

# Estado de Información No Financiera

---

Transparencia en nuestras acciones.  
Grupo Angulas Aguinaga

---

2022

<b>1. Ámbito de aplicación</b>	<b>04</b>	<b>5.2. La gestión de residuos, recursos hídricos y vertidos</b>	<b>38</b>
<b>2. Introducción a la Compañía</b>	<b>06</b>	5.2.1. Residuos peligrosos	39
2.1. Evolución histórica	07	5.2.2. Residuos No Peligrosos	39
2.2. La Misión: “Revolucionar la alimentación al servicio del consumidor”	08	5.2.3. Consumo de Agua	40
2.3. Modelo de negocio: Innovación y Personas	08	5.2.4. Revalorización de residuos	40
2.4. Nuestras marcas	10	5.2.5. Protección e impacto en la biodiversidad	41
2.5. Plan Estratégico 2020-2025: Nos Salimos	12	<b>5.3. Seguridad Alimentaria</b>	<b>42</b>
<b>3. Sostenibilidad</b>	<b>14</b>	5.3.1. Seguridad Alimentaria para Clientes y Consumidores	42
3.1. Análisis de Doble Materialidad	15	5.3.2. Etiquetado de productos y servicios	43
3.2. Plan de Sostenibilidad	18	5.3.3. Servicios de Atención a clientes y consumidores	43
3.2.1. Innovación en nuestros productos	18	5.3.4. Incidencias durante el ejercicio	44
3.2.2. Innovación en nuestras Operaciones	19	5.3.5. Auditorías Internas y a Proveedores	44
3.2.3. Cuidado y desarrollo de nuestras personas	19	<b>6. Cuidado y desarrollo de nuestras personas</b>	<b>46</b>
3.2.4. Gobernanza	19	<b>6.1. Bienestar y satisfacción de los empleados</b>	<b>47</b>
3.3. Estructura de Sostenibilidad	20	6.1.1. Empleados	47
3.4. Evaluación en Sostenibilidad	20	6.1.2. Desconexión digital	48
3.5. Adhesión al Pacto Mundial de Naciones Unidas	21	6.1.3. Organización del trabajo	49
<b>4. Innovación en nuestros Productos</b>	<b>22</b>	6.1.4. Igualdad de género	50
4.1. Aprovisionamiento de la materia prima	23	6.1.5. Accesibilidad universal de las personas con discapacidad	50
4.2. Packaging sostenible	26	6.1.6. Seguridad Salud y Bienestar	51
4.2.1. Apuesta por la reciclabilidad y materiales reciclados	26	<b>6.2. Atracción, desarrollo y fidelización del talento</b>	<b>52</b>
4.2.2. Reducción de materiales introducidos al mercado	27	6.2.1. Modalidades de contrato de trabajo	52
4.3. Nutrición de nuestros productos y consumidores	28	6.2.2. Despidos	52
4.3.1. Trabajar en la consecución de la mejora nutricional de nuestros productos para nuestros consumidores	28	6.2.3. Remuneración media de la plantilla	54
4.3.2. Promover entre los consumidores una alimentación y hábitos de vida saludables	29	6.2.4. Brecha Salarial	54
<b>5. Innovación en nuestras Operaciones</b>	<b>32</b>	6.2.5. Relaciones sociales	55
5.1. Eficiencia y gestión energética	34	6.2.6. Formación interna	55
5.1.1. Compromiso con un consumo energético responsable: Auditoría Energética	34	<b>7. Gobernanza</b>	<b>56</b>
5.1.2. Consumo Energético del Grupo	35	<b>7.1. Cumplimiento de la Ley y conducta ética</b>	<b>57</b>
5.1.3. Información Consumos Energéticos y Huella de Carbono	35	7.1.1. Derechos Humanos	57
5.1.4. Emisiones de Alcance 1 y 2	36	7.1.2. Medidas contra la corrupción y el soborno	58
5.1.5. Emisiones de Alcance 3	37	7.1.3. Análisis de Riesgos	59
5.1.6. Emisión de ruido	37	7.1.3.1. Seguridad Alimentaria	59
5.1.7. Impacto lumínico	37	7.1.3.2. Corporate Defense	60
		7.1.3.3. Ciberseguridad	61
		<b>7.2. Transparencia y comunicación</b>	<b>61</b>
		7.2.1. Compromiso con la responsabilidad social y desarrollo de comunidades locales	62
		<b>8. Información Fiscal</b>	<b>66</b>
		<b>9. Anexo: Índice de contenidos requeridos por la Ley 11/2018.</b>	<b>68</b>



# I.- Ámbito de aplicación

Este Informe comprende los Estados de Información no Financiera del grupo del que la sociedad Vicuña Directorship, S.L. es la cabecera (en adelante, el “Grupo”, el “Grupo Angulas Aguinaga”, “Angulas Aguinaga”), y forma parte del Informe de Gestión de las Cuentas Anuales Consolidadas de la Sociedad.

Toda la información recogida en este informe hace referencia al año 2022.

El presente Estado de Información no Financiera recoge los asuntos de naturaleza social, ambiental y de gobierno que son materiales para el Grupo, y se ha elaborado en línea con los requisitos establecidos en la Ley 11/2018 de 28 de diciembre de 2018 de información no financiera y Diversidad aprobada el 13 de diciembre de 2018 por el Congreso de los Diputados por la que se modifican el Código de Comercio, el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, y la Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas, en materia de información no financiera y diversidad (procedente del Real Decreto-ley 18/2017, de 24 de noviembre), por lo que se han seleccionado una serie de estándares en base a los requerimientos de información de la Ley 11/2018 y GRI seleccionados, el sector de actividad del Grupo y el análisis de materialidad realizado.

En su elaboración también se han considerado las directrices sobre la presentación de informes no financieros de la Comisión Europea (2017/C 215/01) derivadas de la Directiva 2014/95/UE. Asimismo, se ha tenido en cuenta lo establecido en la Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad de Global Reporting Initiative (Estándares GRI).

El presente Informe de Estado de Información no Financiera recoge a nivel consolidado, el desempeño del Grupo en el ámbito social, ambiental y de gobierno.

La información cuantitativa recogida en el presente documento abarca las siguientes filiales e instalaciones industriales:

SOCIEDAD	PAIS	ÁREA DE NEGOCIO
VICUÑA DIRECTORSHIP, S.L.	España	Holding del Grupo
MAVERICKS DIRECTORSHIP, S.L.	España	Holding del Grupo
LAGUMAR SEAS, S.L.	España	Servicios Centrales del Grupo
ANGULAS AGUINAGA, S.A.	España	Producción y comercialización de productos derivados de pescado
RIUNIONE INDUSTRIE ALIMENTARI S.R.L.	Italia	Comercialización de productos derivados de pescado
DELIGUSTI SPA	Italia	Producción y comercialización de productos derivados de pescado
ANGULAS AGUINAGA FRANCE, SAS	Francia	Comercialización de productos derivados de pescado
PENULTIMA TOMA A.I.E.	España	Producción y financiación medios de comunicación audiovisual.

Y las instalaciones industriales (plantas productivas, almacenes y centros I+D) incluidas a efectos del reporte medioambiental:

SOCIEDAD	PAIS	ÁREA DE NEGOCIO
ANGULAS AGUINAGA, S.A.	España	Irura (Guipuzcoa)
ANGULAS AGUINAGA, S.A.	España	Burgos (Burgos)
ANGULAS AGUINAGA, S.A.	España	Palencia (Palencia)
ANGULAS AGUINAGA, S.A.	España	Cambados (Pontevedra)
ANGULAS AGUINAGA, S.A.	España	Sant Esteve Sesrovires (Barcelona)
RIUNIONE INDUSTRIE ALIMENTARI S.R.L.	Italia	Genova (Genova)
DELIGUSTI SPA	Italia	Melegnano (Milan)

Punto de contacto para cuestiones relativas al informe o su contenido. Para cuestiones de tipo general sobre este informe, pueden dirigirse a:  
 Vicuña Directorship  
 Pol. Laskibar 5  
 20.271 IRURA  
 España  
 aperez@angulas-aguinaga.es

# 2.- Introducción a la Compañía



Angulas Aguinaga es una multinacional de alimentación española que tiene como misión Revolucionar la alimentación al servicio del consumidor. El grupo está compuesto por más de 800 profesionales distribuidos en 7 centros de trabajo entre España e Italia.

## 2.1. Evolución histórica

1974

### EL ORIGEN: INNOVACIÓN FRENTE A LA INCERTIDUMBRE

Angulas Aguinaga fue fundada en 1974 por tres empresas familiares que decidieron unir sus fuerzas para crear la mayor empresa del sector de la angula. A principios de los años 80, la captura de la angula empezó a caer drásticamente, y, ante una reducción de la oferta, la compañía creó un sustituto natural: La Gula del Norte®. Se trata de un sucedáneo de angula a base de surimi que ha tenido un gran éxito gracias a la gran calidad obtenida y a su facilidad de preparación.

Con el nacimiento de La Gula del Norte®, se establecían las bases de lo que sería la pescadería moderna, representado por la introducción del primer artículo con código de barras en la sección de pescadería. Al mismo tiempo, la planta de fabricación de Irura se convertía en la 1ª fábrica de surimi de Europa, multiplicando por siete el volumen de ventas respecto a la angula.

2006

### LÍDERES DE LA PESCADERÍA MODERNA

Angulas Aguinaga extendió ese mismo ADN de innovación al resto de categorías de pescadería marcando el camino de la pescadería moderna. Las adquisiciones de MARISCOS LINAMAR (2014), VIVEROS MERIMAR (2018) y COPESCO&SEFRISA (2021) aceleraron la creación de la pescadería moderna en España.

2019

### CONSTRUYENDO UNA MULTINACIONAL

Angulas Aguinaga ha extendido desde 2019 su presencia a Italia y Francia en el proceso de convertirse en una multinacional de alimentación. En este camino las adquisiciones de RIUNIONE (2019) y DELIGUSTI (2021) permitieron sumar al proyecto un grupo de más de 80 empleados y dos marcas referentes en el mercado italiano como "LA RIUNIONE®" y "DELIGUSTI®".





## 2.2. La Misión: “Revolucionar la alimentación al servicio del consumidor”

Angulas Aguinaga busca “revolucionar la alimentación al servicio del consumidor”. Servir al consumidor en un ámbito tan relevante como la alimentación exige dar respuesta a las necesidades del consumidor actual, atendiendo al mismo tiempo a los grandes retos a los que la sociedad se enfrenta de manera global y a largo plazo. Por ello, los elementos principales que componen nuestro modelo son:

• **El estudio e investigación del comportamiento del consumidor** para identificar sus necesidades, actuales y futuras.

• **La revolución tecnológica de productos y procesos.** Hoy más que nunca los retos a los que nos enfrentamos como sociedad exigen combinar capacidades internas de I+D con la colaboración con el ecosistema abierto de innovación.

• **Innovación en todos los procesos de la organización, tanto en el ámbito tecnológico como en el ámbito de gestión.** Servir al consumidor requiere cuestionar el status quo no sólo en nuestros productos, sino también en nuestras operaciones y manera de trabajar.

## 2.3. Modelo de negocio: Innovación y Personas

La misión de la compañía le exige marcar el camino en aquellos mercados en los que compete. Para hacerlo, su actividad se basa en su modelo de negocio Innovación y Personas.

### LA INNOVACIÓN

En Angulas Aguinaga, la innovación forma parte del ADN de la compañía, se trabaja constantemente para desarrollar nuevos productos, así como para mejorar los procesos de tal forma que se alcance la máxima eficiencia y sostenibilidad.

La compañía lleva invirtiendo en I+D desde los años 90, siendo pioneros en el sector de la alimentación, con el objetivo de “revolucionar la alimentación al servicio del consumidor”. Ya en 1991 se creó un laboratorio interno para poder avanzar en materia de tecnología e innovación.

La compañía es pionera en innovación y en 2018 creó el primer Centro de Innovación dedicado a la investigación del consumidor.

En Angulas Aguinaga, la innovación se entiende de forma transversal, no solo en los nuevos productos que se lancen al mercado, sino en un sentido mucho más amplio, mejorando la eficiencia de los procesos, desarrollando diseños y envases sostenibles, nuevas técnicas de comercialización o gestión organizacional. De esta forma, la estrategia de I+D+I se centra en la generación de valor añadido y diferenciación de los productos, pero también en las personas, tanto en el consumidor como en quienes trabajan para él.

## LAS PERSONAS

En Angulas Aguinaga, las personas, junto con la innovación son dos pilares esenciales en la estrategia de la compañía. En este sentido, las personas son el principal activo, generadoras y creadoras de la innovación y, por ende, las responsables de los éxitos de la compañía. Se cree en el trabajo en equipo y, en este sentido, el Grupo apuesta por su formación, captación y retención de talento, así como por programas que ayudan a conciliar la vida personal con la profesional de toda la familia que es Angulas Aguinaga.

### Valores.

- **Liderazgo en innovación y marcas:** Angulas Aguinaga marca el camino de los mercados en los que trabaja a través de la innovación y la apuesta por marcas líderes.
- **Calidad:** Angulas Aguinaga prioriza la calidad de sus procesos para ofrecer productos de los que sentirse orgullosos.
- **Equipo/personas:** Angulas Aguinaga cree en el trabajo en equipo y se compromete a cuidar y desarrollar profesionalmente a todos sus empleados. Fidelizar talento y atraerlo de fuera, ser una empresa orgullosa de sus colaboradores y hacer que todos los miembros de la compañía se sientan orgullosos de pertenecer a Angulas Aguinaga y que aquellos que todavía no forman parte de la organización quieran formar parte de ella es uno de los principales valores como empresa.
- **Integridad/responsabilidad:** Angulas Aguinaga siempre actúa dentro de la ley. La integridad es responsabilidad tanto de la empresa como de cada uno de sus empleados.
- **Compromiso:** Angulas Aguinaga gestiona y protege los recursos y reputación de la compañía y sus marcas.



## 2.4. Nuestras marcas



**Es la marca emblema de la compañía que comercializa productos sucedáneos de angula elaborados a base de surimi.**

La Gula del Norte® ha tenido un gran éxito por la gran calidad obtenida en sus productos, su versatilidad y cotidianidad y por su capacidad de transformar situaciones cotidianas en momentos únicos. Se cuenta con dos patentes propiedad de Angulas Aguinaga S.A. en las que se reconoce el

carácter inventivo del producto, así como del proceso de fabricación, lo que permitió la introducción en el mercado de un producto innovador y disruptivo.

La marca nace de la tradición y de la unión de varias familias que, en 1991 abandonan la pesca de angula para adentrarse en la comercialización de productos sucedáneos de angula a base de surimi.



**Es una marca especializada en bacalao y salmón ahumado de máxima calidad.**

Ofrece cómodos formatos para satisfacer las necesidades de los consumidores. Los productos cuentan con una gran calidad gracias al origen de la materia prima y el proceso de producción único que combina las técnicas tradicionales con la tecnología más moderna. La marca se incorporó al

portfolio del Grupo en 2021 como parte de la adquisición de la compañía Copesco & Sefrisa S.A.

Al mismo tiempo, Royal® es la marca encargada de comercializar los productos del Grupo en los mercados internacionales con especial foco en el mercado francés.



**Es una marca que comercializa productos elaborados con surimi de máxima calidad obtenido de las partes más nobles del pescado.**

Fomentan el bienestar gracias a su gran aporte de proteína y su bajo contenido en grasa.

Con el lanzamiento de la marca Krissia® en 2001, surgió una nueva categoría de producto: las primeras barritas refrigeradas de surimi, que llegan para responder a la necesidad de una alimentación saludable con una solución altamente nutritiva, rica y fácil.



**Es una marca afincada en el mercado Italiano, líder en el sector del salmón.**

Con una amplia gama de productos de pescado y conservas. Como parte de la apuesta internacional de Angulas Aguinaga, Riunione se incorporó al portfolio en 2019, para ampliar la expansión de la compañía en Italia.



**La marca Aguinamar ofrece al consumidor una forma fácil y rica de disfrutar de productos del mar de calidad.**

Seleccionados por expertos y comercializados en envases listos para servir directamente en la

mesa. Desde su lanzamiento en 2017, la marca comercializa los siguientes productos: mejillón, "pintxo" donostiarra, "pintxo" de marisco, langostino, pulpo, bacalao y aros de mar.



**Ofrece soluciones al canal de la restauración en España, comercializando productos y recetas de calidad y versátiles.**

Se adaptan tanto a las necesidades de los hosteleros como de los distribuidores, aportando soluciones de valor. Desde el lanzamiento de la marca

en 2019, Angulas Aguinaga Profesional cuenta con una amplia gama de productos, compuesta por referencias de tres de las marcas principales de la compañía: La Gula del Norte®, Krissia® y Aguinamar®.





## 2.5. Plan Estratégico 2020-2025: Nos Salimos

### Una compañía multinacional de alimentación

En 2020 se presentó el Plan Estratégico 2020-2025 que permitirá al Grupo continuar creciendo en el objetivo de convertirse en una multinacional de alimentación a través de los dos pilares estratégicos: la innovación y las personas.

Este Plan tiene como nombre “Nos salimos” –en pescadería, de pescadería y hacia Europa-, porque resume los tres puntos más destacados que son:

#### NOS SALIMOS EN PESCADERÍA

Aportando innovación y crecimiento en los productos del mar de cada una de sus marcas, como La Gula del Norte®, Krissia®, Aguinamar®, Royal® o Riunione®.

#### NOS SALIMOS DE PESCADERÍA

Salir por primera vez de la sección de pescadería, dirigiéndonos hacia nuevas categorías y secciones, dando paso a una cuarta gama y accediendo al segmento de platos preparados.

#### NOS SALIMOS HACIA EUROPA

Apostamos por la internacionalización de la compañía con el foco puesto en Italia y Francia, donde tenemos previsto aumentar nuestra penetración en los próximos años.



# 3.- Sostenibilidad

El Grupo asume el crecimiento sostenible como un pilar básico de su estrategia de gestión, teniendo un claro compromiso con el bienestar social y el progreso económico, con una marcada apuesta por la innovación en todas las áreas como demuestran los numerosos proyectos de I+D+i en los que está presente tanto a nivel individual como en cooperación con otras empresas.

## 3.1. Análisis de Doble Materialidad

El Grupo ha realizado un análisis de doble materialidad para sentar las bases de una política de sostenibilidad sólida y con la que el Grupo se sienta identificado, para ello se han seleccionado 43 temas materiales de carácter social, medioambiental y de gobernanza que han sido el resultado de la revisión de fuentes internas/externas, workshops con empleados y entrevistas con grupos de interés (inversores, clientes, proveedores).

Estos temas materiales son los siguientes:

MEDIOAMBIENTE	SOCIAL
Eficiencia y gestión energética	Atracción y retención del talento
Infraestructura sostenible	Creación de empleo
Reducción de la huella de carbono	Diversidad, inclusión e igualdad
Gestión de emisiones	Salud y seguridad de los trabajadores
Movilidad sostenible	Satisfacción del empleado
Contaminación de las vías fluviales y los océanos	Formación y desarrollo de los empleados
Gestión de recursos hídricos	Salud y nutrición del consumidor
Cuidado de los ecosistemas y el entorno	Educación al consumidor
Packaging reciclable y sostenible	Nutrición y productos saludables
Ecodiseño de productos más sostenibles	Seguridad alimentaria
Diseño de producto y gestión del ciclo de vida	Reducción del uso de antibióticos y pesticidas
Gestión y reducción de residuos (incluidos plásticos)	Desarrollo de las comunidades locales
Aprovisionamiento y calidad de la materia prima	Cadena de suministro responsable y sostenible
Origen sostenible de los recursos	Resiliencia de la cadena de suministro
Aprovisionamiento sostenible	Responsabilidad y verificación de los proveedores
Escasez de materia prima	
Presión sobre recursos limitados	
Protección de la biodiversidad	Respeto de los Derechos Humanos
	GOBERNANZA
	Desperdicio alimentario
	Innovación del producto y de la cadena de suministro
	Gestión activa de la sostenibilidad
	Transparencia de la cadena de suministro
	Transparencia de la información y comunicación con los grupos de interés
	Conducta ética
	Cumplimiento con la ley
	Reputación e imagen corporativa
	Marketing y comunicación responsable



Una vez valoradas tanto la materialidad de impacto, como la financiera, el resultado de la matriz de doble materialidad es el siguiente, siendo los temas prioritarios para el Grupo los que se encuentran en la parte superior derecha.



En base en esa priorización se han agrupado y definido los temas materiales principales, sentando las bases de la Política de Sostenibilidad del Grupo y relacionándolos con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas.



A continuación, se muestran los 9 temas materiales agrupados, junto con los subtemas incluidos en cada uno de ellos, así como los ODS relacionados:

Tema material		ODS
Tema material clusterizado	Subtemas Incluidos	Total
01 Packaging Sostenible	<ul style="list-style-type: none"> <li>Packaging reciclable y sostenible</li> <li>Ecodiseño de productos más sostenibles</li> <li>Diseño de producto y gestión del ciclo de vida</li> </ul>	12 RESPONSABLE CONSUMPTION AND PRODUCTION
02 Seguridad alimentaria	<ul style="list-style-type: none"> <li>Seguridad alimentaria</li> </ul>	2 ZERO HUNGER, 12 RESPONSABLE CONSUMPTION AND PRODUCTION
03 Salud y nutrición del consumidor	<ul style="list-style-type: none"> <li>Salud y bienestar del consumidor</li> </ul>	2 ZERO HUNGER
04 Eficiencia y gestión energética	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reducción de la huella de carbono</li> <li>Movilidad sostenible</li> <li>Infraestructura sostenible</li> <li>Gestión de emisiones</li> </ul>	13 CLIMATE ACTION
05 Gestión y revaloración de residuos	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gestión y reducción de residuos (incluido plásticos)</li> </ul>	12 RESPONSABLE CONSUMPTION AND PRODUCTION
06 Bienestar y satisfacción de los empleados	<ul style="list-style-type: none"> <li>Salud y seguridad de los empleados</li> <li>Satisfacción del empleado</li> </ul>	8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH
07 Atracción, desarrollo y fidelización del talento	<ul style="list-style-type: none"> <li>Formación y desarrollo de los empleados</li> <li>Atracción y retención de talento</li> </ul>	8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH
08 Gestión de recursos hídricos y vertidos	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gestión de recursos hídricos</li> </ul>	14 LIFE BELOW WATER, 13 CLIMATE ACTION
09 Aprovisionamiento de la materia prima	<ul style="list-style-type: none"> <li>Origen sostenible de los recursos</li> <li>Aprovisionamiento sostenible</li> <li>Escasez de materia prima</li> </ul>	14 LIFE BELOW WATER, 12 RESPONSABLE CONSUMPTION AND PRODUCTION

Como consecuencia del plan de sostenibilidad, se ha creado una política de sostenibilidad, en línea con las políticas del Grupo en el resto de materias, donde se establecen las bases que rigen el plan de sostenibilidad y dotan al Grupo de las bases para todos los empleados y stakeholders.

## 3.2. Plan de Sostenibilidad

La estrategia de sostenibilidad del Grupo se basa en los aspectos de sostenibilidad definidos en el análisis de materialidad, gracias al cual, ha sido posible identificar cuáles son los aspectos prioritarios para los grupos de interés; clientes, empleados, inversores, proveedores, organismos reguladores y asociaciones. La realización de este análisis sirve al Grupo para garantizar que su estrategia se encuentra alineada con las preocupaciones y expectativas de quienes se relacionan con el Grupo o se ven afectados por su actividad.

Estas preocupaciones y expectativas sientan las bases de los cuatro ejes del Grupo en torno a la Sostenibilidad, para generar valor a largo plazo en toda la cadena de valor y para todos sus grupos de Interés. Estos cuatro ejes, desarrollados en línea con la innovación y las personas, como pilares fundamentales del modelo de negocio del Grupo, desarrollan a su vez los diez compromisos de sostenibilidad para Angulas Aguinaga.

### 3.2.1. Innovación en nuestros productos

Una parte fundamental del proceso de innovación del Grupo Angulas Aguinaga culmina en sus productos, protegiendo y creando valor a través del compromiso con un aprovisionamiento sostenible, con innovación del producto, en su diseño, composición y packaging, y con la idea central de elaborar productos que cuiden la salud y bienestar de los consumidores. Los temas que quedan comprendidos bajo este compromiso son los siguientes:

#### Aprovisionamiento de la materia prima

El Grupo quiere asegurar el origen sostenible de las materias primas que utiliza e incorporar los principios de sostenibilidad social, ambiental y económica en el proceso de aprovisionamiento, garantizando el suministro y ayudando a los proveedores en la consecución de estos objetivos.

#### Packaging sostenible

El Grupo busca reducir el impacto ambiental de los envases, minimizando la proporción de packaging de sus productos y fomentando la reutilización y el reciclaje de los mismos. Para ello, el grupo trabaja de manera proactiva con los proveedores y gestores de residuos para promover la búsqueda de un packaging que permita el equilibrio entre calidad, seguridad alimentaria y sostenibilidad.

#### Nutrición de nuestros productos y consumidores

El Grupo desarrolla productos y recetas que satisfacen las necesidades nutricionales y sensoriales de los consumidores, con una comunicación responsable y veraz. Este punto abarca el estudio de las necesidades del consumidor y su evolución, el análisis continuo de la bibliografía y nuevos estudios científicos sobre las propiedades de los alimentos, la vigilancia legislativa, el desarrollo tecnológico, así como el compromiso con el acceso a la información en toda la cadena.

### 3.2.2. Innovación en nuestras operaciones

El Grupo innova en todas sus operaciones, a través de la revolución tecnológica, para lograr minimizar el impacto de sus actividades y perseguir la mejora continua, comprometiéndose con los siguientes aspectos:

#### Eficiencia y gestión energética

El Grupo gestiona el uso de energía en toda la cadena de valor y la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero para mitigar los efectos del cambio climático. Promoviendo un consumo responsable y fomentando el aprovechamiento y la recuperación máxima de energía, además del uso de energías renovables y otras alternativas o tecnologías más respetuosas con el Medio Ambiente.

#### La gestión de residuos, recursos hídricos y vertidos

El Grupo administra los recursos de manera eficiente para garantizar un consumo responsable, promoviendo prácticas de economía circular, asegurando una menor cantidad de residuos que llega a vertederos y promoviendo la revalorización de los residuos en subproductos, la reducción del desperdicio alimentario y minimización de la contaminación de ríos, océanos y otras vías fluviales.

#### Seguridad Alimentaria

El Grupo se centra en elaborar productos que cumplan con todos los requisitos legales vigentes y que no supongan ningún riesgo para la salud del consumidor, buscando una cultura de seguridad alimentaria en toda su cadena de valor.

### 3.2.3. Cuidado y desarrollo de nuestras personas

Las personas son el bien más valioso del Grupo, por lo que su bienestar y satisfacción son la base del éxito de la compañía. Las personas hacen que las innovaciones y productos se hagan posibles y por ello, aspectos como la atracción, desarrollo y fidelización del talento son un punto en el que el Grupo se centra, ya que permiten la diferenciación y el crecimiento. Concretamente, los aspectos sobre los que se han definido objetivos son:

#### Atracción, desarrollo y fidelización de talento

El Grupo desarrollará las capacidades, habilidades y competencias de los empleados para promover una cultura de innovación y continuar fortaleciendo un sentimiento de pertenencia y compromiso.

#### Bienestar y satisfacción de los empleados

El Grupo se compromete a crear un entorno de trabajo seguro, saludable y flexible donde todos sus empleados puedan desarrollarse, promoviendo un espacio de trabajo diverso y multicultural, con un balance entre la vida profesional y personal.

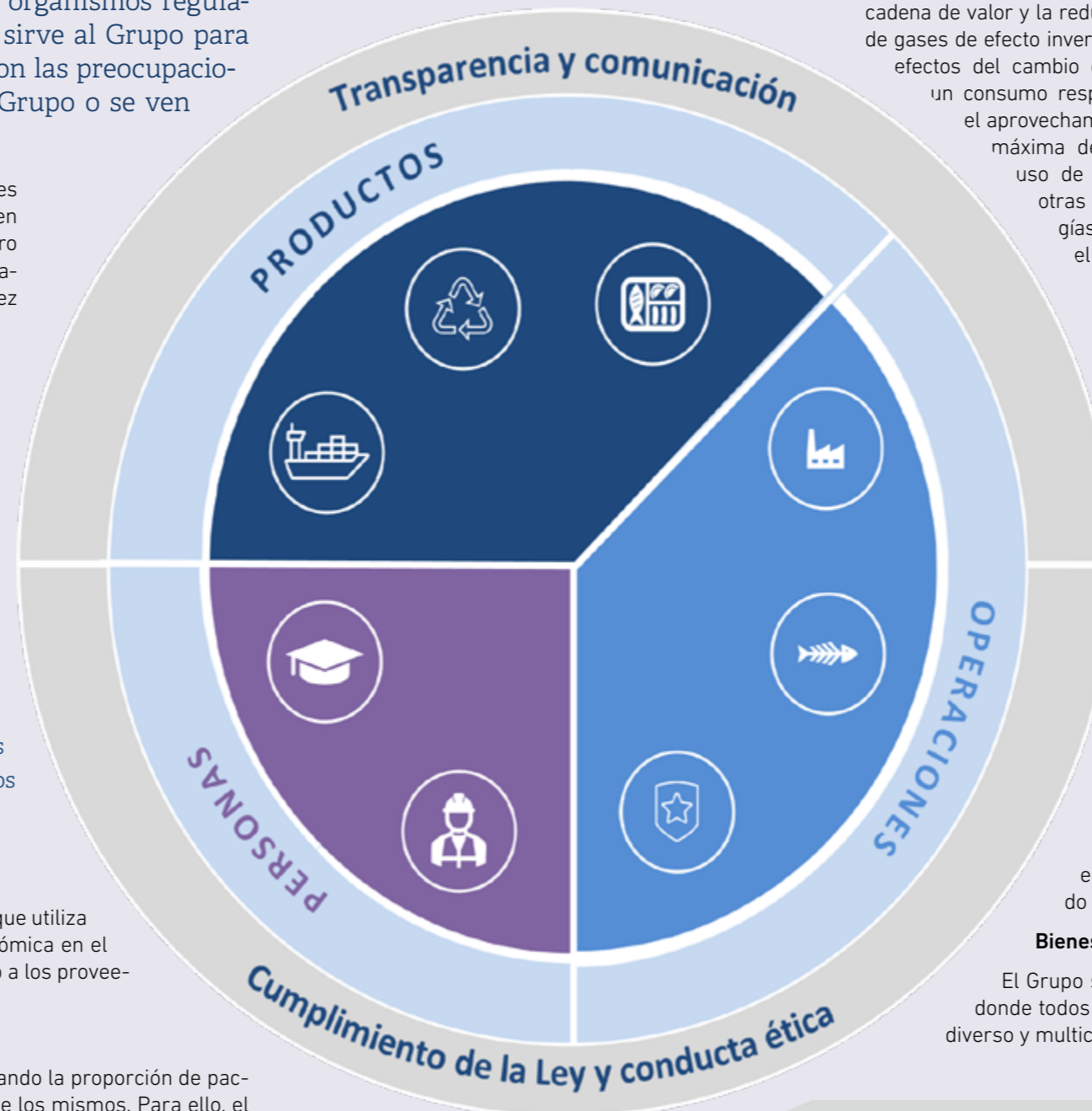
### 3.2.4. Gobernanza

#### Transparencia y comunicación

La transparencia y la comunicación se entienden como las acciones orientadas a garantizar información pública, clara y precisa relativa a diferentes áreas de actividad del Grupo, especialmente, en cuanto a su desempeño financiero, medioambiental y social.

#### Cumplimiento de la Ley y conducta ética

El cumplimiento de la ley y la ética supondrán hacer un esfuerzo activo por poner especial foco a las actuaciones contra el soborno, la corrupción y los conflictos comerciales, además de promover los valores y principios que guían el Código de Conducta del Grupo Angulas Aguinaga.

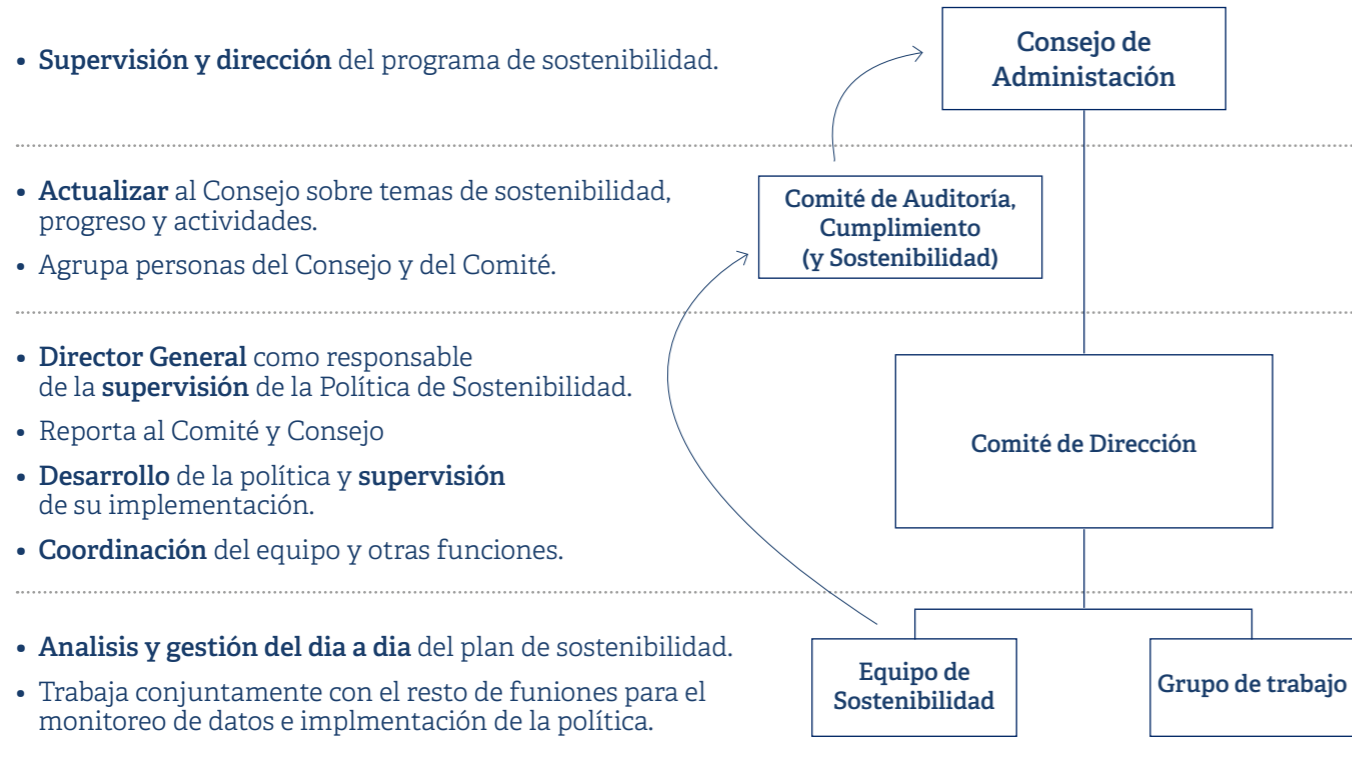




### 3.3. Estructura de Sostenibilidad

La incorporación, como estrategia de Grupo, de la sostenibilidad en todos sus niveles exige una correcta gestión y gobierno con el fin de dotar a la organización de las herramientas necesarias para poder desarrollar y llevar a cabo el plan de sostenibilidad.

Por este motivo en el siguiente gráfico, se definen los órganos de gobierno, responsabilidades, periodicidad de encuentro y de reporte.



### 3.4. Evaluación en Sostenibilidad

Este año 2022, el Grupo ha realizado la evaluación en materia de sostenibilidad de EcoVadis, que realiza una evaluación exhaustiva y divide todo el ámbito de la sostenibilidad de la compañía en cuatro grandes bloques de evaluación: Medio Ambiente, Prácticas Laborales y Derechos Humanos, Ética, y Compras Sostenibles. El Grupo Angulas Aguinaga, ha obtenido la clasificación Plata, situándose en el percentil 85 en comparación con las empresas del sector evaluadas por la metodología de EcoVadis.



### 3.5. Adhesión al Pacto Mundial de Naciones Unidas

El Grupo Angulas Aguinaga se adhiere desde el año 2023 al Pacto Mundial de las Naciones Unidas reafirmando su compromiso con la sostenibilidad y apoyando los Diez Principios en materia de derechos humanos, trabajo, medio ambiente y lucha contra la corrupción. El compromiso del Grupo de que el Pacto Mundial de las Naciones Unidas y sus principios formen parte de la cultura y operaciones diarias de la compañía se convierte en una de las líneas estratégicas.

Al incorporar los Diez Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas en estrategias, políticas y procedimientos, y al establecer una cultura de integridad, el Grupo no solo cumple con sus responsabilidades básicas con las personas y el planeta, sino que también sienta las bases para el éxito a largo plazo.



Los Diez Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas se derivan de: la Declaración Universal de los Derechos Humanos, la Declaración de la Organización Internacional del Trabajo sobre los Principios y Derechos Fundamentales en el Trabajo, la Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo y la Convención de las Naciones Unidas contra la Corrupción.



#### Derechos humanos

**Principio 1:** Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.  
**Principio 2:** Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos.

#### Normas laborales

**Principio 3:** Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.  
**Principio 4:** Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.  
**Principio 5:** Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.

**Principio 6:** Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.

#### Medioambiente

**Principio 7:** Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medioambiente.  
**Principio 8:** Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.  
**Principio 9:** Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medioambiente.

#### Anticorrupción

**Principio 10:** Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.

# 4. - Innovación en nuestros Productos

La innovación en el Grupo Angulas Aguinaga comprende, no solo la creación de productos que satisfagan las necesidades de los consumidores, sino también el compromiso por proteger y crear valor a través un aprovisionamiento sostenible, diseño de productos con un packaging sostenible, y con la idea central de elaborar productos que cumplan con la salud y nutrición de los consumidores.

## 4.1. Aprovisionamiento de la materia prima

El Grupo quiere asegurar el origen sostenible de los recursos e incorporar los principios de sostenibilidad social, ambiental y económica en el proceso de aprovisionamiento, garantizando el suministro y ayudando a los proveedores en la consecución de estos objetivos.

En este sentido, la actividad del grupo en materia de aprovisionamiento de materias primas se encuentra alineada con los ODS número 12 y 14 de las Naciones Unidas "Consumo y producción responsable" y "Vida submarina", específicamente con sus compromisos 12.2 y 14.1:

*"De aquí a 2030, lograr la gestión sostenible y el uso eficiente de los recursos naturales"*



*"De aquí a 2025, prevenir y reducir significativamente la contaminación marina de todo tipo, en particular la producida por actividades realizadas en tierra, incluidos los detritos marinos y la polución por nutrientes"*

### Certificación en gestión de compras de valor añadido

Desde un área tan sensible como es la de compras, perseguir la excelencia en su gestión, con el apoyo otras áreas estratégicas de la compañía, se ha convertido en un deber para el Grupo, especialmente tras unos últimos años muy complejos a nivel de cadena de suministro, subida de precios de materias primas y complejidad de servicio por motivos de índole global.

Por ello, el Grupo, con su afán por dotar a la organización de una gestión de compras lo más eficiente, profesional y ética posible, está certificado desde el año 2020 en la normativa de Compras europea UNE 15896: 2008 (Value Added Purchasing Management), que acredita las mejores prácticas de la gestión de compras, otorgándoles un certificado que avala su compromiso con la excelencia de gestión ante stakeholders y frente a sus competidores.

El alcance de la certificación aplica a todas las plantas que el Grupo tiene en España, excepto la planta de Barcelona, planta que, por su reciente adquisición (año 2021) todavía no se ha incluido en el alcance de la certificación, al igual que las dos plantas que el Grupo tiene en Italia. El plan que tiene el Grupo es incluir la planta de Barcelona en el alcance de la certificación para el año próximo 2023.



Los cinco pilares de la norma abarcan las siguientes áreas y son la base para que la gestión de los procesos de compras, entre los que se destacan, las compras de materias primas, son los siguientes:

**Estrategia de compras;**

La estrategia de Compras del Grupo se puede resumir en los siguientes objetivos:

<p><b>01</b></p> <p>Asegurar una estructura global de compra que apoye los objetivos estratégicos del Grupo en referencia a la calidad, entrega, costes y servicio.</p>	<p><b>02</b></p> <p>Establecer, mantener y desarrollar la cartera de proveedores.</p>	<p><b>03</b></p> <p>Ser un departamento comprometido con el logro de objetivos estratégicos del Grupo.</p>	<p><b>04</b></p> <p>Contribuir al resultado y a la creación de valor de la empresa.</p>
<p><b>05</b></p> <p>Respetar los valores del Grupo.</p>	<p><b>06</b></p> <p>Mejora continua e innovación.</p>	<p><b>07</b></p> <p>Establecer una política activa de compra sostenible: Estrategia de Compras que integra criterios medioambientales, sociales, y de buen gobierno.</p>	

El Grupo dispone de un plan a largo plazo de tenders para los diferentes suministros, servicios y materias primas y análisis continuo de riesgos. Dichos tenders siguen los siguientes pasos para llevarse a cabo;

- Definición de las características del producto y servicio
- Definición de criterios de evaluación
- Evaluación de las ofertas
- Comunicación de la elección
- Registros de la solicitud y adjudicación de ofertas

El Grupo dispone de un código de conducta de proveedores que se envía para su firma a todos los nuevos proveedores, donde se incluyen temas relacionados con el medio ambiente, ética, derechos humanos y social. Los proveedores con su firma se comprometen a respetar las consideraciones en dichas materias definidas por el Grupo

**Mejora de procesos;**

Una de las claves para llevar a cabo una gestión de compras efectiva es la correcta sistematización, documentación y medición de la mejora de los procesos internos en el área de compras.

**Gestión de indicadores de rendimiento;**

El equipo de compras dispone de medidores de rendimiento (KPIs) específicos que sirven a la organización para analizar posibles desviaciones respecto a los objetivos definidos, llevar un control de la homologación de proveedores y poder evaluar las acciones y proyectos a llevar a cabo con el objetivo de alcanzar los objetivos marcados.

**Gestión del conocimiento;**

Uno de los principales objetivos de los equipos de compras es compartir conocimiento a través de la organización gracias al carácter multidisciplinar de la gestión de compras con proveedores de muy diversa índole, sectores, culturas y mercados. Las visitas a congresos o ferias de muestras permiten al equipo tener conocimiento de las últimas tendencias, tecnologías y situaciones de mercado con el fin de poder tomar las mejores decisiones en el área de gestión de compras. Pero una de las claves de éxito de este proceso es la divulgación de este conocimiento y últimas tendencias al resto de equipos.

**Transparencia y ética**

Como todo proceso dentro del Grupo, la transparencia y ética deben estar presentes en la toma de cualquier decisión, siendo el área de compras un referente en este ámbito.

**El mejillón: una materia prima sostenible**

El mejillón es un producto de vital importancia para Angulas Aguinaga ya que, a través de las marcas Aguinamar®, Linamar®, Royal® y Riunione®, está especializada en su depuración, limpieza, envasado y comercialización. El Grupo dispone en Galicia de una planta específica para esta familia de producto, muy cerca de los puntos de cría del mejillón, llevando una operativa lo más sostenible posible, ya que se limita el transporte entre el punto de cría y recogida hasta la planta de procesamiento, envasado y distribución.

En el año 2022 se ha iniciado un proyecto en colaboración con la Xunta de Galicia y el centro tecnológico ANFACO-CECOPECA denominado **'Tecnologías avanzadas y digitalización para la mejora integral de la producción de los moluscos de Galicia'**.

El proyecto, que está cofinanciado por la Xunta de Galicia a través de la Agencia Gallega de Innovación (Gain), tiene como objetivo principal fomentar la cría y desarrollo sostenible del mejillón de Galicia. El objetivo del proyecto pretende mejorar la producción de los moluscos a lo largo de toda su cadena de valor: desde la producción de la materia prima hasta la transformación en producto terminado, aplicando en todo momento tecnologías avanzadas y de digitalización.

El proyecto está dividido en tres líneas de trabajo principales:



1. Desarrollar procesos de cultivo de semilla de mejillón, con las que se reducirá la dependencia de dicha semilla salvaje para así mejorar la sostenibilidad y continuidad de la especie.
2. Mejora de la calidad sanitaria y nutricional de este molusco y en la valorización de los mejillones descartados mediante la extracción de sustancias bioactivas.
3. Integración de herramientas de inteligencia artificial para prestar soporte a la toma de decisiones en los procesos productivos y permitir así incrementar la eficiencia de los procesos productivos.

Angulas Aguinaga está comprometida con la producción del mejillón en Galicia, donde el sector de mejillón dispone de 3.000 unidades de producción ubicadas en las Rías Baixas y que producen más de 250.000 toneladas de mejillones al año, lo que la convierten en el primer productor europeo de mejillones.

## 4.2. Packaging sostenible

El Grupo busca reducir el impacto ambiental de los envases, fomentando la reutilización y el reciclaje, trabajando proactivamente con proveedores y gestores de residuos para promover la búsqueda de un packaging que permita el equilibrio entre calidad, seguridad alimentaria y sostenibilidad.

En este sentido, la actividad del grupo en materia de packaging, se encuentra alineada con el ODS número 12 de las Naciones Unidas "Consumo y producción responsable", específicamente con su compromiso 12.5:

*“De aquí a 2030, reducir considerablemente la generación de desechos mediante actividades de prevención, reducción, reciclado y reutilización”*



La estrategia del Grupo en materia de packaging se centra en aumentar los materiales reciclables y reciclados, además de la reducción de materiales necesarios para la perfecta conservación de los productos.

### 4.2.1. Apuesta por la reciclabilidad y materiales reciclados

Actualmente, del total de materiales del Grupo, un 75% de los materiales utilizados son reciclables y un 45% son reciclados.

El Grupo dispone de un sistema de gestión que le permite desarrollar su actividad de producción acorde a estándares de calidad para mejorar los datos de sostenibilidad. Esto le ha permitido reducir más de 100 toneladas de uso de plástico en los últimos diez años.

De esta importante reducción de consumo de plástico, cabe destacar el proyecto de sustitución del packaging principal de la gama Krissia® de barritas de surimi, donde se deja de utilizar film multimaterial plástico por un film de papel, reciclable y con las propiedades necesarias para la perfecta conservación del producto a nivel calidad y seguridad alimentaria.

Para el monitoreo de la información, el Grupo ha definido indicadores de seguimiento para el control de los objetivos marcados en la composición de los materiales: porcentaje de packaging reciclable y compostable y porcentaje de packaging reciclado.



### 4.2.2. Reducción de materiales introducidos al mercado

Uno de los objetivos del plan de sostenibilidad en materia de packaging es la reducción de materiales de los envases de los productos, con el objetivo de ser más eficientes en el uso de recursos, pero siempre asegurando la calidad del producto y del medio ambiente.

El Grupo dispone de un plan de proyectos y estrategias que incluye distintas medidas de reducción de materiales que se ponen en el mercado con el fin de realizar un consumo responsable y, al mismo tiempo, colaborar en la reducción de residuos de envases.

El progreso de la optimización de diseño de los envases se monitoriza a través de indicadores de seguimiento como el Kr/Kp, que relaciona el peso de envases utilizados entre la cantidad de producto de los productos. De este modo, se dispone de información representativa para poder tomar medidas y establecer objetivos claros de mejora.

En la siguiente tabla, se muestran las cantidades de envases y materias primas consumidos durante el ejercicio 2022 en comparativa con los datos del ejercicio anterior:

GRUPO VICUÑA			
MATERIA PRIMA	CANTIDAD 2022	CANTIDAD 2021	UNIDADES
MP Principales procedentes del mar	36.455.561	38.476.372**	kg
Envases papel y cartón	2.114.846	3.041.804	Kg
Envases madera	48.304*	9.798	Kg
Envases plástico	1.916.912	2.520.114	Kg
Envases de metal***	1.725	9.917	Kg
Envases vidrio	2.886	54.140	Kg

\* Los datos de envases de madera de 2022 son superiores al año 2021 debido a una mejora en la recopilación de la información y a la inclusión de todas las plantas del grupo.

\*\* Los datos de MP principales procedentes del mar del año 2021 han sido recalculados incluyendo el alcance total del grupo.

\*\*\* Los datos corresponden a la suma de los grupos de envases de aluminio y acero con respecto al reporte del año 2021



### 4.3. Nutrición de nuestros productos y consumidores

El Grupo desarrolla productos y recetas que satisfacen las necesidades nutricionales y sensoriales de los consumidores, con una comunicación responsable y veraz. Este punto abarca el estudio de las necesidades del consumidor y su evolución, el análisis continuo de la bibliografía y nuevos estudios científicos sobre las propiedades de los alimentos, la vigilancia legislativa, el desarrollo tecnológico, así como el compromiso con el acceso a la información en toda la cadena.

En este sentido, la actividad del Grupo en materia de nutrición se encuentra alineado con el ODS número 2 de las Naciones Unidas "Hambre Cero", específicamente con su compromiso 2.1.

*Para 2030, poner fin al hambre y asegurar el acceso de todas las personas, en particular los pobres y las personas en situaciones vulnerables, incluidos los lactantes, a una alimentación sana, nutritiva y suficiente durante todo el año*



La estrategia del Grupo en cuanto a este compromiso se centra en:

#### 4.3.1. Trabajar en la consecución de la mejora nutricional de nuestros productos para nuestros consumidores

Para Angulas Aguinaga, el perfil nutricional de los productos y los beneficios de éstos para los consumidores es un pilar esencial. Por ello, se presta gran atención a esta materia en todos los ámbitos de la compañía, principalmente en las áreas de desarrollo de producto, calidad e I+D.

- Compromiso con garantizar la seguridad alimentaria de los productos, instalaciones y procesos adquiriendo los más altos estándares de certificación de seguridad alimentaria.
- Los equipos de Calidad, I+D y Nutrición trabajan en la mejora continua de los productos para los consumidores, garantizando su seguridad, calidad, propiedades nutricionales y sensoriales.

Durante el año 2022, se destacan las siguientes iniciativas, proyectos y reconocimientos en relación a la mejora nutricional de los productos:

##### Estrategia NAOS

Angulas Aguinaga está adherido al *Plan de colaboración para la mejora de la composición de alimentos y bebidas* lanzado por la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AESAN) como parte de la Estrategia de Nutrición, Actividad Física y Prevención de la Obesidad (Estrategia NAOS) cumpliendo el objetivo de reducir un 10% de sal en los productos elaborados con surimi.

##### Krissia® Protein Plus

Un hito importante durante el año 2022 ha sido el lanzamiento de Krissia® Protein Plus, primera referencia de la marca que no contiene azúcar añadido y que contiene un mayor porcentaje de proteína.

Krissia® Protein Plus ha sido premiado en la categoría de Mejor Producto Proteico en la tercera edición de los Premios Healthy Food de la revista Men's Health Hearst España®. El comité de expertos ha seleccionado Krissia® Protein Plus por ser un producto de gran aporte proteico que ayuda a los consumidores a seguir una alimentación más saludable.



#### Premios Clara Alimentación y Hogar

Los Mejillones Aguinamar® y Salmón Ahumado Royal® han recibido en la entrega de los Premios Clara Alimentación y Hogar los galardones al Mejor Producto Sano y Mejor Producto Tradicional, respectivamente.

#### Proyecto Tolera

Se lleva a cabo un estricto control de alérgenos en toda la cadena de valor en todas las referencias de producto, para ofrecer soluciones a aquellas personas que padezcan intolerancias y/o alergias alimentarias. Pero el compromiso del Grupo va más allá y ha sido partícipe junto a otras empresas e importantes centros de investigación del Proyecto TOLERA, del cual se han obtenido resultados muy favorables en dos de las principales marcas: La Gula del Norte® y Krissia®.

#### 4.3.2. Promover entre los consumidores una alimentación y hábitos de vida saludables

Para el grupo Angulas Aguinaga, la promoción de una alimentación variada y equilibrada y de unos hábitos saludables entre los consumidores es una estrategia principal en su apuesta por hacer llegar productos beneficiosos para la salud a los consumidores, además de aportar información veraz mediante una comunicación responsable.

Entre las medidas dirigidas a promover una alimentación y hábitos saludables, se encuentran:



- Desarrollo de contenidos destinados a la educación nutricional y promoción de una alimentación saludable y equilibrada. Difusión a través de las redes sociales de las marcas, elaboración de recetarios con información nutricional detallada, desarrollo de materiales como la "Guía de alimentación saludable" y "El plato saludable Krissia®".
- Plan de formación a profesionales de la salud con el objetivo de comunicar a los profesionales información sobre las propiedades nutricionales y saludables de los productos con base científica, de forma que las puedan trasladar en sus recomendaciones a pacientes/consumidores. Dicha formación es impartida por personal especialista (nutricionista) del Grupo
- El grupo participa constantemente en congresos de nutrición y elabora contenidos técnico-científicos, entre otros.
- Colaboración con diferentes Sociedades Científicas para apoyar y promocionar estilos de vida saludables en la población española, algunas de ellas son:

- Federación Española de la Nutrición (FEN)
- Sociedad Española de Nutrición Comunitaria (SENC)
- Academia Española de Nutrición y Dietética (AEND)
- Sociedad Española de Nutrición (SEÑ)
- Adhesión al movimiento "Nutrición Sensata" promovido por FIAB
- Colegios Oficiales de Dietistas Nutricionistas de Madrid (CODINMA) y Cataluña (CoDiNuCat)
- Asociación de Enfermeras de Nutrición y Dietética (AdENyD)
- Federación Española de Sociedades de Nutrición, Alimentación y Dietética (FESNAD)
- Sociedad Española de Ciencias de la Alimentación (SEDCA)

Por último, cabe mencionar que Angulas Aguinaga también promueve una alimentación y hábitos saludables entre sus trabajadores. Tal es así que en 2020 la Sociedad Española de Dietética y Ciencias de la Alimentación (SEDCA) otorgó el sello de "Somos nutritivos". Este reconocimiento premia el compromiso que adquiere la compañía en la promoción de una alimentación saludable en el entorno laboral, así como el bienestar del empleado o empleada.



## El Mejillón – Super alimento con base en Galicia

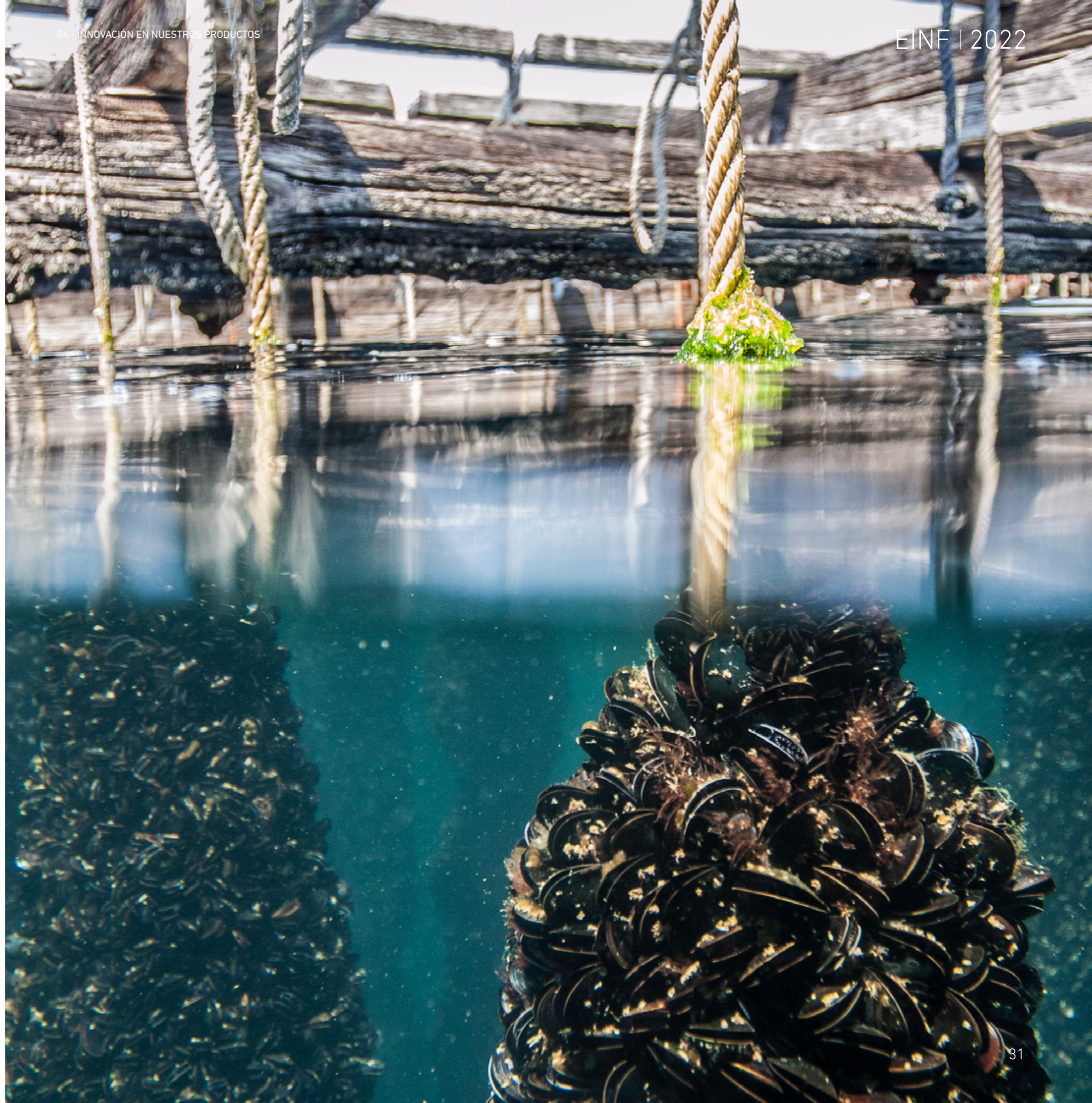
Desde la marca Aguinamar® se ha llevado a cabo en 2022 un programa de acciones para dar a conocer el proceso de producción del mejillón, poniendo en valor el origen y los beneficios nutricionales de un producto, local, saludable y natural.

El listado de beneficios asociados al consumo de mejillones es extenso: fortalecen el sistema inmune, combaten la depresión, aportan grasas buenas como el omega 3 o ayudan a reparar tejidos, entre otros. Además, entre las propiedades más destacadas de este alimento está el calcio, especialmente necesario para los niños en crecimiento y las mujeres en la edad adulta; el potasio, que facilita la entrada de nutrientes en las células; el magnesio, el yodo y el hierro.

Se ha realizado un estudio sobre el consumo de los productos del mar, que indica que es el alimento mejor valorado por su aporte nutricional. El mejillón está ganando fuerza gracias a la tendencia actual de alimentación, relacionada con los productos de origen local repletos de propiedades nutricionales beneficiosas para la salud.

La forma de tratar este alimento antes de que llegue a la mesa de los clientes es fundamental para garantizar que los nutrientes no desaparezcan. En Galicia, las Rías Baixas cuentan con 3.300 bateas que producen anualmente más de 285.000 toneladas y, concretamente, la Ría de Arousa es la zona geográfica en la que más se cultivan los mejillones. Estos datos sitúan a esta comunidad autónoma como el primer productor europeo de mejillón y el tercero a nivel mundial después de China y Chile. Concretamente, el 60% de la producción de mejillones se encuentra aquí.

El nacimiento de Aguinamar en 2017 está directamente relacionado con el objetivo de dar respuesta a la necesidad de los consumidores actuales de incorporar el consumo de productos del mar de una forma fácil y sencilla, sin invertir mucho tiempo en la cocina. En este punto, la planta gallega de mejillón de Angulas Aguinaga, tiene en Cambados 10.000 metros cuadrados de instalaciones modernas destinadas al área productiva y a las oficinas centrales y está especializada en la depuración, limpieza, envasado y comercialización de este alimento.





## 5. - Innovación en nuestras Operaciones

El Grupo innova sus operaciones, a través de la revolución tecnológica, para lograr minimizar el impacto de sus actividades y perseguir la mejora continua, garantizando la seguridad alimentaria de los productos que produce y/o comercializa.

Al ser un Grupo industrial, la gestión de las operaciones, fábricas, energía y residuos son vitales para el buen funcionamiento en materia de sostenibilidad. Actualmente no se dispone de un sistema de gestión ambiental en ninguna de las plantas del Grupo, aunque se está evaluando la posibilidad de implementar un sistema de gestión y la certificación ISO 14001 progresivamente.

Los efectos actuales y previsibles de las actividades del Grupo en el medio ambiente y en su caso, la salud y la seguridad, se caracterizan en los siguientes puntos:

- **Electricidad (huella de carbono)** derivado principalmente del consumo de las líneas productivas de la planta de fabricación y secundariamente del resto de sistemas cuya fuente de energía principal es la electricidad: oficinas, luminarias, etc...
- **Gas (huella de carbono)** consumido principalmente por las calderas para la generación de vapor de agua, agua caliente, o cualquier fuente de calor necesaria para los procesos productivos.
- **Agua (aguas residuales)** generada tras la utilización de agua de red en los procesos productivos.
- **Residuos** generados por la actividad productiva de la empresa, estos provienen de embalajes donde vienen materias primas o envases, rechazos en productos terminados, etc.
- **Ruido** generado por la actividad industrial (tanto interno como externo)
- **Suelo**, aunque no existe impacto directo, podría haberlo debido a la propia actividad industrial
- **Fugas/Vertidos accidentales** en la planta industrial
- **Nitrógeno líquido** consumido en los procesos de ultracongelación.
- **Transporte (huella de carbono)** como consecuencia de las emisiones de los diferentes vehículos. Bien sea por actividad de la flota de vehículos en propiedad o transportes externalizados.
- **Gases refrigerantes (huella de carbono)** por consumo y fugas en los equipos de frío.

El objetivo del Grupo es reducir su impacto medioambiental en los diferentes ámbitos de impacto definidos en el punto anterior y priorizar la relevancia de los temas materiales concluidos tras realizar el análisis de doble materialidad.

En el ejercicio 2022, al igual que en el año 2021, no se han registrado multas o sanciones derivadas del incumplimiento de las leyes o normativas en materia de medio ambiente en ninguna de las plantas de las sociedades del grupo.

El Grupo dispone de dos empleados enfocados en el desarrollo y ejecución del plan de sostenibilidad, donde se incluyen todas las estrategias en materia de medio ambiente. Además, cada planta dispone de equipos de gestión y mantenimiento que se encargan de asegurar que se cumplen los requisitos medioambientales de cada una de las plantas. La gestión y coordinación del plan de sostenibilidad se ha centralizado desde el año 2022 en el departamento de Transformación del Grupo, con el objetivo de darle visibilidad y relevancia.

El Grupo dispone de un seguro de gestión medioambiental contratado con cobertura para todas las plantas españolas del Grupo. Cubre la responsabilidad medioambiental por daños tanto fuera como dentro de las instalaciones por contaminación, la derivada del transporte y tanques de almacenamiento. La cobertura máxima de la póliza de seguros asciende a 6.000.000 €. Se está trabajando para incluir en este seguro a las sociedades italianas de Riunione y Deligusti.

La eficiencia y gestión energética, la gestión de residuos, recursos hídricos y vertidos, y seguridad alimentaria son los compromisos que el Grupo ha definido dentro de su plan en el eje de sostenibilidad de Operaciones, muy centrados en el cuidado del medio ambiente.

## 5.1. Eficiencia y gestión energética

El Grupo gestiona el uso de energía en toda la cadena de valor y la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero para mitigar los efectos del cambio climático. Promoviendo un consumo responsable y fomentando el aprovechamiento y la recuperación máxima de energía, además del uso de energías renovables y otras alternativas o tecnologías más respetuosas con el Medio Ambiente.

En este sentido, la actividad del Grupo en materia energética se encuentra alineada con el ODS número 13 de las Naciones Unidas "Acción por el clima", específicamente con su compromiso 13.2:

*"Incorporar medidas relativas al cambio climático en las políticas, estrategias y planes nacionales"*



### 5.1.1. Compromiso con un consumo energético responsable: Auditoría Energética

En 2022, se ha realizado una auditoría energética en la planta de Irura (principal consumidor energético) con el objetivo de analizar el estado energético de las instalaciones, definir la distribución de consumos de energía entre los diferentes servicios y plantean diferentes medidas de mejora de la eficiencia energética de la planta.

Gracias al desarrollo de esta auditoría energética, se ha definido un plan de proyectos y actuaciones con el objetivo de mejorar la gestión energética de la planta.

El Grupo tiene como objetivo, extender esta auditoría energética al resto de las plantas con el objetivo de mejorar la eficiencia energética de todas sus instalaciones y dotar a la organización de una concienciación en la materia.

Específicamente, se están desarrollando varios proyectos enfocados en diferentes ámbitos de impacto energético, con ejemplos como:

- Reaprovechamiento del calor residual en equipos de refrigeración para reducir consumos de gas en calderas, reduciendo de este modo, la dependencia energética de gas natural, además de reducir las emisiones de CO2 a la atmósfera.
- Mejoras en los procesos de intercambio de calor en los procesos de pasteurización, con el objetivo de reducir los consumos de vapor de agua y consecuentemente, reducir los consumos de gas en calderas.
- Rediseño e ingeniería de los sistemas de frío actuales por otros más eficientes a nivel de consumo energético y más respetuosos con el medio ambiente, además de la sustitución de refrigerantes dañinos para el medio ambiente por otros más eficientes.
- Revisión de todos los flujos de calor de las instalaciones con el fin de realizar el mejor aislamiento posible de los mismos con el fin de evitar pérdidas y aprovechar el máximo posible de energía.
- Automatización de procesos de funcionamiento de equipos industriales, como pueden ser los sistemas de frío, con el objetivo de reducir los consumos, horas de funcionamiento, y optimizar al máximo la energía necesaria para suministrar a la planta en función de las necesidades, mediante tecnología de inteligencia artificial.

### 5.1.2. Consumo Energético del Grupo

A nivel de consumos energéticos internos, la electricidad es el principal consumo energético del Grupo, seguido del gas natural, y de los consumos de combustibles para la flota de vehículos internos.

- **Consumo eléctrico:** Requerido para la alimentación de la mayoría de los equipos productivos, frío industrial, luminarias, y necesidades de oficinas, principalmente.
- **Consumo gas natural:** Necesario para la generación de vapor en la mayoría de las fábricas, esencial para los procesos térmicos a los que se someten los productos.
- **Combustibles** para vehículos internos, donde se utiliza tanto gasolina como gasóleo.

El Grupo dispone en alguna de las plantas de furgonetas eléctricas para transporte de corta distancia, minimizando así el impacto medioambiental. Adicionalmente toda la flota de carretillas utilizada en el Grupo para el transporte interno de mercancías es eléctrica.

En caso de tener que incrementar la flota de vehículos de transporte interno y/o corta distancia, la empresa tendrá presente en todo momento la prioridad de incorporar un vehículo ecológicamente sostenible.

En cuanto a los consumos energéticos externos, la principal actividad del grupo generadora de emisiones es el transporte. En relación con este punto, el transporte está externalizado en la mayoría de las plantas del Grupo a terceros.

Las únicas plantas que disponen de vehículos propios para el transporte son la planta de Palencia y Riunione, que los utilizan para la distribución del canal Horeca (Planta de Palencia) y las rutas no contempladas por las empresas externas (Riunione), realizando un seguimiento de los consumos para determinar su impacto.

### 5.1.3. Información Consumos Energéticos y Huella de Carbono

En el año 2022, la totalidad de la energía eléctrica consumida de las plantas de Irura, Burgos, Barcelona y Palencia dispone de Garantías de Origen, proviniendo exclusivamente de fuentes 100% renovables que respetan el medio ambiente y evitan las emisiones de CO2 y otros gases contaminantes. El porcentaje total de energía de origen renovable adquirida por el Grupo ascendió al 81%, respecto al dato de 2021 que fue de un 50%.

El principal consumo eléctrico del grupo proviene de los sistemas de refrigeración y congelación de las plantas productivas, esencial para garantizar una correcta conservación y tratamiento de las materias primas y productos.

A continuación, se muestran las recargas de refrigerantes llevadas a cabo en los sistemas de refrigeración y sus equivalentes en emisiones de CO2.

GAS REFRIGERANTE	RECARGA (KG) 2022	RECARGA (KG CO2 EQ) 2022	RECARGA (KG) 2021	RECARGA (KG CO2 EQ) 2021
R-410-A	34	65.416	3	5.772*
R-449-A	215	274.989	488	625.616*
R-744	4.940	4.940	10.980	10.980
R-134-A	61	78.650	49	63.700*
R-407-H	256	492.288	255	489.404*
R-404-A	-	-	50	196.756*
R-407-F	55	91.735	32	53.568*
R-422-D	-	-	3	6.183*
R-453-A	18	29.448	-	-
R-717	450	-	-	-
R-448A	283	360.004	-	-

\*Los cambios de los datos de kg de CO2 por las recargas de refrigerantes se deben a la actualización de los factores de emisión según el documento del MITECO de factores de emisión, registro de huella de carbono, compensación y proyectos de absorción de dióxido de carbono de Julio 2022.



En relación a los consumos de combustibles y electricidad, a continuación, se muestran los consumos correspondientes al año 2022 y 2021:

	COMBUSTIBLE	CANTIDAD 2022	CANTIDAD 2021	UNIDADES
<b>Vehículos</b>	Gasolina	6.907	4.581	Litros
	Gasóleo	169.670	178.914	Litros
<b>Equipos de combustión fija</b>	Gas natural	19.867.740	19.990.939	Kwh
	Gasóleo C	34.750	39.540*	Litros
	Gas butano	3.984	2.460	Kg
<b>Electricidad</b>	Electricidad	22.936.891	23.624.182	Kwh

\*El dato de Gasóleo C de 2021 se modifica por una actualización del dato reportado.

### 5.1.4. Emisiones de Alcance 1 y 2

El Grupo realiza un cálculo de emisiones de CO2 para los Alcances 1 y 2, que son los alcances de los cuales se puede tener un control interno, ya que son las emisiones generadas por la quema de combustible y emisiones indirectas de consumo eléctrico, respectivamente.

Las plantas del Grupo realizan periódicamente un informe de emisiones a la atmosfera y reportan internamente los consumos principales para poder llevar un control de la gestión energética. Las emisiones de Sox y Nox no se están midiendo en la actualidad, el Grupo se está centrando en la medición y gestión de las emisiones de CO2.

A continuación, se muestran las emisiones de CO2 emitidas por la actividad en los alcances 1 y 2 por el Grupo:

GRUPO VICUÑA			
COMBUSTIBLE	2022	2021	UNIDADES
<b>Alcance 1</b>	4.171.351	4.221.192	kg CO2e
<b>Alcance 2</b>	1.128.724	3.059.332*	kg CO2e
<b>Total</b>	<b>5.300.075</b>	<b>7.280.524</b>	<b>kg CO2e</b>

Datos de 2021, en el Alcance 2 cambian por inclusión en la metodología de cálculo la electricidad con Garantías de Origen a la actualización de los factores de emisión según el documento del MITECO de factores de emisión, registro de huella de carbono, compensación y proyectos de absorción de dióxido de carbono de Julio 2022.

La disminución de las emisiones de Alcance 2 respecto al año 2021 es consecuencia del aumento de compra de energía eléctrica de origen renovable, pasando de un 50% del total Grupo en el año 2021 a un 81% en el 2022.

A nivel global, el Grupo ha reducido su impacto de emisiones de alcance 1 y 2 en un 27% respecto al año 2021.

### 5.1.5. Emisiones de Alcance 3

Actualmente, el Grupo no cuenta con un cálculo específico para la medición de emisiones de Alcance 3. La dificultad en la consecución de información precisa por parte de todos los proveedores, clientes y consumidores que están involucrados en toda la cadena de valor del Grupo, unido a la gran cantidad de datos y fuentes a consultar, ha hecho imposible su cálculo hasta la fecha.

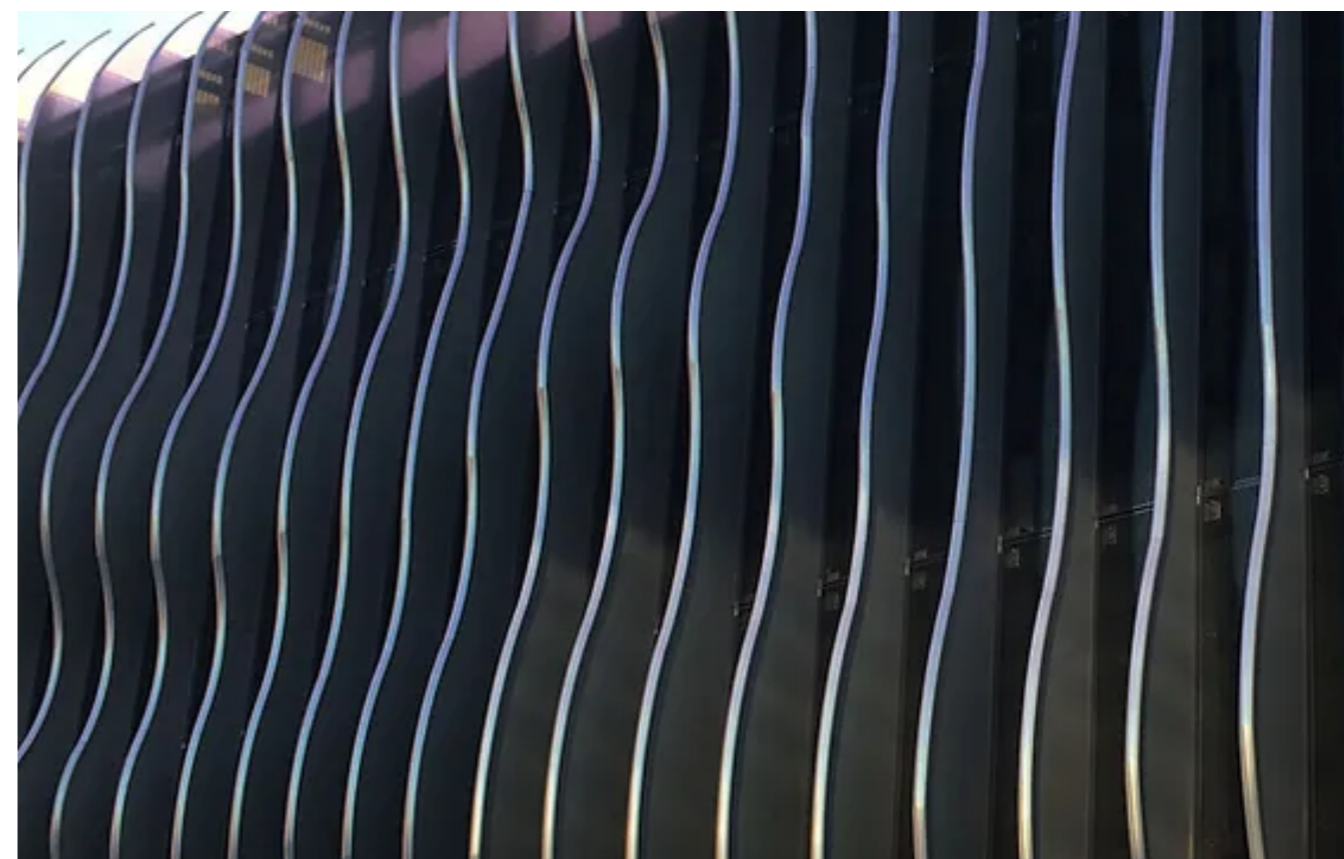
En el año 2023, se ha decidido llevar a cabo un proyecto para la medición del Alcance 3, donde se analizarán todos los procesos y actividades de la compañía para identificar las categorías de medición y recolección de información necesaria para llevar a cabo el cálculo de emisiones en toda la cadena de valor, tanto aguas arriba como aguas abajo.

### 5.1.6 Emisión de ruido

A nivel interno, debido que los ruidos que se generan en las plantas productivas pueden ser perjudiciales para la salud, se toman mediciones anuales en cada puesto de trabajo para asegurar que se toman las medidas adecuadas. Allá donde fuera necesario, se toman medidas correctoras o preventivas. Se equipa al personal de producción con equipamiento de mitigación de ruidos.

### 5.1.7. Impacto lumínico

A nivel interno, debido a normativas y a prevenir riesgos de salud laboral, se hacen mediciones anuales y se toman las medidas adecuadas para prevenir estos riesgos. Entre estas medidas se pueden encontrar aumentar o disminuir la cantidad de luz en los puestos de trabajo.



## 5.2. La gestión de residuos, recursos hídricos y vertidos

El Grupo administra los recursos de manera eficiente para garantizar un consumo responsable, promoviendo prácticas de economía circular, asegurando una menor cantidad de residuos que llega a vertederos y promoviendo la revalorización de los residuos en subproductos, la reducción del desperdicio alimentario y minimización de la contaminación de ríos, océanos y otras vías fluviales.

En este sentido, la actividad del grupo en materia de residuos, recursos hídricos y vertidos se encuentra alineado con el ODS número 12 y 14 de las Naciones Unidas "Producción y consumo responsable" y "Vida submarina", específicamente con sus compromisos 12.3 y 14.c respectivamente:

*"De aquí a 2030, reducir a la mitad el desperdicio de alimentos per capita mundial en la venta al por menor y a nivel de los consumidores y reducir las pérdidas de alimentos en las cadenas de producción y suministro, incluidas las pérdidas posteriores a la cosecha"*



*"Mejorar la conservación y el uso sostenible de los océanos y sus recursos aplicando el derecho internacional reflejado en la Convención de las Naciones Unidas sobre el Derecho del Mar, que constituye el marco jurídico para la conservación y la utilización sostenible de los océanos y sus recursos, como se recuerda en el párrafo 158 del documento "El futuro que queremos""*

El Grupo tiene un mecanismo de reporte de residuos implantado el cual le permite tener un control de los residuos generados en cada una de sus plantas de manera mensual, con el fin de:

1. Mantener una base de datos actualizada donde se puedan consultar la generación de residuos por planta.
2. Tomar medidas necesarias o propuestas de proyectos en función de los datos base, con el fin de mejorar la gestión de residuos, disminuirlos, conseguir una revalorización de los mismos, etc...

A continuación, se muestran los residuos generados por el Grupo:

### 5.2.1. Residuos peligrosos

RESIDUOS PELIGROSOS	CANTIDAD (KG) 2022	CANTIDAD (KG) 2021
Aceite Mineral	716	2.400
Baterías	-	55
Raee	-	758
Lodos Depuradora	142.540	200.580
Envases de Plastico Contaminado	3	89
Toners de Impresora	200	33
Fluorescentes	240	55
Residuos plásticos	-	181
Productos químicos desechados	-	208
Bidón metálico destrucción	200	240
Pequeños aparatos con componentes peligrosos y pilas incorporadas	6	178
Residuos de pinturas y barniz	-	117
<b>Total</b>	<b>143.905</b>	<b>204.894</b>

\* Los datos con valor (-) del 2022, indican que no se hicieron recogidas durante este periodo.

### 5.2.2. Residuos No Peligrosos

RESIDUOS NO PELIGROSOS	CANTIDAD (KG) 2022	CANTIDAD (KG) 2021
Envase + Organico	839.158	841.819
Plastico	85.140	10.143
Cartón/papel	635.190	544.380
Inertes	433.740	480.268
Madera	39.318	47.387
Porex	51.000	54.891
<b>TOTAL</b>	<b>2.083.546</b>	<b>1.978.888</b>



### 5.2.3. Consumo de Agua

El Grupo utiliza agua dulce para sus procesos de fabricación, principalmente en los siguientes:

- Generación de vapor para procesos térmicos necesarios para la cocción de materias primas, procesos de pasteurización, generación de agua caliente sanitaria, entre otros.
- Consumo de agua humana y limpieza de instalaciones.

Además, en el caso concreto de la planta que el Grupo tiene en Pontevedra, se utiliza agua de proceso proveniente del mar que, tras el lavado y depurado del mejillón se deriva a la Ría de Arousa en las mismas condiciones que previo a la extracción. Para reducir esta utilización de agua de mar y mejorar la calidad del proceso productivo, se ha apostado desde hace años por la depuración de agua de proceso a través de un sistema de recirculación (circuito cerrado) que se combina con un circuito abierto de depuración, introduciéndose además filtros de residuos, lo que permite reducir energía para el bombeo de agua de mar.

FUENTE DE EXTRACCIÓN	AGUA (m³) 2022	AGUA (m³) 2021
Agua total captada del medio	4.544.280	4.348.235
Agua de red de abastecimiento	449.535	411.316
Agua de Mar recirculada*	4.094.745	3.936.919

\* Agua extraída y devuelta al mar en mismas condiciones de captación

Las compañías del grupo realizan diferentes iniciativas para minimizar el consumo de agua, entre las que destacan:

- Desarrollo de protocolos de arranque y cierre de instalaciones para que los usuarios cierren las válvulas de agua con el fin de reducir el consumo.
- Las compañías del Grupo que adquieren nueva maquinaria consumidora de agua, se tiene en cuenta como factor fundamental el bajo consumo y eficiencia de su uso, en línea con la preocupación del Grupo con la escasez de agua actual.
- Revisión procesos y tiempos de consumos, para su optimización con el objetivo de aprovechar lo máximo posible los recursos hídricos consumidos.

### 5.2.4. Revalorización de residuos

Uno de los principales objetivos del Grupo en materia de residuos es la maximización de residuos valorizados con el objetivo de dotar a los residuos generados una segunda vida y fomentar de este modo la recircularidad, primordial como estrategia de aprovechamiento de los recursos.

Durante el año 2022, se han generado 3.211.488 kg de residuos orgánicos SANDACH (Subproductos Animales No Destinados Al Consumo Humano), tanto de categoría 3 (1.027.536 kg) como categoría 2 (2.183.952 kg). El grupo apuesta por buscar una salida sostenible a estos residuos, buscando una reutilización de los mismos como materia prima para otros sectores o productos y fomentar la circularidad de recursos.

Entre las principales categorías de residuos SANDACH que el Grupo genera y que se da una segunda vida, destacan:

- Restos de cabezas y materia prima de salmón; utilizado como materia prima para la producción de piensos animales de la máxima calidad.
- Concha de mejillón; utilizado como materia prima para la fabricación de compost naturales.



### Contra el Desperdicio Alimentario - TOO GOOD TO GO®

Una de las iniciativas impulsadas por el Grupo en materia de reducción del desperdicio alimentario, es la adhesión a la plataforma Too Good To Go®.

Too Good To Go® es una Plataforma cuyo principal objetivo es contribuir a la construcción de un movimiento mundial en contra del desperdicio de alimentos. Para ello, a través de su aplicación, se permite ayudar tanto a las empresas productoras de alimentos, como el caso del Grupo Angulas Aguinaga, a dar una salida a productos que se han quedado próximos a la fecha de caducidad y, al mismo tiempo, acercar a los consumidores productos de altísima calidad y perfectamente seguros a un precio muy competitivo.

Durante el año 2022, el Grupo ha contribuido de manera sustancial, poniendo en el mercado 9.208 unidades de producto, lo que supone un impacto en reducción de emisiones de CO2 emitidas de 23.020 kg.

### 5.2.5. Protección e impacto en la biodiversidad

Como medidas para disminuir el impacto en la biodiversidad y sobre el cambio climático, las sociedades del grupo están inscritas en las siguientes certificaciones para la venta de productos con estas especificaciones:

- MSC (Marine Stewardship Council): Establece los estándares para la pesca sostenible y trazabilidad de los productos pesqueros sostenibles con certificación y mantiene a su vez, un estándar para el cultivo y recolección de las algas marinas.
- ASC (Aquaculture Stewardship Council): Junto con MSC; garantizan un proceso de acuicultura responsable.
- Global Gap: Tiene como objetivo la producción agropecuaria segura y sostenible a nivel mundial.
- Por otro lado, también la planta de Palencia está inscrita en SFP, Sustainable Fish Program.
- En el caso de la planta de Galicia, se ha apostado por la línea de negocio de mejillón Bio Vivo, en sus modalidades de cesto y atmósfera protectora. Esta actuación supone utilizar mejillón procedente de cultivos ecológicos, característica que es certificada por el CRAEGA (Consejo Regulador de Agricultura Ecológica de Galicia).

El Grupo no dispone de centros de producción ni oficinas en áreas protegidas o zonas de gran valor para la biodiversidad, por lo que su impacto en la biodiversidad no es significativo.

## 5.3. Seguridad Alimentaria

El Grupo se centra en elaborar productos que cumplan con todos los requisitos legales vigentes y que no supongan ningún riesgo para la salud del consumidor, buscando una cultura de seguridad alimentaria en toda su cadena de valor.

En este sentido, la actividad del grupo con un claro enfoque en Seguridad Alimentaria se encuentra alineado con el ODS número 2 de las Naciones Unidas "Hambre Cero", específicamente con su compromiso 2.4:

*“Para 2030, garantizar sistemas de producción de alimentos sostenibles e implementar prácticas agrícolas resilientes que aumenten la productividad y la producción, que ayuden a mantener los ecosistemas, que fortalezcan la capacidad de adaptación al cambio climático, condiciones climáticas extremas, sequías, inundaciones y otros desastres y que mejoren progresivamente la calidad de la tierra y el suelo”*



### 5.3.1. Seguridad Alimentaria para Clientes y Consumidores

Clientes y consumidores son el principal pilar para el desarrollo, evolución y crecimiento del Grupo, que realiza diversas acciones que tienen los siguientes objetivos:

- Ofrecerles un portafolio de productos extenso, sano, saludable y diferenciado.
- Anticiparse y satisfacer sus necesidades de consumo.
- Garantizar la máxima calidad de sus servicios y productos, cumpliendo no sólo los requisitos y estándares de calidad establecidos legalmente sino también aquellos otros más rigurosos que garanticen esa máxima calidad.
- Velar por su salud y seguridad, respetando las normas de seguridad alimentaria más estrictas.

Para su consecución, se presta especial atención a los sistemas de Control de Calidad y Seguridad Alimentaria.

- Normas de Correcta Fabricación (Good Manufacturing Practices, GMP): referidas a buenas prácticas para la manipulación, embalaje, almacenamiento y transporte de productos frescos.
- Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (HACCP): un sistema de identificación y control de los posibles problemas que pueden aparecer durante los procesos de diseño y producción.
- Normas de Aseguramiento de la Calidad, como es la Norma IFS (International Food Standard) que es una de las máximas distinciones en materia de Seguridad Alimentaria en todos los sectores de la distribución de Europa.

En este contexto, todas las plantas del Grupo tienen sus respectivas certificaciones en materia de calidad y seguridad alimentaria.

### Tecnología para garantizar la seguridad alimentaria y calidad

En el contexto del programa Bind 4.0 impulsado por la Agencia Vasca de Desarrollo Empresarial del Gobierno Vasco y el Gobierno Vasco, unos de los ejes principales de la estrategia de innovación abierta de la compañía, se ha puesto en marcha en 2022 de un proyecto con la startup tecnológica CLCircular en el marco de mejorar el componente de digitalización de las operaciones logísticas y de aseguramiento de seguridad alimentaria.

Mediante la instalación de sensores de alta tecnología en los medios de transporte de los productos que el Grupo distribuye, se permite disponer en tiempo real de parámetros críticos para la correcta conservación de los productos. Indicadores como temperatura, luminosidad o humedad permiten controlar y asegurar que los productos que llegan a los clientes tienen todas las garantías en cuanto a seguridad alimentaria y calidad, así como ayudar a minimizar el desperdicio alimentario.

### 5.3.2. Etiquetado de productos y servicios

En línea con el objetivo del Grupo por realizar una comunicación transparente y veraz, todos los productos comercializados por el Grupo cumplen con la normativa de etiquetado aplicable en cada país. El Grupo dispone de un área específica de etiquetado y textos legales dentro del departamento de Calidad.

### 5.3.3. Servicios de Atención a clientes y consumidores

Los envases de todos los productos de las distintas compañías que componen el Grupo, proporcionan al consumidor la información relativa a sus cualidades nutricionales, así como la dirección física de la empresa y, en su caso, la dirección web, dirección email y número de teléfono.

Los diferentes servicios de atención al consumidor funcionan como centro de recogida de datos y como generadores de información al sistema de calidad. Las demandas son atendidas telefónicamente, vía e-mail o a través de la página web, según los datos aportados por el cliente. Por cada incidencia se abre expediente que es reportado internamente a la Dirección de Calidad, quien realiza seguimiento interno y revisa el correspondiente sistema de calidad por si se hubiese producido incidencia, y activa los mecanismos necesarios para ofrecer una solución.

Asimismo, periódicamente realizan un seguimiento estadístico de todas las incidencias y propuestas de mejora hechas por los consumidores, erigiéndolas como punto de revisión en los distintos Comités de Dirección que se celebran mensualmente en el ámbito interno de cada compañía.

Este servicio de atención a clientes y consumidores se centraliza en las oficinas centrales del Grupo, situadas en Irura (Gipuzkoa).



### 5.3.4. Incidencias durante el ejercicio

A lo largo de 2022 no se ha registrado ninguna alerta sanitaria detectada en el punto de venta.

En relación con las reclamaciones de consumidores con respecto a los productos, durante el año 2022, al igual que en el año 2021, no ha habido ninguna "no conformidad" que afecte a la seguridad alimentaria del consumidor final. Todas las no conformidades son analizadas de cara a establecer planes de mejora en aquellas que sean más relevantes. Adicionalmente se analiza dicha información para introducir mejoras de producto.

En la tabla siguiente se indica, en porcentajes sobre kilos vendidos, las no conformidades del año 2022 en cada una de las plantas:

Ninguna de las compañías del Grupo, a lo largo del 2022, al igual que en el año 2021, ha hecho comunicaciones sobre incidentes relativos a la privacidad y fuga de datos personales de clientes.

PLANTA	% 2022	%2021
Irura	0,001	0,001
Burgos	0,0023	0,0012
Galicia	0,0024	0,0011
Palencia	0,0007	0,0016
Barcelona	0,0022	0,0021
Riunione	0,0004	0,0006
Deligusti	0,00015	0,0002

### 5.3.5. Auditorías Internas y a Proveedores

Como medida de aseguramiento de la calidad y de los procesos llevados a cabo, tanto en las fábricas del Grupo (interno) como de proveedores (externo), se realizan periódicamente auditorías.

Las auditorías internas sirven al Grupo para llevar a cabo un control de los procesos internos de las plantas productivas y asegurar tanto la calidad de los productos fabricados, como de la seguridad alimentaria y los procesos productivos. Al mismo tiempo, se realizan auditorías a proveedores con el objetivo de asegurar que los procesos, procedimientos y especificaciones de suministro se cumplen y asegurar de este modo que el suministro se realiza con las condiciones óptimas en cuanto a calidad y seguridad.

	2022	2021
Auditorías Internas	7	7
Auditorías a Externos	8	1
<b>Auditorías Totales</b>	<b>15</b>	<b>8</b>





## 6.- Cuidado y desarrollo de nuestras personas

Las personas son un pilar básico para el Grupo siendo fundamental la disposición de un entorno de trabajo seguro, saludable y flexible donde los empleados puedan prosperar, promoviendo un espacio de trabajo diverso y multicultural, en todos sus colectivos, manteniendo a su vez un equilibrio entre el trabajo y la vida privada.

### 6.1. Bienestar y satisfacción de los empleados

A continuación, se presentan indicadores clave de resultados no financieros correspondiente al ejercicio 2022, donde cabe destacar que los datos referidos a número de empleados, contratos de trabajo, despidos, remuneraciones medias de tienen en cuenta empleados que estén de alta a 31/12/2022.

#### 6.1.1. Empleados

El número total y la distribución de los empleados del Grupo Angulas Aguinaga por género y país a 31 de diciembre de 2022 es la siguiente:

Empleados por País	2022			2021		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
España	377	362	739	391	348	739
Italia	43	44	87	39	44	83
Francia	1	1	2	0	1	1
<b>TOTAL</b>	<b>421</b>	<b>407</b>	<b>828</b>	<b>430</b>	<b>393</b>	<b>823</b>

Siendo las Personas, un pilar fundamental del modelo de negocio, junto con la Innovación, se presta especial foco en su bienestar ya que son las generadoras de innovación y, como consecuencia, las responsables de los éxitos de la compañía.

Por ello, y aunque 2021 y 2022 no hayan sido años fáciles, se han protegido los puestos de trabajo de todos los profesionales.

Así, y a pesar de ser un sector especialmente golpeado por la crisis de la COVID-19, huelgas de transportes, subidas de costes, se han mantenido las condiciones laborales de toda la plantilla y sin haberse acogido a ningún mecanismo de regulación laboral.

El número total y la distribución de los empleados del Grupo Angulas Aguinaga por género y categoría a 31 de diciembre de 2022 es como sigue:

Empleados por edad y categoría	2022			2021		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
<30	51	50	101	58	46	104
Administrativo/Operario	35	26	61	42	26	68
Manager	6	17	23	6	12	18
Técnico	10	7	17	10	8	18
>50	114	98	212	111	88	199
Administrativo/Operario	85	81	166	78	73	151
Manager	16	12	28	20	10	30
Técnico	11	4	15	12	3	15
Directivo	2	1	3	1	2	3
30<X<50	256	259	515	261	259	520
Administrativo/Operario	178	179	357	170	182	352
Manager	42	59	101	49	57	106
Técnico	30	19	49	36	19	55
Directivo	6	2	8	6	1	8
<b>TOTAL</b>	<b>421</b>	<b>407</b>	<b>828</b>	<b>430</b>	<b>393</b>	<b>823</b>



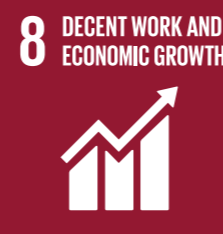
Del cuadro anterior, se desprende que el 48% de la plantilla total son mujeres frente al 52% de hombres. Analizando la distribución por sexo de cada rango de edad, no se obtienen diferencias relevantes.

El análisis de la antigüedad de la plantilla arroja que la media de la plantilla es de 8 años. En concreto, el 39% de la plantilla tiene una antigüedad menor a 5 años, el 39% tiene una antigüedad entre 5 y 15 años y el 22% de la plantilla tiene una antigüedad superior a 15 años.

Uno de los objetivos de sostenibilidad del Grupo alineado con el ODS 8 "Trabajo decente y crecimiento económico" es aumentar la satisfacción de los empleados.

En concreto, con el ODS 8.5:

*"De aquí a 2030, lograr el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todas las mujeres y los hombres, incluidos los jóvenes y las personas con discapacidad, así como la igualdad de remuneración por trabajo de igual valor"*



Para ello, este año 2022, se ha implementado el trabajo flexible, seguido de la flexibilidad horaria y flexibilidad en el disfrute de las vacaciones ya existente, apostando por el compromiso, la motivación y la eficiencia de los equipos. Con ello, se ha implementado la Política de Desconexión digital, promoviendo un uso adecuado de las herramientas digitales e impulsando una cultura flexible que se adapte a las necesidades del negocio, velando porque se respeten los tiempos de descanso y el equilibrio entre el trabajo y la vida privada.

Además, el Grupo tiene un compromiso, en el ámbito de la calidad del empleo, desarrollando las capacidades, habilidades y competencias de los empleados para promover una cultura de innovación y continuar fortaleciendo un sentimiento de pertenencia y compromiso. Con el objetivo de medir el compromiso de los empleados, se ha lanzado por primera vez, la encuesta anual de empleados, dónde se ha obtenido un resultado favorable en el Employee Engagement Index.

En línea con la misión del Grupo "revolucionar la alimentación al servicio del consumidor", se apuesta firmemente por el reclutamiento y retención del talento que existe.

En este sentido, existe un procedimiento específico de selección, amparado por el código de Conducta de la compañía, que fija los siguientes principios de selección y contratación del personal:

- Se garantizará la no discriminación de ninguna persona candidata durante el proceso de selección de personal.
- La evaluación de las personas candidatas se realizará en base a los requisitos del puesto, con objetividad, transparencia y respetando el principio de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres.
- La selección se basará en el mérito y las competencias para el desempeño del puesto y no en el sexo, edad u otras circunstancias personales o familiares.

Los conocimientos y adecuación de la persona al puesto serán medidos mediante parámetros e indicadores precisos y equiparables que se establecerán de manera previa al inicio del proceso de selección.

### 6.1.2. Desconexión digital

Para el Grupo es fundamental crear un entorno de trabajo flexible donde los empleados puedan prosperar, promoviendo un espacio diverso y multicultural y en todos sus colectivos, manteniendo a su vez un equilibrio entre el trabajo y la vida privada. Para ello, este año, se ha implementado el trabajo flexible, seguido de la flexibilidad horaria y flexibilidad en el disfrute de las vacaciones ya existente, apostando por el compromiso, la motivación y la eficiencia los equipos.

Con ello y tras la entrada en vigor de la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales, los trabajadores tienen reconocido su derecho a la desconexión digital a fin de garantizar, fuera del tiempo de trabajo legal o convencionalmente establecido, el respeto de su tiempo de descanso, permisos y vacaciones, así como de su intimidad personal y familiar. En el Grupo AA se ha implementado la Política de Desconexión digital, promoviendo un uso adecuado de las herramientas digitales e impulsando una cultura flexible que se adapte a las necesidades del negocio, velando porque se respeten los tiempos de descanso y el equilibrio entre el trabajo y la vida privada.



### 6.1.3. Organización del trabajo

Para el Grupo, es vital crear un entorno de trabajo saludable y flexible donde las personas trabajadoras mantienen un equilibrio entre el trabajo y la vida privada, apostando por contratos estables, beneficios sociales, medidas de conciliación, junto a una retribución salarial.

En cuanto al tiempo de trabajo se regula en los convenios colectivos sectoriales en los que estamos presentes, estableciendo una jornada máxima anual, con turnos establecidos, entre otras cuestiones.

En el Grupo se contempla la distribución irregular de la jornada, en función de las necesidades de organización del trabajo, así como se regula la realización de horas extraordinarias, respetando los descansos diarios y semanales mínimos previstos en la normativa laboral de aplicación, así como las fiestas laborales establecidas en el oportuno calendario laboral.

Además, las personas trabajadoras del Grupo tienen derecho a ausentarse del trabajo, con derecho a remuneración, por diferentes motivos, como pueden ser la atención y/o cuidado de familiares.

### 6.1.4. Igualdad de género

El Grupo, apuesta firmemente por la igualdad de oportunidades, condiciones, responsabilidades e igualdad de géneros. Un claro ejemplo de ello son todas las acciones formativas, ya que están dirigidas a las personas trabajadoras independientemente del género. Muestra de ello, la paridad de hombres y mujeres existente en la plantilla actual.

En el grupo se ha constituido una Comisión de Igualdad de Oportunidades con la finalidad de diagnosticar, diseñar y elaborar los Planes de Igualdad de las sociedades del Grupo.

Esta Comisión de Igualdad se encuentra en proceso de sofisticación de los Planes de Igualdad que contarán con un diagnóstico actualizado, una programación con las medidas concretas necesarias para resolver las carencias detectadas, problemas y áreas de oportunidad, para la elaboración del Plan de Igualdad que recoja las líneas de actuación y objetivos para los próximos años, estableciendo los indicadores de seguimiento y la evaluación del grado de cumplimiento de los mismos.

### 6.1.5. Accesibilidad universal de las personas con discapacidad

En el Grupo Angulas Aguinaga, como se indica en el Código de conducta, se tiene el firme compromiso de regirse por el principio de no discriminación, no admitiendo ningún caso de exclusión por discapacidad.

En esta línea, el grupo ha impulsado en España diferentes acciones vinculadas con la inclusión sociolaboral. Este compromiso hace que, durante el año del 2022, además de contratar a 7 personas con discapacidad, también, colaboramos con varios centros especiales de empleo (CEE), en los que hemos destinado un importe mayor a 121.500€ superando un año más el importe mínimo requerido por ley.

Por un lado, en las plantas de Guipúzcoa y Burgos se colabora con un CEE en concepto de servicios de lavandería, clasificación y reposición de ropa de trabajo. Las plantas de Cambados y Vilaxoan (Pontevedra) también trabajan con Ilunion los servicios de lavandería.

Por otro lado, desde hace más de 15 años se colabora con la fundación Nou Xamfra. Estos actúan como centro especial de trabajo, realizando funciones de encajado y etiquetado de los productos fabricados en la planta productiva de Barcelona, adicionalmente se realizan contrataciones esporádicas por campañas de otros servicios a otros centros especiales de la zona como MITON.

De esta manera, se potencia la sensibilización del personal en el ámbito de las capacidades diversas, compartiendo una práctica real y consistente en el tempo a través de la cual se aporta valores a la organización.

Empleados con discapacidad	España	Italia	Italia	Total
2022	7	3	-	10
2021	11	2	-	13

### 6.1.6 Seguridad Salud y Bienestar

Para el Grupo es una prioridad el cuidado integral de las personas que conforman la compañía. Por ello, a través de la Política de Seguridad y Salud, se adquiere el compromiso de cumplir con toda la normativa vigente en materia de Salud y Prevención de Riesgos Laborales, cuidando la seguridad y salud de todos los trabajadores, incidiendo en la mejora de los procesos productivos, adaptando maquinaria y equipos y mejorando las condiciones de trabajo.

Horas de absentismo	2022	2021
Hombre	93.443	45.281
Mujer	46.745	30.868
<b>Total</b>	<b>140.187</b>	<b>76.149</b>

Como Grupo se ensalza el valor de ampliar la formación de los trabajadores, inculcando Cultura Preventiva y promoviendo la especialización de los puestos de trabajo formando en el manejo de maquinaria, en Primeros Auxilios, Emergencias, etc.

En los centros de trabajo se dispone de Comités de Seguridad y Salud donde se tiene en cuenta en todo momento los puntos de mejora y sugerencias que se trasladan desde los trabajadores y todas las demás medidas necesarias para mantener unas condiciones sobresalientes de Seguridad y Salud en las plantas.

Por último, indicar que en los convenios colectivos o en la normativa laboral de aplicación en cada país se prevén capítulos o secciones específicos en materia de Seguridad y Salud Laboral, promoviéndose así la seguridad de salud de todas las personas mediante la aplicación de medidas y el desarrollo de actividades necesarias para la prevención de los riesgos derivados del trabajo.

El absentismo es un reto importante a abordar dado el incremento acontecido en 2022. No obstante lo anterior se tienen claramente identificadas las causas generadoras, siendo todas ellas comunes para todas las empresas que operan en la zona de influencia de la compañía.

Internamente se han implantado las siguientes acciones para mejorar el índice de absentismo:

- Seguimiento del índice de absentismo diario y mensual por parte de la compañía para cada uno de los centros.
- Definición de objetivos de reducción del índice para cada uno de los responsables de planta y de HR.
- Análisis de la distribución del absentismo por tipo de contingencia (contingencias comunes, accidente, permisos retribuidos...).
- Plan de acción según los resultados obtenidos en el seguimiento.

Número de accidentes por género	MUJERES			HOMBRES			TOTAL
	Con baja	Sin baja	Itinere	Con baja	Sin baja	Itinere	
2022	18	13	2	23	21	1	78
2021	19	14	3	21	37	-	94

	2022			2021		
	Mujeres	Hombre	Total	Mujeres	Hombre	Total
Número de enfermedades profesionales	2	2	4	-	-	-
Índice de gravedad de accidentes	1	1	1	3	5	4
Índice de frecuencia de accidentes	27	29	28	21	26	24
Jornadas perdidas por accidente	524	993	1.517	2.248	4.237	6.485

\*Los datos del 2021 se han actualizado con respecto al EINF publicado en 2021 para unificar criterio de cálculo con 2022.



## 6.2. Atracción, desarrollo y fidelización del talento

Otro de los compromisos del Grupo con los trabajadores es desarrollar sus capacidades, habilidades y competencias para promover una cultura de innovación y continuar fortaleciendo un sentimiento de pertenencia y compromiso en todo el Grupo.

### 6.2.1. Modalidades de contrato de trabajo

El número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo a 31 de diciembre de 2022 del Grupo, de contratos indefinidos, temporales y a tiempo parcial, por género y edad:

Tipo de contrato	2022					2021				
	Fijo	Temporal	Temp. Parcial	Fijo tiempo parcial	Total	Fijo	Temporal	Temp. Parcial	Fijo tiempo parcial	Total
<30	90	7	3	1	101	98	5	-	1	103
Hombre	46	3	2	-	51	57	-	-	-	57
Mujer	44	4	1	1	50	41	5	-	1	46
>50	202	4	3	3	212	193	5	1	-	198
Hombre	110	3	-	1	114	108	4	-	-	112
Mujer	92	1	3	2	98	85	1	1	-	86
30<X<50	501	10	3	1	515	511	4	-	5	515
Hombre	249	4	3	-	256	259	2	-	-	261
Mujer	252	6	-	1	259	252	2	-	5	254
<b>TOTAL</b>	<b>793</b>	<b>21</b>	<b>9</b>	<b>5</b>	<b>828</b>	<b>802</b>	<b>14</b>	<b>1</b>	<b>6</b>	<b>823</b>

Las contrataciones temporales están vinculadas, mayoritariamente, a sustituciones (como permisos por nacimiento) o a refuerzos puntuales de plantilla. El grupo promueve la estabilidad en el empleo, siendo el 99% de los contratos indefinidos y el 1% temporales.

### 6.2.2. Despidos

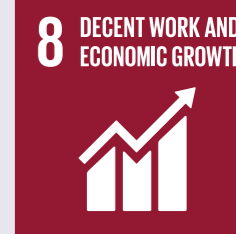
Los despidos que se tienen lugar en la compañía se producen por situaciones particulares excepcionales y no en base a planes de despidos colectivos.

Número de despidos por género, edad y categoría en el Grupo, durante el ejercicio 2022 se representa en el cuadro siguiente:

Bajas no voluntarias	2022			2021		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
<30	-	2	2	3	4	7
Administrativo/Operario	-	2	2	2	4	6
Manager	-	-	-	1	-	1
>50	9	3	12	6	1	7
Administrativo/Operario	4	3	7	5	-	5
Manager	2	-	2	1	-	1
Técnico	3	-	3	-	-	-
Directivos	-	-	-	-	1	1
30<X<50	9	6	15	11	16	27
Administrativo/Operario	5	4	9	7	9	16
Manager	-	1	1	-	3	3
Técnico	4	1	5	4	4	8
<b>TOTAL</b>	<b>18</b>	<b>11</b>	<b>29</b>	<b>20</b>	<b>21</b>	<b>41</b>

En todos los temas relacionados con los empleados la estrategia está alineada con el ODS 8 y en este punto en concreto, con el ODS 8.5:

*“De aquí a 2030, lograr el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todas las mujeres y los hombres, incluidos los jóvenes y las personas con discapacidad, así como la igualdad de remuneración por trabajo de igual valor”*



A continuación, se muestra el promedio de contratos

Tipo de contrato	2022					2021				
	Fijo	Temporal	Temp. Parcial	Fijo tiempo parcial	Total	Fijo	Temporal	Temp. Parcial	Fijo tiempo parcial	Total
<b>España</b>	<b>725</b>	<b>10</b>	<b>3</b>	<b>18</b>	<b>756</b>	<b>744</b>	<b>9</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>759</b>
Administrativo/Operario	501	9	3	18	531	503	6	-	5	514
Directivo	9	-	-	-	9	9	-	-	-	9
Manager	136	-	-	-	136	143	-	1	-	144
Técnico	78	1	-	-	79	88	3	-	-	91
Dirección General	1	-	-	-	1	1	-	-	-	1
<b>Italia</b>	<b>79</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>-</b>	<b>85</b>	<b>80</b>	<b>5</b>	<b>-</b>	<b>2</b>	<b>87</b>
Administrativo/Operario	63	4	1	-	68	66	4	-	2	72
Directivo	1	-	-	-	1	-	-	-	-	-
Manager	14	1	-	-	15	14	1	-	-	15
Técnico	1	-	-	-	1	-	-	-	-	-
<b>Francia</b>	<b>2</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>2</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
Manager	2	-	-	-	2	-	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>806</b>	<b>15</b>	<b>4</b>	<b>18</b>	<b>843</b>	<b>824</b>	<b>14</b>	<b>1</b>	<b>7</b>	<b>846</b>

Tipo de contrato	2022					2021				
	Fijo	Temporal	Temp. Parcial	Fijo tiempo parcial	Total	Fijo	Temporal	Temp. Parcial	Fijo tiempo parcial	Total
<b>España</b>	<b>725</b>	<b>10</b>	<b>18</b>	<b>3</b>	<b>756</b>	<b>742</b>	<b>9</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>758</b>
<30	77	4	4	1	86	80	1	-	1	82
>50	185	2	5	2	194	181	2	1	1	185
30<X<50	463	3	9	-	476	482	6	-	3	491
<b>Italia</b>	<b>79</b>	<b>5</b>	<b>-</b>	<b>1</b>	<b>85</b>	<b>81</b>	<b>5</b>	<b>-</b>	<b>2</b>	<b>88</b>
<30	16	1	-	-	17	17	3	-	-	20
>50	23	1	-	1	25	20	1	-	-	21
30<X<50	41	3	-	0	44	45	1	-	2	48
<b>Francia</b>	<b>2</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>2</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
30<X<50	2	-	-	-	2	-	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>806</b>	<b>15</b>	<b>18</b>	<b>4</b>	<b>843</b>	<b>824</b>	<b>14</b>	<b>1</b>	<b>7</b>	<b>846</b>

### 6.2.3. Remuneración media de la plantilla

En los cuadros siguientes se muestra la remuneración media por género, edad y categoría en el Grupo Angulas Aguinaga, excluyendo el dato de remuneraciones a los propietarios de las empresas adquiridas durante el ejercicio 2021 ya que el tipo de contrato (con una duración determinada) y su remuneración no se adecúan con el Plan de remuneraciones del Grupo asignado a la categoría en la que se sitúan\*.

	2022			2021		
Remuneración	Salario			Salario		
Hombre	31.258			30.242		
Mujer	28.613			26.681		
<b>TOTAL</b>	<b>29.956</b>			<b>28.539</b>		
Remuneración por edad	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total
<30	22.281	24.052	<b>23.158</b>	20.570	23.297	<b>21.803</b>
>50	33.410	28.187	<b>30.984</b>	31.623	29.422	<b>30.656</b>
30<X<50	32.096	29.655	<b>30.868</b>	31.767	26.374	<b>29.081</b>
Remuneración por categoría	Total			Total		
Administrativo/Operario	23.223			21.733		
Manager	49.000			45.635		
Técnico	27.732			26.875		
Directivo	142.373			170.258		
Remuneración directivos	Total			Total		
Hombre	148.903			183.404		
Mujer	124.958			139.622		

\*Dato de remuneraciones del 2021 se han actualizado con respecto al EINF publicado en 2021 para unificar criterio de cálculo con 2022.

En el caso de los consejeros la retribución anual media es de 21.428,57€ que no se desglosa por temas de confidencialidad al haber seis hombres y una mujer sin que exista brecha salarial.

### 6.2.4. Brecha Salarial

Según la normativa en vigor actualmente, que se regula en el Estatuto de los Trabajadores, en la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, en el RD 901/2020, de 13 de octubre, de planes de igualdad y su registro, así como, el RD 902/2020, de 13 de octubre, de igualdad retributiva entre hombres y mujeres, se muestra la brecha salarial (diferencia entre los salarios medios de hombres y mujeres, entre los salarios medios de los hombres) por categoría en el Grupo.

El dato por categorías solo se mostrará para el ejercicio 2022 puesto que la evolución no es comparable, ya que se ha actualizado el método de cálculo. Las diferencias existentes por categorías del cuadro adjunto se deben a factores objetivos que no tienen que ver ni con la discriminación por sexo ni con la existencia de una brecha salarial.

		2022
Diferencias salariales por categorías		Total
Administrativo/Operario		1,4%
Manager	Junior Manager (M1)	-7,1%
	Junior Manager (M2)	1,7%
	Manager	3,1%
	Senior Manager	4,7%
Técnico		7% (14,6%*)
Directivo		5,2% (16%**)

\*Incluyendo a los técnicos con antigüedad superior a 15 años cuya población es 100% masculina. \*\* Incluyendo al director general.

### 6.2.5. Relaciones sociales

El 100% de los empleados del Grupo están cubiertos por los convenios colectivos a los que están adscritos en cada uno de los centros de trabajo. En aquellas plantas donde existe representación de los trabajadores se mantienen reuniones periódicas y existe una relación cordial basada en el consenso y donde se tratan temas de interés mutuo.

### 6.2.6. Formación interna

En el Grupo Angulas Aguinaga se tiene como objetivo el incremento las horas de formación y así desarrollar a sus empleados, poniendo a su disposición los medios, programas y herramientas necesarias para potenciar sus habilidades y competencias.

La formación se entiende como un elemento básico y fundamental de la cultura de la compañía, que contribuye al crecimiento personal y al desarrollo profesional de las personas que forman parte de la organización.

Además, se considera que la formación debe atender las necesidades de las personas según su puesto y sus funciones en la organización, y debe estar alineado con los objetivos y estrategia de la empresa, creyendo firmemente que ésta constituye un factor decisivo para incrementar la competitividad de la empresa.

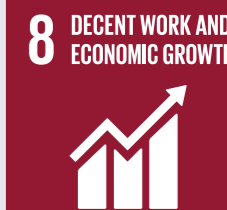
El programa de formación del Grupo se estructura en torno a los siguientes contenidos:

- **Aprendizaje de Habilidades Generales:** Orientación a la adquisición de conocimientos de técnicas, independientemente del área funcional.
- **Aprendizaje de habilidades profesionales:** Atiende a un área de conocimiento o herramienta en particular.
- **Habilidades de estilo de gestión o competencias:** Esta relacionado con el "como" una persona debe realizar cierta función.

Horas de Formación	2022	2021
Directivos	1.403	1.609
Manager	3.217	3.276
Técnicos	1.448	2.046
Administrativos/Operarios	6.400	4.675
<b>TOTAL</b>	<b>12.468</b>	<b>11.606</b>

En este punto el grupo se encuentra alineado con el ODS 8.8:

*“Proteger los derechos laborales y promover un entorno de trabajo seguro y sin riesgos para todos los trabajadores, incluidos los trabajadores migrantes, en particular las mujeres migrantes y las personas con empleos precarios”*





# 7.- Gobernanza

La gobernanza es uno de los ejes fundamentales del Grupo en su plan de sostenibilidad, por ello se pone especial atención en las actuaciones contra el soborno, la corrupción y los conflictos comerciales, además de promover los valores y principios que guían el Código de Conducta del Grupo.

## 7.1. Cumplimiento de la Ley y conducta ética

### 7.1.1. Derechos Humanos

Cómo indica el Código de Conducta del Grupo, cuya actualización ha sido aprobada en 2022, el Grupo manifiesta públicamente su rechazo más absoluto a cualquier tipo de práctica ilícita y/o delictiva, dejando expresa constancia de que tales prácticas están totalmente prohibidas, sin excepción ni límites, en el seno del Grupo. Por ello, se compromete a desarrollar internamente la normativa y los procedimientos que contribuyan al cumplimiento de la legislación aplicable.

Todas las personas que forman parte del Grupo deberán:

**Desempeñar su función en el Grupo con estricto cumplimiento de la legislación aplicable**, y evitando cualquier práctica que no sea éticamente aceptable bajo estrictos criterios de honestidad e integridad moral.

**Asumir, cumplir y respetar** todas las políticas, procedimientos y normativas del Grupo en sus respectivos ámbitos de actuación.

**Actuar de forma clara y transparente**, asegurándose de que ninguna de sus actuaciones pueda ser susceptible de ser interpretada como un engaño.

Dicho Código de Conducta establece una serie de valores, normas y pautas de comportamiento aplicables a todas las actividades del Grupo. En caso de conflicto entre los valores, normas y pautas de comportamiento establecidas en este Código y la legislación aplicable, lo establecido en las leyes prevalecerá sobre lo establecido en dicho Código.

El Grupo, además de cumplir con la legislación vigente, aplicable en todos los territorios en los que desarrolla su actividad, se compromete a:

- **Respetar los derechos humanos internacionalmente reconocidos**, que abarcan los derechos enunciados en la Carta Internacional de Derechos Humanos y los principios relativos a los derechos establecidos en la Declaración de la Organización Internacional de Trabajo.
- **Mantener un entorno de trabajo libre de cualquier forma de acoso sexual o por razón del sexo y de otra naturaleza**, tanto si se trata de acoso por parte de una persona trabajadora a otra, o por parte de una persona trabajadora a cliente o proveedor o viceversa, y asume el compromiso de asegurar que todas las personas sean tratadas de forma equitativa y digna. Por consiguiente, no se tolerará ninguna práctica discriminatoria en función de la raza, color, sexo, edad, religión, procedencia étnica o geográfica, discapacidad o por cualquier otra causa ilegítima.
- **Respetar la vida personal y familiar de las personas y promoverá las políticas de conciliación** que faciliten el mejor equilibrio entre éstas y las responsabilidades laborales del mismo.
- **Respetar los principios de igualdad de trato y oportunidades en todas y cada una de las áreas de la empresa**, fomentando y ofreciendo las mismas oportunidades en el acceso al trabajo y en la promoción profesional, promoviendo una cultura corporativa basada en el mérito. No se tolera ninguna actitud discriminatoria.
- **Rechazar el uso de cualquier forma de trabajo forzoso u obligatorio**, según se define en el Convenio 29 de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), y en ningún caso confisca dinero ni documentos de identidad al inicio de la relación laboral con el objeto de retener a los trabajadores en contra de su voluntad.
- **Respetar los derechos de los niños rechazando el uso de mano de obra infantil** según la definición de este concepto que se recoja en la legislación vigente en el país en el que se desarrollen las actividades correspondientes y respetando, en todo caso, la edad mínima que se establece en el Convenio 138 de la OIT.

- **Reconocer el derecho de sus empleados a constituir o participar en organizaciones cuyo objeto sea la defensa y promoción de sus intereses**, y no interferir en sus elecciones en este sentido, reconociendo así mismo el derecho a la representación de los trabajadores, dentro de las distintas unidades de trabajo, por parte de sindicatos y demás formas de representación elegidas de conformidad con la legislación y las prácticas vigentes en los distintos países donde se desarrolle la relación laboral.

El compromiso del Grupo con la ética y la integridad incluye el deber de comunicar todas aquellas actuaciones que sean inapropiadas a la luz de los principios recogidos en el Código de Conducta.

La obligación de informar se extiende también a aquellos casos en los que se tengan sospechas fundadas de malas prácticas de los clientes, proveedores o cualquier otra persona o entidad vinculada a la actividad económica del Grupo.

Todas las personas que forman parte del Grupo deben velar por el cumplimiento del Código de Conducta, consultar sus dudas sobre su interpretación y comunicar de buena fe y sin temor a sufrir represalias, cualquier actuación contraria a los principios y conductas definidas en el mismo.

Además del canal jerárquico del que puedan hacer uso, el Grupo ha establecido un procedimiento de gestión de las notificaciones y consultas relativas a irregularidades o incumplimientos del Código de Conducta con el objeto de fomentar el cumplimiento de este, así como de las normas que lo desarrollan.

El Grupo facilita a todas las personas que forman parte de este y a sus grupos de interés, consultar dudas y notificar irregularidades o incumplimientos que falten a la ética, la integridad o atenten contra las pautas establecidas en el Código de Conducta, a través de los siguientes canales:

Canal electrónico:  
codigodeconducta@angulas-aguinaga.es

Canal de comunicación  
en la intranet y en la web  
corporativa

Correo postal dirigido al Comité de Ética y Cumplimiento  
en la siguiente dirección:  
Pol. Laskibar, 5. 20271, Irura (Gipuzkoa)

Toda notificación o consulta podrá realizarse de manera anónima, y deberá incluir la descripción de la misma. La tramitación de las notificaciones y consultas corresponde al CEC u órgano instructor que éste determine, y serán estudiadas y tratadas de modo confidencial. Los datos de quien intervenga serán gestionados de acuerdo con lo establecido en las leyes aplicables para la protección de datos del país de que se trate.

No se tolerarán represalias cometidas contra quienes hayan hecho uso, de buena fe, del canal ético para poner en conocimiento posibles irregularidades. La existencia del canal ético se entiende sin perjuicio de cualesquiera otros mecanismos que se considere oportuno crear para permitir la comunicación de irregularidades de potencial trascendencia. En 2022, al igual que en 2021, no se ha registrado en el Grupo ningún incumplimiento de los Derechos Humanos.

El incumplimiento de lo dispuesto en el Código de Conducta puede conllevar la aplicación de medidas correctoras y/o disciplinarias, que correspondan con arreglo al régimen de faltas y sanciones previstas tanto en los Convenios Colectivos aplicables, así como en el Estatuto de Trabajadores y/o en la legislación aplicable. Asimismo, el Grupo se reserva el derecho de adoptar cuantas medidas sancionadoras o jurídicas que estime convenientes en la defensa de sus intereses.

El Grupo comunicará y difundirá entre su personal el contenido del Código de Conducta. Asimismo, se pondrá a disposición de sus colaboradores externos.

## 7.1.2. Medidas contra la corrupción y el soborno

El Grupo prohíbe tajantemente cualquier comportamiento o práctica de corrupción, soborno o tráfico de influencias en relación con clientes, empresas proveedoras, socios comerciales y personal funcionario o instituciones públicas, nacionales o internacionales, incluyendo las relativas al blanqueo de capitales

Por ello, las personas que integran el Grupo en su relación con terceros no pueden ofrecer ni aceptar regalos ni atenciones que vayan más allá de lo puramente simbólico o que pudieran ser interpretados como un intento de influir indebidamente en una relación comercial, profesional o administrativa.

No se incluyen en dicha prohibición los gastos o atenciones que se puedan considerar habituales o usuales en el mercado, en importes razonables teniendo en cuenta su naturaleza, frecuencia y cuantía. En todo caso, deberán ser autorizados por el superior jerárquico.

Igualmente, no está permitida la entrega directa o indirecta de regalos, atenciones o ventajas a representantes públicos con el objetivo de que ejerzan su influencia a favor del Grupo. Asimismo, queda totalmente prohibido prevalerse de una relación personal con el objetivo de influir indebidamente en una autoridad o funcionario. No sólo está prohibido ofrecer, prometer o entregar algo de valor sino también pedirlo, aceptarlo o recibirlo como contraprestación por la realización o la no realización de alguna actuación en beneficio o como ventaja para cualquier tercero.

Cualquier acuerdo con terceras partes del que se derive cualquier obligación de pago para una sociedad del Grupo deberá constar por escrito, describiéndose de manera suficiente el servicio de que se trate, y contar con la autorización de la persona que corresponda de acuerdo con los sistemas y procedimientos de dicha sociedad.

Cualquier pago que deba realizar la sociedad deberá efectuarse mediante cheque nominativo o transferencia bancaria, quedando expresamente prohibidos los pagos en metálico o mediante cheque al portador sin recibo que lo acredite. El uso de estas dos últimas modalidades de pago ha de ser el mínimo posible y reducido a importes no significativos.

Queda expresamente prohibido cualquier pago, directo o indirecto, de comisiones o cualquier otra forma de retribución con objeto de obtener pedidos o conseguir cualquier ventaja comercial. Se exceptúan de lo anterior, los pagos a agentes comerciales o representantes del Grupo efectuados como consecuencia del desarrollo de su actividad para el Grupo, siempre dentro de la legalidad vigente.

## 7.1.3. Análisis de Riesgos

Durante el 2021 el Grupo realizó un ejercicio para identificar los principales riesgos estratégicos, operacionales, financieros, de obligado cumplimiento, y de sostenibilidad para analizar el impacto y las consecuencias que pueden tener dentro del Grupo.

Tras este análisis el Grupo decidió centrarse a lo largo del 2022 en la seguridad alimentaria, corporate defense y ciberseguridad. Tras este análisis el Grupo decidió centrarse a lo largo del 2022 en la seguridad alimentaria, corporate defense y ciberseguridad.

### 7.1.3.1. Seguridad Alimentaria:

Las empresas del Grupo desarrollan su actividad en el sector alimentario, constituyendo la seguridad alimentaria un aspecto crítico para el Grupo, obligándole adicionalmente al cumplimiento estricto de diferentes normativas y leyes.

El Grupo aplica programas de Seguridad Alimentaria a través de diferentes protocolos identificando y controlando los aspectos críticos de cara a neutralizar el posible riesgo. Las premisas de la política de Seguridad Alimentaria son las siguientes:

- Garantizar la inocuidad, calidad y legalidad de todos nuestros productos a lo largo de su vida útil, a partir de un sistema de autocontrol integrado que permite vigilar de forma continua los parámetros del sistema de fabricación.



- Dotar de un sistema de trazabilidad eficaz que garantice la búsqueda de datos.
- Mantener un equipo multidisciplinar con conocimientos científico-técnicos adecuados para mantener un sistema HACCP eficaz.
- Fomentar y mejorar la comunicación entre los diferentes miembros del equipo HACCP habilitando, para ello, espacios comunes de trabajo.

El Grupo forma y capacita a sus empleados para que sean los mejores gestores en su puesto de trabajo y estén motivados para desarrollar sus tareas. Todo ello con la finalidad de que sean conscientes de su responsabilidad, de cara al consumidor, en lo que a Seguridad Alimentaria se refiere.

El Grupo es líder en su sector destinando importantes recursos a la innovación y marca, invirtiendo en estos campos de manera recurrente todos los años, buscando en todo momento satisfacer las necesidades de los clientes mediante el cumplimiento de los requisitos de calidad establecidos. Para ello, se mantienen los estándares de calidad y Seguridad alimentaria IFS.

En relación con la protección del consumidor, se pone énfasis en los siguientes aspectos:

- Cumplimiento de la legislación vigente
- Prevenir la aparición de crisis alimentarias en el sector mediante control microbiológico de productos de la competencia.
- Analizar y controlar nuestras materias primas, envases primarios, subcontratas y procesos de cara a garantizar la autenticidad de nuestros productos
- Tener un sistema implantado de Defensa Alimentaria (Food Defense) para garantizar la seguridad total de nuestros productos.



### 7.1.3.2. Corporate Defense:

Con el objetivo de revisar el modelo preventivo actual y considerando su compatibilidad con el desarrollo de modelos preventivos en filiales extranjeras, se han realizado un ejercicio de consolidación a todas las compañías del Grupo. Para ello, se han actualizado y aprobado por el Consejo de Administración en 2022 los siguientes documentos:

- Código de Conducta
- Política General de Cumplimiento
- Reglamento del Canal Ético
- Manual del Sistema de Gestión del Modelo de Cumplimiento Penal
- Actualización del Mapa de riesgos penales

Asimismo, se ha organizado un plan específico de formación periódica para todos los miembros de la organización que comprende los siguientes puntos:

- Escenario de riesgos: la responsabilidad penal de la persona jurídica
- Principales riesgos penales a los que el Grupo está expuesto
- Presentación y explicación del Modelo
- Responsabilidades de la dirección y empleados del Grupo en relación con el Modelo

Gracias a este plan de formación prevenimos entre otros, el incumplimiento de los siguientes riesgos:

- Incumplimiento del código de ética y código de conducta
- Fraude, corrupción, prevención de delitos y blanqueo de capitales
- Posibilidad de incumplimiento de la normativa general
- Desconocimiento de implicaciones fiscales / legales / regulatorias
- Incumplimientos contractuales

### 7.1.3.3. Ciberseguridad

La información es un activo crítico, esencial y de un gran valor para el desarrollo de la actividad del Grupo. Este activo debe ser adecuadamente protegido, mediante las necesarias medidas de seguridad, frente a las amenazas que puedan afectarle, independientemente de los formatos, soportes, medios de transmisión, sistemas, o personas que intervengan en su conocimiento, procesado o tratamiento.

También se incluyen en este apartado los riesgos derivados de la ciberseguridad. El Grupo es activo en la formación de sus empleados en esta materia y tiene establecidos procedimientos para evitar estas amenazas.

Asimismo, tiene implementadas medidas tecnológicas de diversa índole como:

- Política de seguridad de la información aprobada, infraestructura de red adecuada (cortafuegos, acceso a wifi, electrónica de red, posibilidades de navegación y diseño de redes industriales conectadas).
- Definición correcta de puntos de usuario (antivirus, sistemas gestión de dispositivos móviles, permisos, actualizaciones)
- Programa para la gestión y conservación de datos (backup, uso de la "nube", información compartida)
- Centro de operaciones de seguridad (SOC) dedicado a monitorizar, identificar, mitigar y remediar vulnerabilidades y ataques de ciberseguridad

## 7.2. Transparencia y comunicación

En el Grupo se entienden la transparencia y la comunicación como las acciones orientadas a garantizar información pública, clara y precisa relativa a diferentes áreas de actividad de este, especialmente, en cuanto a su desempeño financiero, medioambiental y social.

En relación con esto el Grupo se encuentra alineado con el ODS 12.6:

*“Alentar a las empresas, en especial las grandes empresas y las empresas transnacionales, a que adopten prácticas sostenibles e incorporen información sobre la sostenibilidad en su ciclo de presentación de informes”*





### 7.2.1. Compromiso con la responsabilidad social y desarrollo de comunidades locales

En el apartado de Responsabilidad Social, el Grupo tiene en cuenta el bienestar y el desarrollo socioeconómico de aquellas comunidades locales relacionadas directamente con su actividad empresarial.

Banco de Alimentos y Organizaciones No Gubernamentales. Durante el ejercicio 2022, el Grupo ha colaborado principalmente con Bancos de Alimentos situados en España y Francia contribuyendo de esta manera a atender necesidades de alimentación de la población desfavorecida.

A continuación, mostramos el desglose de dichas aportaciones:



DONACIONES BANCO DE ALIMENTOS	2022	2021
Banco de alimentos de Burgos	264.768	247.220
Banco de alimentos de Gipuzkoa	87.676	125.153
Fundación Nassica (albergue Sta.Maria)	137.162	109.903
Fesnad Fund.Banco de alimentos de Madrid	797	3.391
Banco de alimentos de Las Palmas	2.546	-
Banque alimentaire de Rennes	19.614	-
Banco de alimentos de Analucia	-	17.237
Banco de alimentos Navarra	-	328
<b>TOTAL</b>	<b>512.563</b>	<b>503.232</b>

### Compromiso con el Deporte y la Vida Saludable

Para Angulas Aguinaga, desarrollar el sentimiento de pertenencia en San Sebastian and Guipúzcoa es fundamental. El equipo de baloncesto Gipuzkoa Basket ha dado la oportunidad de construir aún más este anclaje poniendo nombre a un edificio emblemático de la ciudad; Angulas Aguinaga Arena. Además, es una entidad que desarrolla la innovación como es el caso de sus iniciativas para ser un club 100% sostenible y las personas como han probado en su plan de impacto social y política de clubes convenidos

Por último, para Angulas Aguinaga como empresa de alimentación, supone una plataforma de gran alcance para acercar nuestras marcas y productos a más consumidores y formar parte de la cultura gastronómica de la ciudad.



Las marcas Krissia®, Aguinamar®, La Gula del Norte® y Royal® patrocinan los eventos de pelota vasca, deporte muy arraigado a la cultura vasca y con un gran impacto socio-cultural en las comunidades locales.



El 15 de mayo de 2022, 12 compañeros de Angulas Aguinaga participaron en la 13ª edición de la Carrera de Empresas de Gipuzkoa con representación en las tres modalidades de equipos: femenina, masculina y mixta.

Patrocinio del equipo vizcaíno BIONS ECLUB que debutó este año 2022 en la Liga de Videojuegos Profesional con el objetivo de promover y hacer llegar a los consumidores más jóvenes, productos saludables y nutritivos.





## Marca Empleadora

El Grupo apuesta por estar cerca del talento. Para ello, se llevan a cabo varias iniciativas con el objetivo comunicar la propuesta de valor ofrecida por el Grupo hacia los futuros miembros del equipo.

### Programa ENTER.

Está dirigido a aquellos estudiantes o recién licenciados que quieren formar parte del equipo de Angulas Aguinaga. Éstos se involucran en proyectos que cubran necesidades reales en la estrategia de la compañía. El programa está diseñado para que sea bidireccional, creando un vínculo entre los ENTER quienes tienen poca experiencia laboral, y perfiles ejecutivos con un alto nivel de experiencia. De esta manera, estos últimos se acercan a las nuevas tendencias tecnológicas, intereses e inquietudes de las generaciones más jóvenes y a los perfiles ENTER se les ofrece la oportunidad de trabajar con profesionales con un amplio bagaje profesional que les permiten un rápido crecimiento y adaptación a la empresa.

### Formación Dual.

Se cree firmemente en la formación dual, en el cual el alumno tiene la oportunidad de ampliar conocimiento para completar su formación a través de retos en la compañía. Este 2022, se ha colaborado con varios centros de formación superior.

### Colaboraciones con Universidades.

En esta línea, el Grupo anima a los empleados a participar en iniciativas lideradas por asociaciones y universidades del entorno, a través de presentaciones y retos dirigidas a alumnos, entre las que destacan:

- University Challenge (AECOC)
- Deusto Business School
- Universidad de Navarra

## “Lo estás haciendo bien”, un Podcast de Krissia®.

Desde la marca Krissia®, se ha lanzado en 2022 una campaña cuyo objetivo es trasladar el posicionamiento centrado en apoyar las vidas reales y tratar de reducir las exigencias a las que nos vemos sometidos cada día.

En un contexto en el que recibimos una gran cantidad de mensajes y directrices, especialmente en alimentación, sobre cómo se deben hacer las cosas de forma “perfecta”, cada vez son más los que sienten la frustración de no poder cumplir todas las expectativas.



De este modo, los productos Krissia® ayudan de una forma sencilla a consumir un producto de alta calidad, sostenible y con alto porcentaje de proteína, convirtiéndose de este modo en el mejor acompañante para las vidas reales.

Gracias a los podcasts de Krissia®, se ha creado una plataforma de podcasts de “Lo estás haciendo bien”. Invitados especiales hablan de sus vidas reales, a través de entrevistas y conversaciones con el fin de que los oyentes puedan conocerlos un poco más a fondo y descubrir el propósito común: reivindicar que, si haces lo que puedes, lo estás haciendo bien.

Durante el 2022, y a través de los primeros seis podcasts, se ha conseguido que casi 70.000 personas hayan reproducido el contenido del programa.



## Día de San Sebastián La Tamborrada.

Como cada 20 de enero, se celebró el Día de San Sebastián con su fiesta más conocida: La Tamborrada.

La Tamborrada se celebra con el desfile de compañías de “tambores” y “barriles” que van tocando canciones que componen el repertorio clásico de la Tamborrada por las calles de la ciudad. Los participantes van ataviados con trajes de soldado o de cocineros. Los diferentes grupos que desfilan suelen tener un nexo común, como puede ser, pertenecer a una sociedad gastronómica, club deportivo, colegios, grupos de amigos, etc...

En definitiva, es un día de orgullo para la ciudad donde las diferentes compañías se juntan para disfrutar, comer y dar ambiente en la ciudad de San Sebastian durante las 24 horas del día.

Históricamente, el plato típico de La Tamborrada son las angulas, y desde hace más de tres décadas, los productos de La Gula del Norte® han adquirido una importancia primordial en la celebración. Hablar de la Tamborrada es hablar de La Gula del Norte®. Tanto es así, que, como todos los años, la totalidad de los niños de los colegios participantes en La Tamborrada infantil disfrutaron de productos de La Gula del Norte® con sus familiares y amigos gracias a los lotes que Angulas Aguinaga repartió gratuitamente a más de 7.000 niños en casi 60 centros educativos.





# 8.- Información Fiscal

El Grupo cumple sus obligaciones tributarias y de Seguridad Social aplicables según la legislación vigente, de acuerdo con su Código de Conducta Profesional. En este código se prohíbe expresamente la ilícita elusión de pagos o la obtención de beneficios fiscales indebidos, así como la solicitud de subvenciones, desgravaciones o ayudas de las Administraciones Públicas, falseando datos o condiciones.

En el cuadro, se detallan los beneficios obtenidos país por país y los impuestos sobre beneficios pagados.

BENEFICIO ANTES DE IMPUESTOS (€)	2022	2021
ESPAÑA	- 52.508	- 37.425
ITALIA	- 724	819
FRANCIA	7	-
<b>TOTAL</b>	<b>- 53.225</b>	<b>- 36.606</b>

IMPUESTOS SOBRE BENEFICIOS PAGADOS (€)	2022	2021
ESPAÑA	387	1.338
ITALIA	645	1.213
FRANCIA	1	-
<b>TOTAL</b>	<b>1.033</b>	<b>2.552</b>

SUBVENCIONES PÚBLICAS RECIBIDAS	
2022	314
2021	477



# 9.- Anexo: Índice de contenidos requeridos por la Ley 11/2018.

## Ámbitos generales

ÁMBITOS	MARCO DE REPORTING	REFERENCIA
<b>Modelo de negocio</b> Descripción del modelo de negocio: Entorno empresarial Organización y estructura Mercados en los que opera Objetivos y estrategias Principales factores y tendencias que pueden afectar a su futura evolución	GRI 2-1 Detalles organizacionales GRI 2-2 Entidades incluidas en la presentación de informes de sostenibilidad GRI 2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales GRI 2-9 Estructura de gobernanza y composición GRI 2-23 Compromisos y políticas	8-13
<b>Políticas y resultados de estas políticas</b> Descripción de las políticas aplicadas por el grupo, así como los resultados de dichas políticas, incluidos los indicadores clave de los resultados no financieros pertinentes.	GRI 2-23 Compromisos y políticas GRI 2-24 Incorporación de los compromisos y políticas	En todo el documento
<b>Principales riesgos e impactos identificados</b> Principales riesgos relacionados con estas cuestiones y relacionados con las actividades del grupo, incluyendo, cuando sean relevantes y proporcionados, sus relaciones comerciales, productos o servicios que puedan tener efectos negativos en estas áreas.	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	59-61

## Cuestiones medioambientales

ÁMBITOS	MARCO DE REPORTING	REFERENCIA
<b>Gestión medioambiental</b> Efectos actuales y previsible de las actividades de la empresa Procedimientos de evaluación o certificación ambiental Recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales Aplicación del principio de precaución Cantidad de provisiones y garantías para riesgos ambientales	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales Criterio interno/GRI 201-2 Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climático (Criterio contable) GRI 2-23 Compromisos y políticas Ley 26/2007 de Responsabilidad Medioambiental (si aplica)	33
<b>Contaminación</b> Medidas para prevenir, reducir o reparar las emisiones de carbono (incluye también ruido y contaminación lumínica)	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	34
<b>Economía circular y prevención y gestión de residuos</b> Medidas de prevención, reciclaje, reutilización, otras formas de recuperación y eliminación de desechos Acciones para combatir el desperdicio de alimentos	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales GRI 306-3 (2020) Residuos generados GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	38-41 41
<b>Uso sostenible de los recursos</b> Consumo de agua y el suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales Consumo de materias primas Consumo, directo e indirecto, de energía Medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética Uso de energías renovables	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales GRI 303-3 Extracción de agua GRI 3-3 Gestión de los temas materiales GRI 301-1 Materiales utilizados por peso o volumen GRI 302-1 Consumo de energía dentro de la organización GRI 3-3 Gestión de los temas materiales GRI 302-1 Consumo de energía dentro de la organización	27; 34-36; 40
<b>Cambio climático</b> Elementos importantes de las emisiones de gases de efecto invernadero generadas Medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático Metas de reducción establecidas voluntariamente emisiones de gases de efecto invernadero generadas	GRI 305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1) GRI 305-2 Emisiones indirectas de GEI asociadas a la energía (alcance 2) Si aplica: GRI 305-3 Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3) GRI 3-3 Gestión de los temas materiales GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	36-37 41 41
<b>Protección de la biodiversidad</b> Medidas tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad Impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	41



## Cuestiones sociales y relativas al personal

ÁMBITOS	MARCO DE REPORTING	REFERENCIA	
<b>Empleo</b>	Número total y distribución de empleados por sexo, edad, país y categoría profesional	GRI 2-7 Empleados GRI 405-1 Diversidad de órganos de gobierno y empleados	47
	Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo		52
	Promedio anual de contratos indefinidos, temporales y a tiempo parcial por sexo, edad y categoría profesional	GRI 2-7 Empleados	52
	Número de despidos por sexo, edad y categoría profesional	GRI 401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	52
	Brecha salarial	Marco interno: el cálculo se ha realizado con la siguiente fórmula: (Sal. Medio Mujeres – Sal. Medio Hombres) / Sal. Medio Hombres	54
	Remuneración media por sexo, edad y categoría profesional	Marco interno: Remuneración media (incluye la retribución total del año, salario fijo y todas las retribuciones variables (Dietas, indemnizaciones, el pago a sistemas de previsión de ahorro, etc.) obtenidas durante el año.	54
	Remuneración media de los consejeros por sexo		54
	Remuneración media de los directivos por sexo		54
	Implantación de políticas de desconexión laboral	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	48-49
	Empleados con discapacidad	GRI 405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados.	50
<b>Organización del trabajo</b>	Organización del tiempo de trabajo	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	49
	Número de horas de absentismo	Marco interno: tasa de absentismo	51
	Medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio corresponsable de estos por parte de ambos progenitores	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	48
<b>Salud y seguridad</b>	Condiciones de salud y seguridad en el trabajo	GRI 403-1 Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	51
	Número de accidentes de trabajo y enfermedades laborales por sexo, tasa de frecuencia y gravedad por sexo	GRI 403-9 Lesiones relacionadas con el trabajo  Tasa de frecuencia= N° de accidentes con baja x 1.000.000/ n° horas trabajadas (excluyendo los accidentes In itinere)  Tasa de gravedad= N° de jornadas pérdidas x 1.000.000/ n° horas trabajadas (excluyendo los accidentes In itinere)	51

ÁMBITOS	MARCO DE REPORTING	REFERENCIA	
<b>Relaciones sociales</b>	Organización del diálogo social	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	48 55
	Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país	GRI 2-30 Convenios de negociación colectiva	
	Balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y la seguridad en el trabajo	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	
	Mecanismos y procedimientos con los que cuenta la empresa para promover la implicación de los trabajadores en la gestión de la compañía, en términos de información, consulta y participación		
<b>Formación</b>	Políticas implementadas en el campo de la formación	GRI 404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición.	55
	Cantidad total de horas de formación por categorías profesionales.	Marco interno	
<b>Accesibilidad universal de las personas con discapacidad</b>		GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	50
<b>Igualdad</b>	Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	50
	Planes de igualdad medidas adoptadas para promover el empleo, protocolos contra el acoso sexual y por razón de sexo	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales GRI 2-23 Compromisos y políticas	
	Integración y la accesibilidad universal de las personas con discapacidad	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	
	Política contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales GRI 2-23 Compromisos y políticas	

## Información sobre el respeto de los derechos humanos

ÁMBITOS	MARCO DE REPORTING	REFERENCIA
Aplicación de procedimientos de diligencia debida en materia de derechos humanos	GRI 2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	57-59
Prevención de los riesgos de vulneración de derechos humanos y, en su caso, <b>medidas</b> para mitigar, gestionar y reparar posibles abusos cometidos	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales GRI 2-23 Compromisos y políticas GRI 2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes	57-59
<b>Denuncias</b> por casos de vulneración de derechos humanos	Marco interno: información cuantitativa del número de denuncias.	58
<b>Promoción y cumplimiento de las disposiciones de los convenios fundamentales de la OIT</b> relacionadas con el respeto por la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva, la eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación, la eliminación del trabajo forzoso u obligatorio y la abolición efectiva del trabajo infantil	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales GRI 2-23 Compromisos y políticas	57-59

## Información relativa a la lucha contra la corrupción y el soborno

ÁMBITOS	MARCO DE REPORTING	REFERENCIA
<b>Medidas</b> adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno	GRI 2-25 Procesos para remediar los impactos negativos GRI 2-23 Compromisos y políticas GRI 2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes	57-59
<b>Medidas</b> para luchar contra el blanqueo de capitales	GRI 2-25 Procesos para remediar los impactos negativos GRI 2-23 Compromisos y políticas GRI 2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes	57-59
<b>Aportaciones</b> a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro	GRI 201-1 Valor económico directo generado y distribuido	57-59

## Información sobre la sociedad

ÁMBITOS	MARCO DE REPORTING	REFERENCIA	
<b>Compromisos de la empresa con el desarrollo sostenible</b>	<b>Impacto</b> de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	62-65
	<b>Impacto</b> de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	62-65
	<b>Relaciones</b> mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	62-65
	<b>Acciones</b> de asociación o patrocinio	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales GRI 2-28 Afiliación a asociaciones Marco interno: descripción de las acciones de asociación o patrocinio.	62-65
<b>Subcontratación y proveedores</b>	<b>Inclusión</b> en la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	23-25 44
	<b>Consideración</b> en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental	GRI 2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	
	<b>Sistemas</b> de supervisión y auditorías y resultados de las mismas	GRI 2-24 Incorporación de los compromisos y políticas	
<b>Consumidores</b>	<b>Medidas</b> para la salud y la seguridad de los consumidores	GRI 3-3 Gestión de los temas materiales	42-44
	<b>Sistemas</b> de reclamación	GRI 2-16 Comunicación de inquietudes críticas GRI 2-25 Procesos para remediar los impactos negativos	
	<b>Quejas</b> recibidas y resolución de las mismas	GRI 2-25 Procesos para remediar los impactos negativos Marco interno: información sobre quejas y oportunidades de mejora	
<b>Información fiscal</b>	<b>Beneficios</b> obtenidos país por país	GRI 207-4 Presentación de informes país por país	67
	<b>Impuestos</b> sobre beneficios pagados	GRI 207-4 Presentación de informes país por país	
	<b>Subvenciones</b> públicas recibidas	GRI 201-4 Asistencia financiera recibida del gobierno	





Angulas  
Aguinaga