



# Memoria de sostenibilidad

# 2023



# Adam Foods en cifras

## Nuestro impacto en 2023

### Datos sociales

1.298  
EMPLEADOS

1.092  
ESPAÑA  
206  
PORTUGAL

700  
MUJERES  
598  
HOMBRES

6.732  
HORAS DE FORMACIÓN

### Datos de gobernanza

DESARROLLO DE UN  
NUEVO ANÁLISIS DE DOBLE  
MATERIALIDAD

500 M€  
FACTURACIÓN

### Datos medioambientales

94%  
DE LOS PROVEEDORES  
CÁRNICOS DISPONEN DE  
LA CERTIFICACIÓN DE  
BIENESTAR ANIMAL

100%  
DE LOS PROVEEDORES  
DE ATÚN POSEEN UNA  
CERTIFICACIÓN DE PESCA  
RESPONSABLE

100%  
DE NUESTROS  
PROVEEDORES DE  
REFERENCIAS ECO  
PRODUCEN BAJO LA  
CERTIFICACIÓN DE  
PRODUCCIÓN ECOLÓGICA

100%  
DE LOS PROVEEDORES QUE  
NOS SUMINISTRAN ACEITE  
DE PALMA LO HACEN BAJO LA  
CERTIFICACIÓN RSPO (MESA  
REDONDA SOBRE ACEITE DE  
PALMA SOSTENIBLE)

57%  
DE REDUCCIÓN EMISIONES



# Carta de la dirección

Un año más nos enorgullece presentar la *Memoria de sostenibilidad* del grupo Adam Foods. El grupo Adam Foods pertenece a un sector de gran importancia en España: la industria de la alimentación. Desde la organización trabajamos para mantener nuestra competitividad en la industria e impulsar la sostenibilidad económica, social y ambiental.

Para conseguirlo nos guiamos por los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU, que son fundamentales para enfocar nuestros proyectos y representan nuestro propósito de promover el disfrute a través de la pasión por la alimentación sostenible. Creemos que pequeñas acciones llevadas a cabo por muchas personas alrededor del mundo tienen un impacto elevado, motivo por el cual nuestro proyecto de responsabilidad corporativa se llama Gotitas, en honor a los valores compartidos por todas y cada una de las personas que forman parte de él.

El proyecto Gotitas es una actitud ante nuestro trabajo y nuestro día a día, que nos fuerza a ir un poco más allá para hacer productos de máxima calidad, que puedan generar valor social y ambiental, y más aún en el contexto actual de emergencia climática que vivimos y que está cambiando nuestra realidad.

Algunos ejemplos de estas acciones son los proyectos relacionados con la repoblación de abejas, la implicación con las generaciones más jóvenes potenciando su imaginación y su interés por el inglés, la innovación para minimizar el desperdicio alimentario en nuestras fábricas, la promoción del ecodiseño en nuestros envases y embalajes, el esfuerzo por utilizar materias primas de origen sostenible certificado, o el trabajo realizado para que nuestros residuos no vayan a parar a vertederos aplicando criterios de economía circular.

Este año 2023 ha sido un año lleno de retos para el Grupo. Durante el segundo semestre hemos adquirido tres compañías: Carlit, que se dedica a la fabricación y comercialización de platos preparados (como, por ejemplo, el Trinxat de la Cerdaña), y dos más dedicadas a la fabricación y comercialización de galletas, Birba y Dr. Gerard (esta última, ubicada en Polonia). Ello reafirma nuestra clara vocación por el sector de la alimentación y nuestra voluntad de impactar de forma sostenible en un ámbito que trasciende la península ibérica.

La necesidad de crear un presente y un futuro sostenibles es una realidad, y nuestra compañía busca tener un lugar dentro de la industria alimentaria en el que desarrollar pequeñas acciones que, sumadas, consigan crear un impacto colectivo positivo.

**Jordi Campalans**  
DG UNE Alimentos

**Jose Manuel Faria**  
DG UNE Galletas y Pan



# Índice



## Acerca de Adam Foods 5

- 6 Modelo de negocio
- 9 Historia de la compañía
- 10 Misión, visión y valores



## Cultura sostenible 11

- 12 Nuestra estrategia de sostenibilidad
- 15 Nuestros grupos de interés
- 16 Nueva doble materialidad
- 19 Agenda 2030: contribución a los ODS



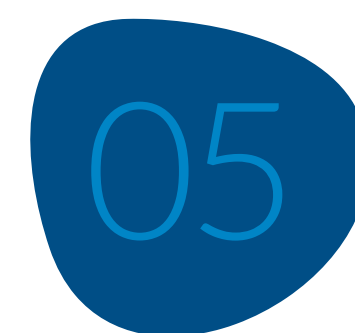
## Buen gobierno corporativo 21

- 22 Gobierno corporativo
- 24 Cultura ética
- 27 Gestión responsable de la cadena de suministro
- 30 Desempeño financiero y compromiso fiscal



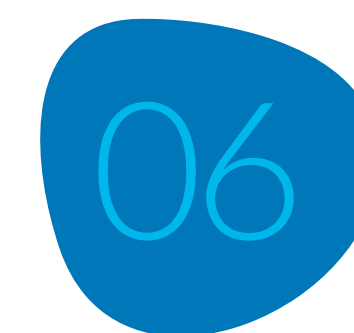
## Comprometidos con el planeta 31

- 32 Compromiso climático
- 34 Cambio climático
- 36 Gestión de recursos naturales y circularidad
- 38 Protección de la biodiversidad



## Compromiso con las personas 39

- 40 Bienestar de las personas
- 49 Al servicio de los consumidores
- 52 Compromiso con la sociedad



## Sobre este informe 54

- 55 Aspectos técnicos
- 55 Alcance de la información



## Anexos 56

- 57 Anexo I. Tablas sobre asuntos sociales
- 60 Anexo II. Índice de contenidos GRI

# 01

## Acerca de Adam Foods



# Modelo de negocio

Nuestro modelo de negocio se basa en el desarrollo de los distintos ejes de actividad, que trabajamos de manera responsable y sostenible, a través de un sistema enfocado a la excelencia en el servicio, la promoción de la seguridad y la protección del medio ambiente.

La clave del éxito de nuestra compañía radica en el compromiso de la organización en todos sus ámbitos —con el producto, el servicio, las personas y el entorno natural—, así como en nuestro desempeño diario para seguir mejorando.

Somos propietarios de un grupo de empresas de alimentación españolas y portuguesas, dedicadas a la creación y la comercialización de galletas, patés, caldos, pastelería, miel y pan. Entre nuestras marcas destacan Cuétara, Artiach, Phoskitos, La Piara, Bocadelia, Aneto Natural y Granja San Francisco.

**Contamos con más de 1.000 referencias para satisfacer las necesidades de nuestros consumidores y clientes.**

Todas nuestras empresas son autónomas, pero están fuertemente interconectadas por una cultura empresarial común.

En todos nuestros productos y marcas seguimos tres principios que nos caracterizan y definen:

1

## Cocinamos con ingredientes de calidad

Logramos así dos objetivos: por un lado, obtener los mejores sabores, aromas y texturas y, por el otro, conseguir un buen perfil nutricional, mediante una cuidada selección de los ingredientes.

2

## Cocinamos con nuestras propias recetas

Nuestra manera de hacer es tradicional, con fórmulas que hemos seguido durante más de 100 años. A la vez, somos innovadores, integrando todo aquello que mejore nuestros productos. ¡Creemos en nuestras propias recetas!

3

## Compartimos mesa contigo

Queremos ser más que el mejor de los alimentos. Fomentamos la imaginación de los más pequeños y les ayudamos a aprender inglés a la hora de la merienda, endulzamos los resfriados, y nos preocupamos por el bienestar de nuestros clientes.

## Principales puntos a destacar del año 2023

- Redefinición de la visión internacional del Grupo
- Nuevo modelo organizativo por categorías basado en la normalización UNE, con el objetivo de poner el foco en los distintos negocios
- Retador proceso de M&A mediante el cual el Grupo ha adquirido distintos negocios complementarios y sinérgicos con las actuales categorías en las que estamos presentes:
  - Carlit (75%)
  - Birba
  - Sierra Magina (25%)
  - Dr. Gerard y Artur (Polonia)



# Productos saludables

Trabajamos para que nuestros productos sean cada vez más saludables; por ello, utilizamos ingredientes de la máxima calidad y los mejoramos de forma continua. Contamos con dos líneas de mejora que hemos seguido desarrollando en 2023:

Adam Foods integra las marcas de galletas Artiach y Cuétara, la bollería Phoskitos, los patés La Piara, las mieles Granja San Francisco, la concepción de los caramelos Pez y los caldos envasados Aneto.

## Ingredientes de calidad

- Nuestros productos no utilizan grasas hidrogenadas ni aportan ácidos grasos trans.
- Reforzamos el uso de ingredientes de origen natural y eliminamos el uso de aditivos, como en la gama de tapa de colores de La Piara.

## Mejoramos de manera continua la composición nutricional de nuestros productos



# Presencia en el mercado

Contamos con 8 centros productivos repartidos por la península ibérica desde donde exportamos a más de 71 países en el mundo en 4 continentes: Europa, América, Asia y África.

**En España, nuestra cuota de mercado en venta de galletas es del 10,9%.**



## Presencia mundial en 71 países

### Europa

España  
Portugal  
Bulgaria  
Suiza  
Chipre  
República Checa  
Finlandia  
Gran Bretaña  
Grecia  
Croacia  
Italia  
Malta  
Holanda  
Polonia  
Rusia  
Ucrania  
Bélgica  
Eslovenia  
Alemania  
Austria

### América

Brasil  
Chile  
Colombia  
Costa Rica  
Cuba  
República Dominicana  
Ecuador  
Panamá  
Paraguay  
El Salvador  
Argentina  
Canadá  
México  
Perú  
Nicaragua

### Asia

China  
Israel  
Irak  
Jordania  
Corea del Sur  
Kuwait  
Líbano  
Mongolia  
Filipinas  
Japón  
Arabia Saudí

### África

Angola  
Emiratos Árabes Unidos  
Costa de Marfil  
Cabo Verde  
Gabón  
Ghana  
Guinea  
Libia  
Marruecos  
Mali  
Mozambique  
Nigeria  
Yemen  
Togo  
Seychelles  
Sudáfrica  
Guinea Ecuatorial  
Benín  
Chad  
Kenia  
Níger

# Historia de la compañía

Somos Adam Foods, una empresa de origen familiar creada en 2015 que nace de la evolución del grupo Nutrexpa y su crecimiento con la integración de diferentes marcas y empresas punteras del sector de la alimentación, algunas de ellas con un bagaje en el mercado de más de 100 años. **Estos son los 10 hitos más destacados de nuestra historia:**

Nutrexpa fue fundada en 1940 gracias a la unión de dos empresarios barceloneses, José Ignacio Ferrero y José María Ventura. Desde sus inicios se dedicó a la producción de alimentos, siendo el ColaCao su producto estrella en esa década en el mercado nacional.

Con el paso de los años inició un proceso de expansión con la compra de distintas marcas y su distribución y venta internacional. En 2014 las dos familias propietarias decidieron dividir la empresa en dos

grupos: por un lado, la división de cacao, bajo la denominación de Idilia Foods, y por el otro, Adam Foods, dedicada a la producción de galletas y alimentación.



# Misión, visión y valores

Nuestro negocio es la alimentación, una actividad esencial para la vida y para nuestro entorno. Conscientes de ello, nos esforzamos por ir más allá de nuestras propias operaciones para conseguir impactar de manera positiva en el medio ambiente y la sociedad.

Nuestro propósito es lograr que consumidores y sociedad disfruten con nuestros productos, contribuyendo a una alimentación sostenible.

## Misión

La misión de las empresas que formamos el grupo Adam Foods es ofrecer a la sociedad alimentos sabrosos y nutritivos, y siempre de la forma más sostenible posible, para el negocio y para el medio ambiente.

## Visión

Nuestra visión es contribuir con nuestros productos de alimentación a que todos disfrutemos, en España, en Portugal y en todo el mundo.

## Valores:

- Familiaridad
- Mejora continua
- Sostenibilidad
- Disfrute

Trabajamos con responsabilidad e ilusión. Creemos en la mejora continua, somos autocríticos y perfeccionistas a partes iguales. Hacemos lo que mejor sabemos hacer, alimentos para el disfrute de los consumidores, siendo fieles a nuestros orígenes y trayectoria como empresa e incorporando todo aquello que nos haga superarnos en calidad, servicio, innovación y responsabilidad.



# 02

## Cultura sostenible



# Nuestra estrategia de sostenibilidad

Nuestra estrategia de sostenibilidad se denomina Gotitas y se concreta en pequeñas acciones que hacemos para ayudar a la empresa y al medio ambiente, convencidos de que “gotita a gotita podemos contribuir a mejorar el mundo”. Su objetivo es impulsar la sostenibilidad desde nuestro día a día, en todas las áreas del Grupo, integrando en nuestra actividad y toma de decisiones los criterios ambientales, sociales y de gobernanza alineados con la ODS de las Naciones Unidas para el desarrollo sostenible. El núcleo de nuestra estrategia es trabajar por una alimentación sostenible.



“Gotita a gotita podemos contribuir a mejorar el mundo”

Continuamos con los proyectos desarrollados en años anteriores porque creemos y apostamos por los procesos de largo plazo:

Pilares estratégicos	Proyectos desarrollados en 2023	Descripción
<b>Nuestro equipo humano</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Plan de desarrollo y gestión del talento</li> <li>● Promoción de la salud</li> </ul>	Desarrollo del personal para lograr su bienestar, mantener su compromiso y fomentar los comportamientos basados en la ética. Se dispone de atención sanitaria presencial en todos los centros.
<b>Modelo de nutrición e innovación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Innovación y mejora de la composición nutricional de los productos</li> <li>● Garantía de calidad y seguridad de los alimentos</li> <li>● Proyectos para minimizar la pérdida y el desperdicio alimentarios</li> </ul>	Compromiso con una oferta de productos seguros, innovadores y diferenciados, elaborados con ingredientes de calidad y nutricionalmente optimizados en el marco de un plan de mejora continua de fomento de un estilo de vida saludable.
<b>Contribución al bienestar comunitario</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Proyecto Hospitales</li> <li>● Proyecto 100 % Humor, 0 % Bullying</li> <li>● Proyecto Gente Mayor / Grandes Amigos</li> <li>● Proyecto Recetas Únicas, Personas Únicas</li> <li>● Proyecto Alacenas</li> <li>● Proyecto con la cooperativa MANS</li> </ul>	Acciones en las comunidades en las que operamos para promover su crecimiento y desarrollo a través de iniciativas relacionadas con el voluntariado y la integración laboral de colectivos vulnerables.
<b>Compromiso con el medio ambiente</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Proyectos de eficiencia energética: Integración de fotovoltaicas en fábricas (2021-2022)</li> <li>● 0 residuos a vertedero: segregación y valorización de residuos y subproductos</li> <li>● Programa de repoblación de abejas</li> <li>● Envases y embalajes más sostenibles</li> <li>● Fomento de materias primas de origen sostenible y obtención de certificación</li> </ul>	Gestión de la ecoeficiencia en nuestros procesos y productos, incluido su <i>packaging</i> , teniendo en cuenta criterios de economía circular.
<b>Estrategia sostenible</b>		<p>Establecimiento e implantación de principios y valores basados en la integridad de la gestión y el compromiso con el crecimiento del negocio.</p> <p>Relación y comunicación adecuadas con los grupos de interés que generen y mantengan su confianza.</p>

## Política de responsabilidad social corporativa

Nuestra Política de responsabilidad social corporativa incluye los compromisos para gestionar nuestras responsabilidades con respecto al medio ambiente y el conjunto de la sociedad. En concreto, se formalizan los principios que defendemos como Grupo a través de la misión, la visión y los valores de la compañía, que están alineados con la Agenda 2030 de las Naciones Unidas para el desarrollo sostenible.

Recoge también nuestra responsabilidad sobre la nutrición y la calidad de nuestros productos. Dirigimos nuestros esfuerzos y dedicación a crear fórmulas únicas con ingredientes de máxima calidad, un gran equipo profesional y una comunicación transparente.

## Alianzas para reforzar nuestra estrategia

La cooperación con otras entidades del sector u asociaciones nos permite establecer alianzas y colaboraciones en diversas acciones a favor del desarrollo del negocio y del entorno en términos de sostenibilidad. De esta manera, contribuimos al Objetivo de Desarrollo Sostenible 17 (ODS 17), que prevé el trabajo en red y el establecimiento y la consolidación de relaciones que permitan alcanzar las metas marcadas por la ONU en la Agenda 2030.

Durante el año 2023 hemos continuado colaborando, mediante nuestra afiliación, con las siguientes entidades del sector u otras asociaciones: Foment del Treball, Asociación de Fabricantes y Distribuidores (AECOC), Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (AUTOCONTROL), Ecoembes, Asociación para la Defensa de la Marca (ANDEMA), Asociación Multisectorial de Empresas de Alimentación y Bebidas (AME), Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB) o el Banco de Alimentos, entre otras.

## Mejora continua

Seguimos trabajando para convertirnos en una organización cada vez más sostenible; por ello, estamos elaborando un nuevo plan estratégico basado en un nuevo análisis de materialidad que se ha completado en el ejercicio 2024. Este análisis nos indica los temas clave en los que la organización centrará sus esfuerzos en materia de sostenibilidad y guiará el diseño e implementación del nuevo plan.



# Nuestros grupos de interés

Con motivo del análisis de doble materialidad, se ha actualizado la identificación y priorización de los grupos de interés de Adam Foods.



**Escuchamos las demandas y expectativas de nuestros grupos de interés y las integramos en nuestra estrategia de sostenibilidad”**

Fomentamos relaciones con nuestros grupos de interés basadas en la ética, la confianza y la transparencia. Mantenemos un diálogo continuo y facilitamos la comunicación con ellos a través de distintos canales:

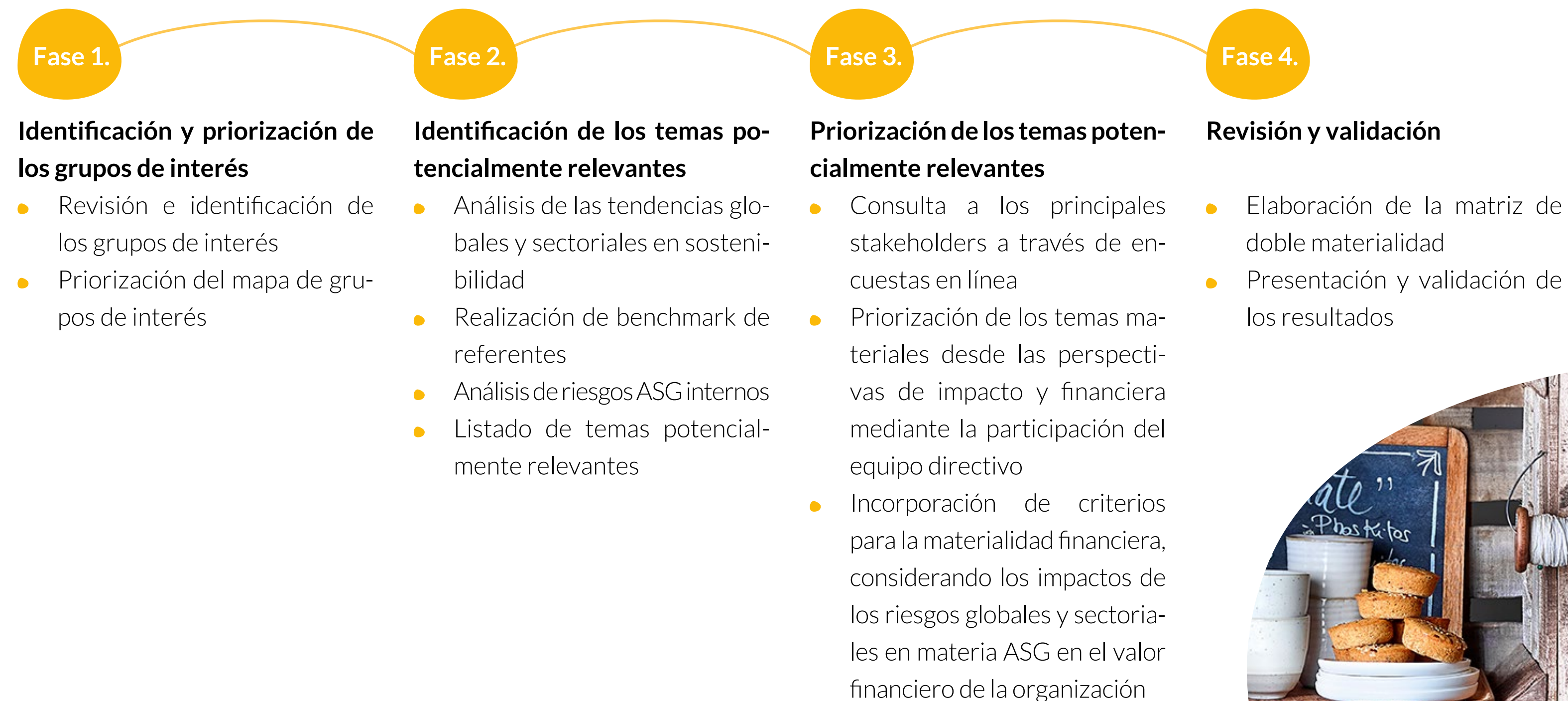
Grupo de interés	Expectativas e intereses	Canal de comunicación
<b>Cientes y consumidores</b>	Satisfacción de sus necesidades y expectativas, ofreciéndoles productos de calidad, seguros, innovadores y nutricionalmente optimizados.	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Portal del cliente</li> <li>● Teléfono de atención al consumidor</li> <li>● Redes sociales</li> </ul>
<b>Proveedores</b>	Relaciones basadas en la confianza, la transparencia y la puesta en común de conocimientos y capacidades que generen valor mutuo y permitan adoptar prácticas responsables en la gestión de la cadena de suministros.	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Portal de proveedores: Calidalia</li> </ul>
<b>Empleados</b>	Inversión en el desarrollo de una cultura coherente con la visión del negocio. Esto implica un liderazgo participativo basado en trabajo en equipo, innovación, la iniciativa y el desarrollo profesional. Se establecen políticas de seguridad y salud, respeto de la diversidad, promoción de la igualdad y no discriminación.	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Portal del empleado</li> <li>● Canales informales de comunicación presencial</li> <li>● Comunicaciones internas «Gestión de Personas» (correo electrónico, teléfono)</li> <li>● Reuniones</li> <li>● Evaluaciones del desempeño</li> </ul>
<b>Sociedad</b>	Contribución a la mejora de la calidad de vida y la creación de valor mediante el apoyo a iniciativas que contribuyan a una sociedad más saludable, solidaria e igualitaria, además de la colaboración con las distintas administraciones públicas y organizaciones sociales de referencia.	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Publicidad y notas de prensa</li> <li>● Reuniones y notificaciones oficiales</li> </ul>
<b>Propiedad</b>	Aseguramiento de la sostenibilidad económica del negocio y preservación de la cultura corporativa.	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Reuniones del Consejo y de la Dirección General</li> </ul>

Creemos que la identificación y atención a las demandas y expectativas de nuestros grupos de interés es un aspecto clave en la gestión de la sostenibilidad del Grupo. Por ello, hemos impulsado su participación activa en el nuevo análisis de doble materialidad.

# Nueva doble materialidad

Como parte de la estrategia de sostenibilidad, en 2023 se ha llevado a cabo un análisis de doble materialidad, con el objetivo de priorizar los temas relativos a la sostenibilidad en materia ambiental, social y de gobernanza (aspectos ASG) relevantes desde una perspectiva financiera y de impacto. La materialidad determina cuáles son los temas relevantes en los que nos enfocamos para su gestión y posterior reporte.

El proceso ha seguido los siguientes pasos:



Los insumos tenidos en cuenta en el análisis han sido de diferentes tipos:

**218**  
ENCUESTAS A 3 GRUPOS DE INTERÉS

**1**  
SESIÓN PARTICIPATIVA DE LA DIRECCIÓN

**4**  
NORMATIVAS Y ESTÁNDARES ASG: GRI, SASB STANDARDS, MSCI Y S&P GLOBAL RATINGS

**6**  
REFERENTES DEL SECTOR INCLUIDOS EN EL ANÁLISIS COMPARATIVO

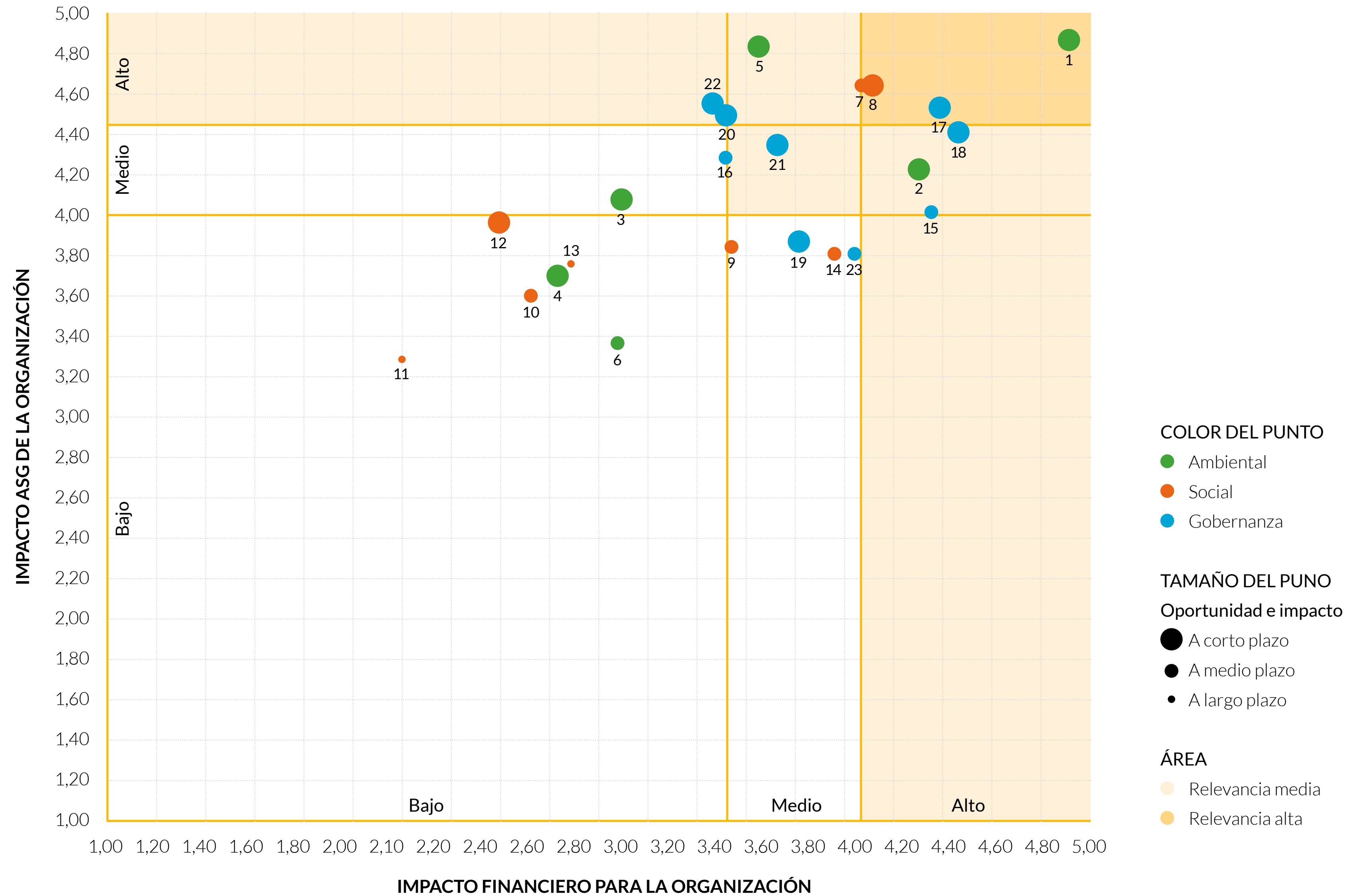
**3**  
ANÁLISIS DE RIESGOS: RIESGOS INTERNOS, RISK HORIZON Y WEF (WORLD ECONOMIC FORUM)



Los resultados quedan recogidos en la matriz de materialidad de Adam Foods:

**Tema**

1. Abastecimiento de materias primas y materiales
2. Energía y cambio climático
3. Gestión del agua
4. Economía circular
5. Packaging
6. Biodiversidad
7. Calidad del empleo
8. Salud, seguridad y bienestar del personal
9. Formación y desarrollo profesional
10. Igualdad y diversidad
11. Libertad de asociación y negociación colectiva
12. Derechos humanos
13. Contribución social
14. Nutrición y vida saludable
15. Buen gobierno y cumplimiento normativo
16. Ética, anticorrupción e integridad
17. Salud y seguridad de los consumidores
18. Calidad del producto
19. Gestión de la relación con los clientes
20. *Marketing* y comunicación responsable
21. Innovación
22. Gestión responsable de la cadena de suministro
23. Desempeño económico y solidez financiera



Tras este exhaustivo análisis, y siguiendo la recomendación del Global Reporting Initiative, se han considerado materiales los temas de relevancia alta-alta y media-media, a los que se suma, a causa del compromiso de la alta dirección, el cuidado de la biodiversidad.

<b>Medio ambiente</b>	<b>Abastecimiento de materias primas y materiales</b>	Aprovisionamiento responsable de materias primas alimentarias de calidad para elaborar los productos procesados, elección de ingredientes cada vez más sostenibles, trazabilidad de las materias primas provenientes de proveedores con certificaciones, incluyendo la de bienestar animal. Materias primas para elaborar packaging sostenible.
	<b>Energía y cambio climático</b>	Impulso de la eficiencia energética para reducir el consumo de energía y gas, disminuyendo así las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) y contribuyendo al proceso de descarbonización. Compra de energía eléctrica de origen 100 % renovable, incorporación progresiva de equipos de bajo consumo, y control de la fase de logística a través de la asociación con proveedores en el marco del programa Lean Green de AECOC o similar.
	<b>Packaging</b>	Incorporación progresiva de packaging de origen sostenible y reciclabilidad de los materiales utilizados.
	<b>Biodiversidad</b>	Fomento de la biodiversidad a través de iniciativas de cuidado de las especies animales y vegetales en las que la actividad de la compañía impacta (abejas y pescado).

<b>Social</b>	<b>Calidad del empleo</b>	Promoción de empleo estable. Organización del trabajo a través de un plan de plantillas, de los procesos de selección de personal, las condiciones de trabajo y remuneración, la posibilidad de conciliación de la vida personal y profesional, la flexibilidad horaria y el teletrabajo, y la política de desconexión laboral.
	<b>Salud, seguridad y bienestar de la plantilla del empleado</b>	Operaciones y actividades desarrolladas en un entorno de trabajo seguro y saludable, siguiendo estándares reconocidos internacionalmente y, asimismo, promoviendo hábitos saludables con el objetivo de contribuir al bienestar integral de las personas que trabajan en la compañía.

<b>Economía y gobernanza</b>	<b>Buen gobierno y cumplimiento normativo</b>	Modelo basado en las mejores prácticas de buen gobierno que la familia propietaria traslada a la dirección y a la gestión. Se respeta escrupulosamente el cumplimiento de la legislación y las normativas.
	<b>Salud y seguridad de los consumidores</b>	Mejora continua de la composición nutricional de los productos y garantía de seguridad de los mismos durante todas sus fases: recepción de las materias primas, proceso de producción, envasado y distribución. Colaboración con centros de investigación con el fin de desarrollar productos nutricionalmente optimizados de acuerdo con estos organismos expertos.
	<b>Calidad del producto</b>	Utilización de ingredientes de calidad, elaboración sometida a mecanismos de control en los procesos de acuerdo con los estándares internacionales pertinentes, y obtención de certificaciones para garantizar la calidad del sistema de gestión.
	<b>Marketing y comunicación responsable</b>	Publicación de la información nutricional de los productos de forma clara y transparente, siguiendo los estándares establecidos. Adhesión voluntaria a códigos de autocontrol en la publicidad.
	<b>Innovación</b>	Innovación continua para ofrecer alternativas que cubran las diferentes necesidades y tendencias del mercado, mejorar el perfil nutricional de los productos alimentarios y ofrecer nuevos formatos, artículos y formulaciones para dar respuesta a las demandas de los consumidores y de la sociedad en general, incluyendo la vigilancia tecnológica de las últimas tendencias.
	<b>Gestión responsable de la cadena de suministro</b>	Política de proveedores que establece un proceso de homologación en su selección, comprende compromisos para prevenir y mitigar los impactos sociales y ambientales negativos en la cadena de suministro, dirigidos a potenciar la descarbonización, y prevé auditorías periódicas para verificar que se cumplen las normas de seguridad alimentaria, calidad, salud laboral y medio ambiente, así como información para construir la trazabilidad de las materias primas y los envases, y posibles futuros procesos de diligencia debida definidos por la legislación.

# Agenda 2030: contribución a los ODS

Adam Foods es un grupo comprometido con la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), que se enmarcan en la Agenda 2030 de las Naciones Unidas y se dirigen hacia el respeto de los derechos humanos, el fomento de la igualdad de oportunidades, la protección del medio ambiente y la lucha contra la corrupción.

Por la naturaleza de nuestra actividad, la integración de los ODS en el modelo empresarial del Grupo nos permite ayudar a impulsar la transformación sostenible de la economía.

Estos son los compromisos sectoriales y las principales acciones de Adam Foods en favor de los ODS y sus metas:

ODS	Compromisos del sector	Acciones de Adam Foods
<b>ODS 2: Hambre cero</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>Promocionar la gestión agraria eficiente de los recursos naturales.</li> <li>Promover prácticas de cultivo sostenible.</li> <li>Impulsar el derecho a la alimentación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Materias primas sostenibles.</li> </ul>
<b>ODS 3: Salud y bienestar</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>Promover la transparencia en la información nutricional del etiquetado.</li> <li>Extender medidas de promoción de una dieta saludable.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sistemas de seguridad y salud: promoción de la salud.</li> <li>Innovación y mejora de la composición nutricional de los productos.</li> <li>Calidad y seguridad de los alimentos.</li> <li>Proyecto de innovación y alimentación saludable de Cookiens.</li> </ul>
<b>ODS 4: Educación de calidad</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>Formar en sostenibilidad a los empleados y proveedores.</li> <li>Formar en derechos humanos a los empleados y proveedores.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sensibilización ambiental de la plantilla.</li> </ul>
<b>ODS 8: Trabajo decente y crecimiento económico</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>Promocionar condiciones laborales adecuadas y dignas para todas las personas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Plan de desarrollo y gestión del talento.</li> <li>Plan de igualdad.</li> </ul>



**ODS**

**ODS 10:  
Reducción  
de las  
desigualdades**



- Promocionar condiciones laborales adecuadas y dignas para todas las personas.

**ODS 12:  
Producción  
y consumo  
responsables**



- Fomentar el consumo responsable.
- Promover la gestión sostenible de los residuos, los vertidos y la contaminación.
- Reducir el impacto ambiental de los envases.
- Impulsar medidas para reducir la pérdida y el desperdicio alimentarios
- Potenciar el uso de materiales biodegradables, reciclables y reutilizables.
- Extender prácticas de ecoetiquetado.
- Gestionar de forma sostenible la cadena de suministro.

**ODS 15:  
Vida de  
ecosistemas  
terrestres**



- Impulsar la protección de los ecosistemas y la biodiversidad terrestre

**ODS 16:  
Paz, justicia e  
instituciones  
sólidas**



- Adoptar medidas de lucha contra la corrupción.
- Evaluar a los proveedores en derechos humanos.
- Identificar y mitigar los riesgos en derechos humanos.

**Acciones de Adam Foods**

- Plan de desarrollo y gestión del talento.
- Plan de igualdad.

- Minimización de pérdida y desperdicio alimentario.
- 0 residuos a vertedero.
- Packaging sostenible 100 % reciclado.
- Materias primas sostenibles.
- Envase 100 % reciclable de la marca Granja San Francisco.

- Programa de repoblación de abejas de la marca Granja San Francisco.

- Integridad empresarial.

# Buen gobierno corporativo



# Gobierno corporativo

Ventres Uno, S.L. es la sociedad dominante del grupo Adam Foods, encabezado por Adam Foods S.L.U. y formado por las siguientes sociedades dependientes:

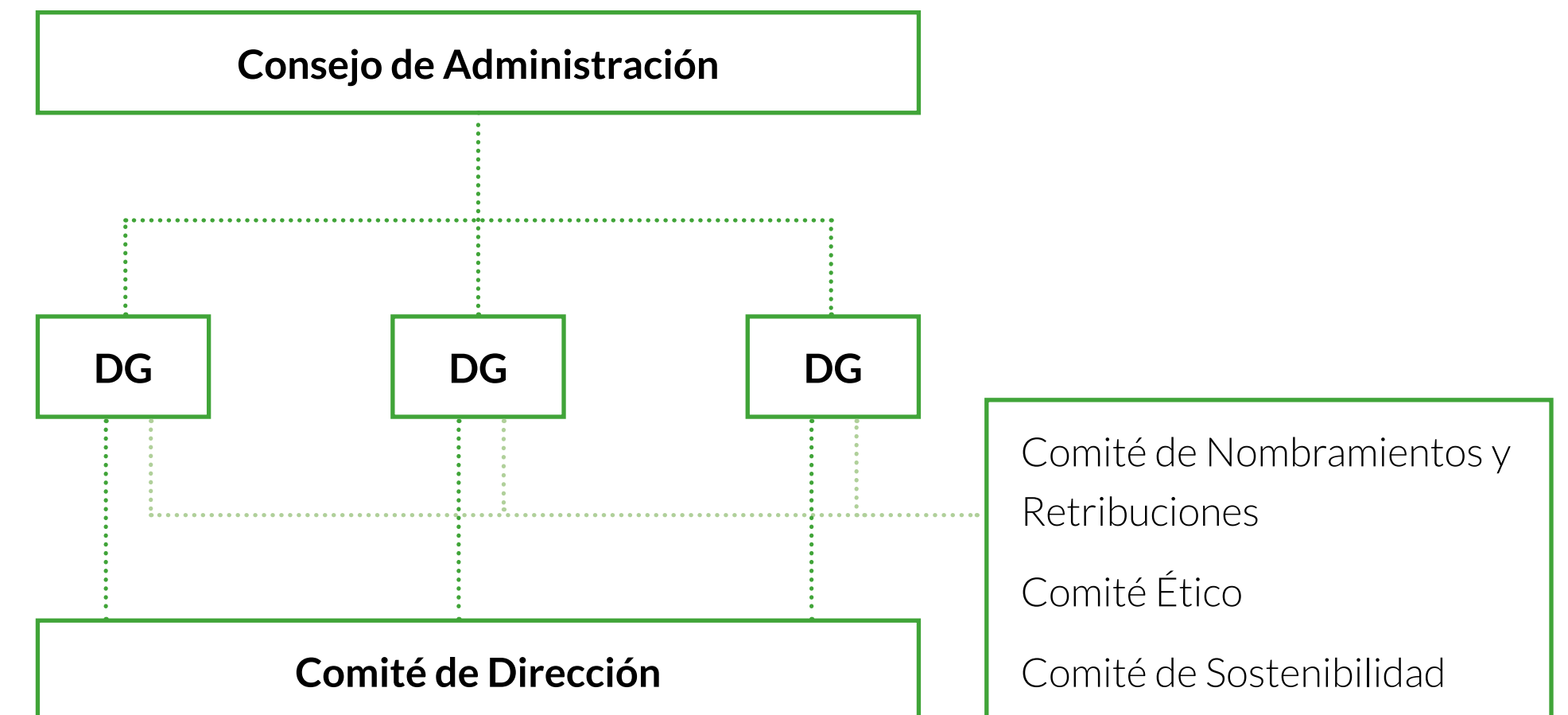
- Aneto Natural, S.L.U.
- Seurodis, S.L.U.
- Nutpor - Productos Alimentares Unipessoal, Lda.
- La Piara International, S.L.U.
- Cuétara 1951, S.L.U.
- Granja San Francisco, S.L.U.
- La Piara, S.A.U.
- Marcapiara SGPS, Lda.
- Piamark, Lda.
- Nutpor Breads Unipessoal, Lda.
- Trigorico, S.L.U.
- Biovisible, S.L.U.

“**Integramos las mejores prácticas de buen gobierno corporativo**”



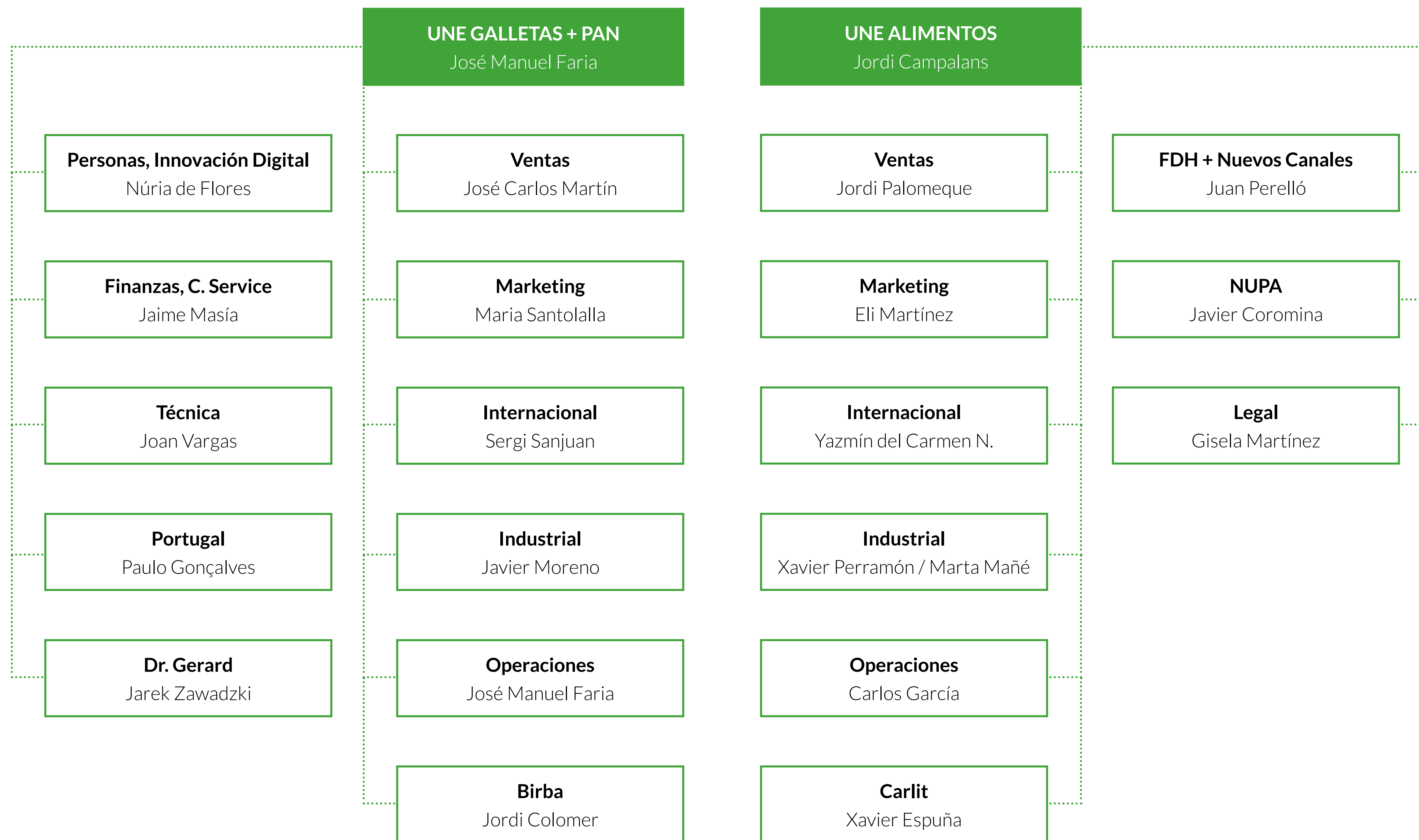
## Órganos de gobierno corporativo

La estructura de gobierno corporativo integra las funciones de dirección, gestión y supervisión de la actividad.



El Consejo de Administración es el más alto órgano de gobierno y supervisión del Grupo, que delega la gestión del día a día en el equipo de dirección. Al controlar la gestión y el desempeño, ejerce una responsabilidad estratégica de vigilancia sobre las políticas de la compañía.

Por su parte, el Comité de Dirección es el encargado de dirigir la gestión cotidiana del Grupo, por delegación del Consejo de Administración. Está formado por las siguientes áreas: Técnica; Personas, Innovación y Digital; Finanzas; Legal, y Nuevos Canales, y por la representación del negocio, encabezada por las direcciones generales de UNE Galletas y Pan y UNE Alimentos. La UNE de Caldos tiene su propia estructura.



# Cultura ética

## Política de anticorrupción, Código ético, Buzón ético, compromisos con los DD. HH. y cumplimiento normativo

Trabajamos de forma íntegra y honesta respetando los derechos humanos, así como los derechos de los consumidores y de nuestros empleados. Promovemos una cultura ética que implica la estricta observancia de la legalidad y de los principios que rigen nuestra forma de actuar en relación con los consumidores y los clientes, los trabajadores y los colaboradores a lo largo de nuestra cadena de valor. A través de un marco de procedimientos definido, garantizamos el cumplimiento de nuestras obligaciones internas y externas relacionadas con nuestra actividad, la anticorrupción, la protección de datos de carácter personal y la ciberseguridad y prevenimos el blanqueo de capitales.

## Código ético y Canal ético

Adam Foods dispone del Código ético, que tiene como objetivo definir y concretar los valores, las pautas y las conductas que deben guiar nuestras actuaciones, basadas en la integridad y el equilibrio entre el crecimiento del negocio y la satisfacción de las demandas de nuestros grupos de interés.

Actualizada en 2023, esta norma interna está alineada con los principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y los derechos reconocidos por la Organización Internacional del Trabajo (OIT), así como con la legislación local. El Código ético del Grupo es de obligado cumplimiento

para todas las personas que trabajan en él, independientemente de su nivel o posición. Asimismo, la alta dirección está comprometida con la adecuada gestión de cualquier conducta contraria a su contenido, comprometiéndose a investigar y, en su caso, a tomar las medidas de prevención y mitigación oportunas para solucionar cualquier vulneración identificada o denunciada. El último ajuste realizado en el ejercicio de referencia concierne a los procedimientos de información y gestión.

En el pasado ejercicio se implementó el Canal ético Adam Foods, a través del que cualquier persona interna o externa puede comunicar una denuncia relativa a una práctica contraria al Código ético, un riesgo medioambiental, un riesgo para la seguridad o la salud, una mala práctica en los negocios, un acto contrario al respeto y la igualdad de oportunidades, un caso de acoso u otras situaciones no deseadas desde un punto de vista ético.



Ética y honestidad definen nuestra forma de hacer como empresa”

Esta herramienta asegura la confidencialidad en el momento de la denuncia, tal y como se describe en el Manual de denuncia y guía práctica, disponible en nuestra página web. Además, el Procedimiento de gestión de informaciones nombra otros principios y garantías como son la comunicación, la accesibilidad, la gestión del conflicto de intereses, la justicia, la inexistencia de represalias, el seguimiento de un proceso homogéneo y aséptico, la diligencia, la celeridad, la reserva, la proporcionalidad, la legalidad, el derecho de acceso a la información, la supervisión interna, la colaboración con la autoridad judicial o la información a los representantes de los trabajadores.

La responsabilidad sobre estos asuntos tan sensibles recae en el Comité Ético, formado por la Dirección General de Alimentos, la Dirección de Personas, la Dirección Técnica y el área de Asesoría Jurídica. Su función es asegurar el cumplimiento del Código ético y gestionar las incidencias y cualquier tipo de inobservancia que pudiera surgir.

	Cuétara	Artiach	C.1951	GSF	La Piara	Trigorico	Nutpor	G. Camprodón	Total
<b>Año de las denuncia</b>									
<b>2022</b>	1	1	1			1			<b>4</b>
<b>2023</b>	8	6	1		1	1	1	2	<b>20</b>
<b>Estado</b>									
<b>Desestimadas</b>	4	2	1		0	1	1	0	<b>9</b>
<b>Finalizadas</b>	4	5	1		0	1	0	2	<b>13</b>
<b>Abiertas</b>	1	0	0		1	0	0	0	<b>2</b>
<b>Origen</b>									
<b>Empleado</b>	5	4	1		1			2	<b>13</b>
<b>Cliente</b>	4	3	1			2	1		<b>11</b>
<b>Tipo de denuncia</b>									
<b>Acoso</b>	1	3	1		1				<b>6</b>
<b>Riesgo de seguridad y salud</b>	2	1					1	1	<b>5</b>
<b>Practica contraria al código de conducta</b>	2	1						1	<b>4</b>
<b>Otros</b>	1	1				2			<b>4</b>
<b>Malas prácticas en los negocios</b>	1	1							<b>2</b>
<b>Respeto e igualdad de oportunidades</b>	1		1						<b>2</b>
<b>Riesgos medioambientales</b>	1								<b>1</b>



**En Adam Foods estamos comprometidos con la transparencia, por lo que agradecemos cualquier comunicación a través del Canal ético que nos permita corregir y mejorar”**

## Medidas anticorrupción, antisoborno y protección de los DD. HH.

El Código de buenas prácticas y ética empresarial de Adam Foods (ver 3.3 Gestión responsable de la cadena de suministro) recoge el proceso de compra y contratación de bienes y servicios dentro del Grupo. En este documento se dan también pautas en relación con los sobornos, las comisiones y regalos, el uso indebido de información privilegiada, el blanqueo de capitales y el uso y la protección de los activos de la compañía, así como de la información.

En caso de vulneración de Adam Foods de los principios y procedimientos establecidos de acuerdo con la ética de la empresa, el área de Recursos Humanos recibiría una notificación inmediata que sería analizada antes de decidir si se toman acciones disciplinarias.

En 2023, entre otras medidas, se desarrollaron actividades de formación y concienciación sobre estos aspectos, que también están incluidos en el programa de acogida de las nuevas incorporaciones.

En el ejercicio objeto de la presente memoria no se han registrado y, por tanto, no se han investigado, casos con impactos penales, económicos o reputacionales dentro del Grupo. Por otro lado, en el perímetro del Grupo no se han recibido denuncias sobre ninguna vulneración de los derechos humanos.



# Gestión responsable de la cadena de suministro

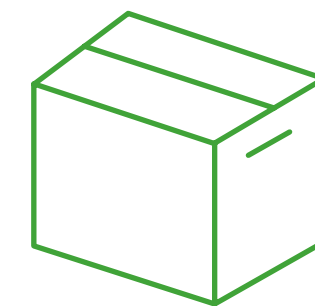
## Políticas de compras responsables y relación con las empresas proveedoras

Trabajamos por contar con una cadena de valor responsable, junto con fabricantes, contratistas y subcontratistas, distribuidores y transportistas que nos proporcionan materias primas, envases y embalajes, servicios y productos comercializados.

“**Desarrollamos relaciones estables y a largo plazo con nuestros proveedores, basadas en el beneficio mutuo y en la mejora continua para lograr productos saludables y sostenibles**”

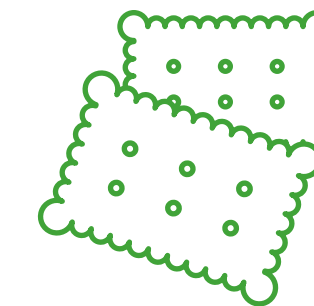


### Cadena de valor de Adam Foods



#### Aprovisionamiento

En la fase de aprovisionamiento, contamos con proveedores que nos suministran las materias primas de mejor calidad para lograr productos que son reconocidos por su sabor inconfundible. Establecemos alianzas sólidas, fomentamos los ingredientes de proximidad en la medida de lo posible y estamos iniciando la promoción de prácticas sostenibles en esta primera etapa de la cadena.



#### Producción

La mayoría de nuestros productos están fabricados por nosotros, pero en algunos casos los adquirimos ya elaborados; en ese caso, los estándares de calidad aplicados son homólogos a los que utilizamos en nuestras propias plantas, incluyendo las prácticas sostenibles.



#### Logística

La logística o distribución hace posible que nuestros productos lleguen a los mercados.

# Compromiso con nuestros proveedores

Nuestros proveedores trabajan siguiendo nuestros requisitos de calidad, responsabilidad social corporativa y sostenibilidad definidos por Adam Foods. Contamos con un sistema de gestión de compras cuyos objetivos son los siguientes:

- Fomentar el desarrollo y el crecimiento sostenible de ambas partes (*win-win*).
- Alcanzar una adecuada relación calidad-precio en las transacciones comerciales.
- Ofrecer a nuestros clientes y consumidores productos y servicios de calidad, saludables, nutritivos e innovadores.
- Establecer una colaboración basada en la innovación con el fin de mejorar nuestros productos, servicios y procesos internos.
- Garantizar el cumplimiento de los compromisos adquiridos mutuamente y la legislación vigente.

Además, contamos con un sistema de homologación que otorga preferencia a las relaciones comerciales con proveedores certificados (BRC, IFS o FSSC 22000). Además, cualquier proveedor debe rellenar un cuestionario con preguntas sobre temas medioambientales y sociales, cuyas respuestas son evaluadas por el departamento de Compras de Adam Foods. En concreto, las preguntas tratan los siguientes temas:

- Certificaciones de responsabilidad social corporativa y sostenibilidad
- Políticas internas de responsabilidad social corporativa y sostenibilidad (ambientales, sociales y de gobernanza)
- Memorias de sostenibilidad
- Cumplimiento de la legislación vigente en materia social, medioambiental y de producción
- Respeto a los derechos laborales
- Seguridad y salud, prevención de riesgos laborales
- Retribución justa
- Medidas de reducción del impacto ambiental
- Materias primas de origen sostenible certificado
- Materiales de envasado reciclados y reciclables
- Medidas anticorrupción
- Medidas sobre conflictos de intereses
- Exigencia de todo lo anterior a su red de proveedores
- Seguridad alimentaria certificada
- Protección del producto sobre cuerpos extraños
- Control de plagas y control biológico
- Seguridad de otros materiales como envases
- Plan de auditorías
- Sistema de gestión medioambiental
- Gestión energética
- Disminución de los gases de efecto invernadero

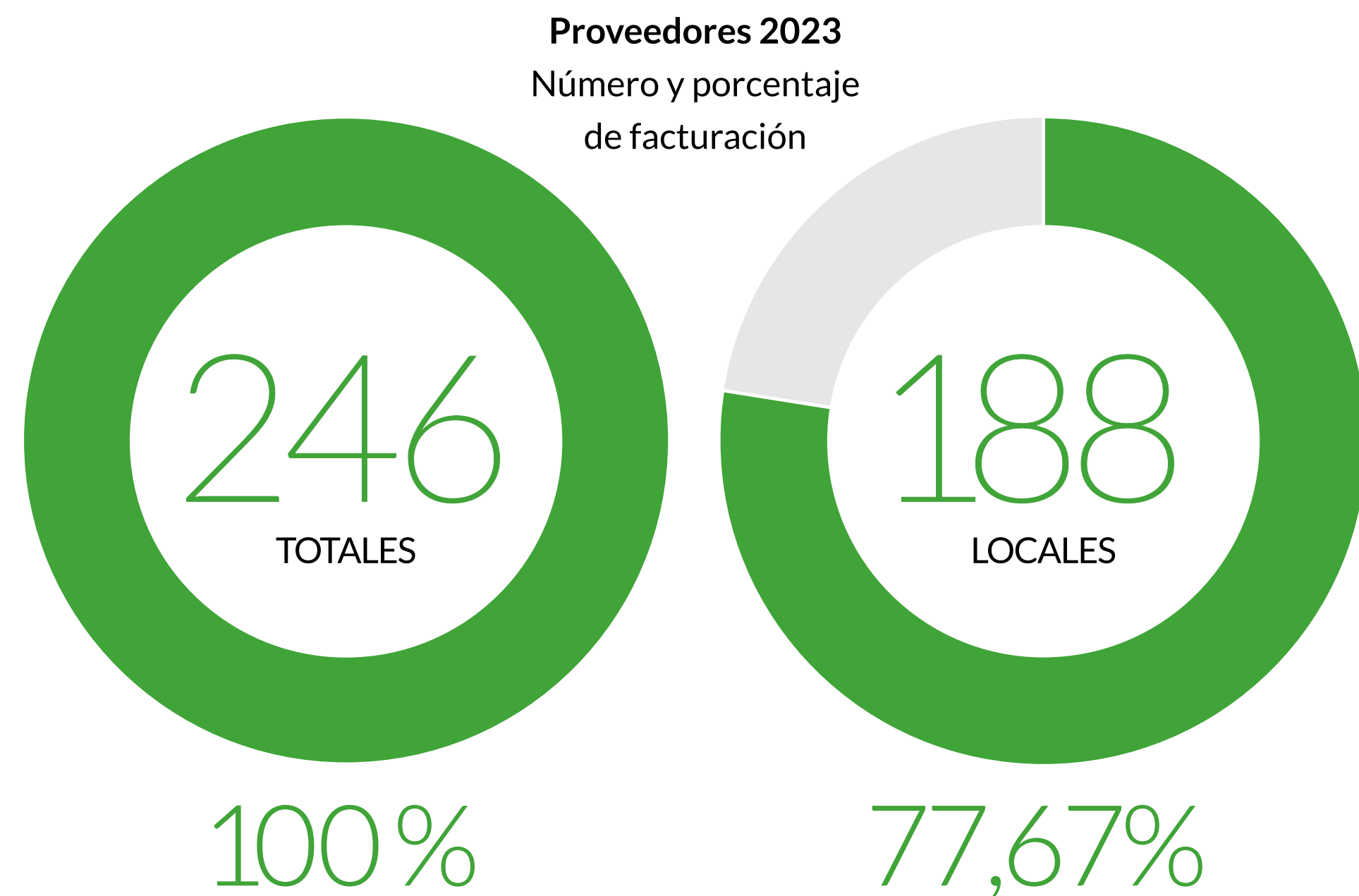
Adam Foods dispone del Código de buenas prácticas y ética empresarial, que estandariza los procesos de compra de bienes y servicios dentro del Grupo. Su ámbito de aplicación abarca a la totalidad de empresas y colaboradores que prestan servicios directos en ellas. Consta de dos partes diferenciadas: generalidades, y modelo de gestión de los procesos y decisiones de compra, esta última específica para el departamento de Compras.



Por otra parte, nuestros proveedores se someten a auditorías periódicas para verificar que cumplen las normas de seguridad alimentaria, calidad, seguridad y salud laboral y medio ambiente. Estos controles quedan registrados en una plataforma de Calidalia, un centro de servicios compartidos donde se recoge información para compararla y homologarla.

Para el grupo Adam Foods es importante que los proveedores dispongan de distintas certificaciones que avalen que sus productos y procesos son respetuosos con el medio ambiente, con las personas y con las leyes establecidas.

La responsabilidad sobre estos procesos recae en las áreas de Compras, Calidad, Marketing e I+D+i y también en los centros productivos y de *packaging*.



En 2023:

54%

DE NUESTROS PROVEEDORES CUENTAN CON LA CERTIFICACIÓN GFSI (INICIATIVA GLOBAL DE SEGURIDAD ALIMENTARIA)

94%

DE LOS PROVEEDORES CÁRNICOS DISPONEN DE LA CERTIFICACIÓN DE BIENESTAR ANIMAL

100%

DE LOS PROVEEDORES DE REFERENCIAS ECO PRODUCEN BAJO LA CERTIFICACIÓN DE PRODUCCIÓN ECOLÓGICA.

100%

DE LOS PROVEEDORES DE ATÚN POSEEN UNA CERTIFICACIÓN DE PESCA RESPONSABLE

100%

DE LOS PROVEEDORES QUE NOS SUMINISTRAN ACEITE DE PALMA DISPONEN DE LA CERTIFICACIÓN RSPO (MESA REDONDA SOBRE ACEITE DE PALMA SOSTENIBLE)

Todas las certificaciones de nuestros proveedores se han analizado a través de una plataforma de homologación.

Por nuestra parte, Aneto Natural mantiene la certificación de bienestar animal Welfair™ en su caldo de pollo, con la que avalamos ante los consumidores que los animales se han criado cuidando de su bienestar. Además, Aneto dispone de la certificación Non GMO para el caldo de verduras y el de pescado, que avala que los productos han sido elaborados sin modificar genéticamente los ingredientes.



# Desempeño financiero y compromiso fiscal

## Gestión económica responsable y desarrollo económico local. Inversiones y colaboraciones estratégicas



La sostenibilidad financiera es esencial para garantizar la estabilidad de las finanzas, del empleo y de la producción de Adam Foods, es decir, para su propia supervivencia como empresa. Por ello, trabajamos para lograr resultados financieros positivos a largo plazo, equilibrados entre el beneficio económico y el propósito de la compañía, que también tiene en cuenta el bienestar de nuestros grupos de interés.

En 2023 nuestros beneficios alcanzan una cifra positiva con España como gran motor, dando un vuelco a los resultados del ejercicio anterior.

### Beneficios por país a cierre del ejercicio

2023

9.241.146 €

TOTALES

2022

-4.148.144 €

TOTALES

7.297.576 €

ESPAÑA

1.943.570 €

PORTUGAL\*

-9.479.919 €

ESPAÑA

4.331.775 €

PORTUGAL

\* El resultado de Nutpor (CCAA) es 2.834.080,77 y el de N. Breads 890.510,44 para un total de 1.943.570,33.

Adam Foods cuenta con una estrategia fiscal corporativa para asegurar el cumplimiento de sus obligaciones fiscales y desarrollar una relación positiva con las administraciones tributarias que correspondan. Se promueve también la comunicación transparente y responsable a los grupos de interés mediante la publicación de la presente memoria.

La responsabilidad sobre temas fiscales recae sobre la Dirección de Finanzas, quien, a través del Comité de Dirección, informa al Consejo de Administración sobre la gestión fiscal del ejercicio en curso y el grado de cumplimiento de la estrategia.

Estamos comprometidos con nuestras responsabilidades fiscales y con la obligación del pago de impuestos.

### Impuestos sobre beneficios pagados al cierre del ejercicio

2023

1.246.963 €

2022

367.578 €

### Subvenciones públicas recibidas al cierre del ejercicio

2023

56.565 €

2022

184.050 €

# 04

## Comprometidos con el planeta



# Compromiso climático

## Gestión, inversiones ambientales, subvenciones percibidas, mitigación de riesgos e impactos, certificaciones, formaciones en medio ambiente a trabajadores y fomento de la cultura sostenible

Nuestro propósito es contribuir a la alimentación sostenible. Por eso, nuestros productos y nuestros procesos de producción responden a un compromiso con los consumidores y la sociedad en relación con la calidad, la seguridad, la ética y el respeto al medio ambiente.

Contamos con la Política de seguridad y medio ambiente, en la que se establecen unos principios de actuación que tienen como objetivo principal lograr un desempeño excelente en todo el ciclo de vida de nuestras operaciones. Esta política recoge los principios de nuestro Sistema de gestión ambiental, que determina unos requisitos basados en el cumplimiento de la legislación ambiental aplicable y de las normativas que se han suscrito voluntariamente, además de definir unos objetivos ambientales que permiten entrar en un proceso de mejora continua del comportamiento ambiental.

En 2023 no se identificaron riesgos significativos en cuestiones medioambientales derivadas del ejercicio de nuestra actividad; sin embargo, seguimos trabajando para conseguir que nuestras instalaciones, nuestro negocio y nuestros productos se gestionen de manera sostenible.

El Grupo realiza evaluaciones de aspectos ambientales con carácter bianual, con el objetivo de identificar los aspectos más relevantes para la actividad de la compañía, lo que nos permite poder elaborar planes de mejora.

## Certificaciones

Todas nuestras plantas de galletas cuentan con un sistema de gestión ambiental basado en la norma ISO 14001, con el que garantizamos una gestión óptima de nuestras actividades en relación con el medio ambiente.

Nuestra planta de Orozco, donde se elaboran los productos de la marca Artiach, y Cuétara disponen además de la ISO 45001 de gestión de la seguridad y salud en el trabajo.

El listado completo de certificaciones dentro del grupo Adam Foods es el siguiente:

- Certificado ISO 14001:2015 sobre sistemas de gestión ambiental de Galletas Artiach y Cuétara 1951
- Certificado ISO 9001:2015 de Aneto Natural
- Certificado BRC Global Standard for Food Safety de Cuétara en Villarejo de Salvanes y Nutpor - Productos Alimentares en Pombal
- Certificación RSPO Supply Chain Certification Standard (Mass Balance) de Cuétara en Villarejo de Salvanes
- Certificación BRC Global Standard for Food Safety de Nutpor en Pombal
- Certificación RSPO Supply Chain Certification Standard (Mass Balance) de Bureau Veritas
- Certificación IFS Food de Nutpor en Gulpihares, LP Foodies en Manlleu y Bureau Veritas Certification Higher Level
- Certificación IFA de Cuétara 1951 y La Piara en Manlleu
- Certificación ISO 22000:2005 de Granja San Francisco en Riudarenes y Cuétara 1951
- Certificado de conformidad, frescura, origen y autenticidad de la miel Granja San Francisco en Riudarenes
- Certificación FSSC 22000 (Food Safety System Certification) de Artiach en Orozco y Granja San Francisco en Riudarenes
- Certificación RSPO Supply Chain Certification Standard (Mass Balance) de Artiach en Orozco
- ISO 45001:2018 de Galletas Artiach y Cuétara
- Certificado de conformidad, frescura, origen y autenticidad de la miel Bureau Veritas





En cuanto a riesgos ambientales se refiere, estamos trabajando en un análisis interno que vendrá de la mano de la actualización de la doble materialidad, conforme a lo establecido en la Directiva sobre información corporativa en materia de sostenibilidad (CSRD) y los estándares del Grupo Asesor Europeo de Información Financiera (EFRAG), cuya finalización está prevista para inicios de 2025. Hasta entonces, contamos con el procedimiento definido en el *Manual del sistema de gestión ambiental y salud*, que ha identificado los siguientes aspectos vinculados a riesgos y oportunidades:

- Consumo de recursos naturales: agua, energía y combustibles
- Consumo de materias primas y auxiliares
- Emisiones atmosféricas
- Vertidos de aguas residuales
- Emisiones de ruido
- Generación de residuos y subproductos
- Contaminación de suelos
- Huella de carbono

Asimismo, hemos establecido un procedimiento de comunicación interna con la intención de que cualquier persona del Grupo pueda comunicar cualquier riesgo medioambiental que haya detectado en su centro de trabajo.

Por último, todas las plantas de producción están amparadas en la póliza de responsabilidad civil del Grupo, lo que implica un análisis previo de riesgos ambientales relacionados con la prevención y la garantía de la reparación de daños medioambientales asociados a nuestra actividad.

“  
**Nuestro objetivo es construir marcas relevantes y líderes en términos de calidad, seguridad, ética y respeto al medioambiente”**



# Cambio climático

## Cálculo de la huella de carbono y acciones para reducirla

La mejor manera de conocer nuestro impacto ambiental y poder aplicar acciones que nos permitan reducirlo para trabajar por el cambio climático es a través de la mejora operacional de nuestro desempeño ambiental y de la reducción de nuestra huella de carbono.

Desde 2022 calculamos nuestra huella de carbono según el estándar del GHG Protocol, el Protocolo global para inventarios de emisión de gases de efecto invernadero (GEI), que facilita una herramienta para preparar inventarios de los GEI y ayudar en la transparencia de su cálculo.

Por la naturaleza de nuestra actividad, nuestro mayor impacto proviene de los consumos de gas natural y de la energía eléctrica de origen 100 % renovable, con certificado de garantía de origen (GDO). Así, la sustitución y la optimización de la logística de equipos que contienen gases refrigerantes se han convertido en una gran oportunidad de mejora. Dentro de la producción, la principal fuente de emisiones proviene de la cocción de nuestros productos en hornos y, con menor relevancia, de servicios auxiliares. Se dispone también de información de nuestro principal distribuidor logístico, adherido al proyecto Lean Green de AECOC, así como del gestor de subproducto que representa la mayoría de nuestros movimientos logísticos.

Las emisiones dentro de la cadena de valor están controladas según la legislación vigente, sin incidencias en el periodo del presente informe.

Del año 2023 destacamos el desarrollo de una serie de proyectos que parten de años anteriores, pero que se han consolidado en este ejercicio:

- Cálculo automático de la huella de carbono y de indicadores ambientales, que nos permite conocer cuáles son nuestros impactos y elaborar planes de mejora y reducción.
- Plan de acción «Carreras 0,0», que ha permitido reducir la huella de carbono de las actividades logísticas de nuestro principal proveedor, uniéndose al proyecto Lean Green de AECOC.
- Instalación de placas fotovoltaicas en las fábricas de Cuétara y de Aneto para reducir el impacto ambiental derivado de la energía que consumimos en el Grupo. De esta manera podremos producir nuestra propia energía renovable, reduciendo así nuestro impacto ambiental.



# Cálculo de emisiones

**Emisiones de alcance 1.** Estas emisiones son las generadas de manera directa por la actividad del Grupo, derivadas de los gases refrigerantes que contienen algunos equipos y de la flota comercial.

**Emisiones de alcance 2.** Se corresponden con las emisiones generadas de manera indirecta por la actividad de nuestro Grupo, generalmente derivadas del consumo de energía eléctrica.

Aunque el Grupo no tiene definidos objetivos concretos de reducción de las emisiones de GEI, durante los últimos años nos hemos esforzado para mejorar la eficiencia energética de nuestras plantas y reducir el consumo de energía. Estas son las principales medidas adoptadas:

- Hemos colocado placas en el centro de trabajo de Cuétara, ya que es la planta más grande y cuenta con un sistema de monitorización en continuo de los consumos energéticos.
- Todos los centros productivos ubicados en España y Portugal, a excepción de Aneto, cuentan con certificado de garantía de origen (GDO) de energía renovable y obtienen toda su electricidad de fuentes 100 % limpias.

## Emisiones de GEI\* (t CO<sub>2</sub>-eq)

2021 **30.235,46**  
 TOTAL  
 :  
 : 28.310,13 1.925,33  
 : ALCANCE 1 ALCANCE 2

2022 **18.646,50**  
 TOTAL  
 :  
 : 18.646,50 0  
 : ALCANCE 1 ALCANCE 2

2023 **19.013,51**  
 TOTAL  
 :  
 : 19.013,51 0  
 : ALCANCE 1 ALCANCE 2

\*No se incluye Aneto en la información.

## Consumo directo de energía\* (kWh)

	2021	2022	2023
Gas natural	103.207.769	101.236.733	99.921.152
Electricidad	40.178.920	38.484.136	39.131.334
Gasoil B	2.024.024	43.894	718.781
Gas propano	61.238	56.782	96.812
Fueloil	1.674.249	1.706.241	1.734.374
<b>Total</b>	<b>145.545.048</b>	<b>141.527.786</b>	<b>141.602.453</b>

## Ruido y contaminación lumínica

Debido a que la mayoría de nuestros centros productivos están ubicados dentro de polígonos industriales alejados de los núcleos urbanos, no se considera que el grupo Adam Foods tenga un impacto significativo relativo a la contaminación acústica o lumínica.

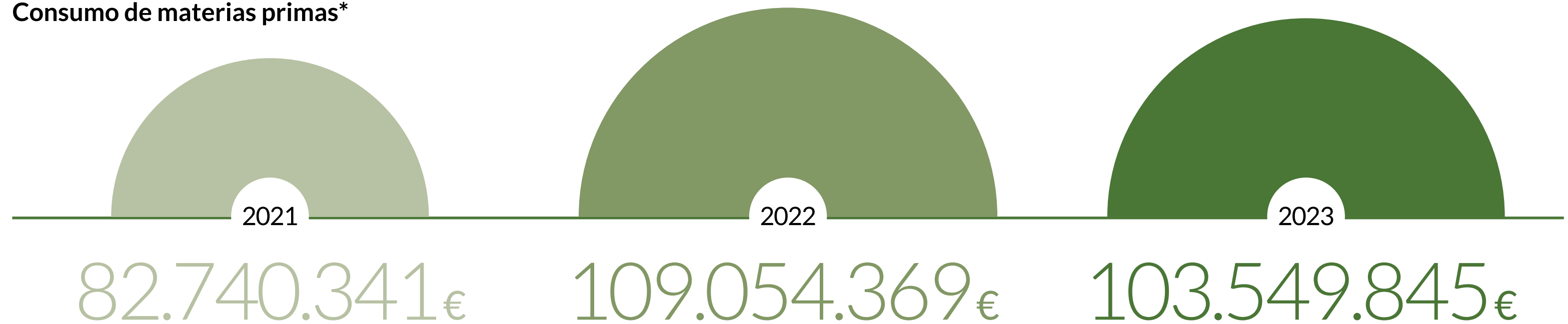
# Gestión de recursos naturales y circularidad

## Agua, gestión de residuos y packaging

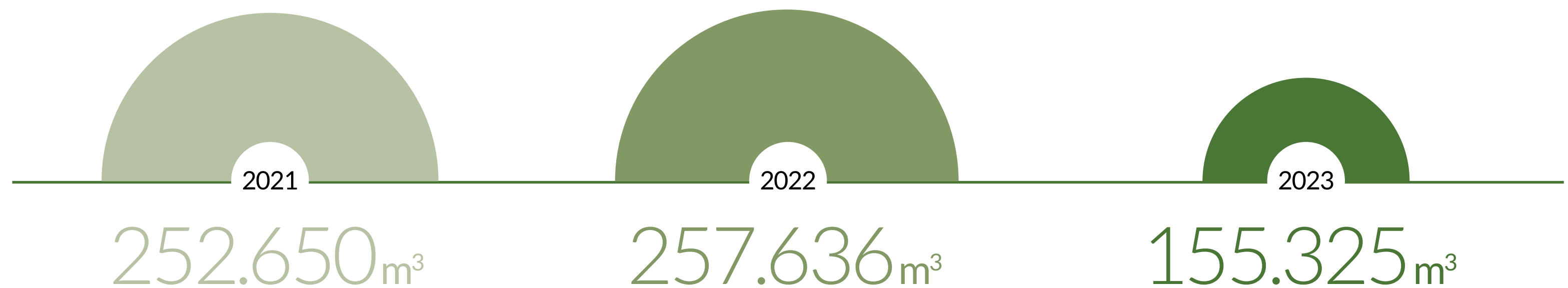
Las principales materias primas consumidas por el grupo Adam Foods son harina, aceites, azúcar, miel de flores y chocolates. En la actualidad, la fase de aprovisionamiento está sometida a una gran volatilidad debido a factores geopolíticos, como la guerra de Ucrania, y a las consecuencias del cambio climático, que afectan las cosechas y dificultan nuestra planificación de las compras.

En cuanto al agua consumida en los procesos de producción, en su gran mayoría (el 85 %) procede de la red local y, en menor proporción, de agua de pozo. Cabe destacar que, en 2023, la sequía vivida en algunas zonas geográficas como Cataluña nos está llevando a revisar los procesos de producción y, sobre todo, de limpieza por razones de seguridad alimentaria de las plantas, con vistas a elaborar un plan de contingencia basado en medidas técnicas y organizativas en relación con la gestión del agua.

### Consumo de materias primas\*



### Consumo de agua\*



\*No se incluye Aneto en la información.

# Economía circular, prevención y gestión de residuos

La economía circular forma parte de la gestión ambiental del grupo Adam Foods, entendiendo como tal un sistema de aprovechamiento de recursos —donde se potencia la reducción, la reutilización, la valorización y el reciclaje— orientado al objetivo “Vertedero 0”. Por ello, disponemos de la Política de segregación, que aplica a nuestras prácticas industriales para reducir al máximo los residuos destinados a vertedero en nuestras plantas.

En cuanto a nuestros embalajes, nos enfocamos en la reciclabilidad como principio para poder darles más de una vida y, mediante logos específicos, informamos sobre su reciclabilidad y su composición por materiales reciclados, si corresponde.

Desde el año 2016, aplicamos un plan de aprovechamiento de subproductos a través de medidas dirigidas a reutilizar los productos derivados de nuestros procesos de producción. En el caso del subproducto de materia prima que se genera, se destina principalmente a valorización energética (generación de biogás).

Disponemos también de herramientas para asesorarnos basadas en el ecodiseño, como la desarrollada por Basque Ecodesign Center, y actualmente trabajamos para desarrollar estrategias cada vez más específicas para la reducción del cartón y el plástico de nuestros embalajes.

## En 2023:

- Hemos logrado reducir el plástico virgen utilizado en films retráctiles. Todos los films retráctiles que usamos en nuestro packaging secundario son 50 % reciclados y 100 % reciclables.



**La verdadera sostenibilidad no es lineal, sino circular, donde los recursos se recuperan con la mayor calidad posible, se reutilizan y se mantienen en uso durante el mayor tiempo posible”**

- Hemos reducido el peso de las cajas de embalaje de TostaRica, con el consiguiente ahorro de material.
- Nuestros envases de miel Granja San Francisco están fabricados, ya desde el año pasado, con plástico 100 % reciclado que, a su vez, es 100 % reciclable.
- El 100 % del cartón y el cartoncillo utilizados en los envases son reciclables y se elaboran con componentes reciclados. Desde 2019, el 100 % del cartón corrugado de nuestras cajas es reciclado y reciclable y tiene la certificación FSC.
- Los envases de Aneto están fabricados con materiales renovables de origen vegetal —incluyendo también los tapones—, todos ellos procedentes de fuentes responsables con certificado FSC de gestión forestal.
- De igual manera, el cartoncillo utilizado para la marca La Piara tiene certificación FSC. Su composición contiene como mínimo un 80 % de material reciclado que, a su vez, es 100 % reciclable.
- La sustitución progresiva de plásticos por cartón, un envase monomaterial, facilita el reciclaje.

Destacamos también nuestro continuo esfuerzo para seguir innovando y aplicando cambios para cumplir e incluso ir más allá de la legislación vigente, como en el caso del Real Decreto 1055/2022, de 27 de diciembre, de Envases y Residuos de Envases.

Por otro lado, la gestión de residuos es un proceso con un impacto ambiental elevado que se puede reducir aplicando criterios de economía circular. A través de la aplicación de nuestra Política de segregación en las prácticas industriales, nos aseguramos de que los residuos de nuestras plantas sean gestionados correctamente y evitamos que lleguen a los vertederos.

Otro aspecto en el que estamos trabajando tiene que ver con la información y concienciación de nuestros clientes para fomentar el reciclaje de nuestros envases. Un ejemplo sería TostaRica Oceanix, que quiere promover el reciclaje de una manera lúdica que ilusione a los niños, incorporando minijuegos y pasatiempos en inglés en todos los paquetes.

# Protección de la biodiversidad


Aunque nuestros centros de producción no tengan impacto directo en la biodiversidad, estamos concienciados sobre la necesidad de cuidar de las especies animales y vegetales de nuestro entorno. Por eso, contamos con un programa específico para proteger las abejas que incluye la instalación de colmenas hogar y la concienciación y educación de la población.

Durante los últimos años se ha producido una importante disminución de la población mundial de estos insectos polinizadores, con consecuencias negativas para nuestro planeta.

En Adam Foods estamos desarrollando diferentes acciones para contribuir a la repoblación de abejas y plantas. Fue en 2017 cuando pusimos en marcha la primera iniciativa, gracias a la instalación de colmenas hogar en las provincias de Gerona, Castellón, Valencia, Ciudad Real, Huelva y Asturias. En paralelo, fomentamos la educación y la concienciación de la población.

Colaboramos también con la Asociación Abejas Silvestres en el Proyecto Habeetat, plantando distintas especies vegetales en los márgenes de los campos de cultivo y diversificando y aumentando el número de polinizadores, al mismo tiempo que mejoramos la calidad de la producción agrícola. Asimismo, desarrollamos campañas de sensibilización dirigidas a los agricultores sobre la importancia del equilibrio de su actividad —muy vinculada al uso de pesticidas— con la conservación y la potenciación de los polinizadores. Este proyecto se ha puesto en marcha en las provincias de Lérida, Gerona, Barcelona, Tarragona, Ciudad Real y Huelva.

Por su parte, y por la naturaleza de su negocio, Granja San Francisco, en colaboración con La Granja de Bitxos, potencia las poblaciones de abejas silvestres y otros insectos polinizadores al habilitar hoteles de insectos en huertos urbanos polinizadores. Ello permite luchar a favor de la recuperación de insectos, especialmente en estos entornos en las provincias de Barcelona, Castellón, Valencia, Alicante y Cádiz.

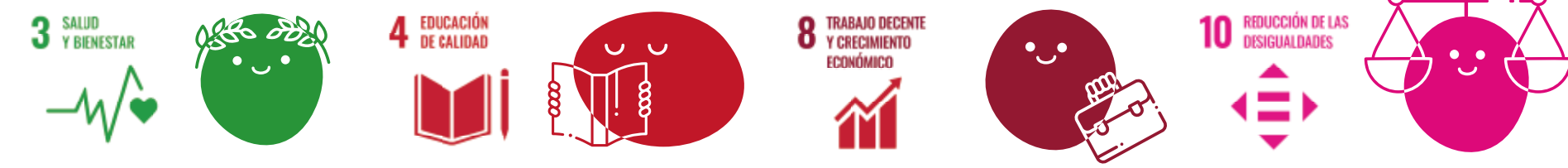


“  
Contribuimos a preservar la biodiversidad protegiendo las abejas a través de proyectos de repoblación”



# 05

## Compromiso con las personas



# Bienestar de las personas

Uno de los ejes de nuestra estrategia de sostenibilidad Gotitas es el equipo humano. Queremos hacer de Adam Foods un lugar donde toda la plantilla se sienta representada y pueda desarrollarse profesionalmente dentro de un equipo diverso e inclusivo, manteniendo un equilibrio entre su vida personal y laboral.



## Creación de ocupación de calidad

Adam Foods está comprometida con el empleo de calidad. Formamos parte de la vida cotidiana de las poblaciones donde se ubican nuestras fábricas, algunas de las cuales tienen menos de 3.000 habitantes, a través de la creación de empleo estable y bienestar económico.

### Número de empleados, según sexo y región (al cierre del ejercicio)\*

	2023	2022	2021	Variación 2022-2023
<b>España</b>				
Mujeres	705	775	812	-9,03 %
% mujeres	53,94 %	55,04 %	55,62 %	-2,00 %
Hombres	602	633	648	-4,90 %
% hombres	46,06 %	44,96 %	44,38 %	2,45 %
<b>Total</b>	<b>1.307</b>	<b>1.408</b>	<b>1.460</b>	<b>-7,17 %</b>
<b>Portugal</b>				
Mujeres	114	110	113	-4,35 %
% mujeres	123,66 %	118,28 %	126,97 %	-4,35 %
Hombres	92	93	89	0,00 %
% hombres	100,00 %	100,00 %	100,00 %	0,00 %
Otros (género según lo especificado por la propia persona empleada)	0	0	0	0,00 %
% otros	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %
<b>Total</b>	<b>93</b>	<b>93</b>	<b>89</b>	<b>0,00 %</b>
<b>Total España y Portugal</b>	<b>1.400</b>	<b>1.501</b>	<b>1.549</b>	<b>7,21 %</b>

\* Datos de Adam Foods sin Aneto ni G. Camprodón.

Los servicios corporativos emplean a un total de 1.400 personas entre España y Portugal. En Orozco, provincia de Vizcaya, se ubica la marca más antigua del Grupo, Artiach, nacida en 1907, que cuenta con una plantilla de más de 190 personas para la fabricación de galletas como Chiquilín, Dinosaurus o Filipinos. Más de 100 trabajan en Reinosa, provincia de Cantabria, donde desde 1951 se elaboran las galletas de Cuétara –como las tradicionales Campurrianas– y también alguna de nuestras principales innovaciones, como Chocoflakes. A esta pequeña fábrica se le añadió, tras una expansión del negocio, el complejo industrial de Villarejo de Salvanés, donde más de 400 personas elaboran los productos de marcas como TostaRica, Oceanix, Napolitanas, Marías y Tostadas, entre otras. Las 70 personas de La Piara, las más de 100 de Aneto y las 85 de Granja San Francisco terminan de configurar la plantilla de España.

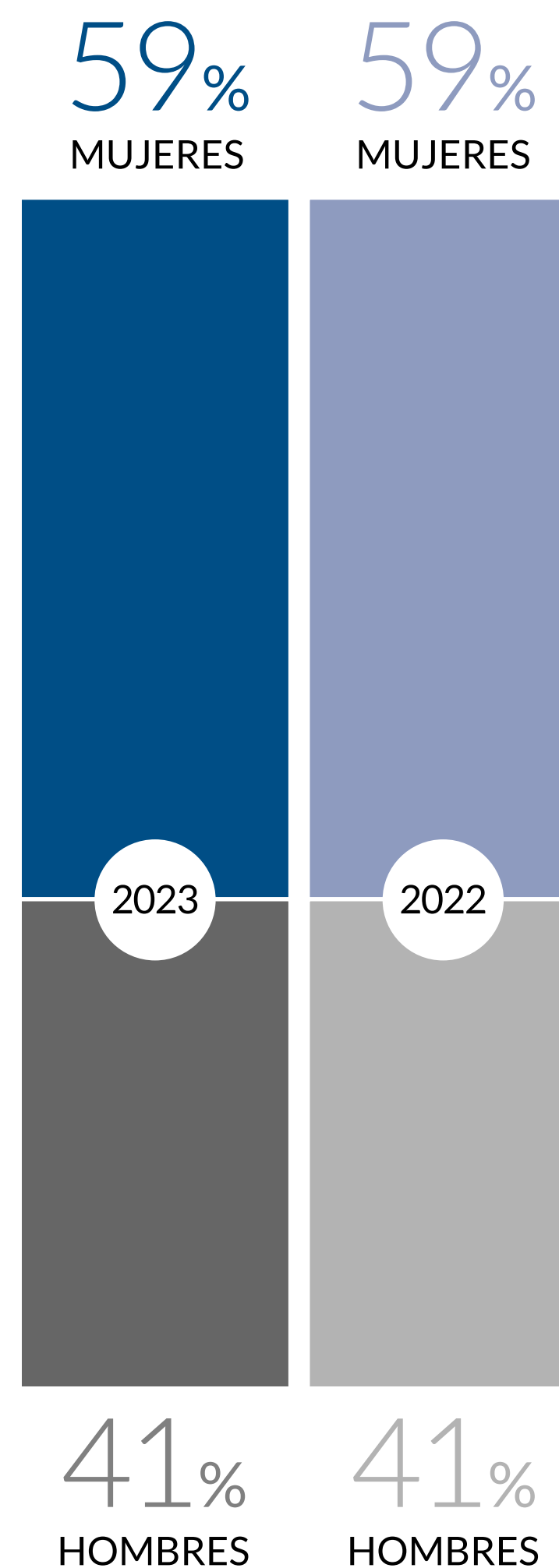
A lo largo del tiempo hemos ido creando empleo de forma creciente y sostenida, reduciendo la temporalidad en más de un 30 % en los últimos años, en una clara apuesta por el empleo de calidad.

En 2023:

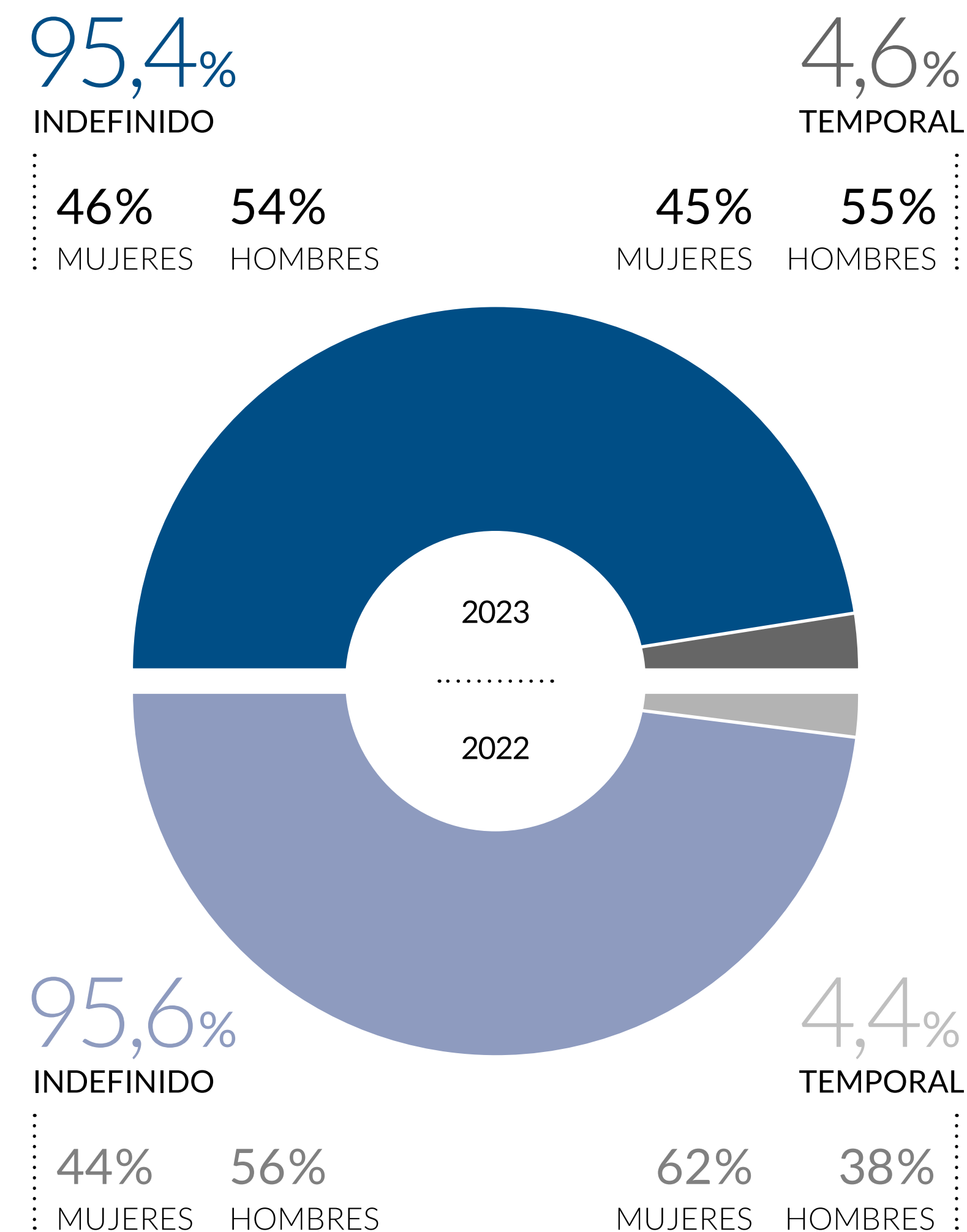
**95,4%**  
PLANTILLA CON CONTRATO INDEFINIDO

**98,6%**  
PLANTILLA A JORNADA COMPLETA

**Plantilla total por género**



**Plantilla total por género y tipo de contrato (indefinido y temporal)**



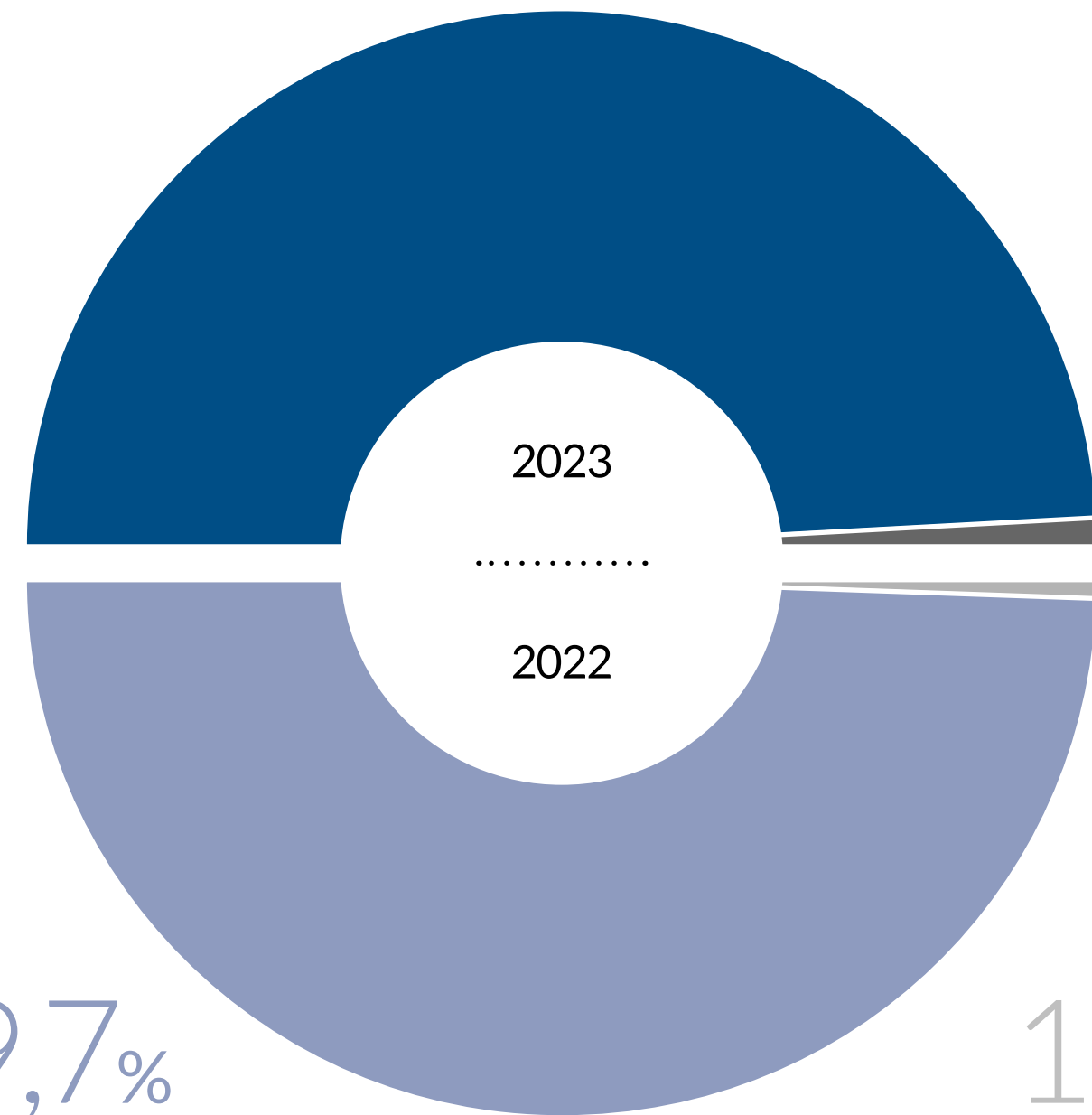
Plantilla por género y tipo de jornada  
(completa y parcial)

98,6%  
JORNADA COMPLETA

1,4%  
JORNADA PARCIAL

53% 47%  
MUJERES HOMBRES

89% 11%  
MUJERES HOMBRES



99,7%  
JORNADA COMPLETA

1,3%  
JORNADA PARCIAL

44% 56%  
MUJERES HOMBRES

72% 28%  
MUJERES HOMBRES

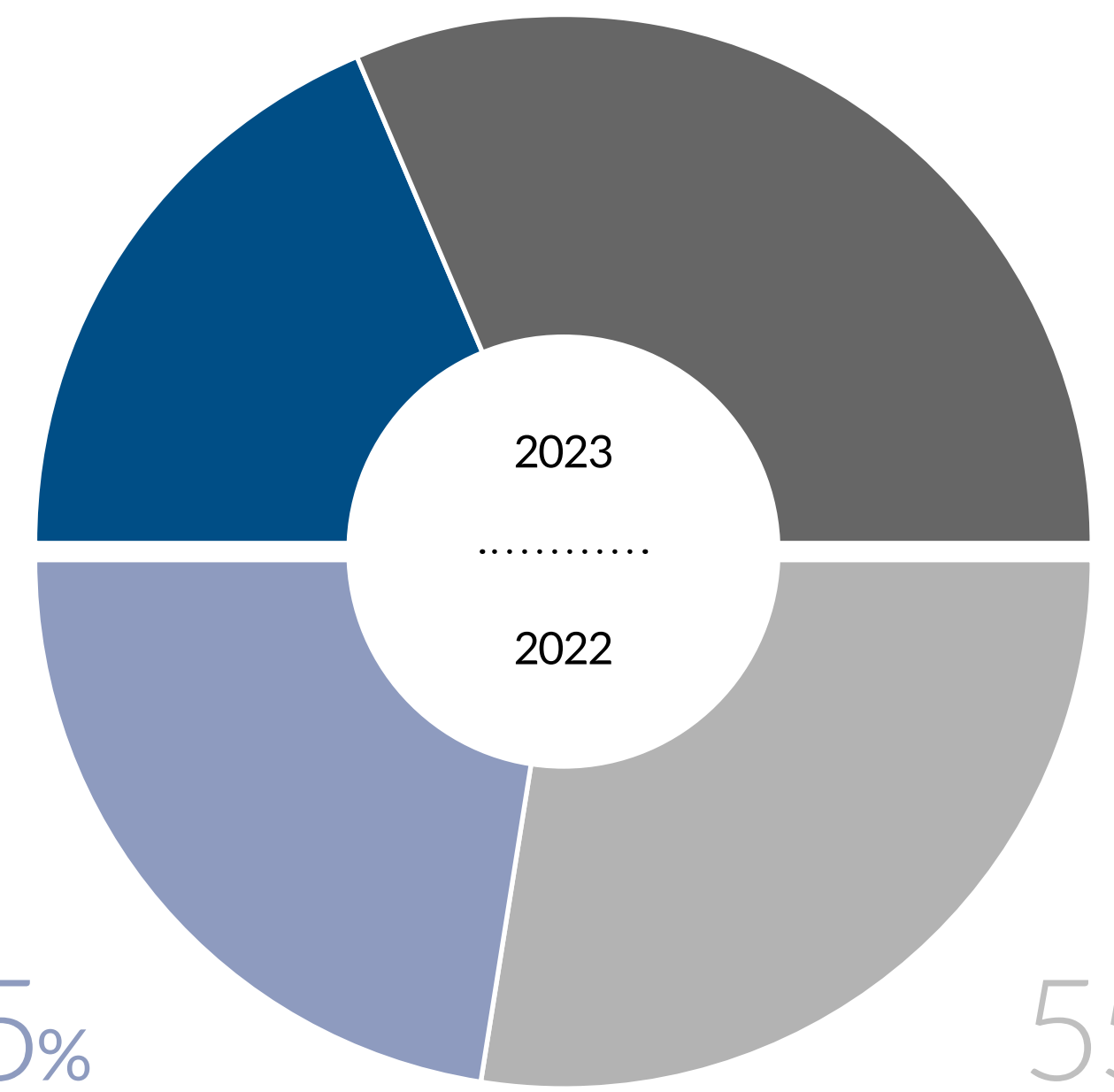


Nuevas contrataciones por género  
y grupo de edad

37%  
MUJERES

63%  
HOMBRES

35% 55% 10%  
< 30 AÑOS 30-50 AÑOS >50 AÑOS



45%  
MUJERES

55%  
HOMBRES

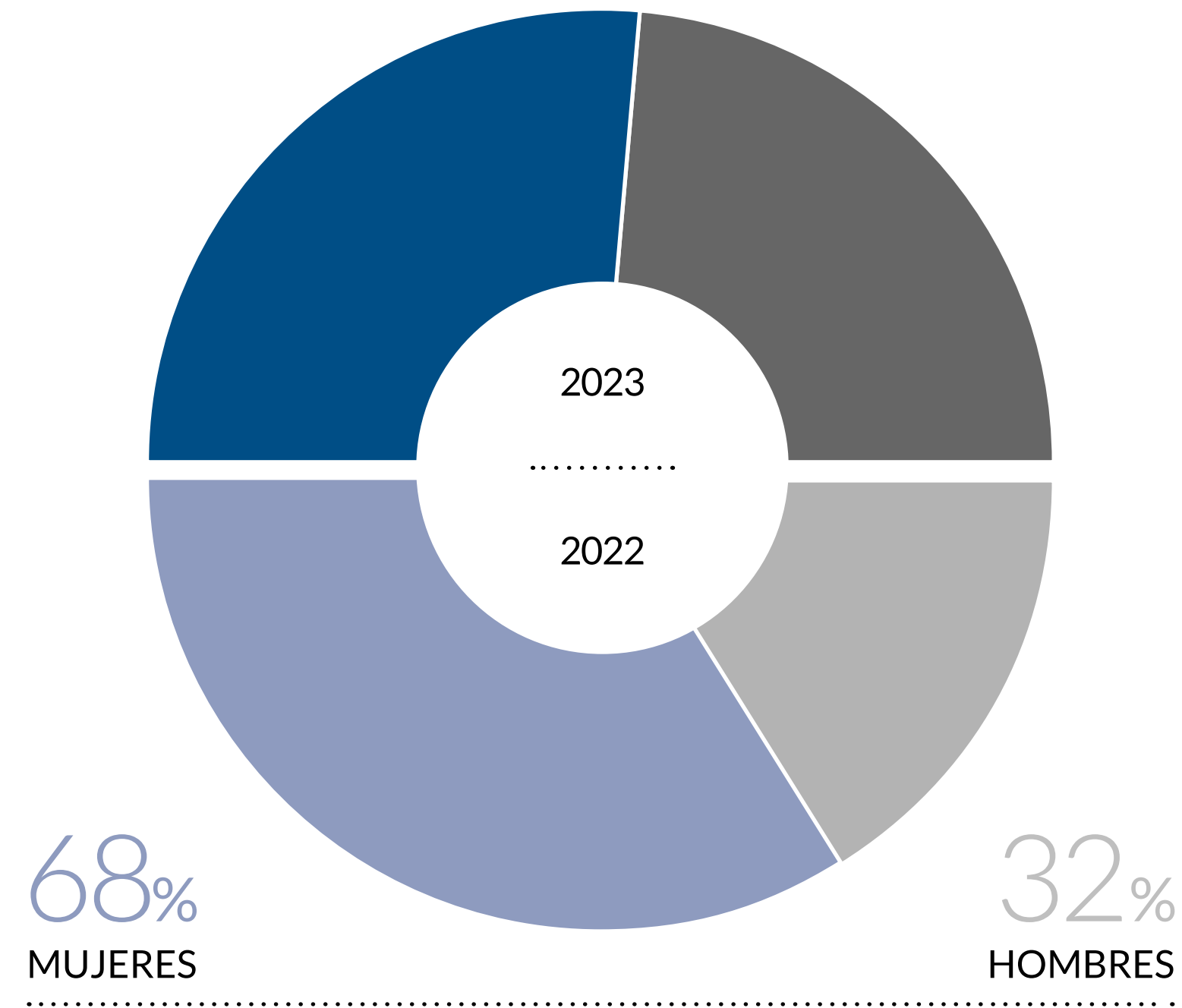
30% 59% 11%  
< 30 AÑOS 30-50 AÑOS >50 AÑOS

### Bajas de la plantilla por género y grupo de edad

53% MUJERES

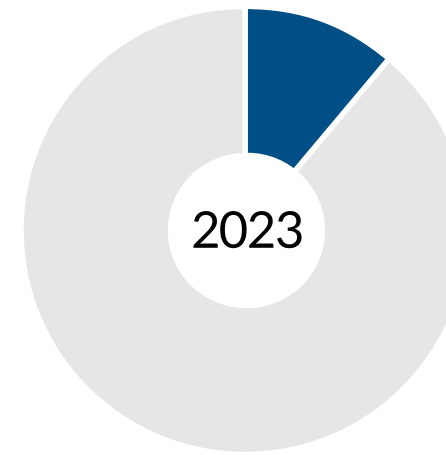
47% HOMBRES

11% < 30 AÑOS    42% 30-50 AÑOS    47% >50 AÑOS



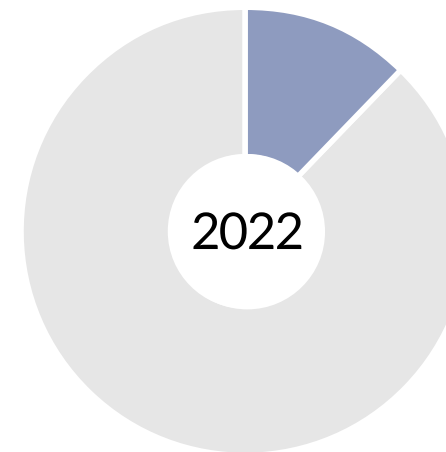
### Tasa de absentismo

11,26%



$(\frac{261.257}{2.320.906}) \times 100$   
 (HORAS DE AUSENCIA/  
 HORAS LABORALES TOTALES  
 PREVISTAS) x 100

12,43%



Para más información, ver el anexo I, Tablas sobre asuntos sociales.

En cuanto a las relaciones laborales, en 2023, el 78,19 % (+6,19 vs. 2022) del personal del Grupo ha estado cubierto por el convenio colectivo de cada empresa, que se ha pactado y acordado con la representación legal del personal.

Contamos con la Política de planificación de plantillas, a través de la cual hemos diseñado un modelo organizativo que nos permite asegurar, en plazo, la plantilla necesaria —cualitativa y cuantitativamente—, incluyendo una estructura coordinada que establece las responsabilidades básicas y las dependencias asociadas.

En esta política se definen los siguientes objetivos:

- Analizar las necesidades de talento actuales y futuras para garantizar el cumplimiento de nuestra estrategia empresarial, fijando las competencias profesionales y los puestos de trabajo existentes según la evolución del negocio con niveles de eficiencia y calidad adecuados a los objetivos planteados.
- Alinear los recursos de personal con los objetivos de la estrategia de negocio.
- Adecuar y actualizar los modelos y las estructuras organizativas.
- Consolidar las capacidades existentes del contexto organizativo promoviendo modelos de liderazgo, participación y trabajo en equipo que incidan en el desarrollo individual de competencias de los colaboradores.

Por otro lado, disponemos también de la Política de selección, con estos objetivos:

- Identificar el mejor talento para incorporarlo a la organización de acuerdo con las necesidades detectadas por el Grupo.
- Aplicar los recursos, las técnicas y las prácticas profesionales más eficientes e innovadores para la selección.
- Respetar la legislación y los códigos deontológicos profesionales o sectoriales de aplicación.
- Atender a la identificación con la cultura de la compañía y la adecuación competencial (corporativas, gerenciales, personales y técnicas).

# Un equipo igualitario y diverso

Adam Foods cumple de manera estricta la legislación en materia de igualdad y diversidad de los países donde opera (España, Portugal y Polonia). Más allá de la norma, hacemos público nuestro compromiso con la diversidad y la igualdad de oportunidades, alineándonos con la sociedad dinámica y cambiante en la que operamos y convencidos de que la diversidad es clave para atraer y retener el talento.

## Porcentaje de empleados por categoría profesional y sexo (al cierre del ejercicio)\*

	2023	2022
<b>Cargos directivos</b>		
Mujeres	49,2 %	47,4 %
Hombres	50,8 %	52,6 %
<b>Mandos intermedios</b>		
Mujeres	36,7 %	33,3 %
Hombres	63,3 %	66,7 %
<b>Resto de la plantilla</b>		
Mujeres	55,1 %	57,5 %
Hombres	44,9 %	42,5 %

\*Datos de Adam Foods sin Aneto ni G. Camprodon.

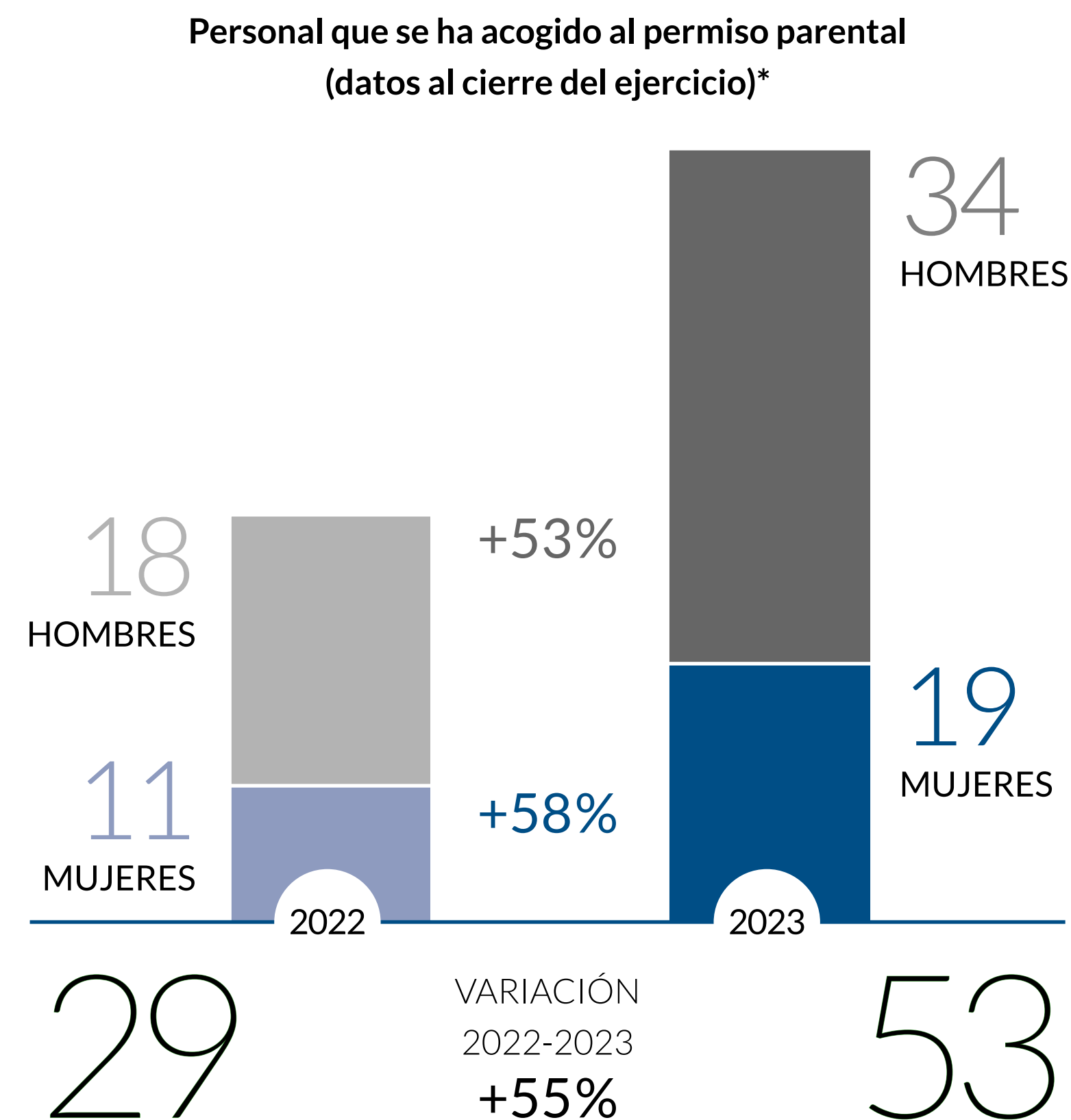
Fomentamos la igualdad de oportunidades mediante la implementación de diferentes medidas en los procesos de selección, retribución y desarrollo profesional. De igual manera, garantizamos una comunicación no discriminatoria y respetuosa entre nuestro personal, y promovemos la no discriminación por cualquier razón física o social o por cualquier condición personal.

En el ámbito formal, estos compromisos se incluyen en la Política de diversidad e inclusión y en la Política de selección. Las retribuciones salariales se establecen teniendo en cuenta los grupos profesionales, independientemente del género.

Desarrollamos procesos de selección en los que evaluamos las capacidades y cualidades definidas para el puesto a cubrir, tales como la identificación con la cultura empresarial, una actitud proactiva y las competencias, así como las habilidades y técnicas requeridas para los diferentes perfiles profesionales. De esta manera, se tienen en cuenta los criterios de mérito y capacidad, garantizando que todas las personas que optan a un puesto de trabajo reciben el mismo trato dentro de un marco de absoluta confidencialidad, de acuerdo con las normas de protección de datos personales.

Durante el pasado ejercicio 2023 la totalidad de nuestras fábricas han contado con comisiones de igualdad, cuya función es realizar el seguimiento de la implementación efectiva de las medidas de igualdad en su lugar de trabajo. Están compuestas por representantes de la empresa y de la plantilla. En paralelo, disponemos también de planes de igualdad que están registrados, según marca la ley.

Por último, la igualdad alcanza también el ámbito familiar. Este año 2023 se han acogido al permiso parental un total de 53 personas (19 mujeres y 34 hombres), y todas ellas se han reincorporado a su puesto de trabajo al finalizar su permiso.



En relación con la inclusión de personas con discapacidad, en el caso de España cumplimos con la Ley General de Derechos de las Personas con Discapacidad y de su Inclusión Social (LGD). En concreto, en 2023 el Grupo cuenta con 14 personas empleadas con algún tipo de discapacidad.

Por otro lado, nuestras empresas fomentan la inserción laboral de este colectivo a través del cumplimiento de la reserva de la cuota del 2 % en sus plantillas en España y del 1 % en Portugal, excepto en un único caso, en el que se llevan a cabo medidas alternativas a través del apoyo a centros especiales de empleo.

Promovemos también medidas internas como la accesibilidad de nuestras oficinas a través de la habilitación de rampas y ascensores.

## Política salarial

### Remuneración media al cierre del ejercicio (euros)

	2023	2022	Variación 2022-2023
<b>Por sexo</b>			
Mujeres	27.690,83	25.358,86	9,20 %
Hombres	39.450,88	35.538,14	11,01 %
<b>Por grupo de edad</b>			
Menores de 30 años	22.019,35	20.987,80	4,91 %
Entre 30 y 50 años	29.590,45	27.419,71	7,92 %
Mayores de 50 años	39.283,03	34.836,78	12,76 %



	2023	2022	Variación 2022-2023
<b>Por clasificación profesional</b>			
Cargos directivos	172.763,00	126.915,00	36,12 %
Función administrativa	32.734,55	31.336,03	4,46 %
Servicios administrativos unidad de negocio	26.716,85	25.737,84	3,80 %
Mandos intermedios	39.320,45	34.266,36	14,75 %
Comerciales	48.963,81	44.664,46	9,63 %
Operarios básicos	21.339,95	20.809,31	2,55 %
Operarios especializados	24.736,27	21.505,42	15,02 %
Técnicos unidad de negocio	29.771,16	29.519,36	0,85 %
Técnicos estructura	44.439,87	40.771,58	9,00 %
Personal de mantenimiento	38.190,01	32.277,75	18,32 %
Mánagers	68.336,47	68.005,37	0,49 %
<b>Brecha salarial</b>			
<b>Ratio</b>	<b>18,15 %</b>	<b>13,63 %</b>	<b>33,16 %</b>

\*Los consejeros no son considerados empleados y, por lo tanto, no forman parte de la base de datos de personal.

# Entorno de trabajo seguro y saludable

Trabajamos para garantizar a toda la plantilla unas condiciones óptimas de seguridad. Nos enfocamos en la prevención y en la mejora continua de nuestros procesos de seguridad y salud para lograr el objetivo de cero accidentes en nuestras plantas y oficinas.

El personal rige su relación laboral relativa a la seguridad y salud por lo establecido en la legislación vigente y en los convenios colectivos correspondientes.

Nuestro propósito en este asunto material se define como «la seguridad es nuestra forma de trabajar». Por este motivo, se refuerza el cambio cultural hacia la excelencia preventiva. El comportamiento ambiental y

sobre seguridad se formaliza en la Política de responsabilidad corporativa y en la Política de seguridad y medio ambiente. Además, la dirección del Grupo, a propuesta del jefe de seguridad y medio ambiente y previo consenso del Comité de Seguridad y Salud, aprueba la planificación de la actividad preventiva según se define en la Ley 54/2003. El seguimiento de esta planificación lo realiza cada tres meses este comité y, al menos una vez al año, la alta dirección.

La comunicación efectiva es esencial para asegurar que todo el personal conoce, comprende y aplica las medidas adecuadas en su puesto de trabajo. Para lograrlo, se han habilitado distintos canales, como la intranet, paneles informativos, cartelera, formación y sensibilización, etc.

Disponemos de un sistema de gestión ambiental y de seguridad y salud laboral certificado por las normas UNE-EN-ISO 14001:2015 e ISO 45001:2018. Con el objeto de garantizar su efectividad y mejora continua, llevamos a cabo auditorías periódicas, tanto internas como externas.

Nuestros compromisos son los siguientes:

- Desarrollar una política de seguridad y medio ambiente orientada a alcanzar los cero accidentes y también a la sostenibilidad.
- Definir los objetivos del Sistema de gestión ambiental y de seguridad y salud para los procesos relevantes de la empresa.
- Garantizar que se establece una planificación para la consecución de los objetivos, teniendo en cuenta el contexto de la organización, las expectativas y las necesidades de las partes interesadas y el propio alcance del sistema.
- Comunicar a todos los niveles la importancia del contexto de la organización y los requisitos que se derivan de él.
- Proveer de los recursos indispensables de acuerdo con las necesidades y el presupuesto del Grupo.

De forma general, nuestros centros están trabajando con requisitos de la norma ISO 45001, estando formalmente certificados las plantas correspondientes a Galletas Artiach y Cuétara.

## 2023

Una vez al año se celebra una jornada de seguridad en la que participan todos los centros de trabajo salvo los pertenecientes a Aneto. En 2023 participaron 30 personas, incluyendo al equipo de seguridad y medio ambiente. El evento tuvo lugar en la planta de Cuétara de Villarejo de Salvanes (Madrid).



**Trabajamos junt@s,  
nos protegemos  
junt@s”**

En 2023 hemos continuado implementando procedimientos digitalizados para la identificación continua, sistemática y proactiva de los peligros que se deben considerar en materia de seguridad y salud laboral de nuestras actividades, procesos y operaciones llevados a cabo tanto por personal propio como por contratistas externos, así como el registro, investigación y análisis de accidentes. Nuestra intención es contar con la información suficiente para evaluar los riesgos en la materia y establecer mecanismos de control adecuados. Asimismo, contamos con un protocolo para que cualquier persona pueda comunicar los riesgos que detecte.

En el caso de accidentes, nuestra herramienta nos ayuda a:

- Mitigar las consecuencias negativas derivadas de los propios accidentes/incidentes.
- Detectar posibles no conformidades del sistema.
- Adoptar medidas correctivas y preventivas.
- Identificar oportunidades de mejora del sistema de gestión.

Disponemos de un equipo de personal propio dedicado a ello, así como de un servicio de prevención ajeno acreditado que proporciona asistencia en las funciones técnicas, y entendemos la corresponsabilidad de todo el personal del Grupo en asuntos de seguridad como parte de nuestro ADN. En todos los centros de trabajo disponemos de personal sanitario para atender a las necesidades de salud de toda la plantilla, ponemos a su disposición el Programa de ayuda al empleado (PAE), de asistencia psicológica, y les ofrecemos beneficios sociales médicos a través de un sistema de retribución flexible.

La prevención es la manera más efectiva de evitar accidentes. Trabajamos para asegurar que las actividades asociadas con impactos negati-

vos sobre la salud y la seguridad se desarrollen bajo un estricto control operacional mediante procedimientos e instrucciones en los que se describen las responsabilidades y la forma de ejecutar los trabajos. Cuando por cualquier motivo no se están cumpliendo los estándares establecidos, se actúa con objeto de evitar en lo posible un impacto más grave que el previsto, revisando también los procedimientos, las instrucciones de control, etc., para verificar que están completos y en vigor.

Las consultas sobre temas relacionados con la prevención de riesgos laborales se realizan a través de los delegados de prevención —mediante las reuniones trimestrales de los Comités de Seguridad y Salud— o en reuniones extraordinarias.

## Hábitos saludables

Fomentamos los hábitos saludables entre nuestro personal mediante diferentes acciones, como el Reto Saludable o las campañas de vacunación. El Reto Saludable consiste en adaptar, durante 6 semanas, los hábitos alimentarios, la actividad física y las relaciones sociales de nuestra plantilla con el objetivo de que sean más saludables. Durante este proceso reciben el seguimiento de un nutricionista y un servicio médico.



## 2023

La iniciativa Reto Saludable se inició con una charla sobre hábitos de vida saludable para toda la plantilla, de la que surgieron 80 personas interesadas en realizar el programa para perder peso y cambiar sus hábitos de alimentación. Distribuidas en 7 equipos, se marcaron una meta conjunta que logró muy buenos resultados, logrando los siguientes kilos perdidos:

27,1 kg EQUIPO SURTIDO  
19,9 kg EQUIPO RICANELA

26,1 kg EQUIPO TOSTARICA  
12,1 kg EQUIPO DINOSAURUS

24,5 kg EQUIPO MARÍA  
12,4 kg EQUIPO CHOCOQUAY

23,4 kg EQUIPO TROPICAL COCO



## Desarrollo y gestión del talento

El desarrollo profesional de todos los miembros de la organización es una prioridad para el grupo Adam Foods. Este desarrollo favorece la creación de dinámicas y sinergias en los distintos niveles de la compañía, favoreciendo la consecución de objetivos individuales, grupales y de empresa.

En el ámbito interno, en 2019 se inició el proyecto Impulsando Cultura Adam Foods, que consta de los tres ejes siguientes:

- 1 Acciones formativas de prevención de riesgos laborales, medio ambiente, calidad y seguridad alimentaria. En lo relativo a habilidades, también en materia de autoliderazgo.
- 2 Mejora del proceso de *onboarding* de las personas nuevas en el Grupo, creando un itinerario con diferentes entrevistas de acompañamiento y seguimiento con sus responsables y el Departamento de Personas.
- 3 Políticas internas como las siguientes:
  - Política de aprendizaje, para identificar las necesidades de formación o aprendizaje de la plantilla.
  - Política de gestión del talento, para identificar personas con crecimiento potencial y trazar planes de desarrollo individuales que se vinculan también con la evaluación del desempeño y el plan de sucesión.
  - Política de desarrollo del liderazgo, para transformar a los líderes actuales en agentes de cambio.

### Formación en seguridad y salud

Somos conscientes de que la protección tanto de la salud de la plantilla como de las instalaciones y del medio ambiente requiere no solo la adopción de medidas técnicas, sino también la adecuada concienciación y formación de todo el personal; una tarea responsabilidad del Departamento de Personas en colaboración con el Departamento de Seguridad y Medio Ambiente, encargados de lograr la cualificación necesaria de la plantilla y de asegurar que conocen los riesgos existentes en las instalaciones, con el fin de que puedan desarrollar su función con total seguridad.

### Total de horas de formación por categoría profesional (datos al cierre del ejercicio)

	2023	2022	Variación 2022-2023
<b>Hombres</b>	<b>3.709,50</b>	<b>4.274,15</b>	<b>13,21%</b>
Administrativos	26,00	95,00	72,63%
Dirección	31,00	34,00	8,82%
Mánagers	301,00	526,00	42,78%
Operarios	1.264,50	1.441,65	12,29%
Mandos intermedios	318,00	339,50	6,33%
Personal de mantenimiento	1.445,00	1.376,00	-5,01%
Técnicos	324,00	462,00	29,87%
<b>Mujeres</b>	<b>3.643,00</b>	<b>3.384,25</b>	<b>-7,65%</b>
Administrativas	158,50	279,00	43,19%
Dirección	16,00	28,00	42,86%
Mánagers	617,00	260,00	-137,31%
Operarias	2.118,00	1.632,25	-29,76%
Mandos intermedios	179,00	209,50	14,56%
Personal de mantenimiento	0,00	0,00	-
Técnicas	554,50	975,50	43,16%
<b>Total de la plantilla</b>	<b>7.352,50</b>	<b>7.658,40</b>	<b>3,99%</b>
Media de horas de formación por empleado/a	5,63	5,44	-0,03

# Al servicio de los consumidores

## Calidad y seguridad del producto y salud, seguridad y satisfacción de los consumidores

En Adam Foods seguimos nuestro Decálogo nutricional y un plan de mejora nutricional para que la calidad y la nutrición de nuestros productos estén en línea con los valores medios del mercado o sean mejores. Trabajamos con un amplio equipo de expertos en la materia y colaboramos con centros de investigación con el fin de desarrollar productos nutricionalmente optimizados. Este nos ha llevado a conseguir eliminar anualmente del mercado más de 1.000 toneladas de grasa saturada y más de 700 toneladas de azúcar, además de reducir el contenido de sal de los patés (entre el 15 y el 30 % en La Piara) y de las galletas saladas (entre el 15 y el 32 %).

En 2023:

- Se lanzó el producto de caldo Aneto natural, primer caldo con sofrito para paella vegetal con ingredientes frescos, naturales y ecológicos.
- Se redujeron en un 4 % los azúcares de Phoskitos, alcanzando un -14 % durante los últimos 7 años.
- Se pusieron en el mercado nuevas variedades de galletas Marinheiras, fuente de fibra, elaboradas con aceite de oliva y sin azúcares añadidos.

En nuestros laboratorios, innovamos para ofrecer alternativas que cubran las diferentes necesidades y tendencias del mercado. En lo que se refiere a los materiales que utilizamos en nuestros centros productivos, nuestro sistema de gestión de calidad está enfocado a salvaguardar la calidad, la seguridad y la trazabilidad de los alimentos, a los que sometemos a una evaluación preventiva de defensa alimentaria y fraude alimentario.

Nuestro sistema integra procedimientos de control, seguimiento y auditorías, además de solicitar a todas nuestras empresas proveedoras que tengan una certificación GSFI (Iniciativa Mundial de Seguridad Alimentaria). En paralelo, hemos trabajado en la obtención de certificaciones en nuestras propias marcas.



Pilar	Certificado	Centro productivo
<b>Ambiental</b>	ISO 14001:2015 Sistemas de gestión ambiental	GALLETAS ARTIACH, SAU
	ISO 14001:2015 Sistemas de gestión ambiental	CUÉTARA 1951, SLU
<b>Seguridad alimentaria</b>	ISO 9001:2015	ANETO NATURAL, SLU
	BRC Global Standard for Food Safety - Bureau Veritas Certification for Production and Packaging of Biscuits in Plastic Container - Bakery	CUÉTARA, SLU (Villarejo de Salvanés)
	IFS Food - Bureau Veritas Certification - Higher Level	
	RSPO Supply Chain Certification Standard (Mass Balance) - Bureau Veritas	
	BRC Global Standard for Food Safety - Bureau Veritas Certification for Fermentation and Baking of Biscuits and Waters, Packaging in Plastic Container - Bakery	NUTPOR - PRODUTOS ALIMENTARES UNIPESOAL, LDA. (Pombal)
	RSPO Supply Chain Certification Standard (Mass Balance) - Bureau Veritas	
	IFS Food - Bureau Veritas Certification - Higher Level	NUTPOR BREADS UNIPESOAL, LDA. (Gulpihares)
	IFS Food - Bureau Veritas Certification - Foundation Level	CUÉTARA 1951, SLU
	ISO 22000:2005 Sistemas de gestión de la inocuidad alimentaria	LP FOODIES, SAU (Manlleu)
	IFS Food - Bureau Veritas Certification Foundation Level	GRANJA SAN FRANCISCO, SLU (Riudarenes)
	Certificado de conformidad, frescura, origen y autenticidad de la miel - Bureau Veritas	GALLETAS ARTIACH, SAU (Orozco)
	FSSC 22000 Food Safety System Certification	
	RSPO Supply Chain Certification Standard (Mass Balance) - Bureau Veritas	
<b>Seguridad y salud laboral</b>	ISO 45001:2018 Sistemas de gestión de la seguridad y salud en el trabajo	GALLETAS ARTIACH, SAU
	ISO 45001:2018 Sistemas de gestión de la seguridad y salud en el trabajo	CUÉTARA, SLU

## Marketing y comunicación responsable

Somos conscientes de la importancia que tiene para nuestros consumidores conocer la composición y los valores nutricionales de los productos antes de su compra, para poder realizar la elección más oportuna. Por esta razón, ofrecemos información nutricional de nuestros productos de forma clara y transparente y apostamos por una publicidad responsable.

De igual manera, nos sumamos a códigos voluntarios de regulación publicitaria dirigida a los más pequeños, para contribuir a promover hábitos y estilos de vida que repercutan positivamente en su bienestar.

Estamos adheridos a HAVISA (Hábitos de Vida Saludables), con el objetivo de transmitir mensajes que promuevan una alimentación saludable y la práctica regular de actividad física.

De igual manera, ponemos a disposición de nuestros consumidores el Servicio de atención al consumidor, para que puedan comunicar cualquier tipo de reclamación o queja a través de nuestra web corporativa, las redes sociales, por teléfono o vía postal.



## Innovación y mejora de la composición nutricional

Tal y como recogemos en la Política de responsabilidad social corporativa, uno de nuestros objetivos es ofrecer una alimentación variada y equilibrada. Gracias a la innovación que realizamos de manera constante en nuestros centros de producción, podemos mejorar la composición nutricional de nuestros productos.

Nuestro compromiso con la nutrición se sustenta en tres pilares:

- 1** **Ingredientes de calidad en la elaboración de nuestros productos, que son mejorados continuamente.**
- 2** **Productos novedosos y adaptados a las exigencias de los consumidores, elaborados con un perfil nutricional optimizado.**
- 3** **Salud de los consumidores, que promovemos siguiendo las recomendaciones de AESAN (Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición):**
  - Reducción significativa de los azúcares añadidos.
  - No sustitución de los azúcares añadidos por edulcorantes artificiales en productos dirigidos a la población infantil.
  - Sustitución de los azúcares por cantidades relevantes de fibras.



# Compromiso con la sociedad

Contribuimos al desarrollo de la sociedad a través de propuestas de colaboración en las comunidades donde operamos y también a través de aportaciones económicas a diferentes iniciativas y entidades sin ánimo de lucro.

## Colaboración con la comunidad

Estamos comprometidos con la contribución al desarrollo local de las comunidades en las que operamos.

Apoyamos el talento de los jóvenes a través del impulso a una formación de calidad y favoreciendo oportunidades laborales. Mantenemos varios convenios con diferentes universidades (IQS, ESADE, IESE, ISDI, UB, UPC, IMF Business School y la Carlos III de Madrid) y colaboraciones con instituciones educativas (becas de educación dual), a través de los cuales contratamos a estudiantes en prácticas para ayudarles en su formación profesional (Programa Jóvenes Talentos, Becas ICEX).

“**Impulsamos nuestras Gotitas para crear un mañana más justo y mejor**”

Gracias a nuestra gestión, hemos recibido una distinción de la Comunidad de Madrid por la participación de Cuétara en el proyecto Impulsando talento, una iniciativa pionera en España cuyo objetivo es que el talento joven desarrolle su carrera profesional en destacadas empresas o instituciones de esta comunidad autónoma.

Desde un punto de vista más operativo ligado a nuestra actividad, realizamos compras con criterio responsable para favorecer la inserción laboral de personas con discapacidad. En Aneto, por ejemplo, compramos gran parte de las verduras que utilizamos a la Xarxa Agrosocial, un nexo común de empresas sociales que contribuyen a la creación de empleo en el sector primario trabajando de manera sostenible.

## Proyectos e iniciativas sociales

La acción social del Grupo cuenta con un amplio abanico de alianzas y proyectos. Hemos realizado importantes aportaciones en forma de donaciones de productos al Banco de Alimentos y a otras organizaciones con fines sociales. Ayudamos también a través del patrocinio de eventos deportivos, familiares y relacionados con fundaciones sin ánimo de lucro.

Nuestros proyectos e iniciativas sociales están basados en nuestra filosofía de “gotitas”, que consiste en hacer pequeñas acciones para ayudar a las personas.

En 2023, hemos mantenido los proyectos desarrollados en años previos:

- Proyecto Hospitales. Desde 2015, a través de la marca TostaRica, hemos realizado concursos de dibujos dirigidos a los niños, entre los que hemos escogido los mejores como modelo para nuestras galletas. El resto se utilizan para crear cuadernos de dibujo, que se distribuyen gratuitamente en hospitales con el objetivo de mejorar un poco la estancia de niños que pasan largos períodos hospitalizados. Este año hemos repartido más de 40.000 cuadernos entre 112 hospitales.

- Con Chocoflakes, 100% humor, 0% bullying. Gracias a la marca Flakes, desde 2019 colaboramos con la Asociación Española para la Prevención del Acoso Escolar, que trabaja para luchar contra el bullying. El objetivo de esta iniciativa es concienciar a los niños sobre los efectos negativos del acoso escolar. También hemos lanzado dos cómics, Cosas que dan risa y Los devoracerebros, y llevamos cuatro años colaborando en la organización de unos campamentos de verano para niños que han sido víctimas de acoso escolar.
- Proyecto Meriendas-Alacenas. Colaboramos con cinco centros de Cáritas a través de la marca La Piara. Nuestro papel en este proyecto es lograr que niños en exclusión social puedan llevar una dieta equilibrada en su día a día mediante donaciones de productos.
- Proyecto dirigido a la gente mayor. A través de la marca Surtido Cuétara, desde el año 2008 colaboramos con Grandes Amigos, una asociación que trabaja con personas de la tercera edad que tienen problemas de movilidad a fin de prevenir un aislamiento no deseado y mejorar su calidad de vida para que puedan envejecer con dignidad. Cuétara apoya estos programas de acompañamiento aportando productos para las reuniones periódicas del voluntariado y otros encuentros. En 2023 hemos entregado 261 kilos de Surtido Cuétara.
- Proyecto con la cooperativa MANS. Desde hace 8 años contamos con la cooperativa Xarxa Agrosocial de Sant Vicenç dels Horts (cooperativa MANS) como proveedora de verduras ecológicas para elaborar el caldo Aneto. Su objetivo es generar puestos de trabajo entre la población en riesgo de exclusión, tal como se ha explicado en el subapartado 'Colaboración con la comunidad'.

También hemos realizado importantes aportaciones en forma de donaciones a diversas organizaciones sin ánimo de lucro. A continuación se presenta el listado completo de las mismas en 2023:

Banco de Alimentos de Colmenar Viejo .....	Cáritas Diocesanas Madrid .....	Residencia Infantil Isabel de Castilla .....	Hospital S. Francisco Xavier .....
Banco de Alimentos de Guadalajara .....	Cáritas Diocesanas Granollers .....	Residencia Villapaz .....	Igreja Cpead - Lisboa .....
Banco de Alimentos Merca Las Palmas .....	Almacén Cáritas .....	Programa Integral Vicente de Paúl .....	Creu Roja .....
Banco de Alimentos Merca Tenerife .....	Somos Tribu .....	Banco Alimentar Contra a Fome .....	Fundació Ferrer Sustainability .....
Banco de Alimentos de Málaga .....	Fundació Privada Banc dels Aliments .....	Antonio Lopes / Francisca Andrade .....	Fundación Madrina .....
IFEMA - Consejería de Sanidad .....	Centro de acogida Estels .....	Santa Casa Misericórdia Sintra .....	Fundación Pere Tarrés .....
Ministerio de Inclusión .....	Banco de Alimentos (Barcelona, Madrid y Sevilla) .....	Comunidade Vida e Paz .....	AMI .....
Line Sport - Programa Abastec .....	Fundació Convent Santa Clara .....	Comunidade Vida e Paz - Lisboa .....	Fundación Tochete .....
Antique Theatro .....	Fundación Hospital de Palamós .....	Cruz Vermelha Portuguesa - Águeda .....	Associação Mater Dei .....
Fundación Real Betis Balompié .....	Bancosol Alimentos .....	C. Parroquial Santiago Cassuraes .....	Asociación Adecua .....
Cruz Roja Vizcaya .....	Fundación Áurea .....	Hospital Curry Cabral - Lisboa .....	
Transportes Socolo .....	Centro Fátima .....	Hospital Distrital de Santarém .....	

# Sobre este informe



# Aspectos técnicos

La Memoria de sostenibilidad 2023 de Adam Foods, SL corresponde al período comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2023. Se ha elaborado siguiendo los estándares de la Global Reporting Initiative (GRI) siguiendo la opción «con referencia a». Los criterios aplicados están alineados con las definiciones contenidas en el estándar GRI 1 - Fundamentos 2021:

**Comparabilidad.** “La organización debe seleccionar, compilar y presentar la información para facilitar el análisis de los cambios en los impactos de la organización con el tiempo y el análisis de estos impactos con respecto a los de otras organizaciones.”

**Puntualidad.** “La organización debe presentar información con una programación periódica y la pondrá al público a tiempo para que sus usuarios tomen decisiones.”

**Claridad.** “La organización debe representar la información de una manera que resulte accesible y comprensible.”

**Precisión.** “La organización debe presentar información que sea correcta y esté lo suficientemente detallada como para permitir realizar una evaluación de los impactos de la organización.”

Para cualquier cuestión relacionada con la memoria, contacte con el área de Responsabilidad Social de Adam Foods ([sostenibilidadAF@cuetara1951.es](mailto:sostenibilidadAF@cuetara1951.es)).

# Alcance de la información

La memoria cubre el 100 % de la actividad del grupo Adam Foods, al que pertenecen las siguientes marcas:

- Galletas Artiach, S.A.U.
- Aneto Natural, S.L.U.
- Seurodis, S.L.U.
- Nutpor - Produtos Alimentares Unipessoal, Lda.
- La Piara International, S.L.U.
- Cuétara 1951, S.L.U.
- Granja San Francisco, S.L.U.
- La Piara, S.A.U.
- Marcapiara SGPS, Lda.
- Piamark, Lda.
- Nutpor Breads Unipessoal, Lda.
- Trigorico, S.L.U.
- Biovisible, S.L.
- Galetes Camprodon, SAU
- Artesanies Carlit, SL



# Anexos



# Anexo I.

## Tablas sobre asuntos sociales

### Número total y distribución de las modalidades de contrato según sexo al cierre del ejercicio\*

	2023	2022	2021	Variación 2022-2023
<b>Contratación indefinida</b>				
Hombres	569	752	780	32,16 %
Mujeres	678	595	613	-12,24 %
<b>Total de empleados indefinidos</b>	<b>1.247</b>	<b>1.347</b>	<b>1.393</b>	<b>8,02 %</b>
<b>Contratación temporal</b>				
Hombres	33	23	32	-30,30 %
Mujeres	27	38	35	40,74 %
<b>Total de empleados temporales</b>	<b>60</b>	<b>61</b>	<b>67</b>	<b>1,67 %</b>
<b>Total de empleados</b>	<b>1.307</b>	<b>1.408</b>	<b>1.460</b>	<b>7,73 %</b>

	2023	2022	2021	Variación 2022-2023
<b>Contratación a jornada completa</b>				
Hombres	600	628	643	4,67 %
Mujeres	689	762	791	10,60 %
Total de empleados a tiempo completo	1.289	1.390	1.434	7,84 %
<b>Contratación a tiempo parcial</b>				
Hombres	2	5	5	150,00 %
Mujeres	16	13	21	-18,75 %
<b>Total de empleados a tiempo parcial</b>	<b>18</b>	<b>18</b>	<b>26</b>	<b>0,00 %</b>
<b>Total de empleados (plantilla completa)</b>	<b>1.307</b>	<b>1.408</b>	<b>1.460</b>	<b>7,73 %</b>

\*Datos de Adam Foods sin Aneto ni G. Camprodon.

### Número y porcentaje de empleados por categoría profesional y sexo (al cierre del ejercicio)\*

	2023		2022	
	Núm.	Porcentaje	Núm.	Porcentaje
<b>Cargos directivos</b>	<b>59</b>		<b>57</b>	
Mujeres	29	49,2 %	27	47,4 %
Hombres	30	50,8 %	30	52,6 %
<b>Mandos intermedios</b>	<b>60</b>		<b>60</b>	
Mujeres	22	36,7 %	20	33,3 %
Hombres	38	63,3 %	40	66,7 %
<b>Resto de la plantilla</b>	<b>1.188</b>		<b>1.199</b>	
Mujeres	654	55,1 %	689	57,5 %
Hombres	534	44,9 %	510	42,5 %

### Nuevas contrataciones al cierre del ejercicio

	2023	2022	2021	Variación 2022-2023
<b>Por sexo</b>				
Mujeres	41	39	44	-75,61 %
Hombres	71	48	39	-32,39 %
<b>Por grupo de edad</b>				
Menores de 30 años	39	26	35	-33,33 %
Entre 30 y 50 años	62	51	36	-17,74 %
Mayores de 50 años	11	10	12	-9,09 %

\*Datos de Adam Foods sin Aneto ni G. Camprodon.

### Tasa de rotación del personal (al cierre del ejercicio)

	2023	2022	2021	Variación 2022-2023
<b>Por sexo</b>				
Mujeres	51	25	27	-50,98 %
Hombres	45	12	15	-73,33 %
<b>Por grupo de edad</b>				
Menores de 30 años	11	7	8	-36,36 %
Entre 30 y 50 años	40	19	26	-52,50 %
Mayores de 50 años	45	11	8	-75,56 %
<b>Por clasificación profesional</b>				
Directivos	2	1		-50,00 %
Técnicos	16	4	2	-75,00 %
Administrativos	5	11	10	120,00 %
Mánagers	4			
Mandos intermedios	6			
Operarios	58			
Personal de mantenimiento	5			

### Número y porcentaje de empleados por categoría profesional y según grupos de edad (al cierre del ejercicio)

	2023		2022	
	Núm.	Porcentaje	Núm.	Porcentaje
<b>Cargos directivos / mángers</b>	<b>59</b>		<b>57</b>	
Menores de 30 años	-	0,0 %	2	3,5 %
Entre 30 y 50 años	31	52,5 %	25	43,9 %
Mayores de 50 años	28	47,5 %	30	52,6 %
<b>Mandos intermedios</b>	<b>60</b>		<b>60</b>	
Menores de 30 años	3	5,0 %	2	3,3 %
Entre 30 y 50 años	33	55,0 %	35	58,3 %
Mayores de 50 años	24	40,0 %	23	38,3 %
<b>Resto de la plantilla</b>	<b>1.188</b>		<b>1.199</b>	
Menores de 30 años	97	8,2 %	91	7,6 %
Entre 30 y 50 años	600	50,5 %	610	50,9 %
Mayores de 50 años	491	41,3 %	498	41,5 %

# Anexo II.

## Índice de contenidos GRI

Contenido estándar GRI	Capítulo o respuesta directa	Omisiones
<b>GRI 2 CONTENIDOS GENERALES (2021)</b>		
2-1 Detalles organizativos	1.1. Modelo de negocio Travessera de Gràcia, 342, 08025 Barcelona	
2-2 Entidades incluidas en los informes de sostenibilidad de la organización	1.1. Modelo de negocio	
2-5 Aseguramiento externo	La <i>Memoria de sostenibilidad</i> no se ha sometido a verificación externa	
2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	1.1. Modelo de negocio	
2-7 Empleados	5.1. Bienestar de las personas	
2-9 Estructura y composición de la gobernanza	3.1. Gobierno corporativo	
2-22 Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible	Carta de la presidencia 2.1. Nuestra estrategia de sostenibilidad	
2-23 Compromisos de política	Carta de la presidencia 1.1. Misión, visión y valores	
2-24 Incorporación de compromisos políticos	2.1. Nuestra estrategia de sostenibilidad	
2-28 Asociaciones de miembros	2.1. Nuestra estrategia de sostenibilidad	

Contenido estándar GRI	Capítulo o respuesta directa	Omisiones
2-29 Enfoque para la participación de las partes interesadas	2.2. Nuestros grupos de interés	
2-30 Acuerdos colectivos de negociación	5.1. Bienestar de las personas	
<b>GRI 3 TEMAS MATERIALES (2021)</b>		
3-1 Proceso para determinar temas materiales	2.3. Nueva doble materialidad	
3-2 Lista de temas materiales	2.3. Nueva doble materialidad	
<b>GRI 200: TEMAS ECONÓMICOS, ÉTICA Y GOBIERNO CORPORATIVO</b>		
<b>GRI 205: Ética, anticorrupción e integridad de los negocios</b>		
<b>GRI 205 ANTICORRUPCIÓN (2016)</b>		
3-3 Gestión de temas materiales	2.3. Nueva doble materialidad	
205-1 Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	3.2. Cultura ética	
205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	5.1. Bienestar de las personas	

Contenido estándar GRI	Capítulo o respuesta directa	Omisiones
<b>GRI 300: TEMAS AMBIENTALES</b>		
<b>GRI 308: Gestión responsable de la cadena de suministro</b>		
<b>GRI 308 EVALUACIÓN AMBIENTAL DE PROVEEDORES (2016)</b>		
3-3 Gestión de temas materiales	4.1. Compromiso climático	
308-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios ambientales	3.3. Gestión responsable de la cadena de suministro	
308-2 Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	3.3. Gestión responsable de la cadena de suministro	
<b>GRI 301: Materiales</b>		
<b>GRI 301: MATERIALES</b>		
3-3 Gestión de temas materiales	4.3. Gestión de recursos naturales y circularidad	
301-1 Materiales utilizados por peso o volumen	4.3. Gestión de recursos naturales y circularidad	
<b>GRI 302/305: Energía y cambio climático</b>		
<b>GRI 302 ENERGÍA (2016)</b>		
3-3 Gestión de temas materiales		
302-1 Consumo energético dentro de la organización	4.2. Cambio climático	
302-2 Consumo energético fuera de la organización	4.2. Cambio climático	
302-4 Reducción del consumo energético	4.2. Cambio climático	

Contenido estándar GRI	Capítulo o respuesta directa	Omisiones
<b>GRI 305 EMISIONES (2016)</b>		
3-3 Gestión de temas materiales	4.2. Cambio climático	
305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1)	4.2. Cambio climático	
305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	4.2. Cambio climático	
305-5 Reducción de las emisiones de GEI	4.2. Cambio climático	
<b>GRI 304: Biodiversidad</b>		
<b>GRI 304 BIODIVERSIDAD (2016)</b>		
3-3 Gestión de temas materiales	4.4. Protección de la biodiversidad	
304-2 Impactos significativos de las actividades, los productos y los servicios en la biodiversidad	4.4. Protección de la biodiversidad	
<b>GRI 306: Efluentes y residuos</b>		
<b>GRI 306 RESIDUOS (2020)</b>		
3-3 Gestión de temas materiales	4.3. Gestión de recursos naturales y circularidad	
306-2 Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos	4.3. Gestión de recursos naturales y circularidad	
<b>NO GRI: PACKAGING</b>		
3-3 Gestión de temas materiales	4.3. Gestión de recursos naturales y circularidad	

Contenido estándar GRI	Capítulo o respuesta directa	Omisiones
<b>GRI 400: TEMAS SOCIALES</b>		
<b>GRI 401: Calidad del empleo</b>		
<b>GRI 401 EMPLEO (2016)</b>		
3-3 Gestión de temas materiales	5.1. Bienestar de las personas	
401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	Anexo I. Tablas sobre asuntos sociales	
401-3 Permiso parental	5.1. Bienestar de las personas	
<b>GRI 403: Seguridad y salud en el trabajo</b>		
<b>GRI 403 SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO (2018)</b>		
3-3 Gestión de temas materiales	5.1. Bienestar de las personas	No incluye Aneto
403-1 Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	5.1. Bienestar de las personas	No incluye Aneto
403-2 Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes	3.3. Gestión responsable de la cadena de suministro	No incluye Aneto
403-5 Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo	5.1. Bienestar de las personas	No incluye Aneto
403-6 Fomento de la salud de los trabajadores	5.1. Bienestar de las personas	No incluye Aneto
403-8 Cobertura del sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	5.1. Bienestar de las personas	No incluye Aneto
403-9 Lesiones por accidente laboral	5.1. Bienestar de las personas	No incluye Aneto

Contenido estándar GRI	Capítulo o respuesta directa	Omisiones
<b>GRI 413: Implicación en las comunidades locales</b>		
<b>GRI 413 COMUNIDADES LOCALES (2016)</b>		
3-3 Gestión de temas materiales	5.3. Compromiso con la sociedad	
413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	5.3. Compromiso con la sociedad	
<b>GRI 416: Salud y seguridad de los consumidores</b>		
<b>GRI 416 SALUD Y SEGURIDAD DE LOS CLIENTES (2016)</b>		
3-3 Gestión de temas materiales	5.3. Compromiso con la sociedad	
416-1 Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios	5.2. Al servicio de los consumidores	
<b>NO GRI: INNOVACIÓN</b>		
3-3 Gestión de temas materiales	5.2. Al servicio de los consumidores	

