultados y la situación del Grupo, el impacto de su actividad con respecto a cuestiones medioambientales y sociales, al respeto de los derechos humanos y a la lucha contra la corrupción y el soborno, así como relativas al personal, debiendo incluir las medidas que, en su caso, se hayan adoptado para favorecer el principio de igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres, la no discriminación e inclusión de las personas con discapacidad y la accesibilidad universal.

En este contexto, la Sociedad dominante, que ha modificado su denominación Foodiverse Hold, S.L., a la actual Eternal Life Capital S.L., mediante escritura pública de fecha 23 de noviembre de 2021, incorpora el estado de información no financiera consolidado en el informe de gestión consolidado del Grupo, que acompaña a las cuentas anuales consolidadas correspondientes al ejercicio finalizado el 31 de diciembre de 2021.

El presente estado de información no financiera se ha preparado de acuerdo con los contenidos establecidos en la normativa mercantil vigente, siguiendo los criterios descritos para cada materia en la tabla “Contenidos del estado de información no financiera”, así como en la medida de lo posible, con los Sustainability Reporting Standards de Global Reporting Initiative (estándares GRI) seleccionados, aplicándose los principios de comparabilidad, fiabilidad, materialidad y relevancia que recoge la citada ley de información no financiera.

La información recogida en el presente estado de información no financiera consolidado se refiere a la totalidad de las sociedades dependientes del Grupo consolidado, descritas en la nota 2 de la memoria consolidada, a excepción de determinados aspectos cualitativos y cuantitativos relativos a Suns & Veggies, Unipessoal LDA, Lactuca Tecno Agrícola, S.L.U., Ecocrop, S.L.U., GAC Inodev, S.L.U., Sun & Veggies España, S.L.U., Resfoma Fast Food, S.L.U., TSF Food Service GmbH, Comfresh Iberia S.L. y Ortoverde Società Agricola S.r.l. por tener la información correspondiente a los ejercicios 2021 y 2020 un interés poco significativo.

La única variación del perímetro de consolidación del Grupo acontecida en el ejercicio 2020 correspondió a la enajenación del 60% de las participaciones que forman parte del capital social de la sociedad asociada Alimentación y Nutrición Familiar, S.L. a un tercero con fecha 29 de diciembre de 2020, integrándose en el presente estado de información no financiera consolidado la información correspondiente a la citada participada hasta la fecha de su enajenación.



Organización

Modelo de negocio

Foodiverse es mucho más que un grupo empresarial dedicado a la alimentación. Es una compañía multinacional, experta en la elaboración de alimentos frescos y saludables, que nace para revolucionar el mercado a través de un universo de productos equilibrados, de tendencia, pensados y elaborados para disfrutar en cualquier momento del día y en cualquier lugar.

Eternal Life Capital S.L. y las sociedades dependientes configuran un grupo consolidado de empresas cuya actividad principal es la producción, conservación, manipulación y transformación de todo tipo de vegetales, hortalizas y toda clase de productos hortofrutícolas, para la preparación de ensaladas, platos preparados y sus componentes y otros productos frescos, la comercialización de productos elaborados, así como de la tenencia y explotación de activos inmobiliarios.

La máxima autoridad en la toma de decisiones del Grupo, es decir, el administrador único de la Sociedad dominante ha considerado, por un lado, la naturaleza de los productos y, por otro, los segmentos de clientes a los que van dirigidos, estableciendo que el Grupo presenta como única línea de negocio la actividad alimentaria dirigida, fundamentalmente, a grandes cadenas de distribución nacionales e internacionales.

Las principales instalaciones en España se encuentran en Riba-roja de Túria (Valencia), Antequera (Málaga), Aranda de Duero (Burgos), Carlet (Valencia), Dolores de Pacheco (Murcia), Montserrat (Valencia) y Vallecas (Madrid) y a nivel internacional en Thurland (Alemania), Hünenberg (Suiza) y Novara y Lodi (Italia).

El Grupo está centrado en llevar la revolución saludable que lidera al mayor número de clientes posibles, satisfaciendo las necesidades de sus consumidores. Es por esto que ha desarrollado su actividad en nuevos mercados, fortaleciendo su presencia internacional, y también ha introducido nuevos productos, innovadores y transgresores, a sus clientes habituales. Todo ello con el objetivo de crecer a nivel global de manera sostenible.

En este camino hacia el liderazgo y la sostenibilidad, el Grupo ha iniciado en 2021 el nuevo plan estratégico Horizon 2025: construyendo el futuro, que tiene como objetivo consolidar los hitos conseguidos por el Grupo e impulsar el crecimiento del mismo, fundamentalmente a través de una intensa labor comercial y la innovación, buscando siempre satisfacer las necesidades de los consumidores y ofrecer valor añadido, manteniéndose fieles a su misión y visión y avanzando en su compromiso de sostenibilidad.

Foodiverse, en el desarrollo de su estrategia, trabaja por asegurar que sus sociedades dependientes sean referentes en las actividades que realizan. Para ello es primordial asegurar una adecuada aplicación de los valores del Grupo. En ese sentido, los órganos de gobierno del Grupo promueven el compromiso de excelencia con sus clientes, proveedores y colaboradores, la responsabilidad con sus objetivos y necesidades, así como un modelo de gobierno y control. En 2021, como parte del marco del plan estratégico Horizon 2025, el Grupo ha reforzado la estructura directiva para que cada una de las unidades de negocio pueda alcanzar las metas de desarrollo y crecimiento establecidas.

El propósito de compañía de Foodiverse constituye la base de su cultura corporativa, habla sobre su misión, visión, así como de los valores comunes compartidos que permiten focalizar al Grupo en unas estrategias claras para alcanzar un crecimiento sostenible en el tiempo.

Misión

Ayudar al consumidor a mantener una alimentación equilibrada, pero siempre de forma fácil, apetecible y de tendencia, que le permita disfrutar del día a día, en cualquier momento y en cualquier lugar.

Visión

Foodiverse quiere ser la compañía de producto fresco y saludable preferida por los consumidores, en todas las etapas de su vida, creando valor a largo plazo para accionistas, trabajadores y colaboradores, generando un impacto positivo en el entorno.

Valores

Si bien cada una de las empresas que componen los distintos segmentos de actividad del Grupo cuenta con su propio equipo humano y su propia estrategia, todas comparten unos mismos valores:

Innovación

El legado de Foodiverse es una historia ligada a la innovación, tanto en productos como en procesos, para ofrecer la mejor relación seguridad-calidad-servicio-precio.

Espíritu HOLD

Higiene, orden, limpieza y disciplina son los cuatro pilares fundamentales que permiten al Grupo asegurar la máxima calidad y seguridad alimentaria en sus instalaciones, procesos y productos.

Excelencia

El Grupo fomenta la búsqueda de metas cada vez más altas a través de la mejora continua y el espíritu crítico como clave de su éxito.

Eficiencia

Apuesta por la eficiencia productiva como motor de la rentabilidad y como elemento clave de compromiso con la sostenibilidad.

Compromiso

Comprometidos con la sostenibilidad, cuidando el entorno a nivel nutricional, social, económico y medioambiental.

Honestidad

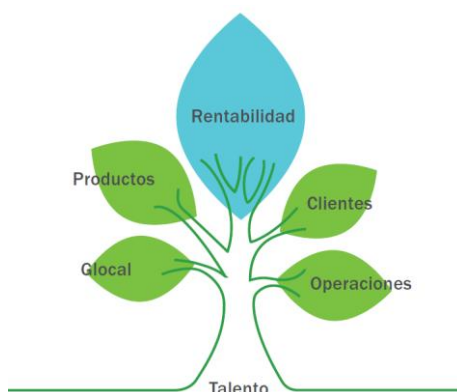
Compañía íntegra, transparente, honesta y confiable.

Pasión

Sentimiento por las raíces, el legado innovador, el campo y los productos que comercializa, los cuales son el mejor reflejo de los valores del Grupo y lo que lo hace único.

A partir de los citados valores, las estrategias definidas por Foodiverse enmarcadas en la consecución de su crecimiento sostenible son las siguientes:

- ✓ **Compromiso con el talento:** el Grupo apuesta por el crecimiento de sus personas, buscando que sean embajadoras de sus valores y productos, fomentando un fuerte orgullo de pertenencia.
- ✓ **Visión global, gestión local:** el Grupo constituye una compañía multinacional, diversa en localizaciones, culturas, mercados y clientes. Por ello, apuesta por una gestión local enfocada a las necesidades de cada cliente y cada mercado, visualizando globalmente oportunidades y éxitos que le permiten ser ágiles en los proyectos locales.
- ✓ **Expertos en operaciones:** búsqueda continuada de la máxima eficiencia operativa, la adaptación, la flexibilidad y las últimas tecnologías en todos los procesos con un objetivo irrenunciable, ofrecer productos con la mejor relación calidad-servicio-precio.
- ✓ **Líderes en productos:** espíritu innovador, altos estándares de calidad, dedicación al servicio y, por consiguiente, competitividad, son las claves del liderazgo de mercado en productos con el objetivo de convertir las tendencias de alimentación en novedades que se anticipan a las demandas de los consumidores.
- ✓ **Enfoque al cliente:** no existe proyecto empresarial exitoso sin una orientación completa y absoluta hacia los clientes. Por ello el Grupo trabaja día a día, de forma transparente y confiable, para mantener el liderazgo en productos y la excelencia en operaciones con el objetivo de ofrecer la mejor propuesta de valor y la máxima competitividad.
- ✓ **Rentabilidad como motor del crecimiento responsable:** el crecimiento del Grupo debe ser responsable y rentable, en línea con el proyecto Growing, haciendo partícipes del éxito a todos cuantos ayudan a conseguirlo. Primando la rentabilidad sobre el crecimiento se podrá aportar un mayor valor con el objetivo que los productos que fabrica el Grupo mejoren la vida de sus consumidores, garanticen el empleo y el bienestar social, generando riqueza y cuidando del entorno.



La solvencia de Foodiverse proviene de su gran equipo de personas, más de 2.300 profesionales al cierre del ejercicio 2021 (más de 2.400 al cierre del ejercicio 2020) que combinan su experiencia profesional en el sector alimentario con el talento y el enfoque innovador. El equipo de Foodiverse es liderado con pasión y experiencia en todos sus niveles, con personal en todo el mundo para ofrecer la mejor solución regional, cercana y atendiendo a las necesidades de cada cliente.

El esfuerzo colectivo de todas las personas que forman Foodiverse ha permitido al Grupo alcanzar durante el ejercicio 2021 una cifra de negocios de 271 millones de euros (267 millones de euros en 2020), afianzando su posición en el mercado.

Tal y como se ha indicado en apartados anteriores, el Grupo ha iniciado durante el ejercicio 2021 su plan estratégico: Plan Horizon 2025. Las cifras conseguidas durante 2021 impulsan a Foodiverse con fuerza en su propósito de ser el operador líder en Europa de la alimentación fresca y saludable. Durante el ejercicio, el Grupo ha invertido en los centros productivos de IV gama, en la implantación de mejoras operativas y digitalización, para incrementar la potencia comercial y llegar a nuevos clientes, mercados y canales; en la unidad agrícola, se han mejorado los invernaderos, fincas, semilleros y la planta para aumentar su eficiencia y productividad; y a nivel general, en el plan de digitalización del Grupo, entre otros proyectos. En este sentido, la expansión internacional y la diversificación de clientes y mercados es una prioridad para el Grupo, contando actualmente con más de 400 clientes en todo el mundo.

Desde los inicios, la inversión en innovación y la mejora continua han sido clave para el crecimiento del Grupo. En un año de especial dificultad, Foodiverse ha seguido impulsando la inversión como camino hacia el crecimiento, instalando nuevas líneas de procesado, más modernas y eficientes, para aumentar la capacidad productiva de sus plantas, e invirtiendo en la mejora de invernaderos y campos de cultivo y el desarrollo de proyectos de investigación.

Asimismo, durante el ejercicio 2021 la innovación en productos se ha orientado a conseguir la máxima frescura e ingredientes premium en el segmento de fresco y listo, y hacia la sostenibilidad, con nuevos envases biodegradables en todas sus líneas de producto. Se ha reforzado también la presencia del Grupo a través la adquisición de Comfresh, en España en el área de productos frescos y *fresh convenience*, y de OrtoVerde, en Italia para el sector IV gama y directo del campo.

El Grupo afronta su nuevo plan estratégico con la convicción de haber logrado grandes hitos y mirando al futuro con responsabilidad, trabajando para continuar creciendo de manera rentable y sostenible.

En la actualidad, la actividad del Grupo como empresa del sector alimentario abarca toda la cadena de producción, de la semilla a la mesa del consumidor contando con tres líneas estratégicas de actividad:

Directos del campo (agrícola)

Foodiverse cultiva sus propios vegetales desde la misma semilla para que los productos lleguen al consumidor con la máxima frescura. El Grupo ofrece más de 30 variedades de vegetales, hortalizas y hierbas aromáticas, contando además con variado surtido BIO, de acuerdo con su compromiso con la sostenibilidad.

Durante el ejercicio 2021, el Grupo ha constituido un Comité de Innovación para la I gama con expertos de diferentes áreas del proceso productivo, que ha permitido lanzar más de 79 referencias durante el ejercicio. Entre estos productos destacan: las lechugas vivas; nuevos sabores, texturas y colores de *microgreens*; calabacín amarillo y calabacín amarillo y redondo, que aporta un sabor más dulce, además de color y distinción; o los rabanitos BIO en envase POP (Prevented Ocean Plastic).



Agromediterránea y Espace son las empresas del Grupo especializadas en el cultivo, elaboración y comercialización de productos agrícolas directos del campo. Su centro logístico y de procesado está ubicado en Dolores de Pacheco (España) contando además con su propio centro de innovación agronómica (CIAM), el gran laboratorio agrícola de I+D del Grupo, situado en la provincia de Valencia.

Durante 2021, destacan, entre otras, las siguientes innovaciones llevadas a cabo en el Centro de Innovación Agronómica de Montserrat (CIAM):

- Lechuga viva: aúna el compromiso de ofrecer el mejor producto posible al consumidor, ya que la lechuga se mantiene viva y fresca con la raíz hasta el momento del consumo, con el cuidado del medioambiente, ya que se cultiva sin tierra, en un entorno controlado que ahorra agua y sin tratamientos fitosanitarios. La revista Actualidad Económica premió este proyecto como una de las 100 mejores ideas de año.
- *Microgreens* mézclum: ampliación de esta gama de productos, combinando variedades aromáticas con cultivos tradicionales.

Foodiverse ha consolidado su éxito en *microgreens* ya cortados, lechugas vivas con raíz y las hierbas aromáticas en el canal HORECA, además de incrementar sus ventas de directos del campo en un 7% tanto en cadenas de distribución, llegando a un total de 22 mercados e introduciéndose en Europa del Este, como en el canal *retail*, en este último a través de su marca Sun&Vegs.

Fresco y listo (IV gama)

Foodiverse selecciona, prepara, lava y envasa los vegetales directos del campo para ofrecer productos prácticos a aquellos que disponen de poco tiempo para cocinar y quieren mantener una alimentación equilibrada. El Grupo cuenta con más de 800 referencias de productos listos para comer, calentar, cocinar o preparar. La amplia variedad incluye ensaladas, vegetales en bolsa o barqueta, platos de microondas, fruta lista para comer, zumos, *smoothies* de fruta y verdura, *snacks* untables, cremas, *gaspachos*, sándwiches y *wraps*.

El Grupo quiere ayudar a que sus clientes con poco tiempo para cocinar puedan mantener una alimentación equilibrada, saludable y variada gracias a sus productos. Durante el ejercicio 2021 se ha aumentado un 14% las ventas en fresco y listo a nivel global, además un 50% de los clientes de esta línea son nuevos. Esto ha sido posible gracias a la gran apuesta comercial del Grupo, basada en innovación, calidad y servicio.

Como productos estrella lanzados durante el ejercicio 2021 en esta categoría, destacan la ensalada Santa Fe, el plato fresco microondable Carbonara, y la ampliación de la gama César con la ensalada César BIO, César *light* y César vegana. La ensalada César vegana se trata de un *co-branding* con Heura y Violife, y ofrece posibilidades para veganos, vegetarianos y flexitarianos, en línea con la estrategia del Grupo de llegar al mayor número de clientes satisfaciendo sus necesidades. La ensalada César BIO es la primera referencia certificada en España y Portugal.

Verdifresh, Thurländer, Müller, Novanatura y OrtoVerde son las empresas especializadas en la categoría de fresco y listo, contando con 6 centros productivos de IV gama tanto a nivel nacional como europeo. El Grupo es líder en la categoría de ensaladas listas para consumir en España, Alemania y Suiza, además de contar con un sólido posicionamiento en Portugal, Italia, Austria o Dinamarca entre otros

Estos centros han trabajado a lo largo del ejercicio 2021 en potenciar el departamento de I+D, dirigiendo sus esfuerzos al desarrollo de nuevas recetas, partiendo siempre de la escucha al cliente y a sus necesidades, e investigando la mejor forma de cubrirlas.

Josef Müller Gemüse ha sabido adaptarse al gusto del consumidor, innovando recetas de mayor valor nutricional y menor impacto ambiental, destacando en el segmento de ensaladas y frutas ecológicas listas para preparar o consumir, con productos como los nuevos *dips* vegetales o las bandejas BBQ.



En Thurländer, destaca la expansión en *retail* tanto en volumen de negocio como en clientes, posible gracias a los productos diferenciales, saludables, novedosos y de alta calidad, como los *Daily Bowls*.

En Verdifresh los esfuerzos de innovación se han encaminado a aportar un valor distintivo respecto a los competidores, asegurando que el producto tiene el toque de excelencia que caracteriza a Foodiverse. Un ejemplo de esto es la gama *ultrafresh*, introducida por primera vez en España en 2021 (en Alemania y Suiza esta gama ya estaba presente) y que supone un plato más fresco, con una vida más corta y con un envase de cartón respetuoso con el medioambiente. Destacan adicionalmente los nuevos platos Buddha Bowl, comercializados bajo la marca Freshkia, aptos para veganos, vegetarianos y flexitarianos.

En Italia, donde el Grupo ya cuenta con la planta de Novanatura, se ha incrementado la presencia en IV gama mediante la adquisición de OrtoVerde, empresa especializada en productos listos para consumir, que además cuenta con 6,5 hectáreas de invernadero. Esta adquisición impulsa al Grupo como uno de los principales operadores europeos en productos frescos y saludables, en línea con los objetivos del plan estratégico Horizon 25. El Grupo colabora con las principales cadenas de distribución del mercado italiano, además de haber retomado la actividad con los clientes del canal HORECA.

Canal comercial y distribución

Foodiverse está formado por empresas líderes en los mercados en los que opera y por sus marcas Sun&Vegs, Sun&Vegs Bio, Freshkia y Freshkia Bio. Así, actualmente llega con sus productos a más de 20 países de todo el mundo y a través de diferentes canales de distribución: retail, food service, online y vending.

Dentro de una visión global de las tendencias y oportunidades, en todas las unidades de negocio, el Grupo desarrolla sus productos con un enfoque local, adaptándolos a los gustos y necesidades de los consumidores locales, a través de su proyecto BeGLOCAL; esto le permite maximizar sinergias a nivel operativo y comercial

Desde el año 2017, Foodiverse cuenta con sus propias marcas comerciales, con el objetivo de dirigirse de manera directa a sus consumidores. El Grupo cuenta con 2 grandes marcas comerciales propias:

- La marca Sun&Vegs nace de la creencia firme en la importancia de comer sano y equilibrado y mantener un estilo de vida saludable, recordando que cuidarse puede, y debe, ser sinónimo de disfrutar. A través de Sun&Vegs, el Grupo ofrece un amplio surtido de productos vegetales frescos, saludables y prácticos, pensados para satisfacer los distintos gustos de sus consumidores de forma divertida y apetecible, siguiendo las tendencias en alimentación. Foodiverse cuenta con una línea propia de productos con certificado ecológico, bajo la marca BIO Sun&Vegs.
- La marca Freshkia propone productos saludables, originales y sabrosos, como una vía para que los consumidores se sientan bien consigo mismos y con su entorno, una forma de vivir plena y consciente. También cuenta con productos de certificación ecológica con la variante Freshkia BIO. La marca se ha iniciado con el lanzamiento del Buddha Bowl: un plato con ingredientes diferenciales y premium, formado por vegetales, fruta, proteína, carbohidratos o legumbres; aptos para veganos, vegetarianos y flexitarianos por el *co-branding* con Heura y Violife; y todo ello con 4 recetas distintas, variadas y coloridas. El envase es de cartón 97% reciclable, termosellable con lámina totalmente reciclable y 100% *ecofriendly*.

En 2021 el Grupo ha adquirido Comfresh para potenciar las fortalezas del mismo, permitiendo acelerar la llegada a nuevos canales, mercados y clientes. Comfresh es una empresa especialista en la comercialización y distribución de productos frescos y *fresh convenience*, además de estar sólidamente posicionada en el mercado español. Esto permite al Grupo tener una compañía distribuidora con un enfoque plenamente comercial para distribuir los productos en toda España y a través de distintos canales (*retail*, HORECA, mayoristas y distribuidores).

Comfresh gestiona más de 200 referencias, desde productos directos del campo a ensaladas y frutas de IV gama, zumos frescos, sandwiches, wraps, gazpachos o cremas, así como una amplia variedad de productos ecológicos en distintas categorías.

Principales magnitudes

+ 2.300

Profesionales al cierre

+ 271 MM€

Importe neto cifra de
negocios

+ 1.800

Referencias de surtido

+ 50

Referencias BIO

83%

Empleo fijo

+ 220

Referencias lanzadas en
2021

3.938 tCO₂eq

Emisiones CO₂ alcance 1

4.961 tCO₂eq

Emisiones CO₂ alcance 2

Principales impactos de la COVID-19

La aparición del virus COVID-19 en enero de 2020 y su expansión global a un gran número de países, ha motivado que el brote vírico haya sido calificado como una pandemia por la Organización Mundial de la Salud desde el pasado 11 de marzo de 2020.

La progresión en el control de la pandemia hasta la fecha y el avance en la vacunación de la población en general ha permitido una reducción significativa de las restricciones de movilidad y una normalización de la actividad económica. Teniendo en cuenta estas circunstancias, el administrador único ha realizado una valoración con la mejor información disponible de los posibles impactos que, hasta la fecha, está teniendo esta pandemia para el Grupo, concluyendo la ausencia de riesgos significativos que pudieran afectar a la actividad del mismo.

Adicionalmente, el administrador único de la Sociedad dominante sigue realizando una supervisión constante de la evolución de la situación, con el fin de afrontar con éxito los eventuales impactos, tanto financieros como no financieros, que puedan producirse.



Contribución al desarrollo sostenible

Aspectos materiales y grupos de interés

Foodiverse consolida su apuesta por un diálogo abierto y continuo con sus grupos de interés con el objetivo de aportarles valor a través de una actitud abierta y participativa. Potenciando este diálogo en la estrategia empresarial, se producen mejoras en la competitividad y en la calidad de los productos.

Las partes interesadas son un pilar importante en el éxito de la organización y, por lo tanto, el Grupo se esfuerza continuamente por lograr un compromiso efectivo con el fin de obtener sus importantes aportes y preocupaciones. Se busca construir y desarrollar soluciones transparentes basadas en la confianza con todos los grupos de interés, respetando sus puntos de vista, expectativas clave y preocupaciones en el momento en que se desarrollan las estrategias de negocio.

Foodiverse se compromete regularmente con los grupos de interés a través del proceso de participación de las partes interesadas, para lo cual se cuenta con múltiples canales de comunicación. Una participación detallada de las mismas ayuda a definir los principales temas materiales, que se expresan claramente en las decisiones y aspiraciones futuras.

Foodiverse evalúa las cuestiones relativas a la materialidad considerando la importancia de los resultados económicos, la expansión de las operaciones y la presencia territorial, las relaciones con las partes interesadas, especialmente clientes, empleados y proveedores, así como el compromiso en temas sociales, principalmente asociaciones, comunidad local y administración pública y ambientales, principalmente emisiones, consumos energéticos y de agua, gestión de residuos así como inversores y accionistas.

Los aspectos materiales identificados por Foodiverse se han estructurado en base a los siguientes ámbitos:

- **Gobierno corporativo:** transparencia, ética e integridad (políticas para garantizar que se opera de una forma transparente, ética e íntegra), gestión del riesgo (procedimientos de diligencia debida, políticas y procedimientos comunicados al personal para garantizar una correcta gestión del riesgo), corrupción y soborno (medidas adoptadas para sumarse a la lucha contra la corrupción y el soborno) y cumplimiento regulatorio (políticas y procedimientos para garantizar el estricto cumplimiento con la regulación aplicable, monitorizando continuamente todo cambio que se pueda producir en ésta).
- **Ambiental:** gestión eficiente de los recursos (gestión apropiada del consumo de materiales, agua y energía), economía circular (apuesta de la organización por la responsabilidad de producto, la prevención, el eco-diseño, el reciclaje, la reutilización y otras formas de recuperación y eliminación de desechos), y cambio climático (gestión y eficiencia de las emisiones).
- **Laboral:** conciliación (impulso de medidas para garantizar la conciliación de la vida laboral, personal y familiar), igualdad y diversidad (medidas implementadas en la organización para fomentar la diversidad, asegurar la igualdad de oportunidades y la inclusión y garantizar la proporción de una retribución justa a todas las personas empleadas), formación y retención del talento (programas para mejorar el desarrollo de aptitudes de las personas trabajadoras a través de formación continua, adaptada a necesidades individuales), seguridad y salud de los empleados (asegurar que las condiciones de los puestos de trabajo garantizan la seguridad y salud de las personas empleadas) y derechos humanos (medidas definidas y puestas en marcha para garantizar los derechos humanos de todas las personas trabajadoras de la organización o que tienen relación laboral con ésta).
- **Compromiso social:** contribución al desarrollo sostenible de la comunidad en la que opera. El Grupo se asegura contar con canales de comunicación bidireccionales para impulsar las relaciones y colaboraciones con la comunidad local.

- **Económico:** cadena de suministro (apuesta por una cadena de suministro responsable) y sostenibilidad del negocio a largo plazo (medidas para asegurar la rentabilidad y la continuidad del negocio a largo plazo) y contribución fiscal de las actividades.
- **Gestión de productos:** relación con el cliente (canales de comunicación establecidos para garantizar una comunicación transparente y fluida con los clientes) y seguridad y salud de clientes (compromiso de velar por la máxima seguridad y salud de sus clientes a lo largo de toda la cadena de valor de la organización).

Dentro de Foodiverse, el comportamiento socialmente responsable se manifiesta en el respeto de los derechos de los trabajadores, en la libre negociación colectiva, en la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, en la no discriminación por razón de edad, origen racial, religión o discapacidad y en la prevención de la salud de los empleados.

En este modelo, la gestión ética, responsable y sostenible es marco de referencia para el equipo. Esto, junto con los compromisos corporativos citados anteriormente, permitirá al Grupo adaptarse a los cambios que se producen continuamente en la sociedad actual.

La evaluación de grupos de interés ha proporcionado el contexto de sostenibilidad de Foodiverse, ayudándole a alinear la estrategia con las expectativas de las partes interesadas, así como a mejorar el comportamiento y el desempeño ambiental, social y económico de los próximos años.

Los Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS) han sido, desde su aprobación en 2015, un hito con el que Foodiverse está totalmente comprometido para responder a los desafíos locales y globales actuales, desde la reducción de la pobreza y las desigualdades, a la lucha contra el cambio climático o la promoción de la diversidad y el progreso de la sociedad.

En el año 2020 se inicia, según las Naciones Unidas, una década de acciones ambiciosas que exige la aceleración de las soluciones sostenibles a los principales retos que plantea hoy el mundo y alcanzar así los objetivos establecidos en la agenda 2030.

En este marco internacional, el sector agroalimentario español adaptó los Objetivos de Desarrollo Sostenible al sector, para hacerlos más cercanos y alcanzables, mediante la propuesta de 30 retos, en su mayoría relacionados con el Objetivo 12, “Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles”, con el Objetivo 2, para promover la gestión agraria eficiente, y con el Objetivo 3, “Salud y Bienestar”, que busca extender una dieta y estilo de vida saludable.

Guiados por este desafío, Foodiverse quiere ser parte de este movimiento imparable aportando su semilla para crear un planeta más sostenible.

Por ello el Grupo ha integrado en su estrategia empresarial de manera clara estos retos, que además son plenamente compartidos e impulsados por todas las personas en las diferentes unidades que integran el mismo, desde los campos a los centros productivos, y que se manifiesta con total nitidez en el compromiso con la salud y la misión de revolucionar la alimentación saludable.

Foodiverse se compromete a ayudar a mejorar la calidad de vida de sus consumidores, haciendo posible un futuro más saludable. Siguiendo esta premisa, el Grupo contribuye a la resolución de los principales desafíos actuales y reafirma su compromiso con los Objetivos de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible (ODS) en los siguientes ámbitos:



ODS 2 Hambre cero: Foodiverse es mucho más que una compañía dedicada a la alimentación y, como tal, su compromiso con el fin del hambre en el mundo es claro.



ODS 3 Salud y bienestar: como líderes de la revolución en la alimentación saludable, el compromiso nutricional y con la salud es prioritario. Foodiverse ofrece productos de máxima calidad, que permiten seguir una alimentación equilibrada de manera fácil, apetecible y accesible, incluyendo productos BIO, sin azúcares y de base vegetal, entre otros. Asimismo, el Grupo cuenta con las certificaciones nacionales e internacionales más destacadas en materia de seguridad alimentaria y calidad.



ODS 5 Igualdad de género: compromiso con la diversidad y con la igualdad impulsando una cultura empresarial de tolerancia cero hacia cualquier forma de discriminación.



ODS 8 Trabajo decente y crecimiento económico: el crecimiento económico del Grupo es sostenible e inclusivo, apostando por el empleo estable y de calidad, el talento y el desarrollo profesional, garantizando unas condiciones laborales dignas y un entorno laboral seguro y saludable. Las prácticas sociales de los productores de fruta y verduras se evalúan mediante el módulo GRASP del estándar GLOBAL GAP, que tiene en consideración la seguridad laboral, la protección de la salud y los intereses sociales de los trabajadores en empresas agrícolas.



ODS 9 Industria, innovación e infraestructura: el Grupo es innovador por naturaleza, impulsando la innovación en el sector agroalimentario para hacerlo más sostenible. A través de un enfoque colaborativo, Foodiverse desarrolla ideas disruptivas que le permiten trascender a lo largo de toda la cadena de valor.



ODS 12 Producción y consumos responsables: la revolución saludable de Foodiverse nace de la responsabilidad. El Grupo impulsa medidas para minimizar las pérdidas de materia prima y el desperdicio de alimentos, al mismo tiempo que apuesta por la reducción de envases y el desarrollo de alternativas más sostenibles.



ODS 13 Acción por el clima: Foodiverse cuida del planeta adoptando medidas que contribuyen a combatir el cambio climático y sus efectos. A través de su colaboración con Ecoembes, el Grupo ha contribuido a la reducción de 1.863 tn de CO₂ a la atmósfera.



ODS 17 Alianzas para lograr los objetivos: Foodiverse establece colaboraciones con asociaciones sociales, empresariales, sectoriales y educativas a fin de promover proyectos en favor del desarrollo sostenible de su entorno y del sector.

Foodiverse contribuye al desarrollo económico y social de su entorno. La creación de riqueza, empleo y conocimiento, son los principales beneficios generados.

A través del presente estado de información no financiera, se recogen todos los aspectos identificados como materiales, alineados con los requerimientos contemplados por la Ley 11/2018 de información no financiera.

Gobierno corporativo y gestión de riesgos

El administrador único es el máximo órgano de gobierno de Foodiverse en materia de responsabilidad corporativa y gestión de riesgos.

El administrador único de la Sociedad dominante de Foodiverse reconoce y asume la importancia que tiene contar con un sistema de gobierno corporativo que oriente la estructura y funcionamiento de sus órganos sociales, en interés de las distintas sociedades y de sus accionistas. El Grupo cree firmemente que un buen gobierno corporativo conduce a una toma de decisiones eficaz, lo cual es fundamental para el éxito de cualquier organización, en la que la forma de gestionar el negocio asegura el crecimiento sostenible y sostiene el crecimiento de las operaciones.

Las reglas de gobierno corporativo de Foodiverse se inspiran en las siguientes buenas prácticas en el citado ámbito:

- ✓ Promover la comunicación interna, así como la externa, dando respuesta a las expectativas de los grupos de interés, aplicando el principio de transparencia.
- ✓ Garantizar la defensa de los derechos humanos, así como el respeto por los estándares éticos y regulaciones aplicables tanto por normativa interna como externa.
- ✓ Tolerancia cero con la corrupción y las prácticas de competencia desleal.
- ✓ Fomentar la responsabilidad social corporativa a través del impulso de iniciativas y la monitorización del grado de cumplimiento de los compromisos.
- ✓ Trabajar continuamente en la identificación de los riesgos y las oportunidades, dando prioridad a los asuntos clave para la sostenibilidad del negocio a largo plazo.

Dichas reglas son revisadas y actualizadas periódicamente, siempre confiando en el compromiso con la ética empresarial y la responsabilidad corporativa.

En el citado contexto, el administrador único de Foodiverse establece que la gestión de riesgos es uno de los pilares clave del sistema de control interno del Grupo, y por lo tanto de la propia estrategia de la organización.

El Grupo identifica, clasifica y valora periódicamente los riesgos potenciales que pueden afectar a todas las unidades de negocio relevantes y establece también aquellos mecanismos de control necesarios mediante la asignación de responsabilidades derivadas de cada uno de ellos.

El sistema de gestión de riesgos del Grupo permite la gestión proactiva de los riesgos identificados, implementando medidas tanto preventivas como reactivas a los eventos potenciales, así como la monitorización periódica de la evolución de los mismos.

Para asegurar la gestión adecuada de los riesgos se ha definido una primera línea de defensa que lleva a cabo la gestión diaria de los mismos, mediante la implementación de políticas y procedimientos para mitigar los riesgos y que está compuesto por los responsables de las distintas áreas de negocio, y una segunda línea de defensa, a la que compete la implantación y monitorización del modelo de control interno y cumplimiento.



Compromiso con el entorno

Aspectos medioambientales

Foodiverse está totalmente comprometida con el respeto y el cuidado del medio ambiente y es consciente del compromiso que contrae con sus clientes y con la sociedad en general, lo que le lleva a trabajar de forma constante y recurrente para minimizar el impacto que producen las actividades en el mismo. En este sentido, ha desarrollado una serie de mecanismos internos que sientan las bases del compromiso con el medio ambiente, entre los que destacan, como marco central, el sistema de gestión de calidad, medio ambiente y seguridad y salud y la existencia de un área específica en salud, seguridad y medio ambiente que supervisa el cumplimiento de todas las medidas ambientales.

Las raíces del Grupo y el tipo de productos que elabora hacen que muestre una especial sensibilidad hacia el medio ambiente. El origen como compañía es el campo y su actividad siempre ha estado ligada al mismo y al entorno natural, de allí proceden las materias primas, los vegetales, con los que se elaboran los productos, siempre frescos y saludables.

Esta especial sensibilidad ha derivado en una política de gestión medioambiental que rige la actividad centrando los esfuerzos del Grupo en la mejora continua, la optimización de los procesos, el uso eficiente de los recursos y la reducción de la huella ambiental.

Aunque queda mucho por mejorar, Foodiverse es una compañía ejemplar y asume un papel responsable en el cuidado, preservación y conservación del medio ambiente, garantizando así un mejor futuro y la sostenibilidad en el tiempo.

Dentro del proyecto SU+RE, enfocado a la sostenibilidad y preservación del medio ambiente a través del uso eficiente de los recursos, el Grupo trabaja de forma constante en los centros productivos y fincas para mejorar la eficiencia y reducir al máximo el consumo de recursos. El máximo exponente de este proyecto es el Farmitank, sistema de cultivo cerrado con absoluto control y eficiencia de residuos, en el cual se ha aumentado la densidad de plantación permitiendo que el consumo energético se reduzca un 5% mientras que la productividad se ha incrementado un 12%.

Las certificaciones medioambientales de las plantas también se enmarcan en el programa SU+RE. En este sentido, Verdifresh dispone de la certificación ISO 14001 en todos sus centros de producción (Ribarroja del Turia, Antequera y Aranda del Duero), que ayuda al Grupo a alcanzar los indicadores establecidos.

Los principales riesgos medioambientales a tener en cuenta por parte de Foodiverse son el uso de recursos naturales, el consumo de agua, la generación de residuos, así como las emisiones atmosféricas derivadas de los consumos energéticos.

Como consecuencia del plan de gestión ambiental y de los principales riesgos identificados, se elaboran los planes de vigilancia ambiental cuyo objetivo es establecer un mecanismo que asegure, al mismo tiempo, el cumplimiento de las medidas protectoras y correctoras propuestas y la detección de alteraciones no previstas.

Como una línea más de control del riesgo ambiental, se implementa el control de los requisitos legales de aplicación, tanto a nivel internacional como estatal, autonómico y local, gracias al cual durante el periodo objeto del presente estado de información no financiera no se ha originado ningún incumplimiento significativo.

Contaminación

La producción en campo se basa en una programación de cultivos, para tener una planificación ajustada a la demanda y servir el producto más fresco, 100% aprovechable. El Grupo busca las localizaciones más adecuadas

para el cultivo, según la época del año, revisando periódicamente las mejores prácticas agrícolas para conseguir un “residuo cero” en las cosechas.

El Grupo respeta la tierra como un bien preciado que hay que proteger. La consolidación de cultivos más eficientes y prácticas agrícolas mejoradas ha permitido aumentar la productividad con menor cantidad de tierra.



Dentro del proyecto zeroCUCURBITA, el Grupo busca limitar la aplicación de productos fitosanitarios y fertilizantes, con la consiguiente tendencia hacia residuo cero en sus productos, al tiempo que apuesta por la agricultura BIO. En el marco de este proyecto, durante el ejercicio 2021 el Grupo ha ampliado el surtido con certificado ecológico en los productos directos del campo como en los de IV gama, lanzando al mercado la primera ensalada lista para comer con el certificado BIO en España y Portugal, con su ensalada César BIO.

Para lograr el objetivo de residuo cero en los productos, Foodiverse explora nuevas formas de cultivo que le permiten reducir el uso de fertilizantes y pesticidas. Así, a través del proyecto Farmitank, el Grupo cultiva vegetales libres de tratamientos fitosanitarios y con una reducción del 90% de fertilizantes respecto a campo abierto, gracias a su ciclo de cultivo cerrado. También con la segunda fase del proyecto Residuo 0 en calabacín se está desarrollando un cultivo sin residuos gracias a una estrategia de lucha integrada y utilización de flora y fauna auxiliar.

El Grupo ha aumentado la capacidad de producción en campo abierto, mediante la ampliación de hectáreas cultivables y aumentando la densidad de plantación, lo cual permite un mayor aprovechamiento del espacio. Se utiliza la densidad óptima, reduciendo el uso de fitosanitarios e impidiendo la proliferación de patologías y enfermedades.

Adicionalmente, se ha implantado la biosolarización, un método no químico de desinfección del suelo que elimina los microorganismos aumentando la temperatura del suelo.

Durante 2021 han finalizado los ensayos de selección varietal de nuevas variedades de cultivos con mayor tolerancia y resistencia a condiciones climáticas y patológicas, en productos como lechugas iceberg, espinacas o calabacín.

Además, en el marco de la normativa española del Mar Menor, Foodiverse también limita y reduce el uso de abonados nitrogenados y lleva a cabo un control de los balances de nitrógeno en el campo, participando en el Programa Menor NitrA, a partir del desarrollo de sensores eficaces capaces de cuantificar el nitrógeno en el medio agrícola, en piezómetros y en la red de drenaje y el Mar Menor.

Una pieza clave de este proyecto es el impulso de la agricultura ecológica, como extensión de la revolución saludable del Grupo.

Economía circular: prevención y gestión de residuos

Foodiverse entiende que el paso de una economía lineal a una circular es un paso clave en la mejora y el cuidado medioambiental, ya que conlleva una reducción considerable de los residuos mediante un aprovechamiento óptimo de los recursos disponibles.

La Unión Europea ha identificado la llamada “economía circular” como uno de los pilares de la “Estrategia Europa 2020”. La base de la economía circular es que el valor de los productos, los materiales o los recursos se mantenga en la economía durante el mayor tiempo posible, y que se reduzca al mínimo la generación de residuos.

También forma parte de la política medioambiental del Grupo la optimización de cada uno de los productos y procesos, tratando de minimizar los subproductos generados a lo largo del proceso productivo. El Grupo trabaja para completar el círculo en cada fase de su cadena de valor.

Ejemplo de ello es el proceso llevado a cabo en relación a la producción de brócoli. En los brócolis enteros destinados a la venta en supermercados siempre se generan piezas menores para conseguir el producto de un tamaño óptimo. Aquellas piezas sobrantes no se desechan, sino que se envían a las plantas de procesado de IV gama, ya troceadas, para utilizarse como materia prima en las bolsas de floretas de brócoli, sin necesidad de transportar el tronco.

En esta misma línea, los restos de hojas que se retiran de los vegetales para su procesado en las plantas de IV gama, son recogidas por un circuito de agua que permite almacenarlas y destinarlas posteriormente a comida de ganado, en instalaciones ganaderas próximas a las plantas de producción.

Además, en campo se han mecanizado la retirada de plantas en los invernaderos una vez finalizados los ciclos de cultivo, triturando los residuos vegetales in situ e incorporándolos mecánicamente al suelo. De esta forma, el Grupo contribuye al proyecto HOLD mediante una gestión del residuo más rápida y limpia, mejorando a su vez el contenido orgánico del suelo y favoreciendo la economía circular del proceso.

Por otra parte, la actividad de Foodiverse genera una gran cantidad de envases, principalmente plásticos en los que se comercializan los productos de IV gama, cuya reducción y gestión eficiente requiere de un esfuerzo relevante por parte del Grupo.

En este contexto, Foodiverse es miembro de Ecoembes, la organización que cuida del medio ambiente a través del reciclaje y el ecodiseño de los envases en España. Con su labor, Ecoembes hace posible que los envases de plástico, latas y briks (contenedor amarillo) y los envases de cartón y papel (contenedor azul) puedan tener una segunda vida.

La contribución total al sistema integrado de gestión (SIG) de Ecoembes de las unidades de IV gama, agrícola y nutrición incluidas en el alcance del presente estado de información no financiera consolidado en 2021 ha sido de 1.168 miles de euros (1.196 miles de euros en 2020). La contribución durante 2021 al sistema DSD (Der Grüne Punkt), sistema de gestión similar en Alemania, ha ascendido a 91 miles de euros.

Asimismo, como parte de la estrategia ambiental del Grupo y a partir de las 7R de la economía circular (rediseñar, reducir, reutilizar, reparar, renovar, recuperar y reciclar) el Grupo aplica criterios de ecodiseño en sus envases para ofrecer soluciones más sostenibles a clientes y consumidores. Como eje central del compromiso del Grupo con la economía circular, base del proyecto Clever7, Foodiverse investiga constantemente en materia de envases y embalajes, buscando de manera incansable alternativas más sostenibles y asegurando el origen reciclado o la reciclabilidad de los materiales empleados, en especial de plástico. Así, el Grupo diseña sus productos siempre con la sostenibilidad en mente, ofreciendo soluciones de envasado que ayuden a reducir la huella ambiental de los mismos.

Algunas de las principales innovaciones desarrolladas en el marco del proyecto Clever7 durante el ejercicio 2021 han sido las siguientes:



- **Directos del campo:** Foodiverse ofrece envases más respetuosos con el medio ambiente en su surtido agrícola y se encuentra en una búsqueda constante de innovación para reducir su impacto ambiental, por ejemplo, reduciendo el micraje de los blísters de plástico, eliminando el poliespán del *packaging* de maíz o sustituyendo el plástico por celulosa en las mallas. También destaca la sustitución de las bandejas de cartón como alternativa al plástico, los calabacines enfajados con cintas de papel *kraft* o las bandejas y blísters fabricados con PET 100% reciclado.

Una de las iniciativas a destacar en este ámbito es la incorporación del envase POP (Prevented Ocean Plastic) para la nueva referencia rabanito BIO, fabricado a partir de plástico recuperado de mares y océanos con un micraje mínimo y reciclable. En el marco de este proyecto, el Grupo trabaja con la organización independiente Ocean Cycle como supervisora, implicando a las comunidades locales en la producción de las zonas donde se recoge el plástico, creando un impacto positivo en las mismas.

- **Fresco y listo:** en 2020 el Grupo comenzó a realizar pruebas para mejorar el tenedor que acompaña las ensaladas, y en 2021 ha conseguido incorporar, en la gama estándar de ensaladas, un tenedor de bambú con certificación FSC. Con el proyecto *ultrafresh* en España, el envase contiene un 90% menos de plástico con respecto a una barqueta convencional ya que está hecho con cartón. En Alemania, los nuevos envases de ensalada de cartón tienen un contenido en plástico inferior al 5% y los cubiertos de los mismos con *ecofriendly*; por su parte, en Suiza, los *bowls* de cartón 100% reciclables ya son una realidad, además se han incorporado tenedores de madera y palillos de bambú en los productos de fruta fresca para consumir.

El Grupo ha desarrollado durante 2021 el *bio salad roll*, una innovadora solución de envasado tanto para los productos directos del campo como los de IV gama; se trata de unas bolsas de papel *kraft* con PLA, que garantiza un envoltorio para vegetales y ensaladas 100% biobasado, compostable y biodegradable, permitiendo que se respete la seguridad alimentaria a la vez.

La actividad del Grupo genera diferentes tipos de residuos, no peligrosos y peligrosos, debido a la diversidad de actividades que se realizan en sus centros de trabajo, siendo la composición del total de residuos peligrosos y no peligrosos, generados durante los ejercicios 2021 y 2020 la siguiente:

Residuos peligrosos	2021	2020
Sólidos contaminados (Kg)	12.965	21.931
Aceite usado (Kg)	1.734	3.398
Total (Kg)	14.699	25.329
RAEE's (Uds)	269	766
Tubos fluorescentes (Uds)	82	68
Tóner (Uds)	78	94
Total (Uds)	429	928

Residuos no peligrosos	2021	2020
Subproducto vegetal (Tn)	6.064	7.438
RSU (Tn)	2.853	3.051
Chatarra (Tn)	162	112
Papel y cartón (Tn)	809	865
Residuos industriales (Tn)	428	363
Plástico (Tn)	706	100
Madera (Tn)	424	265
Total (Tn)	11.446	12.194

Foodiverse se asegura el seguimiento de una metodología estandarizada para gestionar de forma adecuada los residuos que se generan en todo el Grupo y de transmitirla tanto a los trabajadores como a las personas responsables de su gestión interna o externa.

En todos los procesos hay una medición de los residuos que se generan, desarrollándose distintas alternativas en relación a los mismos, entre las que destacan, la reutilización dentro de los propios procesos o actividades de reciclado.

El Grupo tiene contratadas empresas externas como gestores autorizados para la prestación del servicio de recogida y gestión de los residuos peligrosos producidos, conforme a lo dispuesto en la legislación vigente.

Todos los residuos peligrosos están correctamente etiquetados, permitiendo una rápida identificación de los mismos, informando del riesgo asociado tanto a los usuarios como a los gestores. Además, todos los centros de trabajo del Grupo generadores de residuos peligrosos disponen de un lugar de almacenamiento debidamente señalizado.

La zona de almacenamiento de residuos peligrosos tiene un tamaño y unas características acordes con el volumen de residuos peligrosos generados en el centro de trabajo. El departamento responsable de la gestión de los mismos realiza revisiones periódicas del estado de los almacenes de residuos peligrosos para detectar anomalías, posibles mejoras y para comprobar que la gestión interna de residuos peligrosos se realiza correctamente.

Uso sostenible de los recursos

Foodiverse tiene como objetivo poder integrar la sostenibilidad en la gestión del negocio y en la toma de decisiones, en consonancia con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas, a la vez que permita generar valor tanto para la sociedad como para la empresa.

Su propósito es poder atender las necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer las suyas, garantizando el equilibrio entre crecimiento económico, cuidado del medio ambiente y bienestar social.

Agua

El uso eficiente del agua, elemento imprescindible en agricultura, es una prioridad para el Grupo. Enmarcado en el proyecto *SU+RE* y alineado con su compromiso medioambiental, durante el ejercicio 2021 Foodiverse ha cambiado los sistemas de goteo integrado con emisiones a 30 cm por cintas de un solo uso con emisiones a 20 cm, que permiten un riego más uniforme en menos tiempo, ahorrando agua.



En Thurländer Salate se han comenzado a modernizar y cambiar de ubicación los sensores de agua en las líneas para mejorar el funcionamiento automático de las mismas, reduciendo un 20% el consumo de agua. Además, en el ejercicio 2021 el Grupo ha desarrollado el cultivo de las lechugas vivas, lo cual reduce el consumo de agua al estar cultivadas en un entorno controlado.

El consumo total de agua por tipo de fuente durante los ejercicios 2021 y 2020 ha sido el siguiente:

Fuente	m3	
	2021	2020
Pozos	3.058.708	3.077.950
Desaladoras	754.256	1.262.160
Trasvase	1.240.464	912.043
Red pública	302.615	473.133
Otras fuentes	548.700	786.595
Total	5.904.743	6.511.881

Energía eléctrica

En todos los centros del Grupo se impulsan prácticas y mejoras centradas en la sostenibilidad y en un adecuado uso de los recursos. Foodiverse dispone, al igual que para el consumo de agua, de sistemas de control de consumos energéticos tanto en los campos como en las plantas, fomentando su reducción; especialmente en la etapa de diseño de instalaciones y adquisición de nueva maquinaria se tiene en cuenta su consumo energético, fomentando la adquisición de equipos de menor consumo.

Asimismo, la producción de energía limpia permite al Grupo disminuir en gran medida la huella ambiental que deja en el planeta. El Grupo cuenta en Thurländer con paneles solares, cubriendo aproximadamente el 11% del consumo diario de las instalaciones, y en Müller la planta genera biogás a partir de los residuos vegetales. Por su parte, la cubierta de Agromediterránea cuenta también con una instalación de placas solares para la generación de energía renovable.

El consumo eléctrico del Grupo durante el ejercicio 2021 ha ascendido a 30.235 miles de kWh (35.452 miles de kWh en 2020).

Entre las principales medidas adoptadas durante los ejercicios 2021 y 2020 para contribuir a disminuir el consumo eléctrico del Grupo, se ha trabajado, entre otros aspectos, en el control de generación de frío industrial, se han revisado horarios de consumo para enfriar el agua y los sistemas de control en puertas para mantenerlas cerradas, se han realizado campañas de concienciación para el correcto uso de instalaciones y luces y se ha sustituido la iluminación por tecnología LED. En este sentido, el Grupo establece objetivos para monitorizar los consumos y realizar un seguimiento de la evolución y cumplimiento de los mismos. Otras acciones para la reducción del consumo energético se han realizado en Josef Müller Gemüse, y en Novanatura, donde se han cambiado compresores de aire por unos más eficientes energéticamente.

Asimismo, durante el ejercicio 2020, y tal y como estipula el RD 56/2016, el Grupo llevó a cabo las auditorías energéticas pertinentes en sus instalaciones españolas con el objetivo de identificar áreas de mejora en relación a la eficiencia energética adicionales a las ya implementadas. En este sentido, algunas de las principales líneas de acción propuestas para acometer en los próximos ejercicios son la instalación de aislamiento térmico para reducir las pérdidas de frío, la instalación de energía solar fotovoltaica, la optimización de la potencia contratada, la instalación de un variador de frecuencia en compresores de frío o la implantación de un sistema de gestión energética (SGE), entre otras.

Combustibles

Foodiverse consumía gas en su planta productiva de nutrición ubicada en Carlet y residualmente en la planta de Thurländer en Alemania. En el ejercicio 2020, hasta la venta de Alnut, el consumo de gas en las citadas instalaciones ascendió a 711,8 miles de metros cúbicos en Carlet, siendo el consumo de Thurländer en 2021 y 2020 muy poco significativo.

La principal fuente de consumo de gasoil del Grupo proviene de los motores de combustión de la flota de vehículos agrícolas empleados en la unidad agrícola. Durante el ejercicio 2021 se ha consumido un total de 1.467 miles de litros de combustible, en su mayoría gasóleo (1.264 miles de litros, en 2020).



Enfocados en el proyecto innovACTIVE, el Grupo innova cada día para mejorar su sistema logístico a nivel de sostenibilidad, eficiencia y competitividad. Reducir el impacto medioambiental de la distribución de sus productos es uno de los principales compromisos con el medio ambiente del Grupo. Desde el campo, a través de un sistema de gestión de logística inversa, se optimiza la distribución de la materia prima entre las plantas y la entrega de envases para la recolección. Uno de los retos que ha logrado el Grupo ha sido la centralización del servicio de logística y transporte para sus clientes, lo que ha representado todo un desafío a nivel organizativo, técnico y humano. Adicionalmente, todos los envíos de materia prima y de ingredientes para las ensaladas producidas en las distintas plantas en Europa, se consolidan en las instalaciones de la unidad agrícola en Dolores de Pacheco para unificar los transportes y hacerlos más eficientes.

Cambio climático

Foodiverse está comprometido en la lucha contra el cambio climático, estando prevista una reducción progresiva a corto y medio plazo de las emisiones de gas de efecto invernadero (GEI) a través de medidas de eficiencia energética, realizando campañas de control, concienciación, cambio de equipos por otros más eficientes, etc.

En el ejercicio 2021 las emisiones de gases de efecto invernadero generadas como consecuencia de la actividad de Foodiverse han ascendido a 3.938 y 4.961 toneladas de CO₂ equivalente para gases de alcance 1 y alcance 2, respectivamente (5.160 y 1.278 toneladas de CO₂ equivalente, respectivamente en 2020).

El alcance 1 incluye las emisiones de todos los focos directos de combustión, fundamentalmente gas y gasóleo, y el alcance 2 incluye las emisiones asociadas al consumo de electricidad.

Principio de precaución

En lo que al principio de precaución se refiere las actividades que gestiona el Grupo no generan impactos que puedan llevar asociados daños graves o irreversibles al medio ambiente.

No obstante, el Grupo dispone de pólizas de seguros para la cobertura de posibles contingencias involuntarias que se pudieran derivar del impacto que el desarrollo normal de sus operaciones pudiera tener sobre el medioambiente.

Biodiversidad

Los terrenos en los que Foodiverse desarrolla su actividad no se encuentran adyacentes o dentro de espacios naturales protegidos o de alta biodiversidad por lo que la actividad del Grupo no implica un riesgo relevante en esta materia.

No obstante, Foodiverse cuenta con un plan de gestión ambiental que prevé mecanismos de conservación de la fauna y flora de aquellos ecosistemas en los que interfiere su actividad. Conforme al mismo, dentro de los elementos a conservar se encuentra la vegetación existente de forma espontánea y, principalmente, las especies arbóreas y arbustivas, pues sirven además de soporte, sustento y refugio a multitud de animales.

En el citado contexto, se crean “corredores verdes”, uniendo las distintas islas de vegetación natural o especies implantadas por la acción humana, pero no cultivadas, para dar mayor resguardo y posibilidad de movimiento de la fauna sin tener que atravesar los cultivos.

En los espacios no cultivados y que no entorpezcan la maniobra de la maquinaria se plantan especies adecuadas tales como; romero, tomillo, jaras, palmitos, lentiscos, retamas, algarrobos, pinos, entre otras, que además actúan como reservorios de insectos que puedan ser de interés en la lucha biológica.



Equipo

Cuestiones sociales y relativas al personal

Las personas que componen Foodiverse son la base para el crecimiento y desarrollo de la organización. El centro del éxito de Foodiverse son sus empleados, su pasión por los productos, el trabajo en equipo y la relación con el cliente para poder ofrecer un servicio de máxima calidad.

El Grupo confía en las capacidades de los empleados, en la diversidad del talento y en la vocación por crecer, por ello entiende siempre las relaciones profesionales como una alianza a largo plazo en la que todos se benefician. En el citado contexto, el Grupo ofrece a los empleados estabilidad laboral, contratación estable y un proyecto profesional motivador donde puedan desarrollarse y aprender continuamente en un entorno de diversidad generacional.

Por este motivo, uno de los principales objetivos del Grupo es la creación de una cultura organizativa inclusiva, que acoja y fomente la diversidad para llevar a todos los profesionales que lo conforman a alcanzar su máximo potencial. Esto implica la necesidad de una gestión del empleo con visión de futuro, teniendo presente que el mercado actual requiere de profesionales capaces de trabajar en un entorno colaborativo, dinámico, diverso y flexible.

El equipo de profesionales de Foodiverse está integrado por personas con un elevado nivel de compromiso, con pasión por hacer las cosas bien y por superar en todo momento las expectativas de los clientes. En la organización siempre es bienvenida la creatividad y aportación de nuevos enfoques y diferentes puntos de vista por parte de cualquier miembro del equipo. Como recompensa de este compromiso se ha celebrado en 2021 los I Premios Excelencia Foodiverse, premiando a 17 empleados por su implicación, desempeño y por ser un reflejo de la cultura y filosofía del Grupo.

En línea con lo anterior, Foodiverse tiene muy presente que el liderazgo es la clave del éxito en su trayectoria pasada y también en sus metas futuras, como lo es también el compromiso de sus empleados. Por este motivo, la gestión de los recursos humanos se basa en un modelo de liderazgo que proporciona a cada persona las herramientas necesarias para su desarrollo profesional, permitiendo a los empleados conducir su propio camino, el de sus compañeros y el del Grupo en conjunto.

La política global de recursos humanos de Foodiverse se sustenta sobre esa idea, creyendo en las personas y apostando por su talento para ser competentes y estar en continuo crecimiento. La presencia internacional del Grupo es un desafío que mueve y motiva a los empleados para desarrollar prácticas y procedimientos globales, que sean transversales y aplicables en todos los países en los que están presentes. De esta manera consiguen que la sostenibilidad no se limite a España, sino que todo el Grupo crezca a nivel global de manera sostenible.

Foodiverse une talento y tecnología para impulsar su competitividad. Conscientes de la importancia de adaptarse mejor y más rápidamente a los cambios del entorno, el Grupo lleva años apostando por la digitalización en el marco de los sistemas de información utilizados por los empleados.

Bajo el proyecto eSHARE, y con el objetivo de mejorar la coordinación y comunicación con los equipos del Grupo, Foodiverse ha potenciado las herramientas ya implementadas en el anterior ejercicio como parte de su clara apuesta por la digitalización:

- **Intranet:** potente herramienta de comunicación interna.
- **Gestor documental:** un repositorio único que reúne todas las políticas, procedimientos y documentos de referencia que rigen al Grupo.
- **People Corner:** un modelo integral para la gestión del talento.

- **Brainfood:** una plataforma de gestión de la formación. Durante el ejercicio 2021 se ha utilizado para la potenciar la formación digital sobre la cultura, identidad y el código ético en el Grupo.
- **Base de datos de empleo:** herramienta de selección de recursos humanos.
- **Service Desk:** servicio de microinformática.
- **Captio:** plataforma en línea para la gestión de los gastos.
- **GlocalNEWS:** boletines semanales con información para los usuarios de la intranet, que versan sobre los principales hitos del Grupo e información relevante de sector, como herramienta para reforzar la comunicación interna iniciada con la intranet.

Adicionalmente, en el marco del proyecto eShare se ha implementado el módulo de recursos humanos de SAP en Thurländer Salate. En Espace y Agromediterránea se ha instalado el sistema informático de gestión de recursos humanos Epsilon y en el campo se ha digitalizado el registro horario.



Entre los riesgos más relevantes que podrían afectar al Grupo en materia laboral, se encuentran los de prevención de riesgos laborales, igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres, de discriminación e inclusión de las personas con discapacidad y la accesibilidad universal. Foodiverse, en el desarrollo de sus actividades, tiene la firme voluntad de operar en el marco de un modelo de gestión basado en la asunción de la ética empresarial.

Atraer, desarrollar y retener el talento de candidatos y empleados es un objetivo clave en Foodiverse. El Grupo está convencido que, a través del desarrollo de las personas, se convertirá cada vez más en una organización eficaz, productiva y competitiva, consolidando el liderazgo de Foodiverse, basado en el valor y en la contribución que aporta cada uno de los empleados.

En relación con el objetivo de favorecer el desarrollo de sus empleados, Foodiverse ha formalizado un procedimiento de evaluación del talento. Dicho procedimiento establece el periodo de realización de la evaluación, sus destinatarios, responsables y contenidos, de forma que se asegura la uniformidad en los mismos a lo largo de toda la organización, lo cual repercute en un proceso más justo e igualitario para todos. La evaluación del talento se compone de dos procesos distintos: la evaluación del desempeño y la evaluación del potencial, los resultados de ambas se plasman en una matriz de talento, donde se ubican los distintos miembros de la organización en base a tres niveles de desempeño y potencial (alto, medio y bajo). Los encargados de recursos humanos del Grupo utilizan la clasificación para la estrategia y planificación del Grupo, de forma que pueden adecuar los puestos y responsabilidades de cada profesional a sus capacidades.

Asimismo, el Grupo ha desarrollado un procedimiento de reclutamiento y selección de personal, en el cual están involucrados los responsables de recursos humanos, el responsable directo de la persona a incorporar y el director de la unidad de negocio, planta o departamento donde se va a incorporar el nuevo empleado. El proceso recoge desde la detección de la necesidad de la persona hasta el seguimiento de su incorporación, pasando por la elaboración del perfil, el proceso de selección y la incorporación. La estandarización de este proceso ayuda a que sea más justo e igualitario para todos los candidatos, además de asegurar que se llevan a cabo acciones tan relevantes como la notificación a los candidatos no seleccionados o la creación de un plan de acogida que asegure el éxito de la nueva incorporación.

Los procedimientos de reclutamiento y selección se complementan con el procedimiento de gestión de incorporaciones y on-boarding, que aseguran que la incorporación de los nuevos trabajadores se realice de acuerdo a la legislación vigente, considerando toda la documentación e información necesaria para las primeras semanas, así como las herramientas y recursos imprescindibles para el correcto desempeño de sus funciones; también se encarga de transmitir la cultura, identidad y valores del Grupo desde el primer momento.

En el citado contexto, las prioridades de Foodiverse en el ámbito de gestión laboral son las siguientes:

- ✓ Garantizar un entorno laboral seguro y saludable, adaptándose a los requerimientos del trabajo tanto generales como del propio puesto.
- ✓ Cumplir con los procesos de selección y de promoción interna en base a la igualdad de oportunidades, fomentando la formación y el desarrollo de las competencias de los empleados para la mejora de su experiencia y de su desempeño.
- ✓ Compromiso con el cumplimiento de las condiciones laborales que marca la ley, ofreciendo salarios dignos adaptados a cada circunstancia.

Empleo

El número total y distribución de empleados por países al 31 de diciembre de 2021 y 2020 es el siguiente:

	Número de empleados	
	2021	2020
España	1.795	1.922
Alemania	404	346
Suiza	136	138
Italia	39	43
Total	2.374	2.449

En relación a las medidas extraordinarias en el ámbito laboral previstas en el Real Decreto-Ley 8/2020 de medidas urgentes y extraordinarias para hacer frente al impacto económico y social de la COVID-19, la compañía Verdifresh S.L.U presentó durante 2020 varios ERTE por causas productivas y organizativas ante la autoridad competente para, entre otros aspectos, la suspensión de los contratos de trabajo de sus empleados mediante reducción del número de turnos de trabajo, en las plantas de producción de Aranda de Duero, Antequera y Riba-roja del Túria. El primero de ellos con una vigencia comprendida entre el 21 de abril y el 5 de julio de 2020 (327 empleados), el segundo, por el periodo del 6 de julio al 8 de noviembre de 2020 (522 empleados) y el último, por el periodo comprendido entre el 9 de noviembre y el 16 de mayo de 2021 (155 empleados).

El número total y distribución de empleados al 31 de diciembre de 2021 y 2020 por género, edad y clasificación profesional es el siguiente:

Ejercicio 2021

	Mujeres			Hombres			Total
	<25	25 - 45	>45	<25	25 - 45	>45	
Dirección	-	2	2	-	8	13	25
Peón	21	149	91	30	308	175	774
Producción y almacén	40	397	298	44	269	125	1.173
Responsable	-	21	7	-	40	29	97
Técnicos y administrativos	5	93	36	11	117	43	305
Total	66	662	434	85	742	385	2.374

Ejercicio 2020

	Mujeres			Hombres			Total
	<25	25 - 45	>45	<25	25 - 45	>45	
Dirección	-	3	1	-	8	9	21
Peón	28	196	117	31	353	191	916
Producción y almacén	31	373	254	45	279	105	1.087
Responsable	-	31	20	-	35	17	103
Técnicos y administrativos	8	110	34	10	120	40	322
Total	67	713	426	86	795	362	2.449

El número total y la distribución de modalidades de contrato de trabajo, por tipología de contrato, género, edad y categoría profesional al 31 de diciembre de 2021 y 2020 es la siguiente:

Ejercicio 2021

	Mujeres			Hombres			Total
	<25	25 - 45	>45	<25	25 - 45	>45	
Contrato indefinido	33	571	379	46	630	355	2.014
Contrato temporal	33	91	55	39	112	30	360
Total	66	662	434	85	742	385	2.374

	Tipo de contrato		
	Indefinido	Temporal	Total
Dirección	25	-	25
Peón	769	5	774
Producción y almacén	854	319	1.173
Responsable	94	3	97
Técnicos y administrativos	272	33	305
Total	2.014	360	2.374

Ejercicio 2020

	Mujeres			Hombres			Total
	<25	25 - 45	>45	<25	25 - 45	>45	
Contrato indefinido	40	668	394	48	712	347	2.209
Contrato temporal	27	45	32	38	83	15	240
Total	67	713	426	86	795	362	2.449

	Tipo de contrato		
	Indefinido	Temporal	Total
Dirección	21	-	21
Peón	906	10	916
Producción y almacén	869	218	1.087
Responsable	103	-	103
Técnicos y administrativos	310	12	322
Total	2.209	240	2.449

El promedio anual durante los ejercicios finalizados el 31 de diciembre de 2021 y 2020 de contratos indefinidos y temporales por género, edad y categoría profesional es el siguiente:

Ejercicio 2021

	Mujeres			Hombres			Total
	<25	25 - 45	>45	<25	25 - 45	>45	
Contrato indefinido	1,2%	23,6%	15,6%	1,8%	26,5%	14,8%	83,5%
Dirección	-	0,1%	0,1%	-	0,4%	0,5%	1,1%
Peón	0,6%	5,7%	3,8%	1,0%	11,8%	7,1%	30,0%
Producción y almacén	0,5%	12,9%	10,3%	0,4%	7,4%	4,3%	35,8%
Responsable	-	1,0%	0,3%	-	1,9%	1,3%	4,5%
Técnicos y administrativos	0,1%	3,9%	1,1%	0,4%	5,0%	1,6%	12,1%
Contrato temporal	1,6%	4,6%	2,6%	1,9%	4,3%	1,5%	16,5%
Peón	-	-	-	0,1%	0,1%	0,1%	0,3%
Producción y almacén	1,4%	4,3%	2,4%	1,6%	3,9%	1,3%	14,9%
Responsable	-	-	-	-	-	-	-
Técnicos y administrativos	0,2%	0,3%	0,2%	0,2%	0,3%	0,1%	1,3%
Total	2,8%	28,2%	18,2%	3,7%	30,8%	16,3%	100,0%

Ejercicio 2020

	Mujeres			Hombres			Total
	<25	25 - 45	>45	<25	25 - 45	>45	
Contrato indefinido	1,4%	26,4%	15,2%	1,8%	28,9%	13,4%	87,1%
Dirección	-	0,2%	-	-	0,5%	0,4%	1,1%
Peón	0,8%	6,3%	3,6%	0,9%	11,1%	6,1%	28,8%
Producción y almacén	0,4%	14,7%	10,2%	0,5%	9,0%	4,3%	39,1%
Responsable	-	0,9%	0,4%	-	2,2%	0,9%	4,4%
Técnicos y administrativos	0,2%	4,3%	1,0%	0,4%	6,1%	1,7%	13,7%
Contrato temporal	1,5%	2,8%	2,2%	1,7%	3,6%	1,1%	12,9%
Peón	-	-	-	-	0,2%	-	0,2%
Producción y almacén	1,5%	2,6%	2,1%	1,7%	3,2%	1,1%	12,2%
Responsable	-	-	-	-	-	-	-
Técnicos y administrativos	-	0,2%	0,1%	-	0,2%	-	0,5%
Total	2,9%	29,2%	17,4%	3,5%	32,5%	14,5%	100,0%

El número total de despidos por género, edad y clasificación profesional, durante los ejercicios 2021 y 2020, es el siguiente:

Ejercicio 2021

	Mujeres			Hombres			Total
	<25	25 - 45	>45	<25	25 - 45	>45	
Dirección	-	-	-	-	-	2	2
Peón	1	5	4	4	18	5	37
Producción y almacén	4	25	14	7	30	9	89
Responsable	-	1	2	-	1	4	8
Técnicos y administrativos	-	4	-	1	4	4	13
Total	5	35	20	12	53	24	149

Ejercicio 2020

	Mujeres			Hombres			Total
	<25	25 - 45	>45	<25	25 - 45	>45	
Dirección	-	-	-	-	-	-	-
Peón	-	4	1	2	4	2	13
Producción y almacén	3	18	3	4	24	6	58
Responsable	-	1	-	-	6	3	10
Técnicos y administrativos	-	6	3	2	8	3	22
Total	3	29	7	8	42	14	103

El modelo retributivo aplicable con carácter general a la plantilla de Foodiverse se materializa, fundamentalmente, a través de una retribución fija, tomando como base lo establecido en los distintos convenios colectivos de aplicación o por las condiciones y acuerdos vigentes en cada país, que tienen en consideración el nivel de responsabilidad, las funciones desarrolladas y la trayectoria profesional de cada empleado. Los principios de equidad interna y el valor de su función constituyen una parte relevante de la compensación total. La concesión y el importe de la citada retribución fija se basa en criterios objetivos predeterminados y no discrecionales.

El citado modelo incluye una retribución variable compuesta por aquellos ingresos cuya percepción o cuantía está supeditada a que se cumplan determinadas condiciones, normalmente relacionadas con la eficacia del perceptor o perceptores.

Las remuneraciones medias del Grupo durante los ejercicios 2021 y 2020 han sido las siguientes, desglosadas por género, edad y categoría profesional:

Ejercicio 2021

	Euros					
	Mujeres			Hombres		
	<25	25 - 45	>45	<25	25 - 45	>45
Peón	14.368 €	14.203 €	14.351 €	13.872 €	16.673 €	18.007 €
Producción y almacén	22.398 €	20.996 €	22.143 €	23.421 €	26.707 €	27.495 €
Responsable	-	55.882 €	153.413 €	-	51.361 €	58.585 €
Técnicos y administrativos	20.348 €	27.721 €	26.017 €	30.684 €	34.939 €	33.226 €

Ejercicio 2020

	Euros					
	Mujeres			Hombres		
	<25	25 - 45	>45	<25	25 - 45	>45
Peón	14.154 €	15.109 €	15.592 €	15.415 €	18.488 €	19.440 €
Producción y almacén	18.789 €	19.924 €	20.376 €	21.408 €	22.808 €	24.615 €
Responsable	-	49.217 €	67.465 €	-	49.034 €	57.871 €
Técnicos y administrativos	13.726 €	27.641 €	31.336 €	29.524 €	34.320 €	37.469 €

La política de retribuciones del Grupo promueve un trato igualitario entre hombres y mujeres, que no establezca ni fomente la diferenciación salarial. El modelo retributivo recompensa el nivel de responsabilidad y la trayectoria profesional, velando por la equidad interna y la competitividad externa.

Para el cálculo de la brecha salarial del Grupo se ha considerado el salario medio por hora de hombres y mujeres por categorías profesionales. La citada información viene condicionada por los siguientes aspectos:

- las categorías profesionales están compuestas por una asimilación de categorías profesionales diferentes en su origen en función del marco legal y laboral del país
- las categorías profesionales incluyen diferentes puestos de trabajo con diferentes remuneraciones en función del puesto

- iii) no todas las categorías profesionales ni los dos géneros existen en todas las sociedades/países
- iv) las estructuras salariales de cada sociedad/país son diferentes

En el citado contexto, la diferencia salarial de cada categoría se ha calculado como la diferencia de remuneración media por hora trabajada entre hombres y mujeres dividido por la remuneración media por hora trabajada de los hombres. A partir de los citados cálculos se ha obtenido la aportación a la diferencia salarial global por categoría profesional, ascendiendo la misma durante el ejercicio 2021 al 9% (12% en 2020).

La relación existente entre el salario mínimo retribuido por Foodiverse y el salario mínimo interprofesional durante los ejercicios 2021 y 2020 es equivalente a una unidad para España, comprometiéndose el Grupo en el resto de filiales a respetar la normativa local en vigor tanto a nivel de convenios o acuerdos vinculados con el establecimiento de un salario mínimo local.

Organización del trabajo

Las compañías de Foodiverse disponen de autonomía para organizar su tiempo de trabajo con base en el convenio colectivo y/o pacto de empresa de aplicación que regule la jornada anual de trabajo, así como por las necesidades operativas aplicables en cada situación.

Partiendo del cumplimiento de los requerimientos legales, y en equilibrio con las obligaciones de cada una de las compañías, Foodiverse impulsa prácticas de flexibilidad que faciliten la adecuación del horario de trabajo para sus trabajadores.

El promedio anual durante los ejercicios finalizados el 31 de diciembre de 2021 y 2020 de empleados a jornada completa y parcial por género, edad y categoría profesional es el siguiente:

Ejercicio 2021

	Mujeres			Hombres			Total
	<25	25 - 45	>45	<25	25 - 45	>45	
Tiempo completo	2,8%	27,4%	17,1%	3,7%	30,5%	16,1%	97,6%
Dirección	-	0,1%	0,1%	-	0,4%	0,5%	1,1%
Peón	0,6%	5,7%	3,8%	1,1%	11,9%	7,2%	30,3%
Producción y almacén	1,8%	16,8%	11,8%	2,0%	11,1%	5,4%	48,9%
Responsable	-	1,0%	0,3%	-	1,9%	1,3%	4,5%
Técnicos y administrativos	0,4%	3,8%	1,1%	0,6%	5,2%	1,7%	12,8%
Tiempo parcial	-	0,8%	1,1%	-	0,3%	0,2%	2,4%
Producción y almacén	-	0,5%	0,9%	-	0,2%	0,2%	1,8%
Técnicos y administrativos	-	0,3%	0,2%	-	0,1%	-	0,6%
Total	2,8%	28,2%	18,2%	3,7%	30,8%	16,3%	100,0%

Ejercicio 2020

	Mujeres			Hombres			Total
	<25	25 - 45	>45	<25	25 - 45	>45	
Tiempo completo	2,8%	26,1%	15,4%	3,5%	32,2%	14,3%	94,3%
Dirección	-	0,2%	-	-	0,5%	0,4%	1,1%
Peón	0,8%	6,3%	3,6%	0,9%	11,3%	6,2%	29,1%
Producción y almacén	1,8%	14,8%	10,5%	2,2%	11,9%	5,1%	46,3%
Responsable	-	1,0%	0,3%	-	2,2%	0,9%	4,4%
Técnicos y administrativos	0,2%	3,8%	1,0%	0,4%	6,3%	1,7%	13,4%
Tiempo parcial	-	3,1%	2,0%	-	0,3%	0,3%	5,7%
Producción y almacén	-	2,3%	1,9%	-	0,3%	0,3%	4,8%
Técnicos y administrativos	-	0,8%	0,1%	-	-	-	0,9%
Total	2,8%	29,2%	17,4%	3,5%	32,5%	14,6%	100,0%

Aunque actualmente no existe una política común que establezca medidas para la desconexión laboral de los empleados, el Grupo trata de facilitar, en la medida de lo posible, la conciliación laboral y familiar de las personas que trabajan en el mismo. Para ello, los cursos y reuniones se realizan dentro del horario laboral y, todo el personal que lo solicita tiene la oportunidad de acogerse a la jornada reducida.

En la apuesta por el talento local del Grupo, Agromediterránea se ha unido a la Concejalía de Juventud de Cartagena en el plan retorno de talento a Cartagena. El plan busca atraer a profesionales cualificados que desarrollan su actividad en el extranjero y desean trabajar en el municipio.

Durante el ejercicio 2021 un total de 69 mujeres y 68 hombres han podido disfrutar de permiso parental (86 mujeres y 65 hombres en 2020), reincorporándose la totalidad de los mismos a su puesto de trabajo a la finalización del mismo, salvo en los casos en los que el empleado ha solicitado una excedencia o ha prolongado la baja.

El número total de horas de absentismo durante el ejercicio finalizado el 31 de diciembre de 2021 ha ascendido a 499.792 horas (425.840 horas en el ejercicio 2020).

Seguridad y salud

Foodiverse asume como uno de sus compromisos fundamentales la protección integral de la salud de los trabajadores a su cargo. El compromiso de Foodiverse con la seguridad y salud en el trabajo se transmite a los distintos grupos de interés a través de la política de salud y seguridad del Grupo, así como los sistemas definidos por el mismo.

Dicho sistema tiene un carácter eminentemente preventivo y se basa en la identificación y planificación previa de las unidades que puedan tener un riesgo para la salud y seguridad de los trabajadores, con el fin de llevar a cabo la ejecución de las mismas de acuerdo con los criterios establecidos.

Las personas son la pieza angular del Grupo y, por ello, su bienestar, salud y seguridad son una prioridad. Foodiverse cuida de su bienestar a través de iniciativas y canales de comunicación interna que promuevan un entorno laboral más agradable, inclusivo y saludable. El Grupo cuenta con una intranet global y pantallas informativas en los comedores de todos sus centros, así como con cartelera física y envíos de e-mails para hacer

llegar a todas a sus personas las comunicaciones del Grupo, apostando por una completa transparencia entre compañía y empleados, y fomentando el orgullo de pertenencia a través de iniciativas como acciones solidarias, concursos, entre los que se encuentra el popular concurso de postales navideñas, encuestas y entrevistas internas. El Grupo también diseña campañas como parte de la revolución saludable, como el día mundial del reciclaje, el día de la fruta o realiza concursos de recetas saludables según la época del año.

La cultura preventiva, la mejora continua y las inversiones en seguridad laboral y formación permiten a Foodiverse salvaguardar día a día la salud y seguridad de sus equipos, desde los campos a las plantas productivas y oficinas centrales del Grupo. En materia de seguridad y salud, Foodiverse cumple con todos los requisitos establecidos por las normativas legales aplicables en los países donde opera, siempre yendo un paso por delante. El objetivo de Foodiverse es claro: la seguridad y salud de sus personas es lo primero. Para ello mejora continuamente su desempeño diseñando, adaptando y revisando sus procesos, prácticas y sistemas de trabajo para mejorar la ergonomía y alcanzar los máximos niveles de seguridad, eliminando y/o minimizando cualquier factor de riesgo.

Continuando con el impulso de la campaña 'Trabajando sin accidentes', en el ejercicio 2021 el Grupo ha premiado a 9 cuadrillas que realizaron su trabajo sin ningún accidente laboral en el campo, reforzando positivamente el trabajar cumpliendo con las normas de seguridad y aplicando la formación continua recibida para desempeñar las diferentes tareas que se realizan en el campo.

Durante el ejercicio 2021, en Agromediterránea y Espace Tecno Agrícola se ha llevado a cabo una campaña de vacunación contra la COVID-19, coordinada con la Consejería de Sanidad de la Región de Murcia.

Foodiverse reconoce la importancia de las condiciones de trabajo como factor determinante en el compromiso de los empleados y la retención del talento, velando por la calidad de vida de sus trabajadores, procurándoles unas condiciones aptas para su confort en un entorno laboral estable y de calidad.

Con motivo del día mundial de la seguridad y salud en el trabajo, el 28 de abril de 2021 el Grupo organizó diversas charlas para concienciar a sus empleados sobre la importancia de la misma.

Los centros de trabajo, instalaciones y procesos son permanentemente objeto de acciones para eliminar o minimizar los factores de riesgo. Durante el ejercicio 2021 las diferentes unidades de negocio han superado un total de 132 auditorías, inspecciones y seguimientos internos (136 durante 2020) para evaluar la seguridad y aplicar mejoras a los procesos.

La formación en materia de prevención es fundamental en el Grupo, focalizando sus esfuerzos en controlar y mejorar con el objetivo de que todos los centros de trabajo, desde el campo a las plantas de producción, sean espacios laborales adecuados, seguros y saludables. En este sentido, el Grupo organiza distintas acciones de sensibilización y sesiones informativas.

El servicio de prevención propio de ESPACE, creado en 2018, ha permitido al Grupo orientar mejor la formación para las personas que ocupan puestos de mayor riesgo. En la unidad agrícola se han impartido 1.788 horas de formación durante el ejercicio 2021 en ergonomía e higiene, formación en campo para tractoristas, seguridad vial y sobre uso de carretillas (2.541 horas en 2020).

En la unidad de negocio de IV gama, una gran parte de la plantilla ha recibido formación en productos químicos, emergencias, manejo seguro de aparatos de elevación y ergonomía con el fin de asegurar la seguridad laboral y contribuir a una mejora de la salud de sus empleados en el trabajo diario. Se han impartido un total de 1.381 horas durante el ejercicio 2021 (1.546 horas en 2020) de formación práctica en materia de prevención de riesgos laborales, que ponen a prueba las pautas que deben seguir los trabajadores en estas situaciones, así como formaciones en áreas específicas de prevención de riesgos.

En relación con la siniestralidad laboral, el número total de trabajadores que han sufrido accidentes de trabajo con baja durante el ejercicio 2021 ha sido de 101, de los cuales 46 han sido de mujeres y 55 de hombres (130 en 2020, de los cuales 55 fueron de mujeres y 75 de hombres). Asimismo, se han declarado 5 casos de mujeres con enfermedad profesional durante el ejercicio 2021 (10 casos de mujeres y 2 de hombres en 2020).

El índice de gravedad durante el ejercicio 2021 de hombres y mujeres ha sido de 1 y de 0,7, respectivamente (1,4 y 1,5, respectivamente en 2020). El índice de frecuencia durante el ejercicio 2021 de hombres y mujeres ha sido de 24 y 21,7, respectivamente (34,7 y 26,8 respectivamente en 2020).

Relaciones sociales

De conformidad con la regulación vigente, las condiciones laborales y los derechos de los empleados de Foodiverse, tales como la libertad de asociación y representación sindical, se encuentran recogidos en normas y en convenios y acuerdos suscritos, en su caso, con las correspondientes representaciones de los trabajadores. El diálogo y la negociación forman parte del modo de abordar cualquier diferencia o conflicto en el Grupo, para lo que existen procedimientos específicos de consulta con los citados representantes.

Un elevado porcentaje de los empleados de Foodiverse está contratado bajo las condiciones de uno o varios convenios colectivos del sector/región al que pertenece la actividad a desarrollar.

Los convenios colectivos agrícolas de Murcia, Granada, Almería, Valencia y Albacete, el convenio de manipulación y envasado de Murcia, así como el convenio de empresa de Verdifresh son las referencias más relevantes para España, encontrándose la totalidad de los trabajadores de las compañías españolas cubiertos por convenio colectivo. En cuanto al resto de filiales, las mismas se rigen por los convenios colectivos de aplicación en caso de estar formalizados, como es el caso de Italia en el que la totalidad de empleados están cubiertos por el mismo. En los países en los que no existen convenios colectivos, Alemania y Suiza, los empleados se encuentran cubiertos por la legislación laboral vigente en los mismos.

La dirección escucha las inquietudes de los trabajadores por diversas vías, siendo la más directa y relevante la reunión periódica de los comités de empresa. En estas reuniones la comunicación es bidireccional, de forma que la representación del Grupo comunica y pide opinión a los trabajadores de cambios y aspectos que les afectan, y los trabajadores trasladan al Grupo puntos de mejora, sobre las condiciones laborales, como también sobre aspectos del negocio y operativos sobre los cuales tienen conocimiento a nivel operativo.

Las compañías del Grupo reconocen el derecho de afiliación a cualquier sindicato y a la no discriminación por motivo de esta pertenencia, así como a la igualdad de oportunidades y de trato y la no discriminación en materia retributiva ante trabajos de igual valor. La aplicación de estos derechos se traduce en el diálogo continuo, abierto y constructivo que el Grupo mantiene de manera constante con los sindicatos y que se traduce en un número relevante de consultas y negociaciones a lo largo del año, no habiéndose producido ningún conflicto relevante entre los interlocutores sociales.

Formación

La formación y motivación del personal juegan un papel fundamental en el proceso de creación de valor de Foodiverse. Es por ello que, año tras año, las compañías del Grupo elaboran planes formativos adecuados a las necesidades de capacitación, integración y desarrollo profesional y personal del equipo, teniendo en consideración tanto los objetivos colectivos del Grupo como los individuales de cada empleado.

Los planes de formación interna han procurado ir ampliando la oferta formativa y la duración de los cursos para ir ofreciendo una mayor variedad formativa a la que pueda acceder la totalidad del personal, abordando aspectos

no sólo de perfeccionamiento general, sino también incorporando cursos específicos que permitan profundizar en las habilidades y destrezas afines a los puestos de trabajo de cada área.

Las sociedades del Grupo alientan a sus trabajadores para que expresen sus objetivos y expectativas, manteniendo con ellos un diálogo abierto con la finalidad de saber conservar y motivar a los trabajadores proponiéndoles evoluciones de carrera atractivas y realistas, que les permitan desarrollar sus competencias a largo plazo. Las necesidades de formación se analizan a todos los niveles, incluyendo la estrategia de negocio, las dificultades operativas y otros asuntos.

En este sentido, el Grupo pone a disposición de todos sus empleados planes de desarrollo profesional para articular sus objetivos de desarrollo a corto, medio y largo plazo. Se trata de planes para orientar y supervisar la evolución y desarrollo de las aptitudes de los trabajadores y de sus carreras profesionales con el fin de conseguir los objetivos que se pretendan alcanzar. El Grupo ha formalizado un procedimiento de desarrollo del talento cuyo objetivo principal es definir los programas explicados a continuación, de forma que los objetivos, los asistentes seleccionados y los contenidos y calendarios de dichos programas estén definidos de forma clara y unitaria para toda la organización, lo cual favorece la igualdad de oportunidades. El plan de desarrollo está totalmente alineado con el plan de formación en el que se obtiene una coherencia con las formaciones a realizar por el empleado a lo largo de su carrera en la organización.



En el marco del programa TalentLAB se han actualizado los perfiles de dirección de la planta de Thurländer Salate, aprovechando el conocimiento del equipo corporativo de Foodiverse, el Grupo se ha centrado en la incorporación de profesionales polivalentes y plurilingües. Adicionalmente cuatro profesionales han sido reubicados temporalmente con programas del Grupo que tienen como objetivo fomentar el aprendizaje y el desarrollo de los profesionales y de los equipos internacionales.

Durante el ejercicio 2021 el Grupo ha contribuido a la mejora de los conocimientos y habilidades de sus empleados invirtiendo en una variedad de programas y cursos, que se han traducido en 17.468 horas de formación (14.285 horas de formación en 2020) en prevención de riesgos laborales y medidas de seguridad especiales por la COVID-19 o en áreas tan diversas como internacionalización, idiomas o habilidades de gestión, entre otros. Las citadas horas de formación por categorías profesionales han ascendido a 131 para dirección, 1.711 para peón, 8.388 para producción y almacén, 3.003 para responsable y 4.235 horas para técnicos y administrativos (271 para dirección, 2.056 para peón, 8.145 para producción y almacén, 1.362 para responsable y 2.451 horas para técnicos y administrativos durante el ejercicio 2020).

Accesibilidad

Para Foodiverse la integración de personas con capacidades diversas en el mercado de trabajo es importante tanto desde el punto de vista de los derechos humanos como de la perspectiva económica, conduciendo a iguales oportunidades y a mayores tasas de empleo.

Desde Foodiverse se trabaja a favor de esta integración, estableciendo protocolos de actuación para resolver las cuestiones que se plantean en los casos en los que las condiciones de salud, estado biológico, situación de discapacidad o cualquier otra causa, den lugar a una especial sensibilidad de un trabajador ante las condiciones del trabajo que desarrolla habitualmente.

En el ejercicio 2021 el Grupo ha participado en una sesión de *networking* organizada por la Universitat de València, en el marco de su programa Capacitas junto a la Fundación General de la UV y financiado por el Banco Santander, dirigida a estudiantes y graduados universitarios con discapacidad, con el objetivo de promover su inserción laboral.

Foodiverse garantiza de manera específica la protección de estos trabajadores, y a tal fin tendrá en consideración dichos aspectos en la evaluación de los riesgos y, en función de ésta, adoptará las medidas preventivas y de protección necesarias.

El número medio de personas empleadas por el Grupo durante el ejercicio 2021 con discapacidad mayor o igual del 33%, ha sido de 16 (7 mujeres y 9 hombres) desempeñando sus funciones en la categoría de producción y almacén (9 mujeres y 7 hombres durante el 2020, desempeñando sus funciones en las categorías de producción y almacén y técnicos y administrativos). En el citado contexto, el Grupo apoya la integración laboral y la incorporación de las personas con discapacidad al mundo laboral.

Igualdad

El Grupo declara su compromiso con el establecimiento y desarrollo de políticas que integren la igualdad de trato y oportunidades para todos sus empleados, sin discriminar directa o indirectamente por razones de género, ideología, raza, edad, origen social, así como en el impulso y fomento de medidas para conseguir la igualdad real en el seno de la organización estableciendo las mismas oportunidades entre hombres y mujeres como un principio estratégico de su política corporativa y de recursos humanos, de acuerdo con la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva entre mujeres y hombres y el Real Decreto Ley 6/2019, de 1 de marzo sobre medidas urgentes para garantía de igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres en el empleo y ocupación y el Real Decreto 902/2020, de 13 de octubre, de igualdad retributiva entre mujeres y hombres, y con el fin de garantizar la igualdad retributiva y asegurar la transparencia y el seguimiento de dicho sistema retributivo.

En todos y cada uno de los ámbitos en los que se desarrolla la actividad, desde la selección a la promoción, pasando por la política salarial, la formación, las condiciones de trabajo y empleo, la salud laboral, la ordenación del tiempo de trabajo y la conciliación, el Grupo asume el principio de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres, atendiendo de forma especial a la discriminación indirecta, entendiendo por ésta “la situación en que una disposición, criterio o práctica aparentemente neutros, pone a una persona de un género en desventaja particular respecto de personas del otro género”.

Los citados principios se llevarán a la práctica por parte de Foodiverse a través del fomento de medidas de igualdad, atendiendo, entre otros aspectos, a las siguientes medidas:

- Incorporar de manera plena y activa el principio de igualdad de oportunidades en el Grupo.
- Desarrollar e incorporar en la gestión organizacional medidas concretas que ayuden a potenciar la empleabilidad de las mujeres que trabajan en el Grupo.
- Crear procedimientos de trabajo en recursos humanos que se rijan por los principios de igualdad de oportunidades a la hora de llevar a cabo la selección y contratación del personal.
- Incorporar la perspectiva de género en todos los procesos de toma de decisiones que afecten al desarrollo empresarial y laboral del Grupo.
- Implantar medidas de conciliación familiar y laboral desde el plano de la igualdad dentro de la estructura interna del Grupo.
- Promover e implantar dentro del Grupo un modelo de desarrollo profesional basado en la calidad y en la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres.

- Adquirir formalmente el compromiso de promover la igualdad de oportunidades de manera transversal en todas las actuaciones emprendidas desde el Grupo.

En el citado contexto, Foodiverse dotará a la organización de los instrumentos básicos necesarios para que se puedan identificar y corregir las posibles situaciones de discriminación o de desigualdad que pudieran existir en el ámbito laboral o aquellas que, de forma indirecta, se pudieran producir.

Foodiverse reconoce la necesidad de prevenir conductas de acoso en el trabajo, imposibilitando su aparición y erradicando todo comportamiento que pueda considerarse constitutivo del mismo en el ámbito laboral; por un lado, enfatizando la no aceptabilidad de las conductas de acoso en el trabajo, del tipo que sean, y por otro, y de forma coherente, planteando acciones de prevención y de sanción de las mismas cuando estas se produzcan.

El respeto a la dignidad e intimidad de las personas, la lucha contra toda forma de discriminación, el fomento de la igualdad efectiva de mujeres y hombres, la garantía de la seguridad y salud y de la integridad física y moral, constituyen derechos fundamentales de todos sus trabajadores.

En este sentido y con objeto de garantizar la protección de los derechos de la persona legalmente reconocidos, Foodiverse, en su compromiso de establecimiento de una cultura organizativa de normas y valores contra dicho acoso, manifiesta como principio básico, el derecho de los trabajadores a recibir un trato respetuoso y digno, comprometiéndose a poner en marcha procedimientos que permitan prevenir, detectar y erradicar los riesgos psicosociales de los trabajadores y en especial protocolizar el proceso de actuación ante las conductas que puedan suponer un acoso laboral, habiendo implementado un protocolo de actuación frente al acoso laboral que establece los procedimientos, medidas de actuación y prevención, así como el seguimiento y monitorización de cualquier incidencia en relación al mismo.

Durante el ejercicio anual finalizado el 31 de diciembre de 2021 se ha activado adecuadamente el protocolo de acoso sexual, incoándose una sanción derivada del proceso de uno de los procesos de investigación realizados. Durante el ejercicio 2020 no se han identificado riesgos relevantes en el ámbito de la igualdad ni se han recibido denuncias en relación al mismo.

Derechos humanos

Desde sus orígenes, Foodiverse ha alineado acciones, proyectos y operaciones a una estrategia global de responsabilidad social y desarrollo sostenible. Estos principios están plenamente alineados con los objetivos del Pacto Mundial de Naciones Unidas.

Este marco ha proporcionado unas directrices en materia de protección de los derechos humanos, regulación de las normas laborales o de protección del medio ambiente, entre otros, que el Grupo ha asumido como parte de su esencia y manera de actuar responsablemente, tanto a nivel interno como externo.

Foodiverse quiere tener un papel fundamental y participar activamente en la transformación y evolución hacia una sociedad más sostenible. Por este motivo, desde 2011 ha renovado cada año con plena firmeza su compromiso y adhesión a los principios defendidos en el Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

Como empresa responsable, Foodiverse se encuentra comprometida con el respeto y el cumplimiento de numerosas leyes, reglamentos y demás normas jurídicamente obligatorias que le son aplicables. De esta manera, los empleados del Grupo se comprometen a respetar la legalidad vigente en los países donde se desarrolle su actividad y a no realizar ninguna actuación que pueda causar un perjuicio a los intereses de la empresa.

Foodiverse puede ser declarada jurídicamente responsable por causa de las violaciones de las leyes y demás normas obligatorias, así como por cualquier otra actividad ilícita de sus empleados, por lo que el Grupo espera que todos sus empleados, actúen lícita, ética y profesionalmente en el desempeño de sus funciones.

El compromiso de cumplir la legislación en todos los ámbitos y en cada uno de los lugares donde se desarrolle su actividad es una premisa inexcusable y de relevancia esencial para mantener y mejorar la confianza con los ciudadanos y la sociedad.

En todos los comportamientos profesionales, los empleados del Grupo se esfuerzan por hacer no solo lo que es legal, sino lo que es correcto, y guardan un estricto respeto a los derechos humanos y libertades públicas incluidos en la declaración universal de los derechos humanos de las Naciones Unidas.

Asimismo, se exige que los proveedores del Grupo apoyen y respeten la protección de los derechos humanos, tal como se define en la citada declaración de las Naciones Unidas y no están autorizados a tomar ninguna acción que viole estos principios, ya sea directa o indirectamente.

En el citado contexto Foodiverse asume los siguientes principios del pacto mundial que derivan de declaraciones de Naciones Unidas en materia de derechos humanos, trabajo, medioambiente y anticorrupción y que gozan de consenso universal:

- ✓ Foodiverse no utiliza, ni apoya el uso de trabajo infantil.
- ✓ Foodiverse no utiliza, ni auspicia el uso de trabajos forzados a los empleados.
- ✓ Foodiverse establece un entorno laboral seguro y saludable, toma las medidas adecuadas para prevenir accidentes y lesiones y evalúa todos los riesgos que no hayan podido evitarse de cara a planificar acciones encaminadas a eliminar o reducir los citados riesgos, garantizando que las instalaciones son correctas respecto a la prevención de riesgos laborales.
- ✓ Foodiverse respeta el derecho de sus empleados a formar sindicatos, y que estos puedan elegir un sindicato de su elección. Foodiverse garantiza que los representantes de personal no sean discriminados y puedan tener acceso al resto de trabajadores y trabajadoras en el lugar de trabajo.
- ✓ Foodiverse no efectúa, ni auspicia ningún tipo de discriminación por razón de raza, origen, nacionalidad, religión, discapacidad, género, orientación sexual, participación sindical, orientación política, ideológica, categoría laboral o edad. Foodiverse no permite comportamientos, gestos y lenguaje que atenten a la dignidad o integridad de las personas.
- ✓ Foodiverse no utiliza, ni apoya castigos corporales, coerción mental o física, ni abusos verbales.
- ✓ Los trabajadores y las trabajadoras de Foodiverse disponen de al menos un día libre durante cada período de siete días de trabajo. Las horas extraordinarias se pagan según convenio y son siempre voluntarias para los trabajadores y las trabajadoras.
- ✓ El salario pagado cumple las exigencias legales de salario mínimo por puestos de trabajo. Foodiverse cumple todas las obligaciones de carácter laboral y de seguridad social establecida en la legislación vigente.
- ✓ Foodiverse controla el cumplimiento de la normativa sociolaboral y de prevención de riesgos laborales por parte de los proveedores y subcontratas relevantes.

Foodiverse no ha identificado durante los ejercicios 2021 y 2020 ningún riesgo relevante de un posible incumplimiento de los derechos humanos en las actividades, directas o indirectas, de la organización.

Asimismo, durante los ejercicios anuales finalizados el 31 de diciembre de 2021 y 2020 no se ha recibido ninguna denuncia por vulneración de los derechos humanos.



Modelo de cumplimiento

Lucha contra la corrupción y el soborno

En cada paso del negocio, desde el gobierno corporativo hasta las operaciones y cadena de suministro, Foodiverse busca la integridad, respetando las responsabilidades fundamentales en materia de derechos humanos, trabajo, medio ambiente y lucha contra la corrupción. Foodiverse tiene un compromiso de tolerancia cero hacia el fraude, el soborno o la corrupción que pudiera producirse en el entorno de sus operaciones, bien por sus profesionales o por los terceros con los que colabora.

Foodiverse cuenta con herramientas de gestión que garantizan que todos los empleados actúen con integridad y honestidad, cumpliendo con la ley y respetando a las personas y los derechos humanos. En concreto, el Grupo ha desarrollado un código ético que es el eje nuclear, transversal y común de su política de *compliance*, y aplica a todos los negocios y países.

El citado código tiene como finalidad establecer las directrices y pautas de actuación de todos sus administradores, directivos y trabajadores en su desempeño diario, en lo que respecta a las relaciones que mantienen con todos sus grupos de interés, con una gestión transparente, eficaz y eficiente de los recursos, siendo honestos con los clientes, proveedores, instituciones, y siendo social y medioambientalmente responsables.

Aquellos profesionales del Grupo que gestionen o dirijan equipos de personas deben velar por que los profesionales a su cargo conozcan y cumplan el código ético, además de ejercer de ejemplo en todo momento. Asimismo, Foodiverse promueve e incentiva entre sus proveedores y empresas colaboradoras la adopción de pautas de comportamiento desarrolladas en el citado código.

El código ético es la base sobre la que se asienta el programa de *compliance* que ha desarrollado Foodiverse en ejercicios anteriores y que ha sido implantado en todas las compañías del Grupo con el objetivo de prevenir, evitar e identificar la comisión de ilícitos penales en el ámbito empresarial en cumplimiento de lo establecido en el Código Penal.

Si la implantación de un modelo *compliance* real y eficaz es de por sí una tarea difícil, la variable de la internacionalización añade cierta dificultad al proceso. El Grupo ha puesto mucho esfuerzo en tener presente esa diversidad y ha trabajado para garantizar que, hasta el último de los empleados se impregne de la cultura de cumplimiento del Grupo con independencia de su ubicación geográfica. En el citado contexto, ha optado por un modelo de gestión global que parte de la definición de pautas y estándares comunes de actuación para todo el Grupo, junto a un proceso homogéneo para la gestión de los riesgos, pero sin perder de vista el carácter local de las unidades productivas y la adaptación necesaria a cada jurisdicción.

La función de prevención penal de Foodiverse tiene los siguientes objetivos estratégicos:

- Promover una cultura de cumplimiento dentro de Foodiverse, así como el conocimiento por sus integrantes de las normas y regulaciones aplicables a las anteriores materias, a través de acciones de asesoramiento, difusión, formación y concienciación.
- Definir e impulsar la implantación y total adscripción de la organización a los marcos y medidas de gestión del riesgo relacionado con las cuestiones de cumplimiento.

En base a lo anterior, se ha realizado un análisis detallado de las actividades que desarrolla el Grupo, así como el funcionamiento interno del mismo, identificando los delitos que pudieran ser de aplicación o respecto a los que existe cierto riesgo de comisión en el mismo, en atención a la actividad que se desarrolla.

En resumen, actualmente dicho modelo de *compliance* recoge, a grandes rasgos, los siguientes elementos:

- Los riesgos penales que afectan a cada uno de los distintos departamentos y áreas, así como la revisión de las actividades críticas.
- Los controles generales y políticas corporativas con los que cuentan para prevenir la comisión de delitos.
- El proceso de monitorización de los controles que integran el sistema de supervisión y seguimiento del riesgo penal.
- El nombramiento de un comité de cumplimiento como órgano de control.
- Un sistema de gestión de recursos financieros.
- Un sistema disciplinario.
- Un canal de denuncias.
- La formación a los empleados y colaboradores.

El Grupo exige a la totalidad de sus empleados el estricto cumplimiento de toda normativa anticorrupción aplicable, y a este respecto los mismos no podrán ofrecer, de manera directa o indirecta, cualquier beneficio o servicio a clientes, socios o a cualquier otra persona o entidad, que mantenga o pueda mantener relaciones con la empresa, con objeto de influir ilícitamente en dichas relaciones.

Los empleados del Grupo no podrán realizar ni ofrecer, de forma directa o indirecta, ningún pago en metálico, en especie o cualquier otro beneficio, a cualquier cargo público, con la intención de obtener o mantener, ilícitamente, negocios u otras ventajas. Asimismo, no podrán, bajo ninguna circunstancia, aceptar regalos, dádivas, atenciones o cualquier otra clase de favor de cualquier persona o entidad privada en el desarrollo de su actividad, a no ser que sean simbólicas e insignificantes o como signo de cortesía.

Con el objetivo de reportar posibles incumplimientos, Foodiverse ha puesto a disposición de los empleados un canal de denuncias (compliance@foodiverse.com) a través del cual deben denunciar cualquier tipo de sospechas fundadas o conocimiento de posibles infracciones del código ético, así como de cualquier protocolo general o particular de los que se ha dotado el Grupo en el marco de la implantación del modelo de *compliance*.

Durante el pasado ejercicio, el Grupo reforzó la formación interna en materia de *compliance*, especialmente de las nuevas incorporaciones, impartándose sesiones a más de 100 trabajadores, con el fin de garantizar que todos los empleados se impregnen de la cultura ética y de las pautas de conducta de la compañía, tanto en el ámbito nacional como internacional. Además, se ha desarrollado dentro de la intranet un apartado específico de *compliance*, en el que los empleados pueden consultar el código ético, comunicar cualquier incumplimiento de la ley o del citado código, y realizar consultas al *compliance officer*, figura responsable de supervisar y controlar el cumplimiento normativo dentro de Foodiverse.

Junto con el *compliance officer*, el Comité de ética y Conducta es el órgano encargado de interpretar el Código Ético y contribuir a que el mismo se desarrolle de forma correcta. También se comprometen a la observancia, difusión y revisión de la eficacia y del grado de cumplimiento la Dirección del Grupo, el Comité de Dirección y la Dirección de Ética y Compliance.

Adicionalmente, se llevaron a cabo durante 2020 determinados procedimientos de adaptación de la documentación de protección de datos del Grupo, así como de los *disclaimers* respecto a la confidencialidad de las comunicaciones y el tratamiento de datos. De esta forma, Foodiverse continúa mejorando y haciendo énfasis en el estricto cumplimiento de la normativa de protección de datos.

En esta línea, se revisaron durante el pasado ejercicio rigurosamente los contratos a firmar con los proveedores de productos alimentarios, empezando por los proveedores de campo, mediante la adaptación de los mismos a las nuevas exigencias de la Ley de Cadena Alimentaria. De esta forma, además de evitar cualquier sanción por

incumplimiento, se traslada a los proveedores y al mercado la seriedad y compromiso por parte del Grupo en las relaciones con sus proveedores.

El potencial delito de blanqueo de capitales se ha evaluado específicamente en el contexto de la actividad de Foodiverse no identificándose ningún aspecto relevante en relación al mismo.

De igual manera, aunque por su actividad no es sujeto obligado, Foodiverse se compromete a luchar firmemente contra el blanqueo de capitales, a fin de evitar la financiación del terrorismo, siguiendo lealmente las recomendaciones del grupo de acción financiera internacional. A tal fin, Foodiverse no establecerá relaciones comerciales con personas o entidades que no cumplan con las obligaciones en materia de blanqueo de capitales y de financiación del terrorismo de cada país o que no proporcionen la información adecuada en relación con el cumplimiento de la misma.

Durante los ejercicios finalizados el 31 de diciembre de 2021 y 2020 no se ha producido ninguna sanción ni denuncia relevante vinculada con los ámbitos descritos en el presente apartado.



Impacto positivo en la sociedad

Colaboración con la sociedad

Para Foodiverse la sostenibilidad se entiende como permanencia en el tiempo, y para lograrla hace falta dar respuesta a las expectativas que la sociedad y la gente que rodea al Grupo tiene del mismo. Por este motivo el Grupo persigue objetivos económicos, ambientales y sociales en igual medida.

El Grupo apuesta por que la actividad que desarrolla tenga repercusiones positivas sobre la sociedad en la que opera, estableciendo una buena relación con el entorno mediante diversas iniciativas activas para la búsqueda constante de estos fines tan importantes en la actualidad.

Foodiverse está comprometido con todo lo que entraña el ser socialmente responsable. La actividad se desarrolla en un entorno que se debe respetar, en una sociedad a la que se debe devolver buena parte de lo que le entrega cada día, y en un estado al que se debe contribuir con los impuestos y aportaciones.

Foodiverse en su compromiso con el desarrollo sostenible, centra sus esfuerzos en contribuir de manera activa a la mejora de los entornos locales, al tiempo que aporta la semilla para conseguir un futuro más saludable. Sus acciones en materia de responsabilidad social corporativa se centran en ámbitos tan importantes como el deporte, la vida sana, la educación y las acciones solidarias, que son la base de su estrategia en este ámbito.

En el citado contexto, Foodiverse continúa promoviendo iniciativas que refuerzan el propósito de crear un impacto positivo en la sociedad. La estrategia de responsabilidad social corporativa (RSC) del Grupo tiene como objetivo alinear a todos sus centros productivos en los mismos propósitos.

Asociaciones, colaboraciones y patrocinios

Como muestra con su compromiso con la sociedad y la sostenibilidad empresarial, el Grupo es patrocinador, a través de Agromediterránea, de la Cátedra de RSC de la Universidad de Murcia desde su creación, en el año 2010.

En el ámbito solidario, los empleados del Grupo han colaborado, un año más, en la iniciativa “Ningún niño sin juguete” de la Cruz Roja Española, habiendo contribuido a que niños y niñas en riesgo de exclusión social de las áreas de Valencia, Antequera, Aranda, Tenerife y Cartagena reciban el regalo que pidieron en su “Carta de los deseos” en navidades.

El Grupo ha colaborado durante el ejercicio 2021 con la Fundación Adecco en diversas acciones, como el plan de integración laboral, a partir del cual ha conseguido que 7 personas de colectivos vulnerables se hayan incorporado a centros del Grupo; el plan familia, con el cual se apoya a personas del Grupo que tienen hijos con capacidades especiales, facilitando servicios adaptados a sus necesidades; o en la campaña de concienciación “Vulnerables” por el día internacional de la discapacidad.

Además, desde 2016, el Grupo colabora anualmente, en todos sus centros de España, con el proyecto “Tapones para una nueva vida” de la Fundación Seur, que contribuye a ofrecer tratamientos médicos a niños sin recursos, y con la iniciativa “Móvil Solidario”, cuyos beneficios se destinan a las ONG Stop Sanfilippo y la ONG Acción contra el Hambre, para combatir la desnutrición infantil y financiar la investigación de enfermedades raras.

Durante el ejercicio 2021 el Grupo ha donado más de 27.000 kg de vegetales directos del campo y 242.000 unidades de productos (barquetas y bolsas del surtido del Grupo). Durante el ejercicio 2020 el Grupo donó más de 35.500 kg de vegetales directos del campo y 640.000 unidades de productos, ensaladas en bowl y en bolsa, y tarritos y pouches de alimentación infantil, entre otros, alcanzando un récord histórico.

El Grupo ha continuado con sus colaboraciones habituales con la Federación Española de Bancos de Alimentos (FESBAL), Cruz Roja y Cáritas en España, u organizaciones como Tischlein Deck Dich en Suiza.

El equipo de Agromediterránea participó en una campaña de donación de sangre en colaboración con el Centro de Hemodonación de Murcia. También se han participado en acciones de promoción de una dieta saludable con organización como MásBrócoli y 5 al día, además de organizar presentaciones sobre la misma en 14 colegios de Torre Pacheco.

En relación a las asociaciones en las que participa el Grupo activamente se podrían destacar, entre otras, las siguientes:



Proveedores

La configuración multinacional del Grupo, con la incorporación en los últimos años de las plantas en Alemania, Suiza e Italia le ha proporcionado nuevas oportunidades para hacer eficiente su cadena de suministro, armonizando los procesos de compra y suministro para satisfacer, además de las necesidades actuales del Grupo, las futuras. En el citado contexto se ha fortalecido la dirección de compras bajo el paraguas de Agromediterránea.

Con este fin, Agromediterránea actúa como la central de compras del Grupo, diseñada con el objetivo de armonizar los procesos de compra, especialmente de productos hortícolas, y para el suministro de materias primas hortícolas y no hortícolas en todos los centros productivos del Grupo. Gracias a esta visión global, se hace uso de los recursos locales de proveedores y materias primas para agilizar los procesos de *time to market*.

En 2021 se ha integrado la gestión de compras en Alemania en la central de compras Foodiverse. Esto permite mejorar la eficiencia a partir de sinergias que optimizan la cadena de suministro, todo ello mejora la calidad, el servicio y el precio que el Grupo ofrece a sus consumidores.

El nuevo modelo de Foodiverse ha permitido afianzar su posición como comercializadora de referencia en los mercados en los que está presente gracias a la calidad de sus productos agrícolas, que son servidos a las principales cadenas de distribución en Europa, garantizando el mejor servicio integral los 365 días del año, así como a industrias de procesamiento de vegetales, incluidas sus propias plantas, permitiendo garantizar un suministro estable, de calidad y a un precio competitivo. El citado modelo permite también al Grupo tener una visión global de las necesidades de compra de otras materias primas no hortícolas.

Alcanzar la máxima calidad, frescura y seguridad alimentaria de los productos comienza con la selección de las mejores materias primas. Por ello, el Grupo busca y trabaja únicamente con proveedores especializados, que proporcionan las semillas, los ingredientes o los componentes auxiliares necesarios para conseguirlo.

El Grupo mantiene con sus proveedores una relación honesta, de confianza y con acuerdos a medio y largo plazo. La asignación de volúmenes de compra favorece un proceso de mejora constante, mayor eficiencia y garantiza el mutuo beneficio; especialmente durante este año, que se ha caracterizado por los precios de los fletes y materias primas y por el desabastecimiento de Europa, estas relaciones han sido clave para el Grupo, que se reafirma en la pieza fundamental que son sus proveedores para su actividad.



Dentro del proyecto beGLOCAL del Grupo, se cuenta con la colaboración de proveedores locales y regionales, generando, además, un impacto positivo en el entorno en el que opera Foodiverse. En el citado contexto, el Grupo se esfuerza para que todos los proveedores se sientan satisfechos y orgullosos de formar parte de la cadena de valor del mismo, considerando que el futuro y la sostenibilidad conjunta es el objetivo a alcanzar de la mano de los mejores aliados.

Siguiendo estos principios, en el último ejercicio, a nivel global el Grupo ha trabajado en conjunto con más de 400 proveedores (más de 500 en 2020), que aportan conocimiento, seguridad y sostenibilidad al mismo, todos ellos homologados con las certificaciones de calidad exigidas en el sistema de calidad del Grupo.

En campo, todos los proveedores agrícolas están certificados, atendiendo a los requisitos de cada cliente, con Global G.A.P, QS o Swiss G.A.P., unas certificaciones que atestiguan las buenas prácticas agrícolas. Además, Foodiverse colabora junto a sus proveedores impulsando una producción más sostenible con el desarrollo de cultivos bio, como calabacín, iceberg y brócoli.

Con el propósito de ofrecer opciones más sostenibles y alineadas con las tendencias actuales en alimentación, el Grupo cuenta con proveedores que disponen del sello azul de pesca sostenible MSC (Marine Stewardship Council) en Thürländer (Alemania) y con productores ecológicos en Josef Müller Gemüse (Suiza).

La política de compras de Foodiverse tiene como objetivo construir una base sólida de proveedores homologados para satisfacer las demandas y expectativas de los clientes. El Grupo a través de una gestión de compras eficiente y transparente, busca continuamente identificar y mitigar los riesgos sociales y medioambientales inherentes en toda la cadena de suministro.

El Grupo se compromete en la evaluación de los proveedores para asegurar la calidad, seguridad, cumplimiento ético y sostenibilidad de sus prácticas integradas en la cadena de valor; respondiendo así al creciente interés por parte de los interlocutores sobre el origen de las materias primas. Adicionalmente, el Grupo trabaja para que los proveedores logísticos sean eficientes y reduzcan su impacto medioambiental.

La gestión de las relaciones con los proveedores incluye también el valor añadido que los aspectos humanos del negocio pueden aportar a las operaciones, respetando los siguientes fundamentos: la comunicación bidireccional, abierta y eficaz, el respeto mutuo y voluntad para considerar las necesidades y opiniones de la otra parte, la imparcialidad en las negociaciones, la construcción de confianza, de forma que el Grupo pueda buscar formas de trabajar innovadoras y solucionar problemas juntos, así como la flexibilidad para satisfacer las necesidades de ambas partes.

Debido a que el éxito de los productos que comercializa Foodiverse depende en gran medida del buen desempeño que realizan aquellos proveedores que suministran las materias primas, estos se someten a un proceso riguroso de homologación y supervisión.

Como requisito previo para poder realizar cualquier pedido de compra, estos proveedores deben ser auditados y homologados.

Homologando a estos proveedores se pretende reducir los riesgos inherentes en el suministro de estos bienes, que se consideran esenciales, y favorecer asimismo la calidad en la gestión de proveedores en general. Como resultado del proceso de homologación se obtiene un listado de proveedores homologados, fuera del cual los responsables de compras no podrán realizar aprovisionamientos.

El Grupo cuenta con modelos propios de auditoría de proveedores, que están adaptados a las necesidades de su surtido y proceso productivo, asegurando el control riguroso y la trazabilidad de los productos, de la semilla a la mesa.

Dentro del modelo referencial propio, la homologación de nuevos proveedores y la revisión continua de los sistemas de seguridad alimentaria de todos ellos ha supuesto la realización de 46 ejercicios de trazabilidad y 31 auditorías presenciales (34 ejercicios y 5 auditorías en 2020).

Por último, destacar el apoyo de Foodiverse al crecimiento local de las regiones en las que opera y al desarrollo económico de las mismas mediante su apuesta por la compra a proveedores locales siempre que la tipología de producto que requiera lo permita.

Dentro del Plan Horizon 2025, se están recuperando los talleres para fomentar las alianzas con proveedores, que permitirán que el grupo consolide su posición y mantenga su liderazgo en innovación, a la vez que impulsará el crecimiento conjunto con sus proveedores.

Consumidores

El crecimiento y trayectoria del Grupo siempre ha estado ligado a la innovación. Durante todo este tiempo el Grupo ha sido precursor en el lanzamiento de nuevos productos, formatos y categorías que han marcado tendencia en el mercado, anticipándose incluso a las demandas de clientes y consumidores.

Para ello la I+D+i ha sido esencial en la estrategia de calidad, diferenciación y excelencia del Grupo. En el último año el Grupo ha invertido en innovación transversal orientada a la mejora continua de la eficiencia tanto en campo como en las plantas de producción, búsqueda de oportunidades de negocio, vigilancia tecnológica, desarrollo y lanzamiento de nuevas referencias o mejora de recetas. La pasión del Grupo por la innovación se ha traducido en más de 220 novedades en el ejercicio 2021, más de 1.800 referencias de surtido, de las cuales más de 50 son referencias BIO.

En 2021 se celebró la Fruit Attraction, la feria internacional del sector de frutas y hortalizas que se ha convertido en la principal herramienta comercial de referencia para la comercialización mundial de frutas y hortalizas, al ser un punto de conexión comercial de todos los profesionales que integran la cadena de valor. En este evento varios profesionales de Foodiverse fueron invitados como ponentes, además de ser seleccionados para los premios Innovation HUB con los productos micro Carbonara, rabanito POP y Buddha Bowl, quedando estos dos últimos como finalistas. También Agromediterránea fue finalista de los premios Estrellas de internet por su blog y por la mejor campaña digital.

El Grupo ha dedicado mucha energía a la búsqueda de sinergias entre las plantas, estudiando la integración del saber hacer de cada unidad y las posibilidades de integrar recetas y categorías en otros mercados.

La propuesta de revolución saludable y firme compromiso con la salud derivan de la responsabilidad del Grupo con la seguridad alimentaria y calidad, y abarca toda la cadena de producción. El Grupo cuenta con modelos propios de auditoría de proveedores, que están adaptados a las necesidades de su surtido y proceso productivo, asegurando el control riguroso y la trazabilidad de los productos, de la semilla a la mesa. De esta manera, el Grupo integra a sus proveedores en el modelo de calidad, contribuyendo a construir una cadena de valor sostenible.

Adicionalmente, el Grupo refuerza este modelo con auditorías y controles, tanto internos como externos, que le permiten renovar cada año los más exigentes sellos de calidad internacional.

En términos globales, en el último ejercicio los sistemas de calidad, seguridad alimentaria y medio ambiente han sido auditados en un total de 81 ocasiones (80 en 2020). De ellas, 64 han sido auditorías externas y 17 internas (63 y 17, respectivamente en 2020), habiéndose realizado 4 simulacros de crisis (10 en 2020).

Los centros de IV gama en España disponen de la certificación de gestión ambiental de acuerdo con la norma ISO 14001. En el caso de Thurländer, la planta alemana está acreditada con las certificaciones IFS, QS (Wholesale, Coordinator, Production) y MSC (Marine Stewardship Council), que establece los estándares para la pesca sostenible. Por su parte, la compañía suiza Müller cuenta con la certificación para la producción BIO, IFS y Swiss G.A.P., mientras que Novanatura dispone también de la certificación IFS. En la unidad de negocio agrícola, el centro de procesado ha mantenido sus certificados de BRC, IFS así como la certificación QS, entre otras.

Todas las fincas de la unidad de negocio agrícola se han certificado en GLOBAL G.A.P. y en CC Nurture module. También la unidad de IV Gama ha obtenido el certificado de conformidad en producción ecológica en la ensalada de brotes, calabacín, brócoli y ensalada César.

También en la unidad agrícola, varias de las fincas de Grupo han evaluado sus plantaciones por una auditoría externa, que ha verificado el origen tradicional no modificado genéticamente (no OGM) del maíz dulce sembrado en estas fincas. Adicionalmente se encuentra certificada para calabacines, cabeza entera de lechuga y ensalada de brotes tiernos, con el estándar bronce de M&S Select Farm Produce.



Higiene, Orden, Limpieza y Disciplina son los requisitos que se fija Foodiverse como Grupo. El proyecto HOLD es la guía interna para alcanzar la máxima calidad y seguridad alimentaria en todo lo que hace el Grupo, desde sus instalaciones y procesos hasta sus productos finales.

En este ámbito, durante 2021 se ha comenzado a utilizar una nueva desbrozadora para la limpieza y retirada de residuos vegetales de los cultivos de hierbas aromáticas, que con un remolque retira la maleza de la parcela, disminuyendo el porcentaje de humedad, lo cual evita la proliferación de patologías.

En los *sites* internacionales (Alemania, Suiza e Italia) se han reforzado los estándares HOLD mediante sesiones formativas e implantando un sistema de auditorías, tanto internas como externas.

En Thurländer Salate se ha implantado un proyecto de logística para mejorar los almacenes, la gestión de espacios y control de coberturas; y otro proyecto consistente en la aplicación del sistema Kanban en etiquetado y fajines de productos, que permite un mayor orden y control en el proceso productivo.



El proyecto SAFETYSHIELD se basa en el rigor y excelencia en el cumplimiento de los más altos estándares de seguridad alimentaria y calidad de los productos.

En el marco de este proyecto se han revisado las políticas, procesos y procedimientos que integran los sistemas de gestión de calidad, seguridad alimentaria y medioambiente de las distintas localizaciones del Grupo, los cuales se han unificado bajo manuales de gestión de Grupo, de forma que se puede medir y seguir el desempeño de los centros productivos de forma más fácil y sencilla.

El compromiso por parte de Foodiverse en materia de seguridad alimentaria es constante y, gracias a su modelo de calidad, controla toda la cadena de producción, desde los campos y cultivos a los centros productivos, pasando por cada uno de sus proveedores y el producto final.

Durante 2021 se han realizado pruebas con AirScan, un sistema de detección de fugas en fase de validación que detecta cambios en niveles de CO₂ a través de tecnología láser, mejorando el control de calidad de los productos,

El fortalecimiento de los sistemas de prevención es una parte fundamental del proyecto SAFETYSHIELD, apoyándose para ello, en las últimas tecnologías y los mejores profesionales. El Grupo cuenta con un panel de expertos que asesora a Foodiverse en materia de seguridad alimentaria, en aquellas áreas donde se detectan nuevos potenciales riesgos.

En su apuesta por la continua innovación y mejora, durante 2021 el Grupo ha puesto en marcha un proyecto de digitalización para realizar auditorías internas de forma que sean más ágiles y se pueda disponer de los datos en remoto y en diferentes dispositivos gracias al almacenamiento de las mismas en la nube.

En línea con la visión innovadora del Grupo, Verdifresh ha participado en el proyecto Bacterio, consistente en la determinación de patógenos mediante fotónica integrada. En el marco del mismo, se ha desarrollado un biosensor enfocado a la detección de bacterias en la industria agroalimentaria de una manera rápida y eficaz.

Para conseguir la máxima excelencia en el Grupo, Foodiverse es consciente que debe apostar por la formación de las personas en materia de calidad y seguridad alimentaria como pilar fundamental.

Foodiverse establece alianzas con centros tecnológicos y de investigación de referencia, impulsando la innovación conjunta. Durante el ejercicio 2021 el Grupo ha colaborado con AINIA, el Centro Nacional de Tecnología y Seguridad Alimentaria (CNTA), el Centro Tecnológico Nacional de la Conserva y Alimentación (CTNC), el Instituto de Agroquímica y Tecnología de Alimentos (IATA) y el Instituto Tecnológico del Embalaje, Transporte y Logística (ITENE), entre otros, además de participar en los proyectos Retos y MonoMatPack promovidos por el Ministerio de Ciencia e Innovación, cooperando con diversos agentes internacionales para desarrollar envases hechos a partir de materiales 100% reciclables y biodegradables que permitan asegurar la máxima seguridad alimentaria en productos de IV gama, así como en clusters de innovación, como el Clúster de Innovación del Envase y el Embalaje de la Comunidad Valenciana, con el objetivo de estar permanentemente al día y poder compartir internamente los avances en investigación.

El Grupo participa en diversos proyectos de colaboración para potenciar la innovación, entre los que destacan los siguientes:

- XII Conferencia MBA España, que reúne aproximadamente a 150 estudiantes españoles de las mejores universidades de EEUU con líderes económicos, empresariales y políticos de España, con el objetivo de reflexionar sobre desafíos y oportunidades, además de proponer soluciones y posibles vías de acción, todo ello en el marco de la colaboración.
- Foro financiero “Oportunidades en el sector *agribusiness*”, organizado por Kreab.
- 23.^{er} Congreso AECOC Valencia, donde Jesús Gómez (CEO de Foodiverse) participó en las nuevas tendencias de alimentación saludable y la importancia de la sostenibilidad en el sector.



El proyecto nutriBEST es el reflejo del compromiso del Grupo con la mejora nutricional de los productos, fomentando una alimentación equilibrada y un estilo de vida saludable. Las actividades más destacadas del mismo son el desarrollo de ensaladas ultrafrescas; la introducción de opciones adaptadas a las personas con dietas vegetarianas, veganas y flexitarianas; la ampliación de la gama César a versiones BIO, light y vegana que ofrece distintas opciones nutricionales; y, como cada año, la mejora nutricional en todas las recetas como la eliminación de carragenatos en los productos cárnicos.

El compromiso y la entrega con los clientes del Grupo es máximo, ofreciéndoles un servicio de atención garantizado 24 horas los 365 días del año, no habiéndose identificado durante los ejercicios 2021 y 2020 ninguna reclamación relevante a nivel de salud alimentaria.

Foodiverse tampoco tiene actualmente multas ni sanciones por incumplimiento de la normativa relacionada con aspectos de seguridad y salud de los consumidores.

Información fiscal

La estrategia fiscal del Grupo tiene como objetivo fundamental asegurar el cumplimiento de la normativa tributaria y de todas las obligaciones fiscales en cada una de las jurisdicciones en las que opera, todo ello en el marco del respeto de los principios corporativos de integridad, transparencia y consecución de interés social. En este sentido, Foodiverse se compromete a mantener una relación de cooperación con las distintas administraciones públicas.

Comprometiéndose al pago responsable de los impuestos y respetando en todo caso la normativa tributaria local en cada uno de los países donde Foodiverse desarrolla su actividad, los principios que rigen la estrategia fiscal del Grupo y las buenas prácticas que se derivan de los mismos, son los siguientes:

- Adopción de las medidas necesarias para garantizar la reducción de riesgos fiscales significativos y la prevención de las conductas susceptibles de generarlos, mediante el establecimiento de una política de supervisión, vigilancia y control de la actividad tributaria.
- Implementación de sistemas eficaces de información y control interno de riesgos fiscales, contemplando medidas para mitigarlos y estableciendo reglas internas de gobierno corporativo en esta materia.
- Relación con las administraciones tributarias basada en los principios de buena fe, colaboración y transparencia.
- Fomento, en la medida de lo posible, de la regularización voluntaria de cualquier contingencia.
- Información al órgano de administración del Grupo de las políticas fiscales aplicadas y las consecuencias fiscales de las operaciones o asuntos que deban someterse a su aprobación cuando éstas constituyan un factor relevante.
- Adopción de decisiones en materia tributaria sobre la base de una interpretación razonable de las normas, bajo los principios de prudencia y responsabilidad y, en su caso, evitando posibles conflictos de interpretación mediante la utilización de instrumentos establecidos a tal efecto por las autoridades tributarias.

La distribución por países de los resultados e impuestos sobre beneficios durante los ejercicios 2021 y 2020 es la siguiente:

Miles de euros				
2021				
	Resultados antes de impuestos	Resultado después de impuestos	Impuestos beneficios devengados	Impuestos beneficios pagados / (cobrados)
España	(3.178)	(1.562)	1.616	(65)
Alemania	(5.728)	(5.658)	70	-
Italia	(907)	(907)	-	-
Suiza	241	240	(1)	-
Total	(9.572)	(7.887)	1.685	(65)

Miles de euros				
2020				
	Resultados antes de impuestos	Resultado después de impuestos	Impuestos beneficios devengados	Impuestos beneficios pagados / (cobrados)
España	15.338	15.996	658	(1.444)
Alemania	(282)	(285)	(3)	-
Italia	(1.479)	(1.479)	-	-
Suiza	319	315	(4)	-
Total	13.896	14.547	651	(1.444)

Durante los ejercicios 2021 y 2020 Foodiverse no ha recibido ayudas públicas que tengan por objeto promover el desarrollo de su actividad ni deducciones que sean significativas para el Grupo en su conjunto.

Hechos posteriores

El pasado 24 de febrero de 2022 tuvo lugar la invasión de Ucrania por parte del ejército de Rusia. Desde ese momento, se han producido numerosas acciones a nivel internacional en contra de Rusia con el fin de aislar y debilitar su economía, entre las que se incluyen, sanciones financieras, limitaciones sobre el comercio y transporte de mercancías o el cierre del espacio aéreo a los aviones de aerolíneas rusas.

A la fecha de formulación del presente estado de información no financiera consolidado es prematuro realizar una valoración detallada o cuantificación de los posibles impactos que, tanto la invasión, como las acciones anteriormente detalladas, tendrán sobre la economía y sobre la actividad del Grupo. Por ello, el administrador único de la Sociedad dominante considera que, a la fecha de formulación del presente estado de información no financiera consolidado, no existen efectos significativos que puedan poner en riesgo la continuidad de las operaciones habituales del Grupo.

Por último, resaltar que el administrador único de la Sociedad dominante está realizando una supervisión constante de la evolución de la situación, con el fin de afrontar con éxito los eventuales impactos, tanto financieros como no financieros, que puedan producirse.



Anexo

Contenidos del estado de información no financiera

Contenidos del Estado de Información No Financiera				
Contenidos de la Ley 11/2018 INF			Estándar de referencia	Capítulo de referencia
Modelo de negocio	Descripción del modelo de negocio del grupo	Breve descripción del modelo de negocio del grupo, que incluirá su entorno empresarial, su organización y estructura, los mercados en los que opera, sus objetivos y estrategias, y los principales factores y tendencias que pueden afectar a su futura evolución.	GRI 102-2 Actividades, marcas, productos y servicios GRI 102-4 Localización de las actividades GRI 102-6 Mercados servidos GRI 102-15 Impactos, riesgos y oportunidades clave GRI 102-7 Dimensión de la organización	Modelo de negocio
Información sobre cuestiones medioambientales	Políticas	Políticas que aplica el grupo, que incluya los procedimientos de diligencia debida aplicados de identificación, evaluación, prevención y atenuación de riesgos e impactos significativos, y de verificación y control, así como las medidas que se han adoptado.	GRI 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes GRI 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	Aspectos medioambientales
	Principales riesgos	Principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del grupo, entre ellas, cuando sea pertinente y proporcionado, sus relaciones comerciales, productos o servicios que puedan tener efectos negativos en esos ámbitos, y cómo el grupo gestiona dichos riesgos, explicando los procedimientos utilizados para detectarlos y evaluarlos de acuerdo con los marcos nacionales, europeos o internacionales de referencia para cada materia. Debe incluirse información sobre los impactos que se hayan detectado, ofreciendo un desglose de los mismos, en particular sobre los principales riesgos a corto, medio y largo plazo.	GRI 102-15 Impactos, riesgos y oportunidades clave GRI 102-11 Principio o enfoque de precaución	Aspectos medioambientales Principio de precaución
	General	Efectos actuales y previsibles de las actividades de la empresa en el medio ambiente y en su caso, en la salud y la seguridad	GRI 102-15 Impactos, riesgos y oportunidades clave GRI 102-29 Identificación y gestión de impactos económicos, ambientales y sociales GRI 102-31 Evaluación de temas económicos, ambientales y sociales	Aspectos medioambientales
		Procedimientos de evaluación o certificación ambiental	GRI 102-11 Principio o enfoque de precaución GRI 102-29 Identificación y gestión de impactos económicos, ambientales y sociales GRI 102-30 Eficacia de los procesos de gestión de riesgos	Aspectos medioambientales

Contenidos del Estado de Información No Financiera				
Contenidos de la Ley 11/2018 INF			Estándar de referencia	Capítulo de referencia
		Recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales	GRI 102-29 Identificación y gestión de impactos económicos, ambientales y sociales	Aspectos medioambientales
		Aplicación del principio de precaución	GRI 102-11 Principio o enfoque de precaución	Principio de precaución
		Provisiones y garantías para riesgos ambientales	GRI 307-1 Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental (CCAA)	El Grupo no tiene provisiones y garantías para riesgos ambientales
	Contaminación	Medidas para prevenir, reducir o reparar las emisiones de carbono que afectan gravemente al medio ambiente, teniendo en cuenta cualquier forma de contaminación atmosférica específica de una actividad, incluido el ruido y la contaminación lumínica	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (con visión a los GRI 302 y 305)	Contaminación
			GRI 302-4 Reducción del consumo energético	
			GRI 302-5 Reducciones en los requerimientos energéticos de los productos y servicios	
	Economía Circular y prevención y gestión de residuos	Medidas de prevención, reciclaje, reutilización, otras formas de recuperación y eliminación de desechos.	GRI 305-5 Reducción de las emisiones de GEI	Economía circular: prevención y gestión de residuos
			GRI 103-2 Enfoque de Gestión (con visión a los GRI 306)	
	Uso sostenible de los recursos	El consumo de agua y el suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales	GRI 303-1 Interacción con el agua como recurso compartido GRI 303-3 Extracción de agua GRI 303-5 Consumo de agua	Uso sostenible de los recursos
		Consumo de materias primas y las medidas adoptadas para mejorar la eficiencia de su uso	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (con visión a los GRI 300) GRI 301-3 Productos y embalajes recuperados	Aspectos medioambientales Proveedores

Contenidos del Estado de Información No Financiera				
Contenidos de la Ley 11/2018 INF			Estándar de referencia	Capítulo de referencia
		Energía: Consumo, directo e indirecto; Medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética, Uso de energías renovables	GRI 102-2 Enfoque de gestión (con visión al GRI 302 Energía) GRI 302-1 Consumo energético dentro de la organización (energía procedente de fuentes renovables y no renovables) GRI 302-2 Consumo energético fuera de la organización GRI 302-4 Reducción del consumo energético GRI 302-5 Reducción de los requerimientos energéticos de productos y servicios	Uso sostenible de los recursos
	Cambio Climático	Emisiones de Gases de Efecto Invernadero	GRI 305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1) GRI 305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	Cambio climático
		Las medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del Cambio Climático	GRI 102-15 Principales impactos, riesgos y oportunidades GRI 103-2 Enfoque de Gestión (con visión a los GRI 300) GRI 305-5 Reducción de las emisiones de GEI	Cambio climático
		Metas de reducción establecidas voluntariamente a medio y largo plazo para reducir las emisiones GEI y medios implementados a tal fin.	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (con visión al GRI 305-5 Reducción de las emisiones GEI)	Cambio climático
	Protección de la biodiversidad	Medidas tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad e impactos causados por las actuaciones u operaciones en áreas protegidas	GRI 304 Biodiversidad	Biodiversidad
Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal	Políticas	Políticas que aplica el grupo, que incluya los procedimientos de diligencia debida aplicados de identificación, evaluación, prevención y atenuación de riesgos e impactos significativos, y de verificación y control, así como las medidas que se han adoptado.	GRI 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes GRI 103-3 Evaluación del enfoque de gestión GRI 102-35 Políticas de retribución	Cuestiones sociales y relativas al personal

Contenidos del Estado de Información No Financiera				
Contenidos de la Ley 11/2018 INF			Estándar de referencia	Capítulo de referencia
	Principales riesgos	Principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del grupo, entre ellas, cuando sea pertinente y proporcionado, sus relaciones comerciales, productos o servicios que puedan tener efectos negativos en esos ámbitos, y cómo el grupo gestiona dichos riesgos, explicando los procedimientos utilizados para detectarlos y evaluarlos de acuerdo con los marcos nacionales, europeos o internacionales de referencia para cada materia. Debe incluirse información sobre los impactos que se hayan detectado, ofreciendo un desglose de los mismos, en particular sobre los principales riesgos a corto, medio y largo plazo.	GRI 102-15 Impactos, riesgos y oportunidades clave	Cuestiones sociales y relativas al personal
	Empleo	Número total y distribución de empleados por g, edad, país y clasificación profesional	GRI 102-7 Dimensión de la organización GRI 102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores GRI 405-1. b) Empleados por categoría laboral para cada una de las categorías, género y grupos de edad	Empleo
		Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo	GRI 102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores	Empleo
		Promedio anual de contratos indefinidos, temporales y a tiempo parcial por género, edad y clasificación profesional	No incluido en GRI: prevé el número total de empleados por contrato (indefinido/temporal y completo/parcial) por género, pero no el promedio por edad y clasificación profesional (recálculo de 102-8).	Empleo
		Número de despidos por género, edad y clasificación profesional	GRI 401-1.b) Número total durante el periodo objeto del informe, por grupo de edad y género (solo lo relativo a despidos) No incluido en GRI: Número de despidos por clasificación profesional	Empleo
		Remuneraciones medias y su evolución desagregados por género, edad y clasificación profesional o igual valor	Se debe informar sobre la remuneración media por género, edad y clasificación profesional. Para su cálculo, deberán tomarse en cuenta el total de percepciones salariales en dinero efectivo y remuneraciones en especie, por lo que para el cálculo deberá tenerse en cuenta los beneficios a los que hace referencia el GRI 401-2.	Empleo

Contenidos del Estado de Información No Financiera				
Contenidos de la Ley 11/2018 INF			Estándar de referencia	Capítulo de referencia
		Brecha Salarial	*OCDE: La brecha salarial de género se define como la diferencia entre los ingresos medios de hombres y mujeres en relación con los ingresos medios de los hombres	Empleo
		Remuneración de puestos de trabajo iguales o de media de la sociedad	GRI 202-1 Ratio del salario de categoría inicial estándar por género frente al salario mínimo local (se utiliza este indicador, ya que a medida que se avanza en la carrera profesional, pueden incidir diversos factores en la definición de la retribución de cada persona).	Empleo
		La remuneración media de los consejeros y directivos, incluyendo la retribución variable, dietas, indemnizaciones, el pago a los sistemas de previsión de ahorro a largo plazo y cualquier otra percepción desagregada por género	GRI 102-35 Políticas de retribución GRI 102-36 Proceso para la determinación de la retribución (para el enfoque de gestión) GRI 201-3 Obligaciones derivadas de planes de beneficios sociales y otros planes de jubilación No incluido en GRI: Información desagregada por género.	Empleo No se incluyen las remuneraciones del órgano de administración y de la alta dirección
		Implantación de medidas de desconexión laboral	No incluido en GRI	Organización del trabajo
		Empleados con discapacidad	GRI 405-1. b) Porcentaje de empleados por categoría laboral para cada una de la categoría de diversidad (iii. Grupos vulnerables).	Accesibilidad
	Organización del trabajo	Organización del tiempo de trabajo	GRI 102-8. c) El número total de empleados por tipo de contrato laboral (a jornada completa o a media jornada) y por género.	Organización del trabajo
		Número de horas de absentismo	GRI 403-2 Tipos de accidentes y ratios de accidentes laborales, enfermedades profesionales, días perdidos, y absentismo, y número de fallecimientos relacionados (apartado a) GRI 403-9 Lesiones por accidente laboral	Organización del trabajo
		Medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio corresponsable de estos por parte de ambos progenitores	GRI 401-3 Permisos parentales No incluido en GRI: enfoque de gestión sobre otras medidas de conciliación	Organización del trabajo

Contenidos del Estado de Información No Financiera				
Contenidos de la Ley 11/2018 INF			Estándar de referencia	Capítulo de referencia
	Salud y seguridad	Condiciones de salud y seguridad en el trabajo	GRI 403-1 Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo GRI 403-2 Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes 403-3 Servicios de salud en el trabajo 403-5 Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo 403-6 Fomento de la salud de los trabajadores 403-7 Prevención y mitigación de los impactos en la salud y la seguridad de los trabajadores directamente vinculados con las relaciones comerciales	Seguridad y salud
		Accidentes de trabajo (frecuencia y gravedad) desagregado por género	GRI 403-2 Tipos de accidentes y ratios de accidentes laborales, enfermedades profesionales, días perdidos, y absentismo, y número de fallecimientos relacionados (apartado a) GRI 403-3 Trabajadores con alta incidencia o alto riesgo de enfermedades relacionadas con su actividad GRI 403- 9 Lesiones por accidente laboral GRI 403-10 Dolencias y enfermedades laborales	Seguridad y salud
		Enfermedades profesionales (frecuencia y gravedad) desagregado por género	GRI 403-2 Tipos de accidentes y ratios de accidentes laborales, enfermedades profesionales, días perdidos, y absentismo, y número de fallecimientos relacionados (apartado a) GRI 403-3 Trabajadores con alta incidencia o alto riesgo de enfermedades relacionadas con su actividad	Seguridad y salud
	Relaciones Sociales	Organización del diálogo social, incluidos los procedimientos para informar y consultar al personal y negociar con ellos	GRI 102-43 Enfoque para la participación de los grupos de interés (relativo a sindicatos y negociación colectiva) GRI 403-1 Representación de trabajadores en comités de salud y seguridad conjuntos	Relaciones sociales
		Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país	GRI 102-41 Acuerdos de negociación colectiva No incluido en GRI: desglosado por país	Relaciones sociales

Contenidos del Estado de Información No Financiera				
Contenidos de la Ley 11/2018 INF			Estándar de referencia	Capítulo de referencia
	Formación	Balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y seguridad en el trabajo	GRI 403-1 Representación de trabajadores en comités de salud y seguridad conjuntos GRI 403-4 Temas de salud y seguridad laboral tratados en acuerdos formales con la representación legal de los trabajadores	Relaciones sociales
		Políticas implementadas en el campo de la formación	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (con visión al GRI 404-Formación y enseñanza) GRI 404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas	Formación
		Cantidad total de horas de formación por categorías profesionales	GRI 404-1 Horas medias de formación anuales por empleado No incluido en GRI: horas totales de formación.	Formación
	Accesibilidad	Accesibilidad universal de las personas con discapacidad	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (con visión al GRI 405 Diversidad e igualdad de oportunidades y GRI 406 No-discriminación)	Accesibilidad
	Igualdad	Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre hombres y mujeres	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (con visión al GRI 405 Diversidad e igualdad de oportunidades)	Igualdad
		Planes de igualdad	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (con visión al GRI 405 Diversidad e igualdad de oportunidades y GRI 406 No-discriminación)	Igualdad
		Medidas adoptadas para promover el empleo	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (con visión al GRI 401 Empleo) GRI 404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	Igualdad
		Protocolos contra el acoso sexual y por razón de género	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (con visión al GRI 405 Diversidad e igualdad de oportunidades y GRI 406 No-discriminación)	Igualdad
		La integración y accesibilidad universal de las personas con discapacidad	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (con visión al GRI 405 Diversidad e igualdad de oportunidades y GRI 406 No-discriminación)	Accesibilidad
		Política contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (con visión al GRI 405 Diversidad e igualdad de oportunidades y GRI 406 No-discriminación) GRI 406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	Igualdad

Contenidos del Estado de Información No Financiera				
Contenidos de la Ley 11/2018 INF			Estándar de referencia	Capítulo de referencia
Información sobre el respeto de los derechos humanos	Políticas	Políticas que aplica el grupo, que incluya los procedimientos de diligencia debida aplicados de identificación, evaluación, prevención y atenuación de riesgos e impactos significativos, y de verificación y control, así como las medidas que se han adoptado.	GRI 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes GRI 103-3 Evaluación del enfoque de gestión GRI 412-2 Formación de empleados en políticas o procedimientos sobre derechos humanos	Derechos humanos
	Derechos Humanos	Aplicación de procedimientos de debida diligencia en derechos humanos	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (con visión al GRI 412 Evaluación de Derechos Humanos)	Derechos humanos
		Prevención de los riesgos de vulneración de los derechos humanos y, en su caso, medidas para mitigar, gestionar y reparar posibles abusos cometidos	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (con visión al GRI 412 Evaluación de Derechos Humanos) GRI 412-1 Operaciones sometidas a revisiones o evaluaciones de impacto sobre los derechos humanos	Derechos humanos
		Denuncias por casos de vulneraciones de derechos humanos	GRI 102-17 Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas (denuncias recibidas y resolución) GRI 103-2 Enfoque de Gestión (con visión al GRI 412 Evaluación de Derechos Humanos) GRI 419-1 Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico	Derechos humanos
		Promoción y cumplimiento de las disposiciones de los convenios fundamentales de la OIT relacionadas con el respeto por la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva, la eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación, la eliminación del trabajo forzoso u obligatorio y la abolición efectiva del trabajo infantil	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (con visión a los GRI 406 No discriminación; 407 Libertad de asociación y negociación colectiva; 408 Trabajo Infantil; 409 Trabajo forzoso u obligatorio y 412 Evaluación de Derechos Humanos)	Derechos humanos
Información relativa a la lucha contra la corrupción y el soborno	Políticas	Políticas que aplica el grupo, que incluya los procedimientos de diligencia debida aplicados de identificación, evaluación, prevención y atenuación de riesgos e impactos significativos, y de verificación y control, así como las medidas que se han adoptado.	GRI 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes GRI 103-3 Evaluación del enfoque de gestión GRI 205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anti corrupción	Lucha contra la corrupción y el soborno

Contenidos del Estado de Información No Financiera				
Contenidos de la Ley 11/2018 INF			Estándar de referencia	Capítulo de referencia
	Principales riesgos	Principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del grupo, entre ellas, cuando sea pertinente y proporcionado, sus relaciones comerciales, productos o servicios que puedan tener efectos negativos en esos ámbitos, y cómo el grupo gestiona dichos riesgos, explicando los procedimientos utilizados para detectarlos y evaluarlos de acuerdo con los marcos nacionales, europeos o internacionales de referencia para cada materia. Debe incluirse información sobre los impactos que se hayan detectado, ofreciendo un desglose de los mismos, en particular sobre los principales riesgos a corto, medio y largo plazo.	GRI 102-15 Impactos, riesgos y oportunidades clave GRI 102-30 Eficacia de los procesos de gestión de riesgos	Lucha contra la corrupción y el soborno
	Corrupción y soborno	Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (con visión al GRI 205 Anticorrupción)	Lucha contra la corrupción y el soborno
		Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (con visión al GRI 205 Anticorrupción)	Lucha contra la corrupción y el soborno
		Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (con visión al GRI 205 Anticorrupción)	Lucha contra la corrupción y el soborno
Información sobre la sociedad	Políticas	Políticas que aplica el grupo, que incluya los procedimientos de diligencia debida aplicados de identificación, evaluación, prevención y atenuación de riesgos e impactos significativos, y de verificación y control, así como las medidas que se han adoptado.	GRI 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes GRI 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	Colaboración con la sociedad
	Principales riesgos	Principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del grupo, entre ellas, cuando sea pertinente y proporcionado, sus relaciones comerciales, productos o servicios que puedan tener efectos negativos en esos ámbitos, y cómo el grupo gestiona dichos riesgos, explicando los procedimientos utilizados para detectarlos y evaluarlos de acuerdo con los marcos nacionales, europeos o internacionales de referencia para cada materia. Debe incluirse información sobre los impactos que se hayan detectado, ofreciendo un desglose de los mismos, en particular sobre los principales riesgos a corto, medio y largo plazo.	GRI 102-15 Impactos, riesgos y oportunidades clave	Colaboración con la sociedad
		Impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y desarrollo local	GRI 203-2 Impactos económicos indirectos significativos GRI 413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	Colaboración con la sociedad

Contenidos del Estado de Información No Financiera				
Contenidos de la Ley 11/2018 INF			Estándar de referencia	Capítulo de referencia
		Impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y el territorio	GRI 203-2 Impactos económicos indirectos significativos GRI 413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	Colaboración con la sociedad
		Relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades de diálogo con estos	GRI 102-43 Enfoque para la participación de los grupos de interés (relativo a comunidad) GRI 413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	Colaboración con la sociedad
		Acciones de asociación y patrocinio	GRI 102-12 Iniciativas externas	Asociaciones, colaboraciones y patrocinios
	Subcontratación y proveedores	Inclusión en la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales	GRI 103-3 Enfoque de Gestión (con visión a los GRI 308 y GRI 414)	Proveedores
		Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental	GRI 102-9 Cadena de suministro GRI 103-3 Enfoque de Gestión (con visión a los GRI 308 y GRI 414) GRI 414-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales GRI 414-2 Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	Proveedores
		Sistemas de supervisión y auditorías y resultados de las mismas	GRI 414-2 Impactos sociales negativos en la cadena de valor y acciones desarrolladas	Proveedores
	Consumidores	Medidas para la salud y seguridad de los consumidores	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (con visión al GRI 416 salud y seguridad de los Clientes) GRI 416-1 Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios GRI 416-2 Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios GRI 417-1 Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	Consumidores

Contenidos del Estado de Información No Financiera				
Contenidos de la Ley 11/2018 INF			Estándar de referencia	Capítulo de referencia
		Sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de las mismas	GRI 102-17 Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas (denuncias recibidas y resolución) GRI 103-2 Enfoque de Gestión (con visión al GRI 416 salud y seguridad de los clientes) GRI 418-1 Denuncias substanciales relacionadas con brechas en la privacidad de los clientes y pérdidas de datos de clientes.	Consumidores
	Información fiscal	Beneficios obtenidos por país	GRI 207-1 Enfoque fiscal	Información fiscal
		Impuestos sobre beneficios pagados	GRI 207-1 Enfoque fiscal	Información fiscal
		Subvenciones públicas recibidas	GRI 201-4 Asistencia financiera recibida del gobierno	Información fiscal