

INFORME ESTADO INFORMACIÓN NO FINANCIERA GRUPO
TELEPIZZA 2018

ÍNDICE

1. Políticas disponibles 3-7
2. Información general 8-12
3. Gestión ambiental 13-19
4. Gestión social y de personal 20-32
5. Derechos Humanos 33-35
6. Corrupción y soborno 36-37
7. Sociedad 38-46
8. Vinculación Ley 11/2018 con GRI 47-52

1 Políticas disponibles

Telepizza nació en Madrid en 1987 como una empresa familiar con claro ímpetu por la innovación y constante foco en la calidad de sus productos. La compañía fue pionera en reparto de comida a domicilio. En 1992 abrió su primera fábrica en Daganzo (Madrid) y comenzó su expansión internacional. En abril de 2016 pasó a ser una empresa cotizada en el Mercado Continuo de la Bolsa de Madrid, Barcelona, Valencia y Bilbao.

En diciembre de 2018, el Consejo de Administración aprobó la Política de Responsabilidad Social Corporativa del Grupo Telepizza, que tiene como objetivo formalizar y concretar su compromiso con el Desarrollo Sostenible y con la gestión de sus impactos económicos, sociales y medioambientales en la sociedad.

Esta Política nace desde la misión, visión y valores del Grupo Telepizza, que reflejan el compromiso con su actividad, y se vincula con el Código Ético, que guía a sus empleados en el desarrollo de su desempeño, a través de unas líneas de conducta y comportamiento con los diferentes grupos de interés.

Como compañía responsable Grupo Telepizza esta guiada por el propósito del Grupo: “Togetherness” que se expresa en la propuesta de “Pasemos más tiempo Juntos, porque cuando pasamos más tiempo juntos ocurren cosas maravillosas”.

Para Grupo Telepizza la visión se concreta en: “Conectamos a las personas entregando momentos de felicidad, en cualquier momento, en cualquier lugar”.

Mientras que la misión: “Ofrecer productos de calidad a todo el mundo, en cualquier lugar, a través de un servicio excelente, eficiente, personalizado y accesible”.

La visión y la misión se complementan con la Política Corporativa de Cultura y Valores, conocida como los ‘5 we’s de los Welievers’:

- Un equipo: Somos un equipo único, que avanza en la misma dirección. Unimos todos nuestros esfuerzos para alcanzar nuestro objetivo común y celebrar nuestros éxitos.
- Resiliencia: Estamos comprometidos con todo lo que hacemos. Somos expertos en adaptarnos a nuevas situaciones, afrontamos nuestros objetivos sin descanso, con pasión, energía, flexibilidad y determinación. Porque todos somos responsables de los éxitos que conseguimos.
- Enfocados al cliente: Ofrecemos el mejor servicio y el mejor producto superando las expectativas de nuestros clientes.
- Soñadores: Pensamos en grande y de forma distinta para aportar nuevas ideas que respondan a las necesidades de los clientes. Somos autoexigentes, creemos que todo lo que hacemos puede mejorarse para conseguir que nuestro servicio sea cada vez mejor. La excelencia y la calidad son nuestro punto de partida, y la innovación es nuestro camino a seguir.
- Sin miedo: Perseguimos siempre nuevos retos, asumimos riesgos y los convertimos en oportunidades. Tomamos decisiones, buscando la mejor solución para resolver cualquier problema.

El Código Ético, aprobado en 2016, se compromete a cumplir cinco principios: Compromiso con la sociedad, con la compañía, con el entorno laboral, con los clientes y franquiciados, así como con los colaboradores.

La Política de RSC está impulsada y aprobada (20 de diciembre de 2018) por el Consejo de Administración y en ella se integran otras políticas que el Grupo tienen en vigor en la actualidad como la Política Anticorrupción, la Política de Control y Gestión de Riesgos, la Política Fiscal Corporativa, la Política de Recursos Humanos, la Política de Derechos Humanos y la Política Medioambiental.

Mediante la Política de RSC se quiere crear un modelo propio, identitario, integral y reconocido de RSC para promover el reconocimiento corporativo en España y exportar modelo a nivel internacional.

Durante 2019 se creará un equipo de gestión liderado por el executive VP Comunicación, RSC y Transformación Digital, Miguel Justribó, que tendrá como funciones el desarrollo y puesta en marcha de plan de actuación, la elaboración del informe de progreso y reporting y la elaboración de la memoria anual de RSC. Además, se creará una Comisión de RSC, liderada por el executive VP Comunicación, RSC y Transformación Digital e integrada por responsables de las distintas áreas de la compañía, que tendrá como objetivo la revisión de la Política de RSC de Grupo Telepizza, la aprobación del Plan de Actuación y la supervisión y evaluación del grado de consecución anual de las prácticas de RSC.

Durante el primer semestre de 2019, el Grupo Telepizza se adherirá a la Red Española de Pacto Mundial para hacer propios los 10 Principios de Pacto Mundial y contribuir a la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

El Plan de Actuación pivotará sobre 4 ejes: Gobernanza y ética; Personas; Sostenibilidad y Medioambiente, y Contribución al desarrollo. Dicho Plan se construirá sobre los 10 compromisos de la Política de RSC: Compromiso con el Buen Gobierno y la gestión de riesgos; Ética, transparencia y cumplimiento; Accionistas e inversores: Clientes; Personas; Derechos Humanos; Medio Ambiente y cambio climático; Innovación sostenible; Proveedores; Compromiso con la sociedad.

En este Estado de Información No Financiera (EINF) se incluye la información relativa a Grupo Telepizza, centrándose en la actividad de España e informando del resto de países en los que opera y de los franquiciados cuando se ha podido consolidar la información.

La materialidad de este informe de EINF y de la Política de RSC es el resultado de un proceso interno de consulta de cada uno de los departamentos de Grupo Telepizza, que se ha cruzado con el mapa de riesgos de la compañía, que se dividen en cuatro:

-Riesgos Estratégicos. Aquellos que pueden surgir a consecuencia de optar por una determinada estrategia, que podrían influir directa o indirectamente de manera significativa en el logro de los objetivos a largo plazo del Grupo Telepizza. Se incluyen en este grupo los riesgos reputacionales, que son los riesgos con potencial impacto negativo que pueden afectar a la imagen del Grupo como el de transparencia y relación con analistas, inversores y distintos grupos de interés con expectativas sobre el comportamiento del Grupo.

-Riesgos de Cumplimiento Normativo o Regulatorios, que comprenden aquellos derivados del Gobierno Corporativo (que incluyen entre otros, los derivados de la fiabilidad de la Información Financiera publicada); la litigiosidad de la Compañía y la responsabilidad civil; los riesgos en materia fiscal; y también en normativa de Protección de Datos, Prevención de Riesgos Laborales, Igualdad y Medioambiente.

-Riesgos Financieros, que son aquellos que incluyen el nivel de endeudamiento, el riesgo de liquidez, riesgo de crédito, los riesgos derivados de la fluctuación de los tipos de cambio, los derivados de la fluctuación de los tipos de interés.

-Riesgos Operativos, que corresponden a los riesgos asociados a los procesos clave del negocio, que incluyen los riesgos relativos a la contratación de proveedores, de personal, manipulación de alimentos, a la calidad del producto, los riesgos medioambientales, de compras y de subcontratación.

A continuación se detallan las diferentes políticas de las que dispone Grupo Telepizza.

ÁMBITOS	POLÍTICAS/ COMPROMISOS	DESCRIPCIÓN
Corrupción y soborno	Código Ético	El 22 de diciembre de 2016 el Consejo de Administración de Grupo Telepizza aprobó el Código Ético. Telepizza considera este Código como un compromiso de todos sus trabajadores y de la propia Compañía con la sociedad, con los clientes, los franquiciados y los colaboradores del Grupo así como unos principios de comportamiento diario dentro de la organización.
	Política Anticorrupción	La Política Anticorrupción del Grupo Telepizza ha sido redactada de conformidad con las normas nacionales e internacionales que prohíben y sancionan la corrupción, en particular, la Ley Orgánica 10/1995, de 23 de noviembre, del Código Penal ("CP") y complementa y desarrolla los valores y principios contenidos en el Código Ético del Grupo Telepizza. Su objetivo es informar a todas las personas vinculadas con la empresa sobre los riesgos de corrupción a los que están expuestos y las consecuencias que la corrupción puede generar para la empresa y sus empleados, así como establecer un catálogo de buenas prácticas que deberán observarse en todo caso.
Políticas legales	Política de Control y Gestión de Riesgos	La Política de Control y Gestión de Riesgos de Grupo Telepizza tiene por objetivo la definición de los principios básicos y el marco general de actuación para el control y la gestión de los posibles riesgos a los que se enfrenta el Grupo en la consecución de sus principales objetivos, incluidos los riesgos fiscales. Esta Política es de obligado cumplimiento y su correcta aplicación requiere la implicación de todo el personal de la Compañía. El Sistema de Gestión de Riesgos del Grupo identifica los posibles riesgos de todas las actividades del Grupo en los diferentes niveles de la organización, funcionando de forma integral desde las unidades de negocio en todas las áreas

		<p>de actividad y zonas geográficas hasta las áreas de soporte a nivel corporativo.</p> <p>Telepizza dispone de un Mapa de Riesgos Corporativo que consolida todos los riesgos críticos sobre la estrategia, cumplimiento, fiabilidad y calidad de la información financiera y operativos con un impacto potencial sobre los objetivos estratégicos del Grupo.</p> <p>Los riesgos fiscales se incluyen como parte del Mapa de Riesgos Corporativo, se evalúan y priorizan según su probabilidad e impacto, como el resto de riesgos evaluados.</p>
	Política Fiscal Corporativa	Aprobada por el Consejo de Administración, el 28 de Julio de 2016, como refuerzo a los riesgos fiscales del grupo.
Derechos Humanos	Política de Derechos Humanos	<p>El Grupo Telepizza ha establecido la Política de Derechos Humanos que desarrolla los valores y principios contenidos en el Código Ético del Grupo. Su objetivo es establecer los principios generales que deben guiar e inspirar la actuación de todos los que formamos parte de la Sociedad para garantizar la igualdad y el respeto por los Derechos Humanos de todos los ciudadanos.</p> <p>La Política se inspira en los siguientes instrumentos normativos:</p> <ul style="list-style-type: none"> -La Declaración Universal de los Derechos Humanos proclamada por las Naciones Unidas (ONU) en 1948 y los dos Pactos Internacionales que la desarrollan: <ul style="list-style-type: none"> -Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos (PIDCP). -Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales (PIDESC). -La Declaración de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) relativa a los principios y derechos fundamentales en el trabajo (1998). <p>La aplicación de esta Política se hace de conformidad con las leyes de los países en los que el Grupo opere. No obstante, en los casos en que esta política y el resto de normas internas sean más precisas y rigurosas que las leyes locales, se actúa de conformidad con las normas de la compañía. Del mismo modo, en aquellas situaciones en las que la legislación local sea menos severa que las Declaraciones Internacionales de Derechos Humanos antes aludidas, el Grupo se guiará por estas últimas.</p>
Personas	Política de Recursos Humanos	La compañía cuenta con una Política de Recursos Humanos cuyo objetivo es fijar los principios y criterios básicos a seguir en los procesos de contratación y selección de empleados, estableciendo los estándares mínimos a aplicar, de acuerdo con las normas y valores de la empresa recogidos en su Código Ético.

		<p>Además, la Política proporciona a los empleados unas pautas de comportamiento que deberán respetar durante la jornada laboral, para contribuir a la seguridad, la eficiencia y la productividad en el lugar de trabajo. El Departamento de Recursos Humanos es el responsable de velar por el cumplimiento de esta Política que es de aplicación y obligado cumplimiento a todos los empleados, directivos y miembros del consejo de administración de las sociedades del Grupo y todas las actividades que desarrollen, incluyendo empresas subsidiarias y uniones transitorias de empresas (joint ventures) en las que se cuente con una participación de control.</p> <p>El objetivo de esta Política de Recursos Humanos es especificar y difundir la gestión responsable de personas para atraer, fidelizar y desarrollar el crecimiento de todo el capital humano del Grupo para ser un referente en el mercado. El respeto y los principios de igualdad de oportunidades y no discriminación marcan esta gestión.</p>
<p>Gestión Ambiental</p>	<p>Política Medioambiental</p>	<p>Telepizza ha definido la Política Medioambiental de la compañía, cuyos pilares básicos son el cumplimiento de la legislación vigente, prevenir la contaminación y la mejora continua en todos los aspectos relacionados con el medio ambiente.</p> <p>Esta Política debe traducirse en acciones concretas encaminadas a la protección del Medio Ambiente y debe ser considerada por todas las áreas de la compañía.</p> <p>Los compromisos medioambientales de Telepizza son:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Dotar a la compañía de los medios necesarios para el conocimiento y cumplimiento de la normativa medioambiental vigente, incluyendo herramientas para la mejora continua. -Reducir de forma paulatina los residuos generados, procurando su reutilización dentro o fuera de la compañía. -Prevenir/reducir la contaminación que sus actividades generan. -Comunicar a los empleados, proveedores, clientes y otras partes interesadas los aspectos medioambientales necesarios para garantizar el cumplimiento de esta Política. -Revisar anualmente si la Política Medioambiental es adecuada para garantizar el cumplimiento de los compromisos aquí adquiridos.

2. Información general

Breve descripción del modelo de negocio del grupo (entorno empresarial y organización)

El Grupo Telepizza, con sede en Madrid, opera en 39 mercados con las marcas Telepizza, Pizza Hut, Jeno's Pizza, Apache Pizza, y ha cumplido 30 años con más de 60 millones de pizzas vendidas en todo el mundo.

Cuenta con una red total de 2.631 tiendas que incluyen 424 tiendas propias y 2.207 franquiciadas y master franquicias. Las ventas totales en su red, incluyendo franquiciados y máster franquiciados, que se registran como ventas cadena, ascendieron a 636 millones de euros durante el pasado ejercicio.

En junio de 2018, la Junta General de Accionistas de Grupo Telepizza aprobó la alianza estratégica con Pizza Hut. Posteriormente, en diciembre de 2018, la Dirección General de Competencia de la Comisión Europea autorizó el acuerdo por el que el Grupo Telepizza se convertirá en el operador líder mundial de pizza y el mayor master franquiciado de Pizza Hut por número de tiendas.

Actividades, marcas, productos y servicios (GRI 102-2)

El Grupo Telepizza pone a disposición de los clientes más de 35 pizzas diferentes, de las cuáles cinco son para celíacos. La carta se complementa con entrantes, hamburguesas, pasta, ensaladas y postres.

Las pizzas se dividen en:

- Las gourmets: 11 tipos de pizza.
- Telepizza del mes: 5 tipos de pizza.
- Las clásicas: 4 tipos de pizza.
- Amantes de la carne: 9 tipos de pizza.
- Los más queseros: 4 tipos de pizza.
- Las más naturales: 3 tipos de pizza.
- Sin gluten: 5 tipos de pizza.
- Infantil: 1 pizza.
- Novedades: 1 pizza.

Los entrantes se dividen en:

- Nunca fallan.
- Para los masa fan.
- Al rico pollo.
- Algo con queso.
- Enrollados.

Hamburguesas se dividen en: 5 tipos de hamburguesas y 2 tipos de sándwiches.

Pasta: 6 tipos de pasta.

Ensaladas: 2 tipos de ensaladas.

Postres: 1 pizza dulce, bombones y helados.

Tamaño de la organización (GRI 102-7)

Presencia geográfica

El Grupo Telepizza tiene presencia en 39 mercados y las 2.631 tiendas se distribuyen en tres grandes áreas:

Europa: España, Irlanda, Portugal, Polonia, Suiza, Francia, Republica Checa, Rusia, Reino Unido y Malta

Latinoamérica: Chile, Colombia, Perú, Ecuador, Paraguay, Guatemala, El Salvador, Bolivia, México, Honduras, Nicaragua y Venezuela.

Caribe: Costa Rica, Puerto Rico, Guyana, República Dominicana, Surinam, Aruba, Bahamas, Islas Cayman, Curacao, Granada, Guadapule, Jamaica, Trinidad y Tobago e Islas Vírgenes.

Otros mercados: Marruecos, Irán y Angola.

La compañía cuenta con fábricas propias en seis países (España, Portugal, Polonia, Chile, Colombia y Perú) y también con fábricas máster franquiciadas en otros seis territorios: Centro América, Rusia, Bolivia y Angola. Además, dispone de almacenes de colaboradores en Ecuador.

Ubicación de la sede (GRI 102-3)

Parque Empresarial “La Marina”

Avenida Isla Graciosa, 7

28703 San Sebastián de los Reyes

Madrid | España

Tel: 912 760 000

Ubicación de las operaciones (GRI 102-4)

Respondido en presencia geográfica.

Mercados servidos (GRI 102-6)

Respondido en presencia geográfica.

Objetivos y estrategias de la organización

La alianza estratégica entre Pizza Hut -división de Yum! Brands Inc.- y Grupo Telepizza, que entró en vigor el 30 de diciembre de 2018, aumentará el número de establecimientos de Grupo Telepizza de 1.607 a 2.631 y dará acceso a la compañía a más de 500 millones de potenciales consumidores en 39 mercados.

Las ventas cadena aumentarán hasta los 1.100 millones de euros anuales (en la actualidad son de 636 millones de euros), fijando así en 100 millones de euros su previsión de Ebitda para 2021. Además, la alianza también incluye la apertura de 1.300 tiendas de Grupo Telepizza durante los próximos diez años en los mercados que cubre el acuerdo: España, Portugal, Latinoamérica (excluyendo Brasil), el Caribe y Suiza.

Con esta alianza, el Grupo Telepizza tendrá tres principales mercados: La Península Ibérica, Sudamérica y Centro América.

Principales factores y tendencias que pueden afectar a su futura evolución (GRI 102-15 Principales impactos, riesgos y oportunidades)

4.5. GESTIÓN DE RIESGOS

La Política de Control y Gestión de Riesgos de Grupo Telepizza tiene por objetivo la definición de los principios básicos y el marco general de actuación para el control y la gestión de los posibles riesgos a los que se enfrenta el Grupo en la consecución de sus principales objetivos, incluidos los riesgos fiscales.

Esta Política es de obligado cumplimiento y su correcta aplicación requiere la implicación de todo el personal de la Compañía.

El Sistema de Gestión de Riesgos del Grupo identifica los posibles riesgos de todas las actividades del Grupo en los diferentes niveles de la organización, funcionando de forma integral desde las unidades de negocio en todas las áreas de actividad y zonas geográficas hasta las áreas de soporte a nivel corporativo.

Telepizza dispone de un Mapa de Riesgos Corporativo que consolida todos los riesgos críticos sobre la estrategia, cumplimiento, fiabilidad y calidad de la información financiera y operativos con un impacto potencial sobre los objetivos estratégicos del Grupo.

Los riesgos fiscales se incluyen como parte del Mapa de Riesgos Corporativo, se evalúan y priorizan según su probabilidad e impacto, como el resto de riesgos evaluados.

Adicionalmente, Telepizza cuenta con la Política Fiscal Corporativa, aprobada por el Consejo de Administración el 28 de Julio de 2016.

ÓRGANOS DE GESTIÓN DE RIESGOS

El Consejo de Administración es responsable de la determinación de la Política de Control y Gestión de Riesgos, incluidos los fiscales, y la supervisión de los sistemas internos de información y control, tal y como establece el propio Reglamento del Consejo.

El Consejo de Administración tiene el compromiso de desarrollar todas sus habilidades para que los riesgos corporativos relevantes de todas las actividades y negocios del Grupo se encuentren adecuadamente identificados, evaluados, gestionados y controlados, y a establecer, a través de la Política de Control y Gestión de Riesgos, los mecanismos y principios básicos para una adecuada gestión de los mismos con un nivel de riesgo que permita:

- Alcanzar los objetivos estratégicos que determine el Grupo con una volatilidad controlada.
- Aportar el máximo nivel de garantías a los accionistas.
- Proteger los resultados y la reputación del Grupo.
- Defender los intereses de los accionistas, clientes, otros grupos interesados en la marcha de la Sociedad y de la sociedad en general.
- Garantizar la estabilidad empresarial y la solidez financiera de forma sostenida en el tiempo.

El Comité de Dirección es el responsable de la gestión de dichos riesgos. Este Comité está compuesto por el consejero delegado de Grupo Telepizza y los miembros de la Alta Dirección del Grupo (representando tanto las áreas corporativas como las operativas del Grupo).

El Comité de Dirección define y determina los procedimientos de gestión de los riesgos y, en su caso, establece los mecanismos de gestión oportunos que aseguran el mantenimiento de los riesgos dentro de los niveles aprobados por el Consejo de Administración.

El artículo 31 del Reglamento del Consejo delega en la Comisión de Auditoría y Cumplimiento la supervisión de la eficacia del control interno, la auditoría interna y los sistemas de gestión de riesgos, incluidos los fiscales.

El Departamento de Auditoría Interna, dentro de la estructura organizativa, depende funcionalmente directamente de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento, lo que le garantiza la debida autonomía e independencia en sus funciones y en el ejercicio responsable de supervisar el sistema de control y gestión de riesgos. El Departamento de Auditoría Interna informa, asesora y reporta a la Comisión de Auditoría y Cumplimiento en relación con los riesgos del Grupo en el cumplimiento de sus objetivos. Para ello, ejecuta el plan anual de trabajo de Auditoría Interna, reportando las actividades realizadas de dicho plan y las incidencias encontradas.

PRINCIPALES RIESGOS

El Grupo Telepizza ha identificado los siguientes riesgos:

-Riesgos Estratégicos. Aquellos que pueden surgir a consecuencia de optar por una determinada estrategia, que podrían influir directa o indirectamente de manera significativa en el logro de los objetivos a largo plazo del Grupo Telepizza. Se incluyen en este grupo los riesgos reputacionales, que son los riesgos con potencial impacto negativo que pueden afectar a la imagen del Grupo como el de transparencia y relación con analistas, inversores y distintos grupos de interés con expectativas sobre el comportamiento del Grupo.

-Riesgos de Cumplimiento Normativo o Regulatorios, que comprenden aquellos derivados del Gobierno Corporativo (que incluyen entre otros, los derivados de la fiabilidad de la Información Financiera publicada); la litigiosidad de la Compañía y la responsabilidad civil; los riesgos en materia fiscal; y también en normativa de Protección de Datos, Prevención de Riesgos Laborales, Igualdad y Medioambiente.

-Riesgos Financieros, que son aquellos que incluyen el nivel de endeudamiento, el riesgo de liquidez, riesgo de crédito, los riesgos derivados de la fluctuación de los tipos de cambio, los derivados de la fluctuación de los tipos de interés.

-Riesgos Operativos, que corresponden a los riesgos asociados a los procesos clave del negocio, que incluyen los riesgos relativos a la contratación de proveedores, de personal, manipulación de alimentos, a la calidad del producto, los riesgos medioambientales, de compras y de subcontratación.

PLANES DE RESPUESTA Y SUPERVISIÓN DE RIESGOS

La gestión de los principales riesgos del Grupo Telepizza, incluidos los fiscales, recae directamente sobre las áreas afectadas, por lo tanto, esta gestión está totalmente ligada al día a día de las propias áreas, completamente alineada con la estrategia y objetivos y reportada constantemente al Comité de Dirección.

El Sistema de Gestión de Riesgos establece la definición de una serie de indicadores de riesgos, cuya información es reportada al Comité de Dirección. El Comité de Dirección hace seguimiento de dichos indicadores y evalúa los planes de respuesta adoptados por el área afectada y se deciden los planes a adoptar a futuro para asegurar la contención de los riesgos dentro de los límites establecidos.

Los diferentes planes de respuesta varían en función de cada tipo de riesgos y contemplan aspectos como:

-Estrategia de internacionalización y diversificación geográfica.

-Adaptación del producto a los cambios del mercado.

-Fortalecimiento de la cadena de suministro.

-Mecanismos de gestión de cobertura de riesgos financieros.

-Formalización de la Política Fiscal Corporativa y adhesión al Código de Buenas Prácticas Tributarias desde Julio de 2016.

-Definición de políticas y procedimientos para aquellos riesgos de mayor relevancia.

Esta información se consolidada periódicamente en el Informe de Evaluación de Riesgos Corporativos que se analiza por el Comité de Dirección y remitido a la Comisión de Auditoría y Cumplimiento para su supervisión, junto con la evolución del Mapa de Riesgos Corporativo. De forma periódica, el Departamento de Auditoría Interna realiza un ejercicio de seguimiento para re-evaluar la relevancia de cada uno de los riesgos, así como, las medidas llevadas a cabo para mitigarlos.

Además, Grupo Telepizza ha fijado políticas y procedimientos encaminados a informar y formar a los empleados sobre ciertos principios de comportamiento y a prevenir y detectar conductas inapropiadas. Cabe destacar que el 22 de diciembre de 2016 el Consejo de Administración de Grupo Telepizza aprobó el Código Ético. Telepizza considera este Código como un compromiso de todos sus trabajadores y de la propia Compañía con la sociedad, con los clientes, los franquiciados y los colaboradores del Grupo así como unos principios de comportamiento diario dentro de la organización.

Grupo Telepizza pone a disposición de sus empleados una Línea Ética para comunicar de forma segura y confidencial cualquier duda que pudiera surgir en relación con la aplicación del mencionado Código o bien la comunicación de un posible incumplimiento del Código, incumplimientos normativos o ausencia de control interno.

Mención en el informe al marco de reporting nacional, europeo o internacional utilizado para la selección de indicadores clave de resultados no financieros incluidos en cada uno de los apartados (GRI 102-54)

Este informe sobre el Estado de Información No Financiera (EINF) de Grupo Telepizza se ha elaborado siguiendo el estándar GRI.

3 Gestión ambiental

— Principales riesgos ambientales que afectan a la organización (GRI 102-15)

Los riesgos medioambientales aparecen como uno de los Riesgos Operativos que el Grupo Telepizza tienen identificados a sus procesos clave de negocio junto a la contratación de proveedores, de personal, manipulación de alimentos, a la calidad del producto, los riesgos de compras y de subcontratación.

El medio ambiente y el cambio climático es uno de sus 10 compromisos que aparecen en la Política de RCC, vinculados con los 10 Principios de Pacto Mundial y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU. De este modo, se compromete a:

-Aplicar la Política Medioambiental de la compañía, cuyos pilares básicos son el cumplimiento de la legislación vigente, prevenir la contaminación, reducir los residuos y la mejora continua en todos los procesos de la compañía relacionados con el medio ambiente.

-Promover acciones para impulsar la economía circular en sus procesos de producción.

-Impulsar la medición de la huella de carbono de la compañía en sus diferentes alcances:

-Comprometerse en la lucha contra el cambio climático y compensar las emisiones de CO2 como promueve el Acuerdo de París de 2015 para frenar el cambio climático.

-Promover la movilidad sostenible en su actividad.

-Sensibilizar y formar a los empleados en el uso eficiente de los recursos.

Por otra parte, el Grupo Telepizza es consciente de los cambios regulatorios en el sector energético y está preparado para afrontar subidas en el precio de la electricidad en un entorno complejo y adaptarse a la descarbonización de la economía.

— Políticas y compromisos (GRI 103)

Telepizza dispone de una Política Medioambiental para su actividad en España cuyos pilares básicos son el cumplimiento de la legislación vigente, prevenir la contaminación y la mejora continua en todos los aspectos relacionados con el medio ambiente.

Esta Política se traduce en acciones concretas encaminadas a la protección del medio ambiente y debe ser considerada por todas las áreas de la compañía.

Los compromisos medioambientales de Telepizza son:

-Dotar a la compañía de los medios necesarios para el conocimiento y cumplimiento de la normativa medioambiental vigente, incluyendo herramientas para la mejora continua.

-Reducir de forma paulatina los residuos generados, procurando su reutilización dentro o fuera de la compañía.

-Prevenir/reducir la contaminación que sus actividades generan.

-Comunicar a los empleados, proveedores, clientes y otras partes interesadas los aspectos medioambientales necesarios para garantizar el cumplimiento de esta Política.

-Revisar anualmente si la Política Medioambiental es adecuada para garantizar el cumplimiento de los compromisos adquiridos.

— **Resultados de la aplicación de las políticas e indicadores. General (GRI 103)**

Los resultados que se muestran a continuación hacen referencia únicamente a España, lo que supone un alcance del 45,42%.

— **Información general sobre efectos actuales y previsibles de las actividades de la empresa en el medio ambiente y en su caso, la salud y la seguridad.**

El Grupo Telepizza presenta en este Estado de Información No Financiera (EINF) información relativa a su fábrica de Daganzo en la que se centralizan los principales consumos e informa de sus oficinas centrales y de las tiendas cuando tienen la información consolidada. También de los consumos de las fábricas de Portugal y de Chile

Durante 2018, la fábrica de Daganzo aumentó el consumo energético debido al aumento en la producción de pizzas y comida. Así, el consumo de agua fue de 64.804.000 litros, el de energía de 7.263.490 Kw/h y el de gas se redujo a 65.807 m³.

El consumo de agua de fábrica también aumentó en 2018 (5.750.000 l), los residuos de fabricación fueron de 577.525 kg y el consumo de harina pasó de 9.200.000 kg a 9.900.000 kg.

CONSUMOS FÁBRICA DE DAGANZO			
Consumos energéticos	2016	2017	2018
Energía (Kw/h)	6.868.020 Kw/h	7.116.718 Kw/h	7.263.490 Kw/h
Gas (m³)	61.320 m ³	70.407 m ³	65.807m ³
Agua (litros)	36.876.000 l	44.000.000 l	64.804.682 l
Agua de fábrica	ND	5.490.000 l	5.750.000 l
Residuos de fabricación	ND	524.465 kg	577.525 kg
Harina	ND	9.200.000 kg	9.900.000 kg
kgrs	ND	15.797.553	16.656.844
Unidades	ND	51.326.329	53.762.640

En cuanto al consumo en litros de gasóleo y gasolina en Telepizza SAU durante 2018 ha ascendido a 258.941,21 litros. El consumo en tiendas ha sido de 33.656,23 litros y en coches de 225.284,98 litros.

Por otra parte, el Grupo Telepizza no cuenta con uso de energía renovable, pero está prevista su introducción en la fábrica de Daganzo en 2019.

PORTUGAL

Durante 2018, el consumo de electricidad en la fábrica de Portugal ha sido de 504 102,36 kWh y de 153 m³. El resto de consumos energéticos no aplica al no tener producción propia.

El consumo de la flota de motos de reparto de Portugal ha sido de 341.872 litros de gasóleo (118.000 l.) y gasolina (391.539 l). En total, 259.986 litros en gasolina en tiendas para las motos y 81.886 litros en otros centros operativos.

CHILE

El consumo energético de Chile y sus fábricas durante 2018 ha sido de 1.878.300 KW, mientras que el agua fue de 10.667,69 m3. Destaca también las 127,11 toneladas de residuos no peligrosos producidos y el consumo de harina que se elevó a 1.640.922 Kg.

CONSUMOS ENERGÉTICOS CHILE 2018	
Electricidad	1.878.300 KW
Gas propano	16.624 Kg
Consumo de agua (m3)	10.667,69 m3
Vertido de agua residual (m3)	9.402,36 m3
Residuos no peligrosos producidos (t)	127,11 T
Consumo de harina (t)	1.640.922 Kg
Unidades y peso de masas producidas (t)	8.997.757 unidades y 2.655.011 Kg

Mientras, el combustible consumido por su flota de motocicletas fue de 92.753.250 litros.

— Sobre los procedimientos de certificación ambiental evaluación o– certificaciones ambientales obtenidas

El Grupo Telepizza no dispone certificación ambiental. No obstante, trabaja para reducir su impacto medioambiental. En 2018, se realizó una auditoria energética en la planta de Daganzo con el propósito de mejorar su eficiencia.

Tras la evaluación se ha comprobado que las instalaciones son en general muy eficientes, teniendo equipos con muy buen rendimiento, controlados por sistema de gestión. Entre otras medidas, se ha implantado tecnología LED para toda la iluminación, condensación flotante en los compresores para mejorar su rendimiento y se recupera el calor en los sistemas de los compresores, que tienen una correcta sectorización de los diferentes espacios y cámaras con deshumidificadores en antecámaras.

Tras la auditoría, sólo se propuso la sustitución de los motores estándar que quedan por otros de alta eficiencia y la implementación de variadores de velocidad en motores donde se pueda sacar un buen rendimiento de los mismos (en febrero de 2019 ya está ejecutada esta medida), junto con mejorar la combustión del aire de las calderas.

Por otra parte, para mejorar energéticamente se recomendaron una serie de medidas como:

- Implementación de recuperadores entálpicos.
- Implementación de simuladores de inercia térmica.
- Mejorar el aislamiento térmico de los muelles de carga.
- Ampliación de del sistema de gestión de energía.
- Formación del personal para el trabajo a temperaturas de consigna adecuadas, junto con la concienciación energética.
- Instalación de planta fotovoltaica.
- Instalación de planta de GNL (en proceso).

— **Sobre los recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales – número de personas y/o inversión en euros.**

Durante 2018, el Grupo Telepizza destinó 79.838 euros a la prevención en riesgos ambientales que se destinaron de la siguiente manera:

- Recogida y tratamiento de residuos: 21.478 euros
- Mediciones y analíticas: 1025 euros
- Auditoria energética: 49.425 euros
- Contrato gestión de EDAR: 7.910 euros

— **Descripción sobre la aplicación del principio de precaución.**

A través de la Política Medioambiental el Grupo Telepizza trabaja para minimizar su impacto:

- Dotar a la compañía de los medios necesarios para el conocimiento y cumplimiento de la normativa medioambiental vigente, incluyendo herramientas para la mejora continua.
- Reducir de forma paulatina los residuos generados, procurando su reutilización dentro o fuera de la compañía.
- Prevenir/reducir la contaminación que sus actividades generan.
- Comunicar a los empleados, proveedores, clientes y otras partes interesadas los aspectos medioambientales necesarios para garantizar el cumplimiento de esta Política.
- Revisar anualmente si la Política Medioambiental es adecuada para garantizar el cumplimiento de los compromisos adquiridos.

Cantidad de provisiones y garantías para riesgos ambientales.

El Grupo Telepizza cuenta con unas provisiones y garantías para riesgos ambientales de 90.750 euros, establecidos en base a la gestión de residuos de la fábrica de Daganzo. En depuradora el coste durante 2018 ha sido de 25.677,64 euros; el mantenimiento de la depuradora ha sido de 34.365,5 euros; los costes de la gestión de cartón, plástico y palets de madera fueron de 24.583,93 euros y los residuos sólidos urbanos (RSU) de 6.123,54 euros.

Contaminación

— **Descripción de medidas para prevenir, reducir o reparar las emisiones que afectan gravemente el medio ambiente; teniendo en cuenta cualquier forma de contaminación atmosférica específica de una actividad, incluido el ruido y la contaminación lumínica.**

En la planta de Daganzo se ha instalado un sistema de recuperación de energía (EXERGY) para la recuperación del calor de condensación en los compresores de la planta frigorífica y liberarlo en el circuito de agua caliente en su proceso, lo que permite ahorrar combustible fósil para calentar agua y reducir al mismo tiempo el consumo energético de las torres de refrigeración.

Asimismo el sistema también incorpora un control de condensación flotante que permite ahorrar energía en compresores y condensadores dependiendo de las condiciones atmosféricas.

La planta cuenta con un Sistema de iluminación LED de nueva generación que permite ahorrar más energía con respecto al LED tradicional. Este sistema cuenta con detectores de presencia para gestionar la iluminación en todas las zonas de trabajo.

Por otra parte, se han cambiado todas las bombas del circuito de glycol de la sala de máquinas, incorporando unas de nueva generación con control de presión para regular caudal, con lo que se consigue reducir el consume energético en los motores de las bombas.

De cara a 2019 se está instalando una planta de Gas Natural Licuado para cambiar el propano de fábrica por gas, lo que permitirá ahorrar en consumo de combustible y reducir las emisiones de CO2 entre un 25% y un 40%. Asimismo se está estudiando la implantación de una fotovoltaica en fábrica lo que podría permitir un autoconsumo de un 20% y reducir las emisiones de CO2 en unas 400 toneladas.

Economía circular y prevención y gestión de residuos

— Descripción de medidas de prevención, reciclaje, reutilización, otras formas de recuperación y eliminación de desechos; acciones para combatir el desperdicio de alimentos

La Ley de Envases establece como estrategia prioritaria los principios de acción en minimización y prevención en origen de los residuos de envases. Así, los Planes Empresariales de Prevención regulados por el R.D. (782/1998) y que se gestionan a través de Ecoembes, se configuran como uno de los principales mecanismos para potenciar el cumplimiento de los objetivos de prevención y reducción. Telepizza tiene la obligación, al igual que otras empresas, de elaborarlos, tratando de establecer en sus actividades mejoras encaminadas a la prevención en la generación de residuos de envases y minimización del impacto medioambiental de los mismos. Telepizza anualmente presenta una serie de medidas para reducir la generación de residuos procedentes del desarrollo de su actividad.

En 2018, Telepizza SAU reportó a los Planes Empresariales de Prevención de Ecoembes 4.424.572,327 kg, con una contribución económica de 344.120,26 € euros. El consumo de materiales reciclables subió levemente con respecto a 2017, que fue de 4.420.769,50 kg.

El principal consumo de la compañía se focaliza en el cartón de las pizzas, que en 2018 fue de 4.388.387,273 kg.

CONSUMO DE MATERIALES						
MATERIALES	2016	CONTRIBUCIÓN	2017	CONTRIBUCIÓN	2018	CONTRIBUCIÓN
METALES	9.203,859 Kg	938,79 €	7.085,552 Kg	722,73 €	4.852,834 Kg	494,99 €
ALUMINIO						
PAPEL/CARTON	4.233.818,296 Kg	287.899,64 €	4.301.879,924 Kg	292.527,83 €	4.388.387,237 Kg	298.410,33 €
PLASTICOS	34.788,600	16.420,22 €	35.962,080 Kg	16.974,10 €	21.344,300 Kg	10.074,51 €
HDPE Flexible						
PLÁSTICOS	2,534 Kg	1,2 €	148,838 Kg	70,25 €	491,499 kg	231,96 €
LDPE						
PLASTICOS	83.899,023 Kg	39.600,34 €	73.337,964 Kg	34.615,52 €	72.075,733 kg	34.019,75 €
OTROS						
PLASTICOS PVC	83.899,023 Kg	299,06 €	130,148 Kg	61,43 €	264,150 kg	124,68 €
TOTAL	4.448.023,26 kg	346.068,55 €	4.420.769,50Kg	345.810,69 €	4.424.572,327 kg	344.120,26 €

PORTUGAL

En Portugal, Telepizza contribuyó con 83.718,93 euros a la gestión de residuos con un consumo de materiales de 474.743 kg.

CONSUMO DE MATERIALES		
MATERIALES	2018	CONTRIBUCIÓN
METALES ALUMINIO	208 Kg	2,97€
PAPEL/CARTON	424.876 Kg	53.355,84€
ACERO	24.883 Kg	5.021,39€
PLASTICOS	24.776Kg	9.683,81€
TOTAL	474.743kg	83.718,73 €

- Uso sostenible de los recursos

— Descripción de medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética

Telepizza fomenta el ahorro energético en sus instalaciones. Así, ha desarrollado sistemas más eficientes de iluminación en fábrica como en servicios centrales. También apuesta por la generación de agua caliente en fábrica y el stand by automático y controlado de los equipos informáticos de tiendas.

En la fábrica de Daganzo se ha logrado un ahorro de 34.094 euros en electricidad por el uso de led durante 2018. En 2017 fue de 34.173 euros. Mientras que el ahorro en combustible propano con sistema de recuperación de calor de condensación EXERGY ha sido de 89.101 euros el pasado ejercicio y en 2017 fue de 72.024 euros.

En 2018, la compañía ha trabajado en la mejora de la eficiencia energética del edificio de las oficinas centrales con iluminación LED en toda la planta tercera, reubicación de oficinas en una sola planta, eliminación de documentación en papel, eliminación de equipos informáticos fijos, mejora en la climatización e instalación de puntos de carga eléctrica en garaje.

Telepizza está comprometida para minimizar su impacto medioambiental, sobre todo con su flota de vehículo. Así, el 73% de su flota emite menos de 120gr. CO2/100 kms y el 68% de los vehículos cuentan con un consumo inferior a los 5,7 l/100kms.

Durante 2018 se ha continuado con las pruebas de reparto con motos eléctricas, iniciadas en 2017, pero por ahora se ha desestimado su incorporación a gran escala en la flota de vehículos. También se ha continuado con el reparto mediante coches eléctricos para valorar distintas opciones de movilidad sostenible.

Además, Telepizza ha fomentado el reparto en bicicleta eléctrica en las zonas que por su situación es posible realizar este tipo de reparto. Cuenta con 15 bicicletas eléctricas en ciudades como Salamanca, Madrid, Barcelona, Ciudad Real o Santiago Compostela. En Portugal también se ha fomentado el uso de la bicicleta eléctrica para el reparto en cinco tiendas, así como el fomento de la bicicleta. Además, ha incorporado dos automóviles híbridos a la flota de reparto durante 2018.

Cambio climático.

El Grupo Telepizza está trabajando en impulsar la medición de la huella de carbono de la compañía en sus diferentes alcances (Alcance 1: emisiones directas. Alcance 2:

emisiones indirectas por energía. Alcance 3: otras emisiones indirectas). Y medirlas de cara a 2019.

— **Descripción de medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático.**

El Grupo Telepizza no dispone de medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático.

— **Descripción de metas de reducción establecidas voluntariamente a medio y largo plazo para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y los medios implementados para tal fin.**

El Grupo Telepizza no dispone de metas establecidas voluntariamente para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero.

Protección de la biodiversidad

— **Medidas tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad.**

La actividad de Grupo Telepizza no tiene impacto directo en la biodiversidad y en los emplazamientos en los que tienen presencia.

— **Impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas.**

No cuenta con impactos causados por la actividad u operaciones en áreas protegidas.

4 Gestión social y de personal

— Principales riesgos que afectan a la organización en materia laboral, de igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres, de discriminación e inclusión de las personas con discapacidad y la accesibilidad universal. (GRI 102-15, GRI 103)

Las políticas en materia laboral de la compañía establecen su compromiso con la igualdad de trato y oportunidades tanto en materia de contratación como de igualdad salarial y de oportunidades.

Los riesgos de personal aparecen como uno de los Riesgos Operativos que el Grupo Telepizza tienen identificados a sus procesos clave de negocio junto a la contratación de proveedores, manipulación de alimentos, a la calidad del producto, los riesgos medioambientales, de compras y de subcontratación.

— Políticas y compromisos (GRI 103)

El Grupo Telepizza cuenta con una Política de Recursos Humanos cuyo objetivo es fijar los principios y criterios básicos a seguir en los procesos de contratación y selección de empleados, estableciendo los estándares mínimos a aplicar, de acuerdo con las normas y valores de la empresa recogidos en su Código Ético.

Esta Política proporciona a los empleados unas pautas de comportamiento que deberán respetar durante la jornada laboral, para contribuir a la seguridad, la eficiencia y la productividad en el lugar de trabajo. El Departamento de Recursos Humanos es el responsable de velar por el cumplimiento de esta Política que es de aplicación y obligado cumplimiento a todos los empleados, directivos y miembros del consejo de administración de las sociedades del Grupo y todas las actividades que desarrollen, incluyendo empresas subsidiarias y uniones transitorias de empresas (joint ventures) en las que se cuente con una participación de control.

El objetivo de esta Política de Recursos Humanos es especificar y difundir la gestión responsable de personas para atraer, fidelizar y desarrollar el crecimiento de todo el capital humano del Grupo para ser un referente en el mercado. El respeto y los principios de igualdad de oportunidades y no discriminación marcan esta gestión.

Además, el Grupo Telepizza se compromete con sus empleados, franquiciados y proveedores a garantizar el respeto por los Derechos Humanos de la Declaración Universal de las Naciones Unidas y la Declaración de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) relativa a los principios y derechos fundamentales en el trabajo (1998).

— Resultados de la aplicación de las políticas e indicadores

Telepizza se considera una compañía empleadora, que cuenta con 8.602 empleados en tiendas propias, que no incluyen franquicias o master franquicia. La plantilla se divide en 5.200 hombres y 3.402 mujeres.

La política de empleo fomenta la contratación fija frente a la temporal, buscando entornos estables donde los profesionales puedan aportar lo mejor de sí mismos.

España es el país que cuenta con más empleados, 3.906, seguida de Portugal con 1.605 y de Chile con 1.533.

— **Nº empleados por sexo (GRI 102-8, 405-1):**

EMPLEADOS GRUPO TELEPIZZA AÑO 2018			
(a 31 de Diciembre)*	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Nº empleados	5.200	3.402	8.602

*Los empleados indicados en el cuadro superior son empleados totales del grupo a 31/12, sin convertir a tiempo completo.

— **Nº empleados por país (GRI 102-8):**

NÚMERO DE EMPLEADOS POR PAÍS	
(a 31 de Diciembre)*	Nº EMPLEADOS 2018
ESPAÑA	3.906
CHILE	1533
COLOMBIA	442
ECUADOR	184
PERU	460
POLONIA	471
PORTUGAL	1.605
PANAMA	1
FRANCIA	0
MARRUECOS	0
TOTAL	8.602

*Los empleados indicados en el cuadro superior son empleados totales a 31/12, sin convertir a tiempo completo.

El Grupo Telepizza no ha podido consolidar los datos de todos los países en materia de gestión social y de personal. Informa sobre España y Chile con un alcance del 63,23% y presenta un alcance del 81,89% con información relativa a España, Portugal y Chile para el número de empleados desagregado por categoría profesional.

Nº empleados por edad (la compañía puede seleccionar los tramos de edad que considere) (GRI 102-8):

El alcance es del 62,23% con información relativa a España y Chile.

NÚMERO DE EMPLEADOS POR EDAD EN ESPAÑA 2018	
(a 31 de Diciembre)*	Nº EMPLEADOS
Menores de 25 años	1.628
Entre 25 y 40 años	1.566
Más de 40 años	712
TOTAL	3.906

NÚMERO DE EMPLEADOS POR EDAD EN CHILE 2018			
(a 31 de Diciembre)*	NÚMERO EMPLEADOS	HOMBRES	MUJERES
Menores de 25 años	856	576	280
Entre 25 y 40 años	568	325	243
Más de 40 años	109	59	50
TOTAL	1.533	960	573

— **Modalidades de contrato y número de despidos por sexo (GRI 102-8, 405-1):**

El Grupo Telepizza promueve las contrataciones de sus profesionales se realicen mediante contratos indefinidos y estables. En España, el 98,7% de hombres y el 98,2% de las mujeres empleadas cuentan con un contrato fijo.

El alcance es del 62,23% con información relativa a España y Chile.

TIPO DE CONTRATO Y DESPIDOS EN ESPAÑA 2018		
(a 31 de Diciembre)*	Hombres	Mujeres
Nº total de contratos de trabajo	2.170	1.736
Nº de contratos indefinidos	2.143	1.705
Nº de contratos temporales	27	31
% contratos a tiempo parcial	83%	78%
Nº de despidos	13	5

	HOMBRES	MUJERES
Promedio contratos indefinidos	98,7%	98,2%
Promedio contratos temporales	1,3%	1,8%
Promedio contratos a tiempo parcial	-	-

TIPO DE CONTRATO EN CHILE 2018		
(a 31 de Diciembre)*	HOMBRES	MUJERES
Nº total de contratos de trabajo	960	573
Nº de contratos indefinidos	595	436
Nº de contratos temporales	365	137
% contratos a tiempo parcial	72,19%	56,54%
Nº de despidos	-	-

La plantilla de Chile se dividía en 2018:

MODALIDAD DE CONTRATO EN CHILE 2019				
CONTRATO	EMPLEADOS	INDEFINIDO	TEMPORAL	% TIEMPO PARCIAL
Administrativos/ayudantes	154	132	22	6,49%
Auxiliares de tienda	868	484	384	97,7%
Directores	6	6	0	0
Encargados	219	191	28	0%
Encargado tiempo parcial	2	2	0	100%
Jefe	76	73	3	0%
Mandos intermedios	34	31	3	0%
Oficiales	9	9	0	0%
Repartidores	165	103	62	95,15%
Total	1.533	1.031	502	66,34%

Mientras en Portugal, las categorías profesionales durante 2018 se han dividido por:

(a 31 de Diciembre)	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Plantilla (pizzeros/repartidores)	997	301	1.298
Equipo gerente	91	108	199
Operaciones sede	11	8	19
Fábrica	8	5	13
Servicios centrales	26	50	76

— **Modalidades de contrato y número de despidos por edad en España y Chile (GRI 102-8):**

El alcance es del 62,23% con información relativa a España y Chile.

ESPAÑA			
(a 31 de Diciembre)	MENORES DE 25 AÑOS	ENTRE 25 y 40 AÑOS	MÁS DE 40 AÑOS
Nº total de contratos de trabajo	1.628	1.566	712
Nº de contratos indefinidos	1.603	1.551	694
Nº de contratos temporales	25	15	18
% contratos a tiempo parcial	–	–	–
Nº de despidos	4	4	10

CHILE			
(a 31 de Diciembre)	MENORES DE 25 AÑOS	ENTRE 25 y 40 AÑOS	MÁS DE 40 AÑOS
Nº total de contratos de trabajo	856	568	109
Nº de contratos indefinidos	499	437	95

Nº de contratos temporales	357	131	14
% contratos a tiempo parcial	84,93%	45,07%	31,19%
Nº de despidos	-	-	-

— **Modalidades de contrato y número de despidos por categoría profesional (GRI 102-8):**

A continuación, se detallan los tipos de contrato por categoría profesional, así como los despidos en España, lo que supone un alcance de la información del 42,42%.

(a 31 de Diciembre)	AUX. ADMINISTRATIVO	AUX. TIENDA	AYUDANTE MECANICO
Nº total de contratos de trabajo	7	1.139	2
Nº de contratos indefinido	5	1.124	2
Nº de contratos temporales	2	15	0
% de contratos a tiempo parcial	71,43%	99,83%	100%
Nº de despidos	0	0	0

(a 31 de Diciembre)	AYUDANTE OBRADOR	CONDUCTOR	CONSEJERO
Nº total de contratos de trabajo	131	2	1
Nº de contratos indefinido	109	2	1
Nº de contratos temporales	22	0	0
% de contratos a tiempo parcial	5,19%	0%	0%
Nº de despidos	3	0	0

(a 31 de Diciembre)	CUPONEADOR	DIRECTOR	ENCARGADO
Nº total de contratos de trabajo	126	30	123
Nº de contratos indefinido	126	30	123
Nº de contratos temporales	0	0	0
% de contratos a tiempo parcial	100%	0%	16,10%
Nº de despidos	1	2	0

(a 31 de Diciembre)	JEFE EQUIPO OBRADOR	JEFE PRIMERA	JEFE SEGUNDA
Nº total de contratos de trabajo	16	41	56
Nº de contratos indefinido	16	41	56
Nº de contratos temporales	0	0	0
% de contratos a tiempo parcial	0%	7,32%	3,85%
Nº de despidos	0	0	1

(a 31 de Diciembre)	LIMPIADOR/A	MOZO ALMACEN	OFICIAL DELIVERY
Nº total de contratos de trabajo	199	2	6
Nº de contratos indefinido	193	2	6
Nº de contratos temporales	6	0	0
% de contratos a tiempo parcial	100%	100%	16,67%
Nº de despidos	0	0	1

(a 31 de Diciembre)	OFICIAL MECANICO	OFICIAL OBRADOR	OFICIAL PRIMERA
Nº total de contratos de trabajo	18	26	84
Nº de contratos indefinido	18	26	84
Nº de contratos temporales	0	0	0
% de contratos a tiempo parcial	16,67%	0%	23,81%

Nº de despidos	0	1	1
----------------	---	---	---

(a 31 de Diciembre)	OFICIAL SEGUNDA	REPARTIDOR	SUBENCARGADO/A
Nº total de contratos de trabajo	43	1.337	517
Nº de contratos indefinido	43	1.325	516
Nº de contratos temporales	0	12	1
% de contratos a tiempo parcial	22,73%	100%	52,93%
Nº de despidos	0	7	1

— **Las remuneraciones medias y su evolución desagregados por sexo, edad y clasificación profesional o igual valor (GRI 405-1, 405-2):**

Las empresas que componen el Grupo Telepizza en España se encuentran dentro del ámbito funcional del convenio de Elaboradores de productos cocinados para su venta a domicilio.

Este convenio colectivo es sectorial de nivel nacional, en el que las empresas están representadas en la mesa negociadora por la asociación Prodelivery.

Todos los trabajadores del Grupo, rigen su relación laboral con las empresas por lo establecido en dicho convenio, adicionalmente a lo establecido en el resto de normas del ámbito laboral general. De este modo, todos los trabajadores están encuadrados dentro del mismo y sus condiciones laborales son, como mínimo, las establecidas en él, estando algunas de ellas, mejoradas por otros acuerdos cerrados con la representación legal de los trabajadores.

Por otra parte, en el resto de países se cumple con la Ley laboral de cada uno.

No se ha podido consolidar el dato de la remuneración media y su evolución desagregada por sexo, edad y clasificación profesional.

— **Brecha salarial, la remuneración puestos de trabajo iguales o de media de la sociedad (GRI 405-2)**

Los salarios establecidos tanto por el convenio colectivo de aplicación como por las políticas internas establecen el mismo salario en función de la categoría profesional, independientemente de que el puesto sea ocupado por un hombre o una mujer.

Pueden existir diferencias salariales en función de la antigüedad en aquellos puestos que tiene establecidos diferentes niveles salariales. El criterio de antigüedad que coloca al empleado en una u otra banda, es el mismo independientemente del sexo del trabajador.

Las políticas de retribución son aplicables a todas las empresas del grupo. Para el presente informe de Estado de Información No Financiera no se ha podido consolidar los datos de brecha salarial, que se reportarán en el de 2019.

— **La remuneración media de los consejeros y directivos, incluyendo la retribución variable, dietas, indemnizaciones (GRI 102-35; GRI 102-36; GRI 102-39):**

La remuneración total de los ocho consejeros del Grupo Telepizza ha sido de 2.980.039,26 euros, cantidad estipulada según el Reglamento del Consejo de Administración. La remuneración media ha sido de 372.504 euros.

Por otra parte, la remuneración total de la alta dirección, compuesta por 10 personas, ha sido de 7.313.903,70 euros. La remuneración media ha sido de 731.390 euros.

La remuneración de los consejeros por género ha sido de 372.504 euros de media para los hombres del consejo. No se incluye la remuneración de Esther Berrozpe, que se incorporó al consejo en diciembre porque se hace efectiva a partir de abril de 2019. Mientras que en el equipo directivo se divide en 806.787 euros para los hombres y 429.805 euros para las mujeres.

	REMUNERACIÓN TOTAL (€) (A 31 DE DICIEMBRE)	REMUNERACIÓN MEDIA (€)	REMUNERACIÓN MEDIA HOMBRES (€)	REMUNERACIÓN MEDIA MUJERES (€)
Consejeros	2.980.039,26	372.504	372.504	N/A
Directivos	7.313.903,70	731.390	806.787	429.805

— **El pago (salida de caja) a los sistemas de previsión de ahorro a largo plazo y cualquier otra percepción desagregada por sexo (GRI 201-3)**

El Grupo Telepizza cuenta con sistemas de previsión de ahorro a largo plazo para sus consejeros, que se elevó a 291.607 euros para los hombres. No se destinó previsión de ahorro al no haber mujeres en el consejo.

	PREVISIÓN AHORRO 2018 (€) (a 31 de diciembre)
HOMBRES	291.607
MUJERES	0

— **Implantación de políticas de desconexión laboral (GRI 103)**

El Grupo Telepizza no dispone de políticas de desconexión laboral como tal y apuesta por la conciliación, flexibilidad, formación y desarrollo profesional.

— **Nº empleados con discapacidad (GRI 405-1)**

Telepizza está comprometida con la integración de personas con discapacidad. En la actualidad, el 1,81% de la plantilla está conformada por profesionales con algún tipo de discapacidad, en total, 68 empleados. Como la plantilla de Telepizza España es de 3.758 empleados, estaría pendiente de incorporar ocho personas más como indica la Ley General de Discapacidad. Además de cumplir con las exigencias legales respecto a la igualdad de oportunidades e integración social, la compañía dispone de iniciativas específicas que articulan este compromiso:

-Acuerdo con Down España: Desde hace más de 15 años, Telepizza colabora en la inserción laboral de personas con Síndrome de Down, que ayudan en el mantenimiento y adecuación de las tiendas. Además, durante 2018 se ha continuado con el proyecto “Juntos Crecemos”, de Down España, iniciado en 2017, que tiene como objetivo impulsar la inclusión socio laboral de 800 personas con discapacidad intelectual.

-Acuerdo con COCEMFE: Para normalizar la incorporación laboral de personas con discapacidad física y orgánica.

- **Organización del trabajo**

— **Descripción de la organización del tiempo de trabajo (turnos, gestión de horas extra, flexibilidad en la jornada laboral, etc.) (GRI 103)**

Las empresas que componen el Grupo Telepizza en España se encuentran dentro del ámbito funcional del convenio de Elaboradores de productos cocinados para su venta a domicilio. Este convenio colectivo es sectorial de nivel nacional, en el que las empresas están representadas en la mesa negociadora por la asociación Prodelivery. Todos los trabajadores del Grupo rigen su relación laboral con las empresas por lo establecido en dicho convenio, adicionalmente a lo establecido en el resto de normas del ámbito laboral general. De este modo, todos los trabajadores están encuadrados dentro del mismo y sus condiciones laborales son, como mínimo, las establecidas en él, estando algunas de ellas, mejoradas por otros acuerdos cerrados con la representación legal de los trabajadores.

Por otra parte, en el resto de países se cumple con la Ley laboral de cada uno.

— **Descripción de medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio corresponsable de estos por parte de ambos progenitores (GRI 103)**

El Grupo Telepizza promueve el talento y la creación del mejor entorno laboral para trabajar, apostando por la conciliación, flexibilidad, formación y desarrollo profesional.

Las diversas políticas de Recursos Humanos están orientadas a:

-Garantizar la calidad en el empleo y el mejor entorno de trabajo.

-Asegurar la igualdad de oportunidades.

-Atraer y retener el talento.

-Promover el desarrollo profesional.

-Favorecer la conciliación de la vida familiar y profesional, para dar respuesta a todos nuestros empleados.

Por otra parte, a través del Plan de Conciliación se promueve la flexibilidad de horarios en los puntos de venta y se realizan reuniones individuales con los empleados y manager para conciliar la vida laboral y profesional.

Salud y seguridad

Telepizza está comprometida activamente con la Seguridad y Salud Laboral, que están integradas en la gestión de la empresa en el conjunto de sus actividades y decisiones tanto en los procesos técnicos, como en la organización del trabajo.

La **Política de Salud y Seguridad Laboral** se enfoca en:

-Reconocer el **valor de las personas** y de sus condiciones de trabajo para el propio desarrollo y éxito de la empresa, cuidando la salud de sus empleados y resolviendo sus necesidades con una actitud abierta. La seguridad es fundamental para su trabajo.

- Proporcionar los **recursos adecuados** para poner en práctica dicho programa preventivo
- Establecer y mantener un **programa preventivo** de gestión y mejora continuada en tiendas, fábricas y servicios centrales.
- Llevar a cabo **auditorias y evaluaciones periódicas del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud** para garantizar su eficacia y la mejora continua, superando los mínimos exigidos en la legislación vigente.
- Proporcionar la mejor **formación en prevención de riesgos** a nuestros empleados. Cada año el número de horas de formación se adapta a las necesidades del Grupo Telepizza.
- Fomentar **programas de promoción de la salud** de orientados a los resultados de los estudios epidemiológicos resultantes de las Campañas de Vigilancia de la Salud.

El Sistema de Formación en Prevención de Riesgos Laborales ha sido galardonado en la VI Edición de los Premios Asepeyo, celebrados en el 2018. Telepizza ha obtenido el segundo Premio por su trabajo ‘Utilización de juegos educativos en el proceso formativo’ en la categoría de Mejor Práctica de Gestión de la Prevención. La empresa ha sido merecedora del galardón por el logro de reducir un 18% en el índice de incidencia en el período de un año, así como la disminución de la duración media de los casos en más de un 7,5%. Asimismo, se ha comprobado, en relación al riesgo vial, una disminución de los accidentes de tráfico en un 20% y los in-itinere un 47%.

Además, Telepizza quedó finalista en la II Edición de los Premios Prevencionar, celebrados en el 2018, en la categoría de Mejor Práctica Preventiva, por su Proyecto Formación. Campus Telepizza. Utilización de Serious Games en el proceso e-learning. Esperamos ganar en la próxima edición Se presentaron 367 las candidaturas.

COMITÉ DE PREVENCIÓN

Telepizza creó en 2011 el **Comité de Prevención** con el objetivo fundamental de garantizar la seguridad y salud de todos los empleados del grupo, tal y como viene establecido en la Declaración de Política de Seguridad de la Compañía.

Está conformado por las personas pertenecientes al Comité de Dirección y el Servicio de Prevención es el órgano consultivo y de asesoramiento, que trasladará a este Comité todas las propuestas necesarias que contribuyan a garantizar la seguridad y la salud de todos los trabajadores de la red de tiendas, fábricas y servicios centrales.

Por otra parte, Telepizza forma parte de la Comisión Sectorial de Seguridad y Salud, desde el año 2011 tal y como se establece en los artículos 53 y 54 del Convenio Colectivo. En mayo de 2014 se constituyó el Comité Intercentros de Seguridad y Salud, que se reúne de manera periódica, con la finalidad de abordar los temas que tiene afectación general para los empleados de la compañía en esta materia.

ABSENTISMO Y ACCIDENTES LABORALES

Durante 2018, la tasa de absentismos total en horas perdidas en Telepizza fue de 3,90, cuando en 2017 fue de 3,52. Este aumento se debe a la apertura de tiendas tanto en España como a nivel internacional y por el crecimiento de la plantilla. La tasa de contingencia común se situó en 3,20 y la tasa de accidente de trabajo en 0,70. Los índices de frecuencia y de gravedad en un futuro próximo se extraerán del programa m4.

El alcance es del 81,88% con información relativa a España, Portugal y Chile.

% HORAS DE ABSENTISMO	2016	2017	2018
ACCIDENTE TRABAJO	0,46	0,72	0,70
CONTINGENCIA COMUN	2,57	2,80	3,20
ABSENTISMOS TOTAL	3,03	3,52	3,90

DÍAS PERDIDOS	HOMBRES	MUJERES	TOTAL GENERAL
Accidente no Laboral	3.163	2.277	5.440
Accidente sin baja	78	53	131
Accidente con baja	8.543	2.525	11.068
Enfermedad	17.724	22.925	40.649
Enfermedad Profesional	-	108	108
Total general	29.508	27.888	57.396

NUMERO DE CASOS	HOMBRES	MUJERES	TOTAL GENERAL
Accidente no Laboral	50	34	84
Accidente sin baja	80	53	133
Accidente con baja	184	56	240
Enfermedad	701	569	1.270
Enfermedad Profesional		2	2
Total general	1.015	714	1.729

La reducción de la tasa de accidente de trabajo se debe fundamentalmente a los contenidos de formación e-learning en materia preventiva y a las campañas formativas e informativas de Seguridad Vial. La última campaña se realizó en colaboración con el Instituto Nacional de Seguridad y Salud en el trabajo “Hazte Visible”. El Servicio de Prevención ha definido las causas y ha centrado su esfuerzo en visibilizar la figura del repartidor en la vía “ser y ser visto”.

El Servicio de Prevención es consciente que no pueden eliminarse todos los riesgos en la vía, pero sí se puede intervenir en el factor humano para que tome conciencia de la importancia de ver y ser visto. El objetivo de la campaña “¡Hazte Visible!” es un proyecto destinado a mejorar la seguridad del motorista de reparto a domicilio, haciendo visible los ángulos muertos de un coche, de una furgoneta y de un autobús, transmitiendo el aprendizaje.

Esta campaña transmite los contenidos de una conducción defensiva basada en anticiparse a las situaciones de peligro. La conducción defensiva son un conjunto de técnicas que permiten al conductor depender de su propio comportamiento para evitar cualquier tipo de riesgo. Realizar una conducción defensiva es conducir de tal manera que se eviten accidentes a pesar de los comportamientos o actos incorrectos que puedan cometer otros conductores o se puedan encontrar en la vía: carreteras en mal estado o mala señalización.

Por otra parte, en Portugal se produjeron 185 accidentes laborales y el absentismo laboral fue de 207.855,55 horas durante 2018, mientras que en Chile no se produjeron accidentes con baja y se perdieron 12.356 horas por absentismo laboral.

- **Relaciones sociales**

— **Descripción de la organización del diálogo social, incluidos procedimientos para informar y consultar al personal y negociar con ellos (GRI 103)**

Como recoge la Política de Recursos Humanos de Grupo Telepizza, cada país contará con sus convenios colectivos o acuerdos específicos para regular los aspectos relacionados con la gestión de los recursos humanos.

— **Descripción del balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y la seguridad en el trabajo (GRI 403-4)**

Las empresas que componen el Grupo Telepizza en España se encuentran dentro del ámbito funcional del convenio de Elaboradores de productos cocinados para su venta a domicilio. Este convenio colectivo es sectorial de nivel nacional, en el que las empresas están representadas en la mesa negociadora por la asociación Prodelivery. Todos los trabajadores del Grupo rigen su relación laboral con las empresas por lo establecido en dicho convenio, adicionalmente a lo establecido en el resto de normas del ámbito laboral general. De este modo, todos los trabajadores están encuadrados dentro del mismo y sus condiciones laborales son, como mínimo, las establecidas en él, estando algunas de ellas, mejoradas por otros acuerdos cerrados con la representación legal de los trabajadores.

Por otra parte, en el resto de países se cumple con la Ley laboral de cada uno.

PREVENCIÓN

Telepizza creó en 2011 el Comité de Prevención con el objetivo fundamental de garantizar la seguridad y salud de todos los empleados del grupo, tal y como viene establecido en la Declaración de Política de Seguridad de la Compañía.

Está conformado por las personas pertenecientes al Comité de Dirección y el Servicio de Prevención es el órgano consultivo y de asesoramiento, que trasladará a este Comité todas las propuestas necesarias que contribuyan a garantizar la seguridad y la salud de todos los trabajadores de la red de tiendas, fábricas y servicios centrales.

Por otra parte, Telepizza forma parte de la Comisión Sectorial de Seguridad y Salud, desde el año 2011 tal y como se establece en los artículos 53 y 54 del Convenio Colectivo. En mayo de 2014 se constituyó el Comité Intercentros de Seguridad y Salud, que se reúne de manera periódica, con la finalidad de abordar los temas que tiene afectación general para los empleados de la compañía en esta materia.

— **Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país (GRI 403-1):**

El 100% de los empleados están cubiertos por el convenio colectivo de cada país.

- **Formación**

— **Descripción de las políticas implementadas en el campo de la formación (GRI 103, GRI 404-2)**

Telepizza cuenta un Programa de Formación que se centra en identificar y potenciar las cualidades de cada uno de los empleados para formar a profesionales que puedan ocupar nuevas posiciones dentro de la organización, y establecer conexiones entre

los distintos programas formativos para potenciar el crecimiento de la plantilla. Los planes de desarrollo se diseñan, revisan y evalúan de forma semestral y se centran en el diseño y planificación de las distintas iniciativas que tienen en cuenta las necesidades formativas de los managers y que trasladan los propios empleados.

El Plan de Formación de 2018 se ha dividido en tres áreas:

- Estrategia: Enfocado a la transformación digital y a formas de trabajar. Además de los procesos de transformación
- Cultura: Liderazgo, gestión del tiempo, comunicación, resolución de problemas y plan de acción y coaching.
- Skill Gap: Enfocado a la tecnología y herramientas de conocimiento técnico como Excel, Revit, Sales Force y Programática.

— **Cantidad total de horas de formación por categorías profesionales (GRI 404-1):**

A través del Plan de Formación los empleados se han formado durante 2018 en:

- Formación en Excel: 152 personas en oficinas centrales y fábrica.
- Comunicación y presentaciones eficaces: 21 personas en oficinas.
- Inglés: 31 personas en oficinas centrales y fábrica.
- Gestión del tiempo: 49 personas en Operaciones.
- Negociación: personas en oficinas centrales.
- Agile (Red Urban): 31 personas.

Telepizza también cuenta con TPZ University, plataforma propia de formación para empleados que cuenta con 1.100 empleados activos.

En cuanto a las horas de formación por categoría profesional, en España han sido de 26.155 horas y en Portugal de 13.343 horas. El alcance supone un 64,07% de la plantilla global.

HORAS DE FORMACIÓN POR CATEGORÍA PROFESIONAL		
	ESPAÑA	PORTUGAL
Formación operativa en equipos de tienda (pizzeros y repartidores)	20.685	1.949
Formación operativa equipos gerentes	2.163	9.280
Formación OPS fábrica y Servicios Centrales	3.307	2.114
Total horas formación	26.155	13.343

Accesibilidad

— **Descripción sobre las medidas tomadas para garantizar la accesibilidad universal de las personas con discapacidad (GRI 103)**

Los accesos a la Fábrica de Daganzo y a las oficinas centrales garantizan la accesibilidad universal con rampas y ascensores. En cuanto a las tiendas también se

promueve la accesibilidad universal, aunque en la actualidad no se puede garantizar en todas las tiendas.

- **Igualdad**

— **Descripción de medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres (GRI 103)**

Según los principios fundamentales de la Política de Selección y Contratación, todos los empleados tendrán las mismas condiciones laborales y los mismos beneficios, independientemente de si disponen de una jornada a tiempo completa o parcial.

Telepizza es una compañía sin brecha salarial entre hombres y mujeres y que promueve el liderazgo femenino en la selección y promoción interna:

— **Descripción de planes de igualdad, medidas adoptadas para promover el empleo, protocolos contra el acoso sexual y por razón de sexo, la integración y la accesibilidad universal de las personas con discapacidad (GRI 103)**

Telepizza elaboró el primer Plan de Igualdad en el mes de mayo de 2007. Dicho plan, fue revisado en noviembre de 2013 con el propósito de comprobar el resultado de las medidas derivadas del diagnóstico del plan inicial.

Los avances han sido positivos en estos años. Ha sido muy significativo el aumento de mujeres, que gracias a las políticas implantadas, accedieron a un puesto directivo, pasando de 1 a 6 entre 2007 y 2013.

Descripción de la política contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad (GRI 406-1)

La Política de Recursos Humanos se complementa con la Política de Selección y Contratación, la Política de Retribuciones y el Modelo de Gestión del Talento “We Team” para velar por la no discriminación y gestión de la diversidad.

A través de “We Team” se fomenta una metodología de gestión del talento que esté en manos de las personas y de sus responsables, alineada con la visión y retos del negocio, global para todos y que permita desarrollar a las personas en función de sus competencias y en función de su desempeño.

5 Derechos humanos

— Principales riesgos que afectan a la organización en materia de derechos humanos. (GRI 102-15, GRI 103)

Los riesgos en materia de derechos humanos aparecen como uno de los Riesgos Operativos que el Grupo Telepizza tienen identificados a sus procesos clave de negocio junto a la contratación de proveedores, de personal, manipulación de alimentos, a la calidad del producto, los riesgos medioambientales, de compras y de subcontratación.

— Políticas y compromisos. (GRI 102-16; GRI 102-17)

El Grupo Telepizza ha establecido la Política de Derechos Humanos que desarrolla los valores y principios contenidos en el Código Ético del Grupo. Su objetivo es establecer los principios generales que deben guiar e inspirar la actuación de todos los que formamos parte de la Sociedad para garantizar la igualdad y el respeto por los Derechos Humanos de todos los ciudadanos.

La Política se inspira en los siguientes instrumentos normativos:

-La Declaración Universal de los Derechos Humanos proclamada por las Naciones Unidas (ONU) en 1948 y los dos Pactos Internacionales que la desarrollan:

-Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos (PIDCP).

-Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales (PIDESC).

-La Declaración de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) relativa a los principios y derechos fundamentales en el trabajo (1998).

— Resultados de la aplicación de las políticas – indicadores

- **Descripción de la aplicación de procedimientos de diligencia debida en materia de derechos humanos; prevención de los riesgos de vulneración de derechos humanos y, en su caso, medidas para mitigar, gestionar y reparar posibles abusos cometidos (indicadores orientativos: GRI 102-16, GRI 102-17, GRI 410-1, GRI 412-1, GRI 412-2, GRI 412-3)**

El Código Ético del Grupo Telepizza, aprobado en 2016, promueve una política de cumplimiento desde la Alta Dirección, que guíe a los empleados a través de unas líneas de conducta y comportamiento.

Son cinco los principios a los que se compromete cumplir el Grupo Telepizza en el nuevo Código Ético: Compromiso con la sociedad, con la compañía, con el entorno laboral, con los clientes y franquiciados, así como con los colaboradores.

Entre los valores que se contemplan en estos principios son el cumplimiento de la ley a la que el Grupo esté expuesta, implantación de medidas anticorrupción, emisión de información fiable, competir en un mercado libre, responsabilidad con los recursos de las empresas, seguridad en el trabajo, protección de datos de carácter personal, selección y contratación de proveedores transparente y objetiva, etc.

En lo relacionado con la información financiera, tal y como se cita en el Código, el Grupo Telepizza se compromete a cumplir con una serie de responsabilidades legales y éticas que garanticen la transparencia y la integridad de la información financiera. Para ello el Grupo proporcionará siempre información veraz, clara, útil y precisa tanto al comercializar los productos y servicios como en la emisión de información corporativa

hacia terceros, inversores y accionistas, manteniendo en todo momento los principios de veracidad, transparencia y equidad de información en los comunicados.

El Código es de aplicación a todos los empleados del Grupo Telepizza con independencia de su nivel jerárquico al igual que el resto de normas del Grupo y está a disposición de todos los empleados del Grupo. Telepizza tiene previsto un plan de formación sobre el Código Ético en el que se incorpore un certificado de comprensión del Código y el compromiso de todos los empleados en su cumplimiento.

- **Número de denuncias por casos de vulneración de derechos humanos (GRI 406-1)**

El Grupo Telepizza dispone de un canal para comunicar de forma segura y confidencial las irregularidades financieras y contables, así como cualquier otro incumplimiento del Código Ético o la normativa vigente, así como para resolver las dudas que puedan surgir a la hora de aplicar el Código Ético.

Este canal de denuncias, denominado Línea Ética, tiene dos posibles vías de comunicación: mediante correo electrónico o mediante dirección de correo postal. Estas vías de comunicación son conocidas por toda la Organización al estar incluidas dentro del propio Código Ético.

Este canal está gestionado por el responsable de Auditoría Interna del Grupo, que depende funcionalmente de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento. El responsable de Auditoría Interna es el responsable de velar por la confidencialidad de las comunicaciones y la objetividad en el análisis de las mismas.

Durante 2018 no ha contado con ninguna denuncia ni se ha producido denuncia judicial al respecto.

Descripción de las medidas implementadas para la promoción y cumplimiento de las disposiciones de los convenios fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo relacionadas con el respeto por la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva; la eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación; la eliminación del trabajo forzoso u obligatorio; la abolición efectiva del trabajo infantil. (indicadores orientativos: GRI 102-16, GRI 102-17, 407-1, GRI 408-1, GRI 409-1410-1, GRI 412-1, GRI 412-2, GRI 412-3)

La Política de Recursos Humanos de Grupo Telepizza dispone que cada país contará con sus convenios colectivos o acuerdos específicos para regular los aspectos relacionados con la gestión de los recursos humanos.

Telepizza SAU ha trabajado durante 2018 con 1.780 proveedores a los que traslada su compromiso de garantizar el respeto por los Derechos Humanos de la Declaración Universal de las Naciones Unidas y la Declaración de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) relativa a los principios y derechos fundamentales en el trabajo (1998).

El Grupo Telepizza está trabajando en la consolidación de los proveedores en todos los países y lleva a cabo medidas de debida diligencia y de control con todos, a la vez que realizan auditorías para comprobar que cumplen con los derechos humanos.

Las actividades que desarrolla el Grupo deben ajustarse siempre a la ley vigente, independientemente del lugar o del país en el que trabaje. Así, se indica que “todas las personas que formamos parte de la compañía debemos conocer y aplicar la ley vigente y la normativa interna del grupo. No será causa que justifique su no aplicación el desconocimiento deliberado de los mismos, por lo que con cualquier duda acerca de la legalidad de las situaciones encontradas deberemos acudir a los medios que pone a disposición la compañía para que estos principios de legalidad y normativa interna imperen en todas nuestras actuaciones”.

Telepizza Portugal cuenta con 227 proveedores durante 2018, de los que 196 son locales y 31 de otros países. El gasto total fue de 31.486.572,41 euros de los que 12.345.855,04 se destinaron a proveedores locales y 19.140.687,37 a proveedores extranjeros.

Por su parte, Telepizza Chile cuenta con 69 proveedores durante 2018, 62 nacionales y siete internacionales. El gasto total fue de 13.441.722,27 euros, que se dividieron en 8.878.405,69 euros para los nacionales y en 4.563.316,58 euros para los internacionales.

En Grupo Telepizza cree firmemente que, desde la compañía, y en cualquier lugar del mundo, deben protegerse e impulsarse la protección de todos los Derechos Humanos y Libertades Públicas incluidos en la Declaración Universal de los Derechos Humanos. El Grupo Telepizza cumple con todos los principios relativos a los derechos establecidos en la Declaración de la Organización Internacional del Trabajo relativa a los Principios y Derechos Fundamentales en el Trabajo y los ocho Convenios Fundamentales que los desarrollan (Convenio sobre la libertad sindical y la protección del derecho de sindicación (1948); Convenio sobre el derecho de sindicación y de negociación colectiva (1949); Convenio sobre el trabajo forzoso (1930); Convenio sobre la abolición del trabajo forzoso (1957); Convenio sobre la edad mínima (1973); Convenio sobre las peores formas de trabajo infantil (1999); Convenio sobre igualdad de remuneración (1951); Convenio sobre la discriminación (empleo y ocupación, 1958).

El Código Ético de Grupo Telepizza recoge que “es tarea de todos evitar las situaciones que puedan producir efectos negativos en la reputación de la compañía y fomentar un comportamiento no sólo legal, sino ética y socialmente responsable. El Grupo aplicará estándares normativos similares en todos los lugares en los que opere, independientemente de que puedan existir zonas con normativa legal que implique menores exigencias para la empresa, buscando la armonización de nuestros estándares para establecer una norma de comportamiento común”.

Del mismo modo, el Código Ético recoge que “todas las personas afectadas deberán recibir y ser informadas de la existencia de este Código, de su contenido, de las políticas que lo desarrollan, así como darán su consentimiento y conformidad para que sea aplicado en su día a día laboral, siendo esta obligación trasladable a todas las nuevas incorporaciones, nombramientos etc.”

CONVENIOS COLECTIVOS

Las empresas que componen el Grupo Telepizza en España se encuentran dentro del ámbito funcional del convenio de Elaboradores de productos cocinados para su venta a domicilio.

Este convenio colectivo es sectorial de nivel nacional, en el que las empresas están representadas en la mesa negociadora por la asociación Prodelivery. Todos los trabajadores del Grupo rigen su relación laboral con las empresas por lo establecido en dicho convenio, adicionalmente a lo establecido en el resto de normas del ámbito laboral general. De este modo, todos los trabajadores están encuadrados dentro del mismo y sus condiciones laborales son, como mínimo, las establecidas en él, estando algunas de ellas, mejoradas por otros acuerdos cerrados con la representación legal de los trabajadores.

Por otra parte, en el resto de países se cumple con la Ley laboral de cada uno.

NOTA: Por la actividad del Grupo Telepizza y dando respuesta a su materialidad, no aplica el indicador 410-1 **“Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en políticas o procedimientos en materia de derechos humanos relevantes para las actividades”**.

6 Corrupción y soborno

— Principales riesgos que afectan a la organización en materia de corrupción y soborno. (GRI 102-15, GRI 103)

La gestión de Telepizza se sustenta en el Buen Gobierno y la sostenibilidad económica de su actividad, cumpliendo con el Código Ético y la Política Anticorrupción, e integrando la gestión de riesgos.

Además, dos de los cuatro riesgos identificados por Grupo Telepizza están relacionados directamente con la lucha contra la corrupción y el soborno.

-Riesgos Estratégicos. Aquellos que pueden surgir a consecuencia de optar por una determinada estrategia, que podrían influir directa o indirectamente de manera significativa en el logro de los objetivos a largo plazo del Grupo Telepizza. Se incluyen en este grupo los riesgos reputacionales, que son los riesgos con potencial impacto negativo que pueden afectar a la imagen del Grupo como el de transparencia y relación con analistas, inversores y distintos grupos de interés con expectativas sobre el comportamiento del Grupo.

-Riesgos de Cumplimiento Normativo o Regulatorios, que comprenden aquellos derivados del Gobierno Corporativo (que incluyen entre otros, los derivados de la fiabilidad de la Información Financiera publicada); la litigiosidad de la Compañía y la responsabilidad civil; los riesgos en materia fiscal; y también en normativa de Protección de Datos, Prevención de Riesgos Laborales, Igualdad y Medioambiente.

— Políticas y compromisos. (GRI 102-16, GRI 103)

El Grupo Telepizza dispone de una Política Anticorrupción que ha sido redactada de conformidad con las normas nacionales e internacionales que prohíben y sancionan la corrupción, en particular, la Ley Orgánica 10/1995, de 23 de noviembre, del Código Penal ("CP") y complementa y desarrolla los valores y principios contenidos en el Código Ético del Grupo Telepizza.

Su objetivo es informar a todas las personas vinculadas con la empresa sobre los riesgos de corrupción a los que están expuestos y las consecuencias que la corrupción puede generar para la empresa y sus empleados, así como establecer un catálogo de buenas prácticas que deberán observarse en todo caso.

— Resultados de la aplicación de las políticas – indicadores

- Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno (GRI 102-17)

El Código Ético y la Política Anticorrupción son de obligado cumplimiento para empleados y a través del Canal de Denuncia se vela por su seguimiento.

- Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales (GRI 205-2)

El Código Ético y la Política Anticorrupción guían el día a día de los empleados.

En uno de los compromisos con la sociedad establecidos en el Código Ético, se recoge la prohibición de los pagos inadecuados y de sobornos. De este modo, se declara terminantemente que "jamás promoveremos ni abonaremos pagos de facilitación a terceros para conseguir nuestros objetivos, aunque no busquen obtener un beneficio indebido. Tampoco ofreceremos ni aceptaremos sobornos del tipo que sean y que nos

sitúen al margen de la legalidad. La corrupción no solo puede aparecer en las relaciones que determinados sujetos puedan tener con funcionarios públicos; también puede darse al tratar con cualquier otro sujeto que no desarrolle funciones públicas”.

Así, el Grupo Telepizza hace extensiva esta declaración a todos los acuerdos y actividades de negocio que el Grupo mantenga con inversores, filiales, socios de joint venture, agentes, contratistas, proveedores y terceros, sea cual sea el lugar en el que operen. Para garantizar que estas medidas se cumplen, Telepizza desarrolla sus procedimientos y política de *due diligence, know your customer*, a la hora de iniciar y desarrollar relaciones con terceros. Igualmente velará porque en el desarrollo de sus relaciones con proveedores la equidad y la igualdad de oportunidades presidan la toma de decisiones.

Por otra parte, para garantizar el negocio se sustenta sobre una conducta honesta pasa por rechazar cualquier atención o regalo, de terceros o hacia ellos. No obstante, la compañía es consciente de que los usos y costumbres locales pueden llevar a considerar que se puedan recibir u ofrecer pequeños detalles, según se establece en la política de regalos y atenciones de la compañía, las cuales se facilitarán a nuestros directivos y empleados junto con el resto de las políticas.

- **Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro (GRI 201-1; GRI 413-1)**

El Grupo Telepizza no ha realizado aportaciones económicas a ninguna fundación.

Por otra parte, la acción social de la compañía cuenta con un amplio abanico de colaboraciones, que abarcan desde la colaboración con ONG, las donaciones de producto o las donaciones de dinero.

Durante 2018, Telepizza destinó 2.656.317 euros a 81 iniciativas de acción social. España fue el país con mayor inversión, 2.595.839 euros, seguido por Portugal, 53.848. El resto de la inversión se destinó a diferentes acciones en Chile, Ecuador, Colombia y Perú.

INVERSIÓN EN ACCIÓN SOCIAL 2018		
PAÍS	ACCIONES	INVERSIÓN
ESPAÑA	57	2.595.839 €
PORTUGAL	11	53.848 €
CHILE	5	1.680 €
ECUADOR	3	2.537 €
COLOMBIA	1	1.613 €
PERÚ	3	800€
TOTAL	80	2.656.317 €

7 Sociedad

— Principales riesgos que afectan a la organización en materia de compromiso con el desarrollo sostenible, subcontratistas y proveedores, consumidores e información fiscal. (GRI 102-15, GRI 103)

Tres de los cuatro principales riesgos identificados por el Grupo se refieren a estos riesgos:

-Riesgos Estratégicos. Aquellos que pueden surgir a consecuencia de optar por una determinada estrategia, que podrían influir directa o indirectamente de manera significativa en el logro de los objetivos a largo plazo del Grupo Telepizza. Se incluyen en este grupo los riesgos reputacionales, que son los riesgos con potencial impacto negativo que pueden afectar a la imagen del Grupo como el de transparencia y relación con analistas, inversores y distintos grupos de interés con expectativas sobre el comportamiento del Grupo.

-Riesgos de Cumplimiento Normativo o Regulatorios, que comprenden aquellos derivados del Gobierno Corporativo (que incluyen entre otros, los derivados de la fiabilidad de la Información Financiera publicada); la litigiosidad de la Compañía y la responsabilidad civil; los riesgos en materia fiscal; y también en normativa de Protección de Datos, Prevención de Riesgos Laborales, Igualdad y Medioambiente.

-Riesgos Operativos, que corresponden a los riesgos asociados a los procesos clave del negocio, que incluyen los riesgos relativos a la contratación de proveedores, de personal, manipulación de alimentos, a la calidad del producto, los riesgos medioambientales, de compras y de subcontratación.

— Políticas y compromisos. (GRI 103)

El Grupo Telepizza aprobó en diciembre de 2018 la Política de Responsabilidad Social Corporativa del Grupo Telepizza tiene como objetivo formalizar y concretar su compromiso con el Desarrollo Sostenible y con la gestión de sus impactos económicos, sociales y medioambientales en la sociedad.

Esta Política nace desde la misión, visión y valores del Grupo Telepizza, que reflejan el compromiso con su actividad, y se vincula con el Código Ético, que guía a sus empleados en el desarrollo de su desempeño, a través de unas líneas de conducta y comportamiento con los diferentes grupos de interés.

Como compañía responsable Grupo Telepizza está guiada por el propósito del Grupo: “Togetherness” que se expresa en la propuesta de “Pasemos más tiempo Juntos, porque cuando pasamos más tiempo juntos ocurren cosas maravillosas”.

Para Grupo Telepizza la visión se concreta en: “Conectamos a las personas entregando momentos de felicidad, en cualquier momento, en cualquier lugar”.

Mientras que la misión: “Ofrecer productos de calidad a todo el mundo, en cualquier lugar, a través de un servicio excelente, eficiente, personalizado y accesible”.

La visión y la misión se complementan con la Política Corporativa de Cultura y Valores, conocida como los ‘5 we’s de los Welievers’:

— **Resultados de la aplicación de las políticas – indicadores**

- **Compromisos de la empresa con el desarrollo sostenible**

— **Descripción del impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local (por ejemplo, gasto en proveedores, gasto en proveedores locales) (GRI 2014-1, GRI 413-1)**

Telepizza SAU ha trabajado durante 2018 con 1.780 proveedores a los que traslada su compromiso de garantizar el respeto por los Derechos Humanos de la Declaración Universal de las Naciones Unidas y la Declaración de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) relativa a los principios y derechos fundamentales en el trabajo (1998). El valor generado a los proveedores ha sido de 83.387.855 euros.

El Grupo Telepizza está trabajando en la consolidación de los proveedores en todos los países a los que también traslada el compromiso con los derechos humanos y los principios y derechos fundamentales en el trabajo de la OIT.

Por otra parte, el Grupo Telepizza ha destinado 2.656.317 euros a 81 iniciativas de acción social destinadas al desarrollo local. España fue el país con mayor inversión, 2.595.839 euros, seguido por Portugal, 53.848. El resto de la inversión se destinó a diferentes acciones en Chile, Ecuador, Colombia y Perú.

La acción social de la compañía cuenta con un amplio abanico de colaboraciones, que abarcan desde la colaboración con ONG, las donaciones de producto o las donaciones de dinero.

Además, Telepizza y DOWN España firmaron un acuerdo de colaboración, en marzo de 2018, para poner en marcha el proyecto “Juntos Crecemos”, un programa que tiene como objetivo impulsar la inclusión socio laboral de personas con discapacidad intelectual. Gracias a este acuerdo, más de 100 personas con síndrome de Down se han ido incorporando paulatinamente como trabajadores a las tiendas propias de Telepizza de toda España y también en sus oficinas centrales en Madrid. Asimismo, la compañía ofrecerá su apoyo y compromiso para que este proyecto se haga extensible a sus franquiciados, con lo que se espera alcanzar la cifra de 700 personas con síndrome de Down trabajando en Telepizza, en España, en los próximos años. Se trata de la mayor incorporación de personas con síndrome de Down a una empresa española.

Por otra parte, Telepizza ha patrocinado la LaLiga Genuine Santander, una Liga de Fútbol en la que participan equipos formados por personas con discapacidad, impulsada por la Fundación de La Liga y que promueve el deporte inclusivo.

— **Descripción del impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio (GRI 411-1, GRI 413-1, GRI 413-2)**

El impacto social de Grupo Telepizza está recogido en la descripción anterior.

— **Descripción de las relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos (GRI 102-43)**

En 2018, el Grupo Telepizza publicó su primer informe de Responsabilidad Social Corporativa correspondiente al ejercicio 2017, un ejercicio de transparencia y de rendición de cuentas con el que se compromete a avanzar cada año. Además, el Grupo Telepizza tiene a disposición de sus grupos de interés diversos canales de comunicación, participación y diálogo en los que ofrece de forma detallada y actualizada su información.

Canales externos:

- Página web: www.telepizza.com
- Información general acerca de la sociedad.
- Información económico-financiera.
- Informe anual de Gestión.
- Informe anual de Buen Gobierno.
- Informe de Responsabilidad Social Corporativa.
- Comunicados de prensa.
- Redes sociales.

Canales internos:

- Intranet corporativa.
- Comunicación interna.
- App WeUp
- Canal de denuncia: 'Línea ética'

El Grupo Telepizza, a través del Departamento de Personas, cuenta con canales de diálogo y comunicación con los empleados: comités con los trabajadores, encuestas de clima laboral, reuniones para mejorar la comunicación y trabajo entre las área y correos específicos de la compañía (RRHH, Tu opinión importa).

Además, la compañía apuesta por una comunicación transparente, ágil y bidireccional con todos sus empleados. Cuenta con diferentes herramientas y canales de comunicación para cumplir con este objetivo:

1. WeTalk: Canal de comunicación directa con los empleados a través del cual reciben información sobre el día a día de la compañía y que puede aplicar a su área de responsabilidad. Wetalk fomenta recibir feedback de los empleados, poniendo a su disposición un correo electrónico para ampliar detalle o aclarar dudas sobre las diferentes comunicaciones.
2. Whatsapp People: La compañía pone a disposición de sus empleados un canal directo para cualquier asunto que pueda surgir y que necesite una respuesta por parte de Telepizza. En este canal, se garantiza la respuesta en un plazo no superior a 24 horas.
3. Sesiones trimestrales presenciales informativas (We Session): El equipo directivo de la compañía convoca trimestralmente a parte de los empleados para compartir con ellos información sobre la evolución de la compañía. En estas sesiones la compañía fomenta espacios en los que se abren foros de debate entre empleados y dirección.
4. Correo electrónico: A través del mail people@telepizza.com se gestionan las dudas de los empleados sobre cualquier proceso/herramienta vinculado a la gestión de personas. De este modo, Telepizza pone a disposición de sus empleados un canal para comunicar de forma segura y confidencial dudas que puedan surgir a la hora de aplicar normativa interna o para denunciar la existencia de cualquier irregularidad o incumplimiento normativo, tanto por correo electrónico o postal.

Este canal está gestionado por el responsable de Auditoría Interna del Grupo, se conoce con el nombre de Línea Ética y su funcionamiento se rige por el procedimiento de actuación establecido por la empresa a través del Comité Ético.

Este Comité está formado por el director de Recursos Humanos, el director del Departamento Jurídico, el director de Personal y el responsable de Auditoría Interna. Por otra parte, el presidente del Grupo Telepizza podrá participar en el Comité Ético cuando lo considere conveniente, siendo en estos casos presidente del Comité.

— **Información sobre las acciones de asociación o patrocinio (GRI 203-1; GRI 102-12; GRI 102-13).**

El Grupo Telepizza ha destinado 2.656.317 euros a 81 iniciativas de acción social destinadas al desarrollo local. España fue el país con mayor inversión, 2.595.839 euros, seguido por Portugal, 53.848. El resto de la inversión se destinó a diferentes acciones en Chile, Ecuador, Colombia y Perú.

La acción social de la compañía cuenta con un amplio abanico de colaboraciones, que abarcan desde la colaboración con ONG, las donaciones de producto o las donaciones de dinero.

Además, Telepizza ha impulsado junto a Down España el proyecto 'Juntos Crecemos' y ha patrocinado la LaLiga Genuine Santander. Durante 2018, la compañía ha continuado con la iniciativa de 'Cajas solidarias' para ayudar a dar conocer las campañas de sensibilización de las ONG, cediendo la imagen de 500.000 cajas de pizza a cada campaña. De este modo, Telepizza ha difundido en 4 millones de cajas de pizza las campañas para Save The Children, 11Q España, Down España, Fundación Sandra Ibarra, Fundación ITER, Acción Contra el Hambre, Acción Social por la Música y Juagaterapia.

203-1 Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y de los servicios prestados.

El Grupo Telepizza se ha comprometido a vincular la Política de RSC con los 10 Principios de Pacto Mundial y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU. Para ello, en el primer semestre de 2019, Grupo Telepizza firmará su compromiso con la Red Española de Pacto Mundial y analizará su contribución a los ODS.

Por otra parte, Telepizza forma parte de las siguientes asociaciones:

-Marcas de Restauración.

-Autocontrol. Organismo independiente de autorregulación de la industria publicitaria en España, constituido en 1995 como asociación sin ánimo de lucro, cuyo objetivo es trabajar por una publicidad responsable: veraz, legal, honesta y leal.

Telepizza suscribe las siguientes estrategias y códigos relacionados con la alimentación

-La Estrategia NAOS (Nutrición, Actividad Física y Prevención de la Obesidad). Impulsada por el Ministerio de Sanidad desde 2005 tiene como meta invertir la tendencia de la prevalencia de la obesidad mediante el fomento de una alimentación saludable y de la práctica de la actividad física.

-Código PAOS de correulación de la publicidad de alimentos y bebidas dirigida a menores, prevención de la obesidad y salud (junio 2005). Modificado en 2012 y en 2013.

-Plan Havis. Un Plan de fomento de Hábitos de Vida Saludables en la Población Española (Plan HAVIS), impulsado por la Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición (Aecosan) y la Fundación Alimentum.

- **Subcontratación y proveedores**

- **Información sobre la inclusión en la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales (GRI 102-9) y descripción sobre cómo se considera la responsabilidad social y ambiental de los proveedores en sus relaciones con estos (GRI 308-1; GRI 407-1; GRI 414-1)**

El Grupo Telepizza no dispone de una Política de Compras. Además, no se consideran ni las cuestiones sociales de igualdad de género y ambientales, ni la responsabilidad social y ambiental de los proveedores.

- **Descripción de los sistemas de supervisión y auditorías a proveedores y resultados de las mismas (GRI 308-2; GRI 414-2)**

El Grupo Telepizza traslada a sus proveedores el compromiso de garantizar el respeto por los Derechos Humanos de la Declaración Universal de las Naciones Unidas y la Declaración de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) relativa a los principios y derechos fundamentales en el trabajo (1998).

Así, se llevan a cabo medidas de debida diligencia y de control con los proveedores del Grupo Telepizza y se realizan auditorías para comprobar que cumplen con los derechos humanos, así como los estándares medioambientales y sociales.

- **Consumidores**

- **Descripción de las medidas para la salud y la seguridad de los consumidores (GRI 416-1; GRI 417-1)**

Uno de los objetivos de la Política de Calidad de Grupo Telepizza es garantizar la Calidad y Seguridad Alimentaria y el Cumplimiento Normativo (legal e interno) mediante el respeto de políticas y normativas con total transparencia y asumiendo responsabilidades frente a ellas. Cumpliendo además con los requerimientos corporativos y de aquellos estándares que a los que la compañía se adhiere voluntariamente, trabajando siempre mediante un sistema de Gestión de Calidad con la premisa de una mejora continua.

Los proveedores del Grupo Telepizza deben fabricar, suministrar y distribuir ingredientes, envases alimentarios, productos terminados y servicios claves en seguridad alimentaria, seguros inocuos para los clientes y restaurantes. Los criterios de homologación y evaluación de proveedores están claramente definidos y basados en aquellas herramientas necesarias para garantizar que los suministradores cumplen con la legislación vigente y con nuestros estándares.

El Grupo Telepizza reconoce todos los estándares de GFSI y certificaciones asociadas (es decir, BRC, Estándares Globales, SQF 2000, FSSC 22000, IFS...). Además, en las homologaciones, se incluyen auditorías, periodos de prueba definidos, revisión de documentación de Seguridad Alimentaria e inspecciones de control. En el caso de incumplimiento de los requisitos del Grupo Telepizza o no tener planificado un programa de actuación para cubrir los estándares requeridos, no podrán ser aprobados como proveedores.

HOMOLOGACIÓN PROVEEDORES

En los centros de Producción y Distribución de Grupo Telepizza se centralizan todos los procesos de homologación y control de aquellos artículos y servicios que tengan una incidencia directa con la seguridad alimentaria. Una vez iniciado el suministro o servicio por parte del proveedor se realizan controles de seguimiento periódicos,

tales como planes de control de la calidad microbiológica y físico química de los alimentos, evaluaciones de riesgos de las materias primas y/o envases a fin de contemplar cualquier cambio que pueda afectar a la cadena de suministro.

La compañía cuenta con la colaboración de laboratorios acreditados, y se llevan a cabo minuciosos controles de producto y procesos mediante la realización de análisis microbiológicos y nutricionales en cumplimiento de legislación vigente correspondiente al producto y país de consumo, complementándose además con controles organolépticos realizados por equipos de expertos. Estas herramientas de trabajo permiten garantizar que las materias primas desde su entrega en fábrica por parte del proveedor, a lo largo de la manipulación y procesamiento a productos intermedios y/o finales, almacenamiento en sus instalaciones hasta la distribución; manteniéndose siempre un compromiso de inocuidad e higiene alimentaria para con nuestro cliente.

417-1 Información y etiquetado de productos y servicios requeridos por los procedimientos en vigor y por la normativa

El Grupo Telepizza cumple con la información y etiquetado de productos y servicios requeridos por los procedimientos en vigor, como es el caso de la ley de Información Alimentaria en Alérgenos, que obliga a informar de la presencia en sus productos mediante un sistema que permita identificarlos claramente.

Por otra parte, Telepizza mantiene un compromiso con sus clientes celíacos desde 2008, cuando se convirtió en la primera cadena de restauración en España en lanzar una pizza especial para celíacos. En la actualidad, cuenta con una oferta de cinco pizzas sin gluten.

En cumplimiento de la normativa vigente, todos los alimentos utilizados en las cocinas disponen de toda la información alimentaria en sus etiquetados o documentos anexos requerida para cada tipo de producto.

Por otro lado, en los alimentos que elaboran o se sirven ya envasados, así como en los procesos de venta de los mismos (presencial y online), los clientes disponen de toda la información necesaria en cada caso, como por ejemplo, la composición alérgica o los valores nutricionales de los mismos.

Normativa básica de aplicación:

-Reglamento (UE) nº 1169/2011 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de octubre de 2011, sobre la información alimentaria facilitada al consumidor.

-Reglamento (CE) nº 852/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 29 de abril de 2004, relativo a la higiene de los productos alimenticios.

-Reglamento (CE) nº 853/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 29 de abril de 2004, por el que se establecen normas específicas de higiene de los alimentos de origen animal.

-Real Decreto 3484/2000, de 29 de diciembre, por el que se establecen las normas de higiene para la elaboración, distribución y comercio de comidas preparadas.

-Directiva 2009/48/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 18 de junio de 2009, sobre la seguridad de los juguetes.

-Real Decreto 1205/2011, de 26 de agosto, sobre la seguridad de los juguetes.

-Reglamento (CE) No 1935/2004 DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO, de 27 de octubre de 2004, sobre los materiales y objetos destinados a entrar en contacto con alimentos.

-Reglamento (CE) nº 2023/2006 de la Comisión, de 22 de diciembre de 2006, sobre buenas prácticas de fabricación de materiales y objetos destinados a entrar en contacto con alimentos.

-Reglamento (UE) nº 10/2011 de la Comisión, de 14 de enero de 2011, sobre materiales y objetos plásticos destinados a entrar en contacto con alimentos.

-Reglamento (CE) nº 2023/2006 de la Comisión, de 22 de diciembre de 2006, sobre buenas prácticas de fabricación de materiales y objetos destinados a entrar en contacto con alimentos.

— **Descripción de los sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de las mismas (GRI 416-2; GRI 418-1)**

Desde 2016, el Grupo Telepizza dispone de un centro de atención al cliente en Madrid en el que centralizan todos los canales de atención al cliente en España, a través de un número único, chat online, email y redes sociales. La compañía ha implantado un sistema de gestión llamado ZENDESK que permite gestionar todos los contactos desde una sola herramienta creando un ticket por cada contacto, lo que facilita poder realizar tres calificaciones principales: consultas, incidencias o reclamaciones.

En el caso de reclamaciones, Telepizza se encarga de la gestión 'End to End' de la reclamación hasta su resolución con el cliente. Existen cuatro niveles de clasificación de las reclamaciones: leve, grave, muy grave e inadmisibles. Por cada nivel de gravedad se aporta una solución distinta al cliente y la gestión se realiza por parte de un director de operación.

Durante 2018 se han recibido 3.417 reclamaciones, de las que 708 han sido muy graves, 1.918 graves, 790 leves y 1 inadmisibles.

RECLAMACIONES CLIENTES ESPAÑA 2018					
TIPO	MUY GRAVE	GRAVE	LEVE	INADMISIBLE	TOTAL
Número	708	1.918	790	1	3.417

Telepizza recibe una media de 400 reclamaciones al mes en España, que por procedimiento se tienen que cerrar en menos de 72 horas. También las reclamaciones se publican en las tiendas para que pueden estar informados de las mismas. Existe un control de número de reclamaciones a nivel de franquicias, los franquiciados que tienen un nivel alto de reclamaciones pueden perder descuentos de fábricas.

Este procedimiento se ha empezado a aplicar en España. El resto de países realizan su propia gestión, pero la idea es replicar el modelo en todos.

PORTUGAL

Por otra parte, en Portugal se produjeron 11.123 reclamaciones de clientes, de las que 3.397 fueron online y 2.194 telefónicas.

RECLAMACIONES CLIENTES PORTUGAL 2018								
TIPO	ONLINE	TELEFÓNICAS	CALIDAD DE PRODUCTO	CALIDAD DE LA ATENCIÓN	TIEMPO DE ESPERA	SEGURIDAD ALIMENTARIA	OTRAS	TOTAL
Número	3.397	2.194	2.031	2.650	126	133	940	11.471

SEGURIDAD ALIMENTARIA

Durante 2018 no se ha producido ningún incumplimiento grave que afecte a la seguridad alimentaria. Los controles establecidos en toda la cadena de suministro previenen la distribución de productos no conformes a nuestros restaurantes. Por otro lado, todos los restaurantes tienen implantados los procedimientos de seguridad necesarios (Sistema de Autocontrol-APPCC) para evitar que los posibles peligros de contaminación presentes en todos los procesos de elaboración de un alimento lleguen a las comidas que se elaboran y sirven a los clientes.

- Información fiscal

— Los beneficios obtenidos país por país

Durante el ejercicio 2018, el Grupo Telepizza ha obtenido un beneficio antes de impuestos de impuestos de 7.151.456,94 euros.

PAÍS	BENEFICIO (€)
Chile	(618.094,44)
China	6.266,33
Colombia	(11.737.008,67)
Ecuador	(445.810,88)
España	9.840.283,54
Guatemala	315.978,21
Irlanda	1.758.978,75
Marruecos	(294.214,28)
Panamá	(659.563,55)
Paraguay	(168.193,78)
Perú	(2.536.452,47)
Polonia	(3.405.074,98)
Portugal	1.522.289,96
República Checa	(469,356,34)
Suiza	(261.484,34)
TOTAL	(7.151.456,94)

— **Los impuestos sobre beneficios pagados por país (no devengados)**

Por lo que respecta al importe abonado durante el ejercicio 2018, en concepto de impuesto sobre sociedades, el Grupo Telepizza ha abonado 2.503.133,32 euros, de acuerdo con el siguiente desglose por país:

PAÍS	IMPUESTOS(€)
Chile	(1.208.947,73)
China	5.735,80
Colombia	154.062,40
Ecuador	-
España	(3.732.221,09)
Guatemala	33.932,75
Irlanda	227.132,80
Marruecos	901,94
Panamá	-
Paraguay	-
Perú	-
Polonia	-
Portugal	7.022.887,11
República Checa	606,45
Suiza	(957,11)
TOTAL	2.503.133,32

— **Las subvenciones públicas recibidas**

El Grupo Telepizza no ha recibido ninguna subvención pública.

8. Vinculación Ley 11/2018 con GRI

Código	Información solicitada por la Ley 11/2018 (Estado de información no financiera)	Vinculación con indicadores GRI (Orientativo)	Página Informe de Telepizza
0. Información general			
0.1 Modelo de negocio			
0.1.a	Breve descripción del modelo de negocio del grupo (entorno empresarial y organización)	102-2 Actividades, marcas, productos y servicios 102-7 Tamaño de la organización	8-9
0.1.b	Presencia geográfica	102-3 Ubicación de la sede 102-4 Ubicación de las operaciones 102-6 Mercados servidos	8-9
0.1.c	Objetivos y estrategias de la organización	102-14 Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones (visión y estrategia relativas a la gestión de los impactos económicos, sociales y ambientales)	3-7 y 9
0.1.d	Principales factores y tendencias que pueden afectar a su futura evolución	102-15 Principales impactos, riesgos y oportunidades	10-12
0.2 General			
0.2.1	Mención en el informe al marco de <i>reporting</i> nacional, europeo o internacional utilizado para la selección de indicadores clave de resultados no financieros incluidos en cada uno de los apartados	102-54 Declaración de elaboración del informe de conformidad con los Estándares GRI	12
1. Cuestiones Medioambientales			
1.1 Información general			
1.1.a	Una descripción de las políticas que aplica el grupo respecto a dichas cuestiones, que incluirá los procedimientos de diligencia debida aplicados para la identificación, evaluación, prevención y atenuación de riesgos e impactos significativos y de verificación y control, incluyendo qué medidas se han adoptado.	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	13-14
1.1.b	Los resultados de esas políticas , debiendo incluir indicadores clave de resultados no financieros pertinentes que permitan el seguimiento y evaluación de los progresos y que favorezcan la comparabilidad entre sociedades y sectores, de acuerdo con los marcos nacionales, europeos o internacionales de referencia utilizados para cada materia.	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	14
1.1.c	Los principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del grupo, entre ellas, cuando sea pertinente y proporcionado, sus relaciones comerciales, productos o servicios que puedan tener efectos negativos en esos ámbitos, y cómo el grupo gestiona dichos riesgos, explicando los procedimientos utilizados para detectarlos y evaluarlos de acuerdo con los marcos nacionales, europeos o internacionales de referencia para cada materia. Debe incluirse información sobre los impactos que se hayan detectado, ofreciendo un desglose de los mismos, en particular sobre los principales riesgos a corto, medio y largo plazo .	102-15 Principales impactos, riesgos y oportunidades	10-13
1.1 Información detallada			
1.1.1 Información general detallada			
1.1.1.1	Sobre efectos actuales y previsibles de las actividades de la empresa en el medio ambiente y en su caso, la salud y la seguridad	-	14
1.1.1.2	Sobre los procedimientos de evaluación o certificación ambiental	-	14-15
1.1.1.3	Sobre los recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales	-	15

1.1.4	Sobre la aplicación del principio de precaución	102-11 Principio o enfoque de precaución	15
1.1.5	Sobre la cantidad de provisiones y garantías para riesgos ambientales	-	15
1.1.2 Contaminación			
1.1.2.1	Medidas para prevenir, reducir o reparar las emisiones que afectan gravemente el medio ambiente; teniendo en cuenta cualquier forma de contaminación atmosférica específica de una actividad, incluido el ruido y la contaminación lumínica	305-5 Reducción de las emisiones de GEI 305-6 Emisiones de sustancias que agotan la capa de ozono (SAO) 305-7 Óxidos de nitrógeno (NOx), óxidos de azufre (SOx) y otras emisiones significativas al aire	16-17
1.1.3 Economía circular y prevención y gestión de residuos			
1.1.3.1	Medidas de prevención, reciclaje, reutilización, otras formas de recuperación y eliminación de desechos; acciones para combatir el desperdicio de alimentos	301-2 Insumos reciclados 301-3 Productos reutilizados y materiales de envasado 303-3 Agua reciclada y reutilizada 306-1 Vertido de aguas en función de su calidad y destino 306-2 Residuos por tipo y método de eliminación	17-18
1.1.4 Uso sostenible de los recursos			
1.1.4.1	Consumo de agua y suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales	303-1 Extracción de agua por fuente 303-2 Fuentes de agua significativamente afectadas por la extracción de agua	15
1.1.4.2	Consumo de materias primas y medidas adoptadas para mejorar la eficiencia de su uso	301-1 Materiales utilizados por peso o volumen	17-18
1.1.4.3	Consumo, directo e indirecto, de energía	302-1 Consumo energético dentro de la organización 302-2 Consumo energético fuera de la organización	15
1.1.4.4	Medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética	302-4 Reducción del consumo energético 302-5 Reducción de los requerimientos energéticos de productos y servicios	16-17
1.1.4.5	Uso de energías renovables	302-1 Consumo energético dentro de la organización	15
1.1.5 Cambio climático			
1.1.5.1	Los elementos importantes de las emisiones de gases de efecto invernadero generados como resultado de las actividades de la empresa, incluido el uso de los bienes y servicios que produce	305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1) 305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2) 305-3 Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	19
1.1.5.2	Medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático	201-2 Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climático	19
1.1.5.3	Metas de reducción establecidas voluntariamente a medio y largo plazo para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y los medios implementados para tal fin	305-5 Reducción de las emisiones de GEI	19
1.1.16 Protección de la biodiversidad			
1.1.6.1	Medidas tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad	304-3 Hábitats protegidos o restaurados	19
1.1.6.2	Impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas	304-2 Impactos significativos de las actividades, los productos y los servicios en la biodiversidad	19
2. Cuestiones sociales y relativas al personal			
2.1 Información general			
2.1.a	Una descripción de las políticas que aplica el grupo respecto a dichas cuestiones, que incluirá los procedimientos de diligencia debida aplicados para la identificación, evaluación, prevención y atenuación de riesgos e impactos significativos y de verificación y control, incluyendo qué medidas se han adoptado.	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	20
2.1.b	Los resultados de esas políticas , debiendo incluir indicadores clave de resultados no financieros pertinentes que permitan el seguimiento y evaluación de los progresos y que favorezcan la comparabilidad entre sociedades y sectores, de acuerdo con los marcos nacionales, europeos o internacionales de referencia utilizados para cada materia.	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	20-12

2.1.c	Los principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del grupo, entre ellas, cuando sea pertinente y proporcionado, sus relaciones comerciales, productos o servicios que puedan tener efectos negativos en esos ámbitos, y cómo el grupo gestiona dichos riesgos, explicando los procedimientos utilizados para detectarlos y evaluarlos de acuerdo con los marcos nacionales, europeos o internacionales de referencia para cada materia. Debe incluirse información sobre los impactos que se hayan detectado, ofreciendo un desglose de los mismos, en particular sobre los principales riesgos a corto, medio y largo plazo .	102-15 Principales impactos, riesgos y oportunidades	10-12 y 20
2.2 Información detallada			
2.2.1 Empleo			
2.2.1.1	Número total y distribución de empleados atendiendo a criterios representativos de la diversidad (sexo, edad, país, etc.)	102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores 405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados	21-22
2.2.1.2	Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo, promedio anual de contratos indefinidos, de contratos temporales y de contratos a tiempo parcial por sexo, edad y clasificación profesional	102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores	22-25
2.2.1.3	Número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional	401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación del personal	22-25
2.2.1.4	Las remuneraciones medias y su evolución desagregados por sexo, edad y clasificación profesional o igual valor	102-38 Ratio de compensación total anual 102-39 Ratio del incremento porcentual de la compensación total anual	25
2.2.1.5	Brecha salarial, la remuneración puestos de trabajo iguales o de media de la sociedad	405-2 Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	25
2.2.1.6	La remuneración media de los consejeros y directivos, incluyendo la retribución variable, dietas, indemnizaciones	-	26
2.2.1.7	El pago a los sistemas de previsión de ahorro a largo plazo y cualquier otra percepción desagregada por sexo	201-3 Obligaciones del plan de beneficios definidos y otros planes de jubilación	26
2.2.1.8	Implantación de políticas de desconexión laboral	-	26
2.2.1.9	Empleados con discapacidad	405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados	26-27
2.2.2 Organización del trabajo			
2.2.2.1	Organización del tiempo de trabajo	-	27
2.2.2.2	Número de horas de absentismo	403-2 Tipos de accidentes y tasa de frecuencia de accidentes, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de muertes por accidente laboral o enfermedad profesional	28-30
2.2.2.3	Medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio corresponsable de estos por parte de ambos progenitores	401-3 Permiso parental	27
2.2.3 Salud y seguridad			
2.2.3.1	Condiciones de salud y seguridad en el trabajo	403-3 Trabajadores con alta incidencia o alto riesgo de enfermedades relacionadas con su actividad	27-28
2.2.3.2	Accidentes de trabajo, en particular su frecuencia y gravedad, así como las enfermedades profesionales; desagregado por sexo.	403-2 Tipos de accidentes y tasa de frecuencia de accidentes, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de muertes por accidente laboral o enfermedad profesional	28-30
2.2.4 Relaciones sociales			
2.2.4.1	Organización del diálogo social, incluidos procedimientos para informar y consultar al personal y negociar con ellos	102-43 Enfoque para la participación de los grupos de interés 402-1 Plazos de aviso mínimos sobre cambios operacionales 403-1 Representación de los trabajadores en comités formales trabajador-empresa de salud y seguridad	30
2.2.4.2	Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país	102-41 Acuerdos de negociación colectiva	30 y 35
2.2.4.3	El balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y la seguridad en el trabajo	403-4 Temas de salud y seguridad tratados en acuerdos formales con sindicatos	30
2.2.5 Formación			

2.2.5.1	Las políticas implementadas en el campo de la formación	404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	31
2.2.5.2	La cantidad total de horas de formación por categorías profesionales	404-1 Media de horas de formación al año por empleado	31
2.2.6 Accesibilidad universal de las personas con discapacidad			
2.2.6.1	Accesibilidad universal de las personas con discapacidad	-	32
2.2.7 Igualdad			
2.2.7.1	Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres	401-3 Permiso parental	27 y 32
2.2.7.2	Planes de igualdad (Capítulo III de la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres), medidas adoptadas para promover el empleo, protocolos contra el acoso sexual y por razón de sexo, la integración y la accesibilidad universal de las personas con discapacidad	-	27 y 32
2.2.7.3	La política contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad	406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	27 y 32
3. Respeto a los derechos humanos			
3.1 Información general			
3.1.a	Una descripción de las políticas que aplica el grupo respecto a dichas cuestiones, que incluirá los procedimientos de diligencia debida aplicados para la identificación, evaluación, prevención y atenuación de riesgos e impactos significativos y de verificación y control, incluyendo qué medidas se han adoptado.	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	33
3.1.b	Los resultados de esas políticas , debiendo incluir indicadores clave de resultados no financieros pertinentes que permitan el seguimiento y evaluación de los progresos y que favorezcan la comparabilidad entre sociedades y sectores, de acuerdo con los marcos nacionales, europeos o internacionales de referencia utilizados para cada materia.	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	33 y 34
3.1.c	Los principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del grupo, entre ellas, cuando sea pertinente y proporcionado, sus relaciones comerciales, productos o servicios que puedan tener efectos negativos en esos ámbitos, y cómo el grupo gestiona dichos riesgos, explicando los procedimientos utilizados para detectarlos y evaluarlos de acuerdo con los marcos nacionales, europeos o internacionales de referencia para cada materia. Debe incluirse información sobre los impactos que se hayan detectado, ofreciendo un desglose de los mismos, en particular sobre los principales riesgos a corto, medio y largo plazo .	102-15 Principales impactos, riesgos y oportunidades	10-12 y 33
3.2 Información detallada			
3.2.1	Aplicación de procedimientos de diligencia debida en materia de derechos humanos; prevención de los riesgos de vulneración de derechos humanos y, en su caso, medidas para mitigar, gestionar y reparar posibles abusos cometidos	102-16 Valores, principios, Estándares y normas de conducta 102-17 Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas 410-1 Personal de seguridad capacitado en políticas o procedimientos de derechos humanos 412-1 Operaciones sometidas a revisiones o evaluaciones de impacto sobre los derechos humanos 412-2 Formación de empleados en políticas o procedimientos sobre derechos humanos 412-3 Acuerdos y contratos de inversión significativos con cláusulas sobre derechos humanos o sometidos a evaluación de derechos humanos	33-34
3.2.2	Denuncias por casos de vulneración de derechos humanos	419-1 Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico	34
3.2.3	Promoción y cumplimiento de las disposiciones de los convenios fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo relacionadas con el respeto por la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva; la eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación; la eliminación del trabajo forzoso u obligatorio; la abolición efectiva del trabajo infantil.	406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas 407-1 Operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo 408-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil 409-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio	34-35

4. Lucha contra la corrupción y el soborno			
4.1 Información general			
4.1.a	Una descripción de las políticas que aplica el grupo respecto a dichas cuestiones, que incluirá los procedimientos de diligencia debida aplicados para la identificación, evaluación, prevención y atenuación de riesgos e impactos significativos y de verificación y control, incluyendo qué medidas se han adoptado.	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	36
4.1.b	Los resultados de esas políticas , debiendo incluir indicadores clave de resultados no financieros pertinentes que permitan el seguimiento y evaluación de los progresos y que favorezcan la comparabilidad entre sociedades y sectores, de acuerdo con los marcos nacionales, europeos o internacionales de referencia utilizados para cada materia.	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	36-37
4.1.c	Los principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del grupo, entre ellas, cuando sea pertinente y proporcionado, sus relaciones comerciales, productos o servicios que puedan tener efectos negativos en esos ámbitos, y cómo el grupo gestiona dichos riesgos, explicando los procedimientos utilizados para detectarlos y evaluarlos de acuerdo con los marcos nacionales, europeos o internacionales de referencia para cada materia. Debe incluirse información sobre los impactos que se hayan detectado, ofreciendo un desglose de los mismos, en particular sobre los principales riesgos a corto, medio y largo plazo .	102-15 Principales impactos, riesgos y oportunidades	10-12 y 36
4.2 Información detallada			
4.2.1	Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno	102-16 Valores, principios, Estándares y normas de conducta 102-17 Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas 205-1 Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción 205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción 205-3 Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas	36
4.2.2	Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales	102-16 Valores, principios, Estándares y normas de conducta 102-17 Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	36-37
4.2.3	Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro	201-1 Valor económico directo generado y distribuido	37
5. Información sobre la sociedad			
5.1 Información general			
5.1.a	Una descripción de las políticas que aplica el grupo respecto a dichas cuestiones, que incluirá los procedimientos de diligencia debida aplicados para la identificación, evaluación, prevención y atenuación de riesgos e impactos significativos y de verificación y control, incluyendo qué medidas se han adoptado.	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	38
5.1.b	Los resultados de esas políticas , debiendo incluir indicadores clave de resultados no financieros pertinentes que permitan el seguimiento y evaluación de los progresos y que favorezcan la comparabilidad entre sociedades y sectores, de acuerdo con los marcos nacionales, europeos o internacionales de referencia utilizados para cada materia.	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	39
5.1.c	Los principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del grupo, entre ellas, cuando sea pertinente y proporcionado, sus relaciones comerciales, productos o servicios que puedan tener efectos negativos en esos ámbitos, y cómo el grupo gestiona dichos riesgos, explicando los procedimientos utilizados para detectarlos y evaluarlos de acuerdo con los marcos nacionales, europeos o internacionales de referencia para cada materia. Debe incluirse información sobre los impactos que se hayan detectado, ofreciendo un desglose de los mismos, en particular sobre los principales riesgos a corto, medio y largo plazo .	102-15 Principales impactos, riesgos y oportunidades	10-12 y 38
5.2 Información detallada			
5.2.1 Compromisos de la empresa con el desarrollo sostenible			

5.2.1.1	El impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local	204-1 Proporción de gasto en proveedores locales 413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones de impacto y programas de desarrollo	39
5.2.1.2	El impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio	204-1 Proporción de gasto en proveedores locales 411-1 Casos de violaciones de los derechos de los pueblos indígenas 413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones de impacto y programas de desarrollo 413-2 Operaciones con impactos negativos significativos –reales o potenciales– en las comunidades locales	39
5.2.1.3	Las relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos	102-43 Enfoque para la participación de los grupos de interés	39-41
5.2.1.4	Las acciones de asociación o patrocinio	-	41
5.2.2 Subcontratación y proveedores			
5.2.2.1	La inclusión en la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales	308-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios ambientales 414-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios sociales	42
5.2.2.2	Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental	308-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios ambientales 414-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios sociales	42
5.2.2.3	Sistemas de supervisión y auditorías y resultados de las mismas	308-2 Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas 414-2 Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	42
5.2.3 Consumidores			
5.2.3.1	Medidas para la salud y la seguridad de los consumidores	416-1 Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios	42-44
5.2.3.2	Sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de las mismas	102-43 Enfoque para la participación de los grupos de interés 102-44 Temas y preocupaciones clave mencionados 418-1 Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	44-45
5.2.4 Información fiscal			
5.2.4.1	Los beneficios obtenidos país por país	201-1 Valor económico directo generado y distribuido	45
5.2.4.2	Los impuestos sobre beneficios pagados	201-1 Valor económico directo generado y distribuido	46
5.2.4.3	Las subvenciones públicas recibidas	201-4 Asistencia financiera recibida del gobierno	46