

# **Informe de Estado de Información No Financiera**

**TASTY BIDCO**

**2020**

**Marzo de 2021**

**Madrid, España**

## Índice de contenidos de la Ley 11/2018

	Pág.	GRI
<b>A. BASES PARA LA FORMULACIÓN DEL ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA</b>	<b>7</b>	
<b>1. Información general</b>	<b>7</b>	
Actividades, marcas, productos y servicios	7	<b>GRI 102-2</b>
Tamaño de la organización	9	<b>GRI 102-7</b>
Mercados en los que opera	10	
Ubicación de la sede	10	<b>GRI 102-3</b>
Ubicación de las operaciones	10	<b>GRI 102-4</b>
Objetivos y estrategias de la organización	10	<b>GRI 102-14</b>
Principales factores y tendencias que pueden afectar a su futura evolución		<b>GRI 102-14 / 102-15</b>
<b>2</b> Políticas Internas de la compañía	<b>12</b>	
<b>B. GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL</b>	<b>18</b>	
<b>1.</b> Principales riesgos ambientales que afectan a la organización	<b>18</b>	<b>GRI 102-15</b>
<b>2.</b> Políticas y compromisos	<b>19</b>	<b>GRI 103-2</b>
<b>3.</b> Gestión ambiental	<b>19</b>	
Efectos actuales y previsibles a las actividades de la empresa en el medio ambiente y, en su caso, la salud y la seguridad	19	<b>GRI 102-15</b>
Procedimientos de evaluación o certificación ambiental	21	
Recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales	24	<b>GRI 103-2</b>
Reporte de los recursos humanos dedicados a la prevención ambiental, y si es posible de los recursos económicos destinados a la misma.		
Aplicación del principio de precaución	24	<b>GRI 102-11</b>
Explicar si se dispone de un sistema de gestión ambiental sólido, en el que se identifiquen los riesgos y existta un plan de acción para prevenir el impacto de la actividad de la compañía	24	
Cantidad de provisiones y garantías para riesgos ambientales	25	
<b>4.</b> Economía circular y prevención y gestión de residuos	<b>25</b>	

	Descripción de medidas de prevención, reciclaje, reutilización, otras formas de recuperación y eliminación de desechos	25	GRI 306-2
	Acciones para combatir el desperdicio de alimentos	27	
<b>5.</b>	Uso sostenible de los recursos	28	
	Consumo de materias primas y medidas adoptadas para mejorar la eficiencia de su uso	28	GRI 301-1 / 301-2 / 301-3
	Consumo energético	29	GRI 302-1
	Medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética	29	GRI 302-4
	Uso de energías renovables	31	
	Consumo de agua y suministro de agua, de acuerdo con las limitaciones locales	31	GRI 303-5
<b>6.</b>	Cambio climático	31	
	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	31	
	Medidas para adaptarse al cambio climático	33	
	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	33	
<b>7.</b>	Protección de la biodiversidad	34	
	Medidas tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad	34	GRI 304-3
	Impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas	34	GRI 304-2
<b>8.</b>	Otros aspectos de contaminación	34	
	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 la actividad	34	GRI 305-7
<b>C.</b>	<b>GESTIÓN SOCIAL Y DE PERSONAL</b>	36	
<b>1.</b>	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	36	GRI 102-15
<b>2.</b>	Políticas y compromisos	36	
<b>3.</b>	Empleo	37	
	Número de empleados por país	37	GRI 102-8
	Número total y distribución de empleados por sexo, edad y clasificación profesional; número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo; promedio anual de contratos indefinidos, de contratos temporales y de	37	GRI 102-8 / 405-1

contratos a tiempo parcial por sexo, edad y clasificación profesional; número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional		
Las remuneraciones medias y su evolución, desagregados por sexo, edad y clasificación profesional o igual valor	40	GRI 405-2
Brecha salarial, la remuneración de puestos de trabajo iguales o de media de la sociedad	40	GRI 405-2
La remuneración media de los consejeros y directivos, incluyendo la retribución variable, dietas, indemnizaciones, el pago de los sistemas de previsión de ahorro a largo plazo y cualquier otra percepción desagregada por sexo	41	GRI 405-2
Implantación de políticas de desconexión laboral	41	GRI 103-2
Número de empleados con discapacidad	41	GRI 405-1
<b>3. Organización del trabajo</b>	<b>42</b>	
Descripción de la organización del tiempo de trabajo (turnos, gestión de horas extra, flexibilidad en la jornada laboral, etc.)	42	GRI 103-2
Descripción de medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio corresponsable de estos por parte de ambos progenitores	44	GRI 103-2
Número de horas de absentismo	44	GRI 403-9
<b>4. Salud y seguridad</b>	<b>45</b>	
Descripción de las condiciones de salud y seguridad en el trabajo	45	GRI 403-7
Accidentes de trabajo, en particular su frecuencia y gravedad, así como las enfermedades profesionales; desagregado por sexo	47	GRI 403-9 / 403-10
<b>5. Relaciones Sociales</b>	<b>47</b>	
Descripción de la organización del diálogo social, incluidos procedimientos para informar y consultar al personal y negociar con ellos	47	GRI 103-2
Descripción del balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y la seguridad en el trabajo	51	GRI 403-4
Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país	51	GRI 102-41
<b>6. Formación</b>	<b>51</b>	
Descripción de las políticas implementadas en el campo de la formación	51	GRI 103-2 / 404-2
Cantidad total de horas de formación por categoría profesional	53	GRI 404-1
<b>7. Accesibilidad</b>	<b>53</b>	

Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres; 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; la política contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad.	55	
<b>D. DERECHOS HUMANOS</b>	<b>56</b>	
1. Principales riesgos que afectan a la organización en materia de Derechos Humanos	56	
2. Políticas y compromisos	56	
3. 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	56	
4. Denuncias por casos de vulneración de derechos humanos	57	GRI 406-1
5. 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.	57	
<b>E. CORRUPCIÓN Y SOBORNO</b>	<b>59</b>	
1. Principales riesgos que afectan a la organización en materia de corrupción y soborno	59	GRI 102-15
2. Políticas y compromisos	59	GRI 103-2
3. Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno	60	GRI 102-16 / 205-2 / 205-3
4. Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales	60	GRI 102-16 / 205-2
5. Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro	61	GRI 102-13 / GRI 201-1 / GRI 415-1
<b>F. SOCIEDAD</b>	<b>64</b>	
1. Principales riesgos que afectan a la organización en materia de compromiso con el desarrollo sostenible,	64	GRI 102-15

	subcontratistas y proveedores, consumidores e información fiscal		
<b>2.</b>	Políticas y compromisos	<b>64</b>	<b>GRI 103-2</b>
<b>3.</b>	Compromisos de la empresa con el desarrollo sostenible	<b>65</b>	
	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)	<b>67</b>	<b>GRI 203-2 / GRI 413-2</b>
	Descripción del impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio	<b>68</b>	<b>GRI 413-2</b>
	Descripción de las relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo	<b>68</b>	<b>GRI 102-43</b>
	Información sobre las acciones de asociación o patrocinio	<b>69</b>	<b>GRI 413-1 / GRI 201-1</b>
<b>4.</b>	Subcontratación y proveedores	<b>70</b>	
	Información sobre la inclusión en la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales	<b>70</b>	<b>GRI 103-2</b>
	Descripción sobre cómo se considera la responsabilidad social y ambiental de los proveedores en sus relaciones con éstos	<b>70</b>	<b>GRI 308-1 / GRI 414-1</b>
	Análisis de riesgos y procedimientos de homologación/contratación de proveedores	<b>71</b>	
	Descripción de los sistemas de supervisión y auditorías a proveedores y resultados de las mismas	<b>71</b>	<b>GRI 308-2 / 414-2</b>
<b>5.</b>	Consumidores	<b>72</b>	
	Descripción de las medidas para la salud y la seguridad de los consumidores	<b>72</b>	<b>GRI 416-1</b>
	Descripción de los sistemas de reclamación, quejas recibidas, y resolución de las mismas	<b>79</b>	<b>GRI 102-2 / GRI 418-1</b>
<b>6.</b>	Información fiscal	<b>81</b>	
	Los beneficios obtenidos por país	<b>81</b>	<b>GRI 207-4</b>
	Los impuestos sobre beneficios pagados (no devengados)	<b>81</b>	<b>GRI 207-4</b>
	Las subvenciones públicas recibidas	<b>82</b>	<b>GRI 201-4</b>

## **A. BASES PARA LA FORMULACIÓN DEL ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA**

De conformidad con la Ley 11/2018 de 28 de diciembre, en materia de información no financiera y diversidad, el Consejo de Administración de TASTY BIDCO (en adelante Food Delivery Brands o el grupo) emite el presente Estado de Información No Financiera (EINF) para el ejercicio de 2020 como anexo al Informe de Gestión consolidado que se presenta con las cuentas anuales]. Este informe es de carácter público y podrá ser consultado en la web corporativa <https://www.fooddeliverybrands.com/>.

TASTY BIDCO ha analizado la materialidad de los requerimientos de la Ley 11/2018 teniendo en cuenta la opinión de sus principales grupos de interés. Tal y como se muestra en la tabla de contenidos “Índice de los contenidos requeridos por la Ley 11/2018, de 28 de diciembre”, el EINF se elaboró siguiendo los Estándares Global Reporting Initiative (GRI) seleccionados, para aquellos requerimientos considerados materiales para el negocio.

El alcance de la información reportada en este informe engloba la actividad de TASTY BIDCO durante el transcurso del año 2020, en los siguientes países en los cuales opera de manera directa:

- España
- Portugal
- Chile
- Colombia
- Ecuador
- México

### **1. Información general**

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

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

Tasty Bidco, S.L. se constituyó como sociedad de responsabilidad limitada en España, el 4 de octubre de 2018, bajo la denominación social de Global Mastodon, S.L. por un período de tiempo indefinido y, el 12 de diciembre de 2018, cambió su denominación social por la actual.

Su domicilio social se encuentra situado en la calle Isla Graciosa, 7 en San Sebastián de los Reyes (Madrid).

Con fecha del 21 de diciembre de 2018, el entonces principal accionista, KKR Creditor Advisors (US) LLC, anunció su intención de adquirir las acciones de Telepizza Group, S.A., para llevar a cabo la exclusión de la Sociedad del mercado bursátil español. Como resultado

de esta oferta pública de adquisición, Tasty Bidco, S.L., se convirtió en el principal accionista y cabeza de Grupo Telepizza, S.A. y por tanto el Grupo Tasty Bidco, S.L. y sociedades dependientes se constituyó el 13 de mayo de 2019.

A mediados de 2020, con el objetivo de dotar de mayor personalidad e independencia a las diferentes marcas que opera el grupo, se establece un cambio de denominación e identidad a Food Delivery Brands (nombre que se utilizará en adelante).

Food Delivery Brands nace en Madrid, España en 1987, como Telepizza; una empresa familiar con claro ímpetu por la innovación y constante foco en la calidad de sus productos. Desde sus inicios, la compañía de pizzas fue pionera en reparto de comida a domicilio en España. En el año 1992, abre su primera fábrica en Daganzo, Madrid, y pronto comienza su expansión internacional.

Como compañía responsable, Food Delivery Brands está guiada por su propósito de compañía: “Conectar personas”. Por su parte, su visión se concreta en: “Ser el operador de Food Delivery líder y multimarca preferido, con una capacidad de entrega única a nivel internacional y un modelo de negocio integrado verticalmente.” Todo esto bajo una promesa principal: “We Deliver!”

A través de las cuatro marcas que el grupo opera, pone a disposición de sus clientes diferentes servicios para consumir sus productos: servicio en los establecimientos, reparto a domicilio y take away. Además, los clientes pueden realizar pedidos a través de las Apps de las marcas o de sus canales de e-commerce, entre otros.

Aunque con todas sus marcas el producto principal es la pizza, existiendo también en versión para celíacos con diferentes variedades, la compañía ofrece un amplio abanico de entrantes, postres y bebidas, así como otras alternativas a su producto principal como ensaladas y hamburguesas.

A su vez, la operación y actividad diaria de la compañía se complementa con la Política Corporativa de Cultura y Valores, conocida como los ‘5 We’s’ de Food Delivery Brands:

- **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 los mejores productos, 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 mejorar 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.

#### - **Tamaño de la organización (GRI 102-7)**

Actualmente, Food Delivery Brands opera las marcas Telepizza, Pizza Hut, Jeno's Pizza y Apache Pizza, a nivel internacional, teniendo presencia en 36 países, a través de más de 2.600 establecimientos, tanto propios como operados a través de modelos de franquicias y master franquicias.

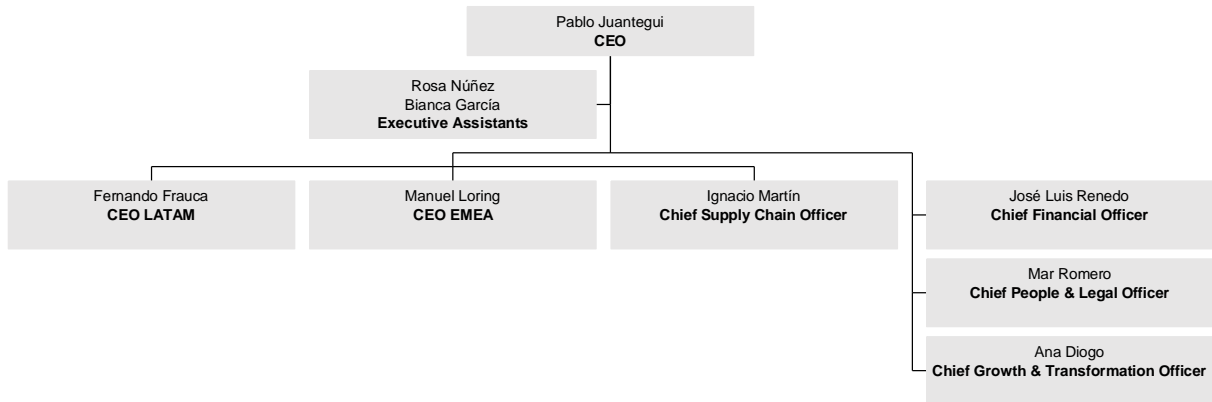
Este informe del Estado de la Información No Financiera de Food Delivery Brands (TASTY BIDCO), responde a la actividad del grupo de manera directa. Así, el alcance de este documento será de los siguientes mercados en los que opera el grupo: España, Portugal, Chile, Colombia, Ecuador y México.

Este alcance incluye la información de las oficinas que el grupo tiene en los diferentes mercados mencionados anteriormente, así como de las fábricas y tiendas propias. En la actualidad, Food Delivery Brands cuenta con cuatro fábricas, ubicadas en España, Chile, Colombia y Ecuador y con cuatro centros de distribución, ubicados en España, Portugal, Colombia y Chile.

Actualmente, el grupo tiene 521 tiendas propias.

Por su parte, el 31 de diciembre de 2018, el grupo firmó un acuerdo con Yum!Brands, compañía propietaria de la marca Pizza Hut, para operar la marca de pizzas en España, Latinoamérica y la región del Caribe. De esta forma, la compañía establece una alianza estratégica con uno de sus competidores, con el fin de cooperar para conseguir expandir la marca Pizza Hut en los mercados en los que el grupo es líder. Gracias a esta alianza, Food Delivery Brands ha doblado desde entonces su tamaño, su presencia internacional y su alcance, llegando a 500 millones de potenciales consumidores en todo el mundo.

A continuación detallamos el organigrama directivo de Food Delivery Brands, al 31/12/2020:



**- Mercados en los que opera**

Los mercados en los que Food Delivery Brands opera de manera directa son los mencionados anteriormente: España, Portugal, Chile, Colombia, Ecuador y México. Sin embargo, el grupo tiene presencia en 36 países, a través de modelos de franquicias y/o master franquicias. Algunos de esos mercados son:

Polonia, Suiza, República Checa, Irlanda, Costa Rica, Puerto Rico, Bahamas, Islas Vírgenes, Jamaica, Perú, El Salvador, Venezuela, entre otros.

**- Ubicación de la sede (GRI 102-3)**

La sede principal de Food Delivery Brands se encuentra en la siguiente dirección:

Parque Empresarial “La Marina”,  
Avenida Isla Graciosa, 7  
28703, San Sebastián de los Reyes  
Madrid, España

**- Ubicación de las operaciones (GRI 102-4)**

(Ver: Breve descripción del modelo de negocio, p. 7).

**- Objetivos y estrategias de la organización (GRI 102-14)**

En 2019, el Leadership Team estableció los objetivos de negocio de la compañía para los próximos tres años. Éstos se dividen por áreas y son parte de un elaborado plan de cumplimiento y medición, bajo el modelo de planificación estratégica OGSM (Objective, Goal, Strategy and Measurement).

Son los siguientes:

- Conseguir una cuidadosa selección de marcas internacionales y ganar los corazones de nuestros consumidores haciendo un “delivery FATE”: Faster, Easier, Tastier and more Affordable food.
  - Asegurar un delivery excelente, optimizando los canales a través de los cuales llegamos al consumidor de una manera FATE.
  - Ser el proveedor de referencia multimarca entregando los mejores productos y servicios al mejor precio y en una manera FATE a consumidores, franquiciados y proveedores, buscando sinergias y escalabilidad.
  - Ser el empleador de referencia con una experiencia de empleado única e impulsada por personas con pasión.
  - Convertirnos en el operador de alimentos mejor clasificado en sostenibilidad y responsabilidad social.
- Principales factores y tendencias que pueden afectar a su futura evolución (GRI 102-14 / GRI 102-15)**

Con el objetivo de definir los principios básicos y el marco general de actuación para el control y la gestión de los posibles riesgos a los que se enfrenta la compañía en la consecución de sus principales objetivos, Food Delivery Brands creó la Política de Control y Gestión de Riesgos.

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 de la compañía 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.

Grupo Tasty 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 de la compañía.

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 los riesgos evaluados.

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

## **2. Políticas internas vigentes**

En este apartado se hará un breve recorrido por las diferentes políticas internas que se encuentran vigentes y que describen el comportamiento esperado de las personas que forman Tasty Bidco a nivel internacional.

En primer lugar y como marco general para otras políticas, se encuentra el Código Ético, aprobado en 2016 y que se encuentra vigente. Se enfoca en el cumplimiento de cinco principios generales: el compromiso con la sociedad, con la compañía, con el entorno laboral, con los clientes y franquiciados, así como con los colaboradores.

Por otro lado, y como introducción a los aspectos sostenibles de Tasty Bidco, se encuentra la Política de Responsabilidad Social Corporativa, la cual está impulsada y aprobada por el Consejo de Administración y en ella se integran otras políticas que el grupo tiene 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 de la compañía a nivel internacional.

Dentro de la compañía, desde 2019, existe un equipo enfocado a temas de responsabilidad social, con alcance internacional, esto con el objetivo de continuar avanzando en temas de sostenibilidad, tanto social como ambiental.

Por otro lado, el mismo año, la marca Telepizza en España se convirtió en socia firmante del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, fortaleciendo su compromiso con la sostenibilidad y rigiendo su actividad por la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

El Pacto Mundial se basa sobre 4 ejes: Gobernanza y ética; Personas; Sostenibilidad y Medioambiente, y Contribución al desarrollo. Y, por ende, el plan que la compañía tiene para contribuir al pacto se construye 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 Tasty Bidco, centrándose en la actividad de los países en los que opera de manera directa.

La materialidad de este informe de EINF es el resultado de un proceso interno de consulta de cada uno de los departamentos de Tasty Bidco, que se ha cruzado con el mapa de riesgos de la compañía, los cuales 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 Tasty Bidco en 2020:

ÁMBITOS	POLÍTICAS/ COMPROMISOS	DESCRIPCIÓN
Corrupción y soborno	Código Ético	El 22 de diciembre de 2016 el Consejo de Administración de Tasty Bidco aprobó el Código Ético. La compañía 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 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 de Tasty Bidco.  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.
	<b>Política de conflictos de interés</b>	Desarrolla el apartado de la relación de los colaboradores del grupo con sus terceros, que se encuentra definido en el Código Ético.
<b>Políticas legales</b>	<b>Política de Control y Gestión de Riesgos</b>	<p>La Política de Control y Gestión de Riesgos 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.</p> <p>Esta Política es de obligado cumplimiento y su correcta aplicación requiere la implicación de todo el personal de la compañía.</p> <p>El Sistema de Gestión de Riesgos del grupo identifica los posibles riesgos de todas las actividades de la compañía 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.</p> <p>Tasty Bidco 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 los riesgos evaluados.</p>
	<b>Política Fiscal Corporativa</b>	Aprobada por el Consejo de Administración, el 28 de Julio de 2016, como refuerzo a los riesgos fiscales del grupo.
	<b>Política del Sistema de Control Interno Financiero</b>	Define los parámetros legales para asegurar la integridad de la información financiera del grupo a través del cumplimiento de los principios de contabilidad.
	<b>Política de Protección de Datos</b>	La política de protección de datos persigue determinar cuáles han de ser los principios que deben guiar el tratamiento de datos de carácter personal que recabe Tasty Bidco, tanto de empleados como de proveedores o clientes, de tal forma que esté alineado con la Ley 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal ("LOPD") y en el del Real Decreto 1720/2007, de 21 de diciembre, por el que se

		aprueba el Reglamento de desarrollo de la LOPD ("RD 1720/2007").
<b>Derechos Humanos</b>	<b>Código Ético</b>	<p>Tasty Bidco ha establecido, dentro de su Código Ético, 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"> <li>- La Declaración Universal de los Derechos Humanos proclamada por las Naciones Unidas (ONU) en 1948 y los dos Pactos Internacionales que la desarrollan:</li> <li>- Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos (PIDCP).</li> <li>- Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales (PIDESC).</li> <li>- La Declaración de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) relativa a los principios y derechos fundamentales en el trabajo (1998).</li> </ul> <p>La aplicación de esta Política se hace de conformidad con las leyes de los países en los que el grupo opera. No obstante, en los casos en que esta política y el resto de las 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>
<b>Personas</b>	<b>Política de Recursos Humanos</b>	<p>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> <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</p>

		<p>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>
<b>Gestión Ambiental</b>	<b>Política Medioambiental</b>	<p>Tasty Bidco 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 Tasty Bidco son:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Dotar a la compañía de los medios necesarios para el conocimiento y cumplimiento de la normativa medioambiental vigente, incluyendo herramientas para la mejora continua.</li> <li>- Reducir de forma paulatina los residuos generados, procurando su reutilización dentro o fuera de la compañía.</li> <li>- Prevenir/reducir la contaminación que sus actividades generan.</li> <li>- Comunicar a los empleados, proveedores, clientes y otras partes interesadas los aspectos medioambientales necesarios para garantizar el cumplimiento de esta Política.</li> <li>- Revisar anualmente si la Política Medioambiental es adecuada para garantizar el cumplimiento de los compromisos aquí adquiridos.</li> </ul>
<b>Sostenibilidad</b>	<b>Política de Responsabilidad Social</b>	<p>Como se mencionó anteriormente, esta Política describe los proyectos e iniciativas enfocadas a temas de sostenibilidad, tanto social como ambiental de Tasty Bidco, los principales pilares que la definen y su relación con los principios básicos del Pacto Mundial. Así como sus objetivos en este ámbito a corto y largo plazo.</p>
<b>Auditoría</b>	<b>Estatuto de Auditoría Interna</b>	<p>Establece los lineamientos del grupo para la planificación, ejecución y reporte de auditoría interna bajo los estándares de calidad de la profesión.</p>



<b>Gestión operacional</b>	<b>Política de Contratación con Clientes</b>	Establece las pautas básicas para llevar a cabo una contratación de clientes responsable, transparente y conforme a las leyes locales y el resto de los principios establecidos en el Código Ético del Grupo.
	<b>Buenas Prácticas de Promoción y Marketing</b>	La política establece los valores esenciales con los que el grupo se compromete en sus actividades de marketing y promoción de productos.
	<b>Buenas Prácticas de Investigación y Desarrollo</b>	Establece los principios básicos o reglas generales que deberán observarse durante la realización de actividades de investigación y desarrollo (I+D) en la empresa, estableciendo los estándares mínimos a aplicar, de acuerdo con las normas y valores recogidos en el Código Ético del grupo.
	<b>Políticas de Compras</b>	Establece los criterios de negociación con proveedores y los procesos operativos para la adquisición de bienes y servicios.
<b>Gestión de Tecnología</b>	<b>Política Global de Seguridad de Información</b>	La política tiene como misión proteger la confidencialidad, la integridad y la disponibilidad de la información utilizada por la organización, clientes, proveedores y, en general, todas las instituciones con las que mantiene relación, así como sus sistemas de almacenamiento y comunicación.

## **B. GESTIÓN AMBIENTAL**

Los datos proporcionados en este capítulo de Medio Ambiente hacen referencia a las fábricas de las que dispone la compañía, ya que es donde se concentran los mayores impactos ambientales.

### **1. Principales riesgos ambientales que afectan a la organización (GRI 102-15)**

Los riesgos medioambientales aparecen como uno de los Riesgos Operativos que el grupo tiene identificados en 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 son uno de sus 10 compromisos que figuran en la Política de Responsabilidad Social Corporativa, vinculados con los 10 Principios del Pacto Mundial, del cual la marca Telepizza en España es firmante desde 2019 y, sus correspondientes Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Aunque la actividad diaria de Tasty no incurre en desechos nocivos, ni tóxicos para el medio ambiente, continuamente se trabaja por asegurar un mínimo impacto en el mismo y, actualmente, se trabaja por reducirlo.

De este modo, el Grupo 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, Tasty Bidco 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.

## **2. Políticas y compromisos (GRI 103-2)**

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

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

Los compromisos medioambientales de la compañía 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.

De la misma manera, el grupo cuenta con una Política de Responsabilidad Social Corporativa, la cual incluye un apartado sobre la importancia de proteger el medio ambiente y el entorno y convive y se complementa con la Política Medioambiental.

## **3. Gestión ambiental**

- **Efectos actuales y previsibles de las actividades de la empresa en el medio ambiente y en su caso, la salud y la seguridad (GRI 102-15)**

Los efectos actuales y previsibles de la actividad de la empresa en el medio ambiente, son algo diferentes según el país, ya que, aunque la actividad es similar, hay procesos específicos aplicados en cada país, así como condiciones diferentes y efectos específicos para cada entorno. Por esa razón, a continuación se encuentra la descripción por país:

- COLOMBIA

Como consecuencia de las operaciones de aseo y limpieza, existe la posibilidad de contaminar una fuente de agua del parque industrial en el que se encuentra la fábrica en Colombia. Esto, a su vez puede afectar la salud de las personas si llegasen a consumir esta agua contaminada. Para evitar este riesgo y reducir el impacto, Tasty ha establecido la

medida de caracterizar el agua anualmente y se han implementado rejillas con orificios para la recolección de residuos provenientes del proceso de limpieza para la planta de producción. De esta manera, se filtra el agua.

Por otro lado, también se ha establecido una medida para evitar que la grasa presente en el proceso de producción contamine el agua. Desde los inicios de la fábrica, se realiza un lavado de la trampa de grasa y, en el segundo trimestre de 2020 se ajustó la frecuencia de esta medida de cada 2 o 3 meses.

A través de la producción y distribución de alimentos, se generan gases de efecto invernadero. Para contrarrestar este impacto, se han establecido estrictas medidas de reciclaje en la fábrica de Colombia, con el fin de reducir la contaminación y se trabaja con un proveedor autorizado para la gestión de desechos de lona, plástico y cartón.

- ECUADOR

Por su parte, Ecuador reporta que posibles efectos de contaminación a través de la actividad diaria de sus tiendas. Al fritar alimentos, se genera algunas veces aceite quemado, el cual puede tener un efecto indeseado en la salud de las personas que lo consumen, así como puede ser un riesgo para los trabajadores que pudiesen quemarse con el aceite. Sin embargo, a través de un gestor certificado, el aceite quemado es retirado constantemente,

La limpieza y aseo en los establecimientos y fábrica de Ecuador se realiza con productos biodegradables, que no tienen un impacto nocivo en el medio ambiente.

Por su parte, gracias a los controles de merca y al continuo seguimiento establecido dentro de la contemplación de la cadena de producción, se tienen contempladas las posibles caídas de ingredientes (material orgánico) al suelo, durante el proceso de elaboración.

- CHILE

Chile reporta un riesgo frente a la producción de masas y el subproducto excedente de éste. Este subproducto no es apto para el consumo y, en caso de ser ingerido podría suponer un riesgo sanitario. Para mitigar este riesgo, la compañía en Chile tiene un sistema de horarios y flujos de eliminación de residuos, por turnos, para desechar de manera correcta este subproducto y prevenir riesgos relacionados a él.

- ESPAÑA

España reporta los posibles efectos en el medioambiente que tiene la elaboración de sus masas de pizza (bolas y discos de masa). En primer lugar, se encuentra el riesgo asociado a los hornos y calderas de fábrica, que generan calor. Para mitigarlo, la compañía cuenta con constantes mediciones de emisión de calor y una certificación de la OCA, las cuales son objeto de inspecciones periódicas realizadas por Organismos de Control Autorizados (OCA), habiéndose realizado la última en noviembre de 2020.

Sobre el posible subproducto de masa, para evitar incurrir en desechos, Tasty en España promueve la economía circular y se lo entrega a una compañía productora de pienso animal.

Finalmente, derivado de la instalación frigorífica, es posible que se genera una contaminación del suelo, por amoníaco. Para ello, la empresa cumple el Reglamento de Seguridad para Plantas Industriales (R.D 138/2011).

- MÉXICO

México también reporta la posible contaminación de las fuentes de agua, debido a la limpieza de elementos de producción, cocina e instrumentos que pueden estar untados de grasa. Para evitar dicha contaminación, la empresa ha implementado trampas de grasa general de hasta 2m3.

De la misma manera, los empleados de México reciben una formación sobre el uso de agua y las instalaciones cuentan con manuales para la limpieza de utensilios y áreas de cocina previo al lavado.

Por otro lado, los establecimientos de México cuentan con uso permanente de aire acondicionado, lo cual aumenta la huella de carbono por alto consumo de energía. Para ello, se ha establecido una programación de encendido de compresores, de acuerdo a los horarios de venta, evitando usar el aire acondicionado cuando no es completamente necesario.

A su vez, la empresa cuenta con estrictos manuales sobre el desechos de alimentos para evitar la presencia de fauna nociva urbana. En cuanto a la limpieza y desinfección de espacios, se utilizan productos biodegradables y, en ocasiones en que sea necesario utilizar productos químicos, el uso de aquellos siempre va acompañado de manuales de uso.

Finalmente, en cuanto al suministro de gas, que representa un riesgo de incendio e incluso explosión, únicamente cuando el uso del mismo no es adecuado, la empresa realiza estudios de emisiones a la atmósfera para validar estar dentro de los límites máximos permitidos por la normativa.

- PORTUGAL

Portugal no cuenta con fábrica, pero sí tiene efectos en el medio ambiente, principalmente a través de las cajas de pizza, las cuales son de cartón.

- **Procedimientos de evaluación o certificación ambiental**

Tasty Bidco no dispone de certificación ambiental ISO 14001, en ninguno de los países en los que opera.

Sin embargo, sí existen certificaciones locales, con el objetivo de cumplir con las normativas vigentes de cada país. Ejemplo de ello, es que Ecuador tiene 31 certificaciones y

procedimientos ambientales locales, expedidos por autoridad local que certifican que la operación del restaurante se puede realizar. España, por su lado, cuenta con un registro de pequeños productores de Residuos peligrosos.

- Normas relativas a las fuentes de agua en fábrica

**Colombia:** Por medio del cumplimiento de la resolución 2115, de 2007 para la regulación del Ministerio de Medioambiente para la vigilancia de la calidad del agua, se realiza un análisis físico-químico de la misma, así como un análisis microbiológico.

**España:** el procedimiento que se relaciona con esta normativa es la limpieza de fábrica y de las cajas de plástico (contenedores). La evidencia de cumplimiento y seguimiento es la Depuradora de aguas residuales industriales. La normativa es el Decreto 57 de 2005.

**Portugal:** este país no cuenta con fábrica.

**Chile:** el procedimiento es el control y seguridad del agua, basado en los documentos: Registro de control de dureza y Registro de control de cloro residual. Y se rige por la normativa NCh409\_2 de 2004.

**México:** al no contar con fábrica, se responde desde el punto de vista de la actividad diaria. Según la norma 002-SEMARNAT de 1996, se debe realizar la limpieza de colectores de grasa periódicamente y el desasolve de los drenajes, así como un muestreo de las descargas de agua residuales.

**Ecuador:** la normativa por la que se rige el procedimiento de la elaboración de las masas es la Norma INEN 1108 Sexta Revisión 2020-4 y se realiza un análisis del agua potable usada en el proceso de elaboración de masa.

- Normas relativas al aire en fábrica

**Colombia:** la compañía se rige por el cumplimiento de la Resolución 1377 de 2015, de la regulación del Ministerio de Medioambiente.

**España:** el procedimiento que aplica en este caso es el uso de las calderas para generar ACS y los quemadores de horno. La normativa que rige este tipo de prácticas es la APCA MD/MAI-8101978817 y la fábrica de España se ciñe a la misma.

**Portugal:** este país no tiene fábrica.

**Chile:** la compañía se rige por la Ley 19300.

**México:** este país no cuenta con fábrica, por lo cual no aplica este apartado.

**Ecuador:** no se utilizan calderas, ni ningún procedimiento, que pueda contaminar el aire.

- Normas sobre gestión de residuos en fábrica

**Colombia:** Según la Resolución 2674 de 2013, la compañía realiza la gestión de residuos por medio de un proveedor autorizado, de manera continua.

**España:** de acuerdo a la Ley 5/2003 de la CAM-directiva 2015/1127, de la Unión Europea, se trabaja con un gestor autorizado para el manejo de residuos de aceites, industriales, papel, cartón, plásticos, chatarra y madera, en la fábrica.

**Portugal:** No aplica, este mercado no tiene fábrica.

**Chile:** se cuenta con un sistema de control de producto no conforme y de manejo de residuos.

**México:** al no contar con fábrica, se responde desde el punto de vista de la actividad diaria. Según la normativa NOM-043-SEMARNAT de 1993, se realiza continuamente la limpieza del sistema de extracción de residuos.

**Ecuador:** en la fábrica se manejan los desechos de acuerdo a lo establecido en el procedimiento de producto no conforme (quema de masas en horno).

- Normas relativas a las fuentes de agua, aire y residuos en tiendas

**Colombia:** se realiza el análisis microquímica de agua, según las normativas: Resolución 2115 de 2007, así como cumplir los requisitos sanitarios para la producción, envase, distribución de materias primas de alimentos y alimentos preparados, según la Resolución 2674 de 2013.

**España:** en tiendas se aplica la Directiva 2015/1127 para el uso de aceites residuales, de la producción.

**Portugal:** el procedimiento es la limpieza periódica de colectores de grasa y desazolve de drenajes. También se hace un muestreo de descargas de aguas residuales para corroborar que los parámetros de descargas se encuentran dentro de los límites permisibles por la norma. La normativa es NOM 002-SEMARNAT de 1996.

**Chile:** En base a la norma NCh409\_2\_Of2004, se completan los siguientes documentos: Registro de control de dureza del agua y Registro de control de cloro residual.

**México:** en las tiendas se implementaron contenedores para la separación de residuos orgánicos e inorgánicos, conforme a la normativa NADF-024-AMBT de 2013.

**Ecuador:** en los locales se realiza gestión de aceite quemado (retirado por gestor aprobado). En la ciudad de Quito, debido al requerimiento municipal, los residuos de trampa de grasa son retirados por un gestor certificado. En la ciudad de Guayaquil y provincias los residuos de trampa de grasa se eliminan mezclados con cal y arena. Se realiza gestión de luminarias con gestor aprobado. Todo lo anterior es según la normativa Norma INEN 1108 Sexta Revisión 2020-4, la cual especifica que la actividad de locales está catalogada como "BAJO IMPACTO AMBIENTAL".

- **Recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales (GRI 103-2)**

**Reporte de los recursos humanos dedicados a la prevención ambiental, y si es posible de los recursos económicos destinados a la misma.**

A nivel de grupo, los recursos humanos dedicados a la prevención ambiental tienen un coste de 90.613 euros al año.

Por su parte, los recursos económicos destinados a la prevención ambiental, diferentes al recurso humano, tales como el mantenimiento de la maquinaria y gestión de residuos, ascienden a 748.896 euros, al año.

- **Aplicación del principio de precaución (GRI 102-11)**

A través de la Política Medioambiental, Tasty Bidco trabaja para minimizar su impacto, de las siguientes maneras:

- 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.
- 
- **Explicar si se dispone de un sistema de gestión ambiental sólido, en el que se identifiquen los riesgos y exista un plan de acción para prevenir el impacto de la actividad de la Compañía.**

En el caso de Ecuador, actualmente se encuentra implementado un seguimiento de retiros de aceite quemado, a nivel nacional, con proveedores certificados; un retiro de residuos de trampa de grasa en la ciudad de Quito, con proveedor certificado; un proceso de gestión de luminarias con proveedor certificado. Sin embargo, no se ha implementado un sistema de gestión, como tal.

Para el 2021, se prevee incluir un programa de monitoreo de generación de residuos: masas, vegetales, cartón, residuos de trampa en la costa y provincias, para posteriormente definir un método de tratamiento más conveniente para estos residuos.



En México, se cuenta con un sistema de gestión de residuos sólidos urbanos y de emisiones a la atmósfera, basado en el cumplimiento de la normativa.

Sin embargo, en el caso de Colombia, España, Portugal y Chile, no se cuenta con un sistema de gestión en el que se identifiquen los riesgos. En el caso de Colombia y Chile ni existe un plan de acción para prevenir el impacto de la actividad de la compañía en el medio ambiente. España y Portugal cuentan con una Política Medioambiental la cual incluye prevención y efectos, regulando la actividad de la compañía para mitigar sus efectos en el medio ambiente.

#### - **Cantidad de provisiones y garantías para riesgos ambientales**

La compañía, de alcance Equity, cuenta con una póliza de Responsabilidad Civil, por un valor de 20 millones de euros. Ésta cubre los riesgos asociados a la contaminación accidental. Sin embargo, esta póliza no cubre a México para el año 2020, lo cual cambiará en 2021.

La compañía no tiene potenciales contingencias al cierre de 2020, que requieran provisiones generales, ante posibles riesgos o impactos medio ambientales causados por la misma.

#### **4. Economía circular y prevención y gestión de residuos**

##### - **Descripción de medidas de prevención, reciclaje, reutilización, otras formas de recuperación y eliminación de desechos (GRI 306-2)**

Las medidas de prevención, reciclaje, reutilización y otros del manejo de desecho en Tasty Bidco, son:

- **COLOMBIA**
  - Separación en la fuente de desechos. Se clasifican en cartón, plástico, madera y metal en el cuarto de residuos. Semanalmente se contacta al carro recolector para su venta por reciclaje.
  - Con los productos como masas y alimentos vencidos, se contacta a la empresa *Ambiente y Soluciones*, para que recojan y realicen la disposición final (compostaje).
  - Cuando aplica, se realiza un reproceso.
  - Se utiliza un sistema de almacenamiento PEPS y se reutilizan las cajas de cartón, como empaque secundario.
  
- **ECUADOR**
  - En tienda, se cuenta con dos gestores de aceite quemado, ambos retiran el producto de locales y lo gestionan.  
En los locales de Sierra y Manabí, el proveedor es *ARC*, quien realiza una gestión de aceite quemado exportándolo para elaboración de Biodiesel.
  - En la costa y provincias aledañas tenemos al gestor *Jubrande* quien realiza el retiro del aceite y realiza disposición final en la agroindustria. En tiendas de Quito se realiza

retiro de residuos de trampas de grasa con un gestor aprobado, este proveedor realiza compostaje con los residuos.

- En Guayaquil y locales de la costa se realiza mezcla de residuos con cal y arena como determina la norma.
- En Quito en 2020 se realizó gestión de luminarias con proveedor certificado, *INCINEROX*.
- En fábrica, para limpieza de residuos de la trampa de grasa, se mezclan éstos con cal y arena, como determina la norma.

#### ▪ CHILE

- En fábrica, se cuenta con contenedores de desperdicios clasificados por tipo y por colores. Las toallas de papel de uso diario son de material reciclado.
- También se contrata un camión del proveedor *ECOSER*, para retirar los desperdicios de la fábrica.
- En tiendas, se realiza la recolección de aceite de fritura a través de proveedor homologado.
- Se hace la recolección de cartones, pero su disposición final no se realiza con un proveedor autorizado.
- Se cambiaron las bolsas plásticas y otros elementos del mismo material, por artículos biodegradables y compostables.

#### ▪ ESPAÑA

- La planta cuenta con dos empresas que se encargan de gestionar los residuos generados y una tercera se encarga de procesar el subproducto que se utiliza para alimentación animal. Los residuos como: cartón, plástico, chatarra y papel se reutilizan para otros procesos.

#### ▪ MÉXICO

- Se han implementado contenedores con comunicación visual para clasificación y separación de residuos en restaurantes para clientes, así como un área específica para almacenamiento de cartón generado por empaques, con la finalidad de evitar que se contaminen con otros residuos.

#### ▪ PORTUGAL

- Se gestiona el inventario a través del método FEFO (First Expire, First Out) para disminuir el riesgo de caducidad de los alimentos. Para la eliminación de residuos de alimentos, se contrata un Gestor especializado en la gestión de residuos.

A continuación, el desglose de cantidades generadas de residuos en fábrica, por tipo de los mismos:

RESIDUOS PELIGROSOS	Cantidad generada en Toneladas	Cantidad total de residuos reciclados (en toneladas)	Cantidad total de residuos valorizados (en toneladas)	Cantidad total de residuos reutilizados (en toneladas)	Cantidad total de residuos eliminados en vertedero (en toneladas)
Colombia	0,01	0,01	0	0	0
Ecuador	0	0	0	0	0
Chile	60,25	60,25	0	0	0
España	8,20	8,20	8,20	0	0
<b>Total</b>	<b>68,46</b>	<b>68,46</b>	<b>8,20</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

\*México y Portugal no presentan información porque no tienen fábrica.

RESIDUOS NO PELIGROSOS	Cantidad generada en Toneladas	Cantidad total de residuos reciclados (en toneladas)	Cantidad total de residuos valorizados (en toneladas)	Cantidad total de residuos reutilizados (en toneladas)	Cantidad total de residuos eliminados en vertedero (en toneladas)
Colombia	2,70	1,95	0	0	0,75
Ecuador	4,474	4,474	0	0	0
Chile	170,8	0	0	0	0
España	1110,4	977,76	0	0	132,64
<b>Total</b>	<b>1.288,374</b>	<b>984,18</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>133,39</b>

\*México y Portugal no presentan información porque no tienen fábrica.

#### - Acciones para combatir el desperdicio de alimentos

La actividad de la compañía y su planeamiento, permiten evitar incurrir en desperdicios de alimentos. Esto se debe a que, en primer lugar, la compañía opera bajo el formato de pedidos, tanto del cliente a la tienda, como de la tienda a la fábrica. Es decir, se produce sólo lo que ha sido comandado, lo cual permite evitar la generación de desechos y desperdicios.

Por su parte, las fábricas y los centros de distribución distribuyen únicamente lo que se necesita, evitando el sobre-stock y por ende, que caduquen alimentos o que sean desperdiciados.

A continuación, describimos las medidas específicas implementadas en cada país, si las hay:

Para combatir el desperdicio de alimentos, Colombia ha realizado en algunas ocasiones (por ejemplo durante la coyuntura ocasionada por el Covid-19 en que no se pudieron abrir algunas tiendas) donaciones de producto e ingredientes a Bancos de Alimentos nacionales.

Chile, por su parte, es incisivo en la formación a empleados. Consideran que, a través de capacitaciones mensuales, boletines y lecciones de un punto, se sensibiliza a los empleados y se previene, aún más, el desperdicio de alimentos.

En el caso de España, se han establecido nuevos métodos de recorte, con el fin de reducir el desperdicio de alimentos. Con el mismo fin, se cambiaron algunas fórmulas de los productos que anteriormente generaban mayor recorte. De la misma manera, en 2020 se cambió el proceso productivo al uso de masas congeladas, lo cual aumenta el ciclo de vida de las mismas. Este cambio también genera menor desperdicio de agua, ya que se lavan menos gavetas de plástico (que protegían la masa fresca), con lo que se consume menos agua y, en consecuencia, la planta de depuración trabaja menos y genera menos lodos.

A nivel de grupo, existe un control estricto y un seguimiento a las fechas de caducidad de los productos. Sin embargo, Ecuador, México y Portugal no tienen medidas específicas implementadas para combatir el desperdicio de alimentos, más allá del control de vencimientos y seguimiento constante de fechas de caducidad y vida útil de los ingredientes y elementos de producción.

**5. Uso sostenible de los recursos**

- **Consumo de materias primas y medidas adoptadas para mejorar la eficiencia de su uso (GRI 301-1 / GRI 301-2 / GRI 301-3)**

A continuación, la utilización de las principales materias primas a lo largo de la cadena de valor, en el proceso productivo tanto en fábrica como en tiendas:

País	Materias Primas utilizadas en FABRICA y TIENDAS	Consumo de TOTAL DE Materias Primas en Toneladas en el 2020
Colombia	DAIRY -TOPPING DAIRY	796

Ecuador	CERDO POLLO	1.856,25
Chile	HARINAS Y SEMOLAS VACUNO TOMATE	3.737,09
España	OTROS DAIRY CHAMPIÑON	27.604
México	DRESSING PESCADO VERDURA CONG	9.864,18
Portugal	ACEITE	5.438,29
<b>TOTAL</b>		<b>49.295,81</b>

A continuación, se encuentra un desglose del uso de los materiales adquiridos que provienen de materiales reciclables:

<u>País</u>	Materias Primas utilizadas en FABRICA y TIENDAS	Consumo de TOTAL DE Materias Primas en Toneladas en el 2020	% de Material reciclado	Total Material Reciclado en Toneladas
Colombia	Cajas	1528	95%	1451,60
Ecuador	Cajas	339	60%	203,40
Chile	Cajas	759	100%	759
España	Cajas	3626	100%	3626
México	Cajas	964	80%	771,20
Portugal	Cajas	789	100%	789
	<b>TOTAL</b>	<b>8.005</b>	<b>95%</b>	<b>7.600</b>

- **Consumo energético (GRI 302-1)**
  - **Medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética (GRI 302-4)**

Durante 2020 se han establecido algunas medidas para mejorar la eficiencia energética, en determinados países.

Éstas son:

**España:** se cambió el combustible propano a GNL (gas natural licuado). De la misma manera, se implementaron luces LED de nueva generación.

**Ecuador:** durante 2020 se adquirieron hornos y freidoras con sistemas de ahorro de energía.

**México:** se realiza desde 2020, un monitoreo remoto en tiempo real para el control de cargas y detección de fugas de gas LP. Por otro lado, se instaló un sistema de automatización para el control de encendido de aire acondicionado, iluminación y extracción e inyección.

**Chile:** se cambiaron los focos por tipo LED y se estableció un uso racional de energía eléctrica, así como puertos de corriente de emergencia con baja carga.

**Colombia:** en 2020 no se tomó ninguna con respecto a la reducción de consumos.

\*Portugal no presenta información porque no tiene fábrica.

A continuación, se desglosa el consumo energético:

i. Combustibles utilizados en fuentes estacionarias y móviles

Consumo energético (MWh)							
Recurso energético	Colombia	España	Chile	Ecuador	México	Portugal	TOTAL
Gas Natural	51,70	25,36	0,004	0	2127	0	2.204,06
Diesel	-	8,77	0	0		0	8,77
Gasolina	-	0	0	0	1490	1865	3.355,00
GLP	-	296,223	0	4.785	7860	0	12.942

ii. Consumo de electricidad procedente de fuentes no renovables

Consumo energético (MWh)							
Tipo de fuente no renovable	Colombia	España	Chile	Ecuador	México	Portugal	TOTAL
Electricidad	549,3	7.249	716	70,35	11.248,02	741	<b>20.573,23</b>

o **Uso de energías renovables**

- iii. Consumo de electricidad procedente de fuentes renovables .Electricidad procedente de fuentes renovables con garantía de origen (GdO).

Actualmente, no se reporta el uso de energías de fuente renovables.

- **Consumo de agua y suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales [GRI 303-5 (Versión 2018)]**

A continuación, el desglose del consumo de agua en fábricas:

Tipo de fuente de agua	Colombia		España		Chile		Ecuador	
	A	B	A	B	A	B	A	B
Agua de red	1079	N/A	54.547,24	100%	1.006,00	N/A	54883	60%
Agua subterránea	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Otros (indicar)	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A

A: Consumo por fuente (m3) en Fábrica

B: Porcentaje de consumo en zonas con estrés hídrico (%)

\* Fuente para determinar el dato de zonas de estrés hídrico: <https://www.wri.org/>

\*\* México y Portugal no reportan esta información porque no tienen fábrica.

Todos los países utilizan agua de red en fábrica, el total de consumo para 2020 es de 111.515,24 m3 de agua, de los cuales el consumo de zonas de estrés hídrico es del 100% en el caso de España, 60% en Ecuador y 3% en México.

En el caso de Colombia y Chile, no hay riesgos de consumo de zonas de estrés hídrico.

## 6. Cambio climático

- **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**

Las metas voluntarias de reducción a medio plazo (1 año) de las emisiones de gases de efecto invernadero y los medios implementados para tal fin, son:

- ESPAÑA
  - Reducir en un 25% la huella de CO<sub>2</sub>, a través de la instalación de una planta fotovoltaica.
  - Reducir en un 30% el consumo de las calderas de fábrica, a través de la elaboración de un plan director de operaciones para el cambio de producto fresco a congelado.
  - Reducir el consumo energético a través de del cambio de sistema de climatización de las oficinas centrales. El porcentaje de reducción se podrá confirmar en cuanto el cambio se haya implementado.
  - Para 2021, se planea poner recuperadores de calor en las chimeneas de las calderas.
  
- MÉXICO
  - Inversión en adecuación de equipos que permitirá reducir el impacto ambiental a través del uso de gas natural.
  - Ahorro de energía del 2% comparado con el año anterior, logrado a través de estrategias de encendido y apagado de compresores de aire acondicionado por ocupación.
  - Eliminación de fugas de agua a través del mantenimiento preventivo al sistema hidráulico.
  - Corrección de factor de potencia a través de la implementación de banco de capacitores para estar por encima de 0.9 f.d.p.
  - Mantener nivel de emisiones a la atmósfera dentro de los parámetros establecidos por la normativa, a través de la limpieza del sistema de extracción.
  
- CHILE
  - No se cuenta con metas establecidas para tal fin a un año.
  
- ECUADOR
  - No se cuenta con metas establecidas para tal fin a un año.
  
- COLOMBIA
  - No se cuenta con metas establecidas para tal fin a un año.
  
- PORTUGAL
  - No se cuenta con metas establecidas para tal fin a un año.

Las metas voluntarias de reducción a largo plazo (3 años) de las emisiones de gases de efecto invernadero y los medios implementados para tal fin, son:

- ESPAÑA
  - Renovación de maquinaria por unas con menor consumo energético.



- MÉXICO
  - 5% de ahorro de energía, comparado con la actividad de 2020.
  - Implementación de luces LED de nueva generación en toda los establecimientos.
  
- CHILE
  - No se cuenta con metas establecidas para tal fin a tres años.
  
- ECUADOR
  - No se cuenta con metas establecidas para tal fin a tres años.
  
- COLOMBIA
  - No se cuenta con metas establecidas para tal fin a tres años.
  
- PORTUGAL
  - No se cuenta con metas establecidas para tal fin a tres años.
  
- **Medidas para adaptarse al cambio climático**

Tasty Bidco se encuentra trabajando actualmente para contribuir a la lucha contra el cambio climático. A través de la marca Telepizza, en España, se ha firmado el Pacto Mundial de las Naciones Unidas para la Agenda 2030, fortaleciendo así su compromiso con la sostenibilidad social y ambiental.

La compañía trabaja continuamente por reducir su impacto en el medio ambiente y por ende su correlación con el cambio climático. Actualmente se está trabajando en diversos proyectos e iniciativas para reducir las emisiones de CO2 y la huella de carbono a través, por ejemplo, el cambio paulatino a una flota de reparto hídrica o eléctrica.

Sin embargo, estas medidas e iniciativas se encuentran en proceso.

- **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**

Componente	Total Emisiones de GEI (tCO <sub>2</sub> eq)
<b>Alcance 1</b>	
Gas natural	449,1
Diésel	2,2
Gasolina	955,6

GLP	2.980,5
<b>Alcance 2: electricidad</b>	
Electricidad [1]	4.796,4
<b>Total emisiones</b>	<b>9.183,8</b>

[1] Electricidad consumida procedente de fuentes no renovables, que no disponen de certificado de origen renovable.

\*Factores de emisión proporcionados por la fuente DEFRA.

Cálculo de CO2 Equivalente se ha utilizado el factor de conversión aportado por DEFRA de UK Electricity.

## 7. Protección de la biodiversidad

### - Medidas tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad (GRI 304-3)

La actividad de Tasty Bisco no tiene un efecto directo en la biodiversidad. Sin embargo, como se mencionó anteriormente, se siguen las normativas locales para prevenir un impacto nocivo en el medioambiente en general.

Por otro lado, en 2020 se estableció contacto con entidades de bienestar animal para trabajar en un plan de consumo de especies específicas de pollos. Desde 2018, se tiene un acuerdo para el consumo de huevos procedentes de gallinas libres, alimentadas de manera natural.

### - Impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas (GRI 304-2)

Tasty Bidco no ocasiona impactos por su actividad u operaciones en áreas protegidas.

## 8. Otros aspectos de 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 la actividad (GRI 305-7)

En la actualidad, ninguno de los países donde Tasty Bidco opera directamente miden sus niveles de contaminación acústica, contaminación lumínica, olores, vibraciones, partículas, NOx, SOx, CO, COV, etc.

Por otro lado, la actividad diaria de la compañía, a través de sus fábricas, no genera una contaminación atmosférica significativa para la actividad de la compañía.

## **c. GESTIÓN SOCIAL Y DE PERSONAL**

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. Además, la compañía fomenta de manera activa la diversidad y la inclusión, siendo fundamental para el departamento de People (Recursos Humanos) y teniendo diferentes alianzas y proyectos que tienen el objetivo de reducir las desigualdades y promover la contratación de colectivos en riesgo de exclusión.

### **1. 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)**

Los riesgos de gestión de personal figuran como uno de los Riesgos Operativos que Grupo Tasty tiene identificados a sus procesos clave de negocio, junto a otros aspectos como la contratación de proveedores, manipulación de alimentos, la calidad del producto, los riesgos medioambientales, de compras y de subcontratación.

Los riesgos de cumplimiento normativo o regulatorios, 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. Esto incluye el bienestar de las personas que forman Tasty Bidco.

### **2. Políticas y compromisos**

El grupo 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.

De la misma manera, el Código Ético, como documento global de la compañía, que debe ser entendido y aplicado por todas las personas que la forman, indica también los comportamientos esperados de las mismas, los debidos procesos y las eventuales sanciones en caso de incumplir con aquellos.

Estas políticas proporcionan 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, en adelante People, es el responsable de velar por el cumplimiento de estas políticas que son de aplicación y obligado cumplimiento a todos los empleados, directivos y

miembros del consejo de administración de las sociedades de la organización 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 estas políticas es especificar y difundir la gestión responsable de personas para atraer, fidelizar y desarrollar el crecimiento de todo el capital humano de la compañía para ser un referente en el mercado. El respeto y los principios de igualdad de oportunidades y no discriminación marcan esta gestión.

Además, Grupo Tasty 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).

### 3. Empleo

#### - Número de empleados por país (GRI 102-8)

Tasty Bidco cuenta con 10.297 empleados, contratados de manera directa, a la fecha del 31 de diciembre de 2020.

Esta cifra se segmenta, por país, de la siguiente manera:

Número total de empleados	
Chile	2.863
Colombia	377
Ecuador	965
España	2.890
México	1.662
Portugal	1.540
<b>Total</b>	<b>10.297</b>

#### - Número total y distribución de empleados por sexo y clasificación profesional; 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; número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional (GRI 102-8; GRI 405-1)

Los números totales de empleados a 31 de diciembre de 2020 y su distribución por género, segmentado por rangos de edad y clasificación profesional, es la siguiente:

Nº empleados	Hombre			Total Hombre	Mujer			Total Mujer	Total general
	1º[<35]	2º[35-50]	3º[>=50]		1º[<35]	2º[35-50]	3º[>=50]		
1. Directores	1	36	13	50	3	13	2	18	68

2. Personal de tienda	4614	880	196	5690	2939	577	161	3677	9367
3. Otros	177	208	56	441	149	231	41	421	862
<b>TOTAL</b>	<b>4792</b>	<b>1124</b>	<b>265</b>	<b>6181</b>	<b>3091</b>	<b>821</b>	<b>204</b>	<b>4116</b>	<b>10297</b>

\*No ha sido posible obtener el desglose de promedio anual de contratos indefinido, temporales y a tiempo parcial por sexo, edad y clasificación profesional para la totalidad de la plantilla, aunque ya se han identificado las medidas necesarias a realizar para su reporte en el próximo ejercicio 2021.

El número de personas, al 31 de diciembre de 2020, y su distribución por género y tipo de contrato laboral, es el siguiente:

Modalidades de contrato	Indefinidos		Temporales		Total		Total general
	H	M	H	M	H	M	
1. Directores	50	18	0	0	50	18	68
2. Personal de tienda	5062	3098	628	579	5690	3677	9367
3. Otros	422	394	19	27	441	421	862
<b>TOTAL</b>	<b>5534</b>	<b>3510</b>	<b>647</b>	<b>606</b>	<b>6181</b>	<b>4116</b>	<b>10297</b>

El número de personas, al 31 de diciembre de 2020, y su distribución por edad y tipo de contrato laboral, es el siguiente:

Edades	Indefinidos		Temporales		Total	
	H	M	H	M	H	M
1º[<35]	4184	2540	603	551	4787	3091
2º[35-50]	1092	777	37	44	1129	821
3º[>=50]	258	193	7	11	265	204
<b>Total general</b>	<b>5534</b>	<b>3510</b>	<b>647</b>	<b>606</b>	<b>6181</b>	<b>4116</b>

El número de despidos, al 31 de diciembre de 2020, por sexo, edad y clasificación profesional, es el siguiente:

DESPIDOS Categoría	Menores 35 años		de 35 a 50 años		Mayores 50 años		Total
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	
1. Directores	0	0	1	2	7	0	10
2. Personal de tienda	1374	932	121	71	11	10	2519
3. Otros	28	11	25	12	5	2	83

<b>Total general</b>	<b>1402</b>	<b>943</b>	<b>151</b>	<b>85</b>	<b>19</b>	<b>12</b>	<b>2612</b>
----------------------	-------------	------------	------------	-----------	-----------	-----------	-------------

El año 2020 fue atípico en temas de gestión de personal, debido a la crisis sanitaria y económica ocasionada por el Covid-19. Lamentablemente, la mayoría de países no recibieron apoyos gubernamentales en temas de empleo y, sin embargo, el objetivo de Tasty Bidco en todo momento fue el de cuidar los empleos en la medida de lo posible y de asegurar los mayores niveles de seguridad para todas las personas que forman la compañía.

En el caso de España, el gobierno español creó el modelo de ERTE, Expediente de Regulación Temporal de Empleo, para el caso específico de la pandemia del Covid-19. Este expediente permitía suspender temporalmente los cargos y durante ese tiempo acordado, el gobierno financiaría un porcentaje de su sueldo.

Como iniciativa propia y con el objetivo de ayudar a sus colaboradores, la compañía en España agregó un 10% adicional a esta financiación, para que los empleados en ERTE obtuvieran el 80% de su salario.

Los números de empleados en ERTE, en España, durante 2020, son los siguientes:

<b>Distribución por ERTES por sexo y clasificación profesional</b>						
<b>Modalidades contrato trabajo</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>	<b>Directores</b>	<b>Personal tienda</b>	<b>Otros</b>	<b>Total</b>
Indefinido	2			2		4
Indefinido parcial	4	6		10		20
Temporal						0
Temporal parcial						0
<b>TOTALES</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	<b>12</b>	<b>0</b>	<b>24</b>
Indefinido						44
Indefinido parcial						68
Temporal						136
Temporal parcial						272
<b>TOTALES</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>520</b>

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

La remuneración media, en euros, desagregada por sexo, es la siguiente:

Remuneración media 2020	CHILE	COLOMBIA	ECUADOR	ESPAÑA	MEXICO	PORTUGAL
Mujeres	3411,18	8820,88	4204,54	16.316,21	3061,25	9912,29
Hombres	3968,01	7614,81	4013,54	16.886,61	3141,4	10376,68

Remuneración media 2019	CHILE	COLOMBIA	ECUADOR	ESPAÑA	MEXICO	PORTUGAL
Mujeres	4990,05	7821,58	4512,53	15.105,25	2784,84	9566,40
Hombres	5142,68	7060,23	4286,46	15.663,82	2649,68	10257,51

La remuneración media, en euros, desagregada por clasificación profesional, es la siguiente:

Remuneración media 2020	CHILE	COLOMBIA	ECUADOR	ESPAÑA	MEXICO	PORTUGAL
Directores*	56442,84	45674,95	39289,63	159.184,62	97262,75	71417,71
Personal Tienda**	3153,89	4635,23	3592,36	13.889,23	2396,29	9592,98
Otros***	12841,83	11340,59	5185,79	23.824,49	14608,62	15610,24

Remuneración media 2019	CHILE	COLOMBIA	ECUADOR	ESPAÑA	MEXICO	PORTUGAL
Directores*	52483,91	37402,43	38955,01	134.805,00	100686,08	89599,89
Personal Tienda**	4097,81	4680,53	3912,87	15.184,00	2226,06	9215,20
Otros***	12260,86	10579,45	5641,40	24.105,69	13357,13	16563,71

\* No ha sido posible obtener el desglose de remuneración por edad para la totalidad de la plantilla, aunque ya se han identificado las medidas necesarias a realizar para su reporte en el próximo ejercicio, en 2021.

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

La brecha salarial de género, entre empleados de la misma clasificación es la siguiente, por país:

Categoría Profesional	Chile	Colombia	Ecuador	España	México	Portugal
Directores	No aplica*	18%	38%	-42%	No aplica*	No aplica*

Personal Tienda	7%	9%	-8%	0%	2%	-2%
Otros	25%	-10%	-12%	4%	18%	6%

\*Chile, México y Portugal no cuentan con mujeres en cargos directivos.

- **La remuneración media de los consejeros y directivos, incluyendo la retribución variable, dietas, indemnizaciones, el pago de los sistemas de previsión de ahorro a largo plazo y cualquier otra percepción desagregada por sexo (GRI 405-2)**

La remuneración media de los cargos directivos, destinados a mujeres es de 375.000 euros, al año. Mientras que los hombres reciben, en promedio, 328.333 euros al año.

- **Implantación de políticas de desconexión laboral (GRI 103-2)**

Desde hace varios años, Tasty Bidco promueve la flexibilidad y la conciliación entre la vida personal y profesional de sus empleados. Desde antes de la crisis originada por el Covid-19, la compañía contaba con políticas de teletrabajo, invitando a sus empleados (a aquellos que pudieran hacerlo según las descripciones de sus labores) a trabajar un día de la semana desde casa.

Debido a los confinamientos ocasionados por la pandemia en 2020, la compañía optó por priorizar la salud y seguridad de sus personas y estableció el teletrabajo hasta nuevo aviso. Aún a finales de año, éste era el modelo aplicado en la mayoría de países en los que opera el grupo, aunque se ofrece la visita voluntaria a las oficinas, por turnos y respetando las medidas de seguridad.

Con el fin de organizar el teletrabajo y de asegurar medidas de salud y seguridad en el trabajo, aún a remoto, se redactó y compartió la Política We Work Smart. Ésta tiene por objetivo establecer las medidas a seguir en la nueva manera de trabajar, tanto frente al trabajo en equipo, como a las jornadas laborales en casa y por supuesto, para asegurar la desconexión laboral y digital.

La Política We Work Smart, entre otros aspectos, promueve que los empleados se autoimpongan sus propios horarios, incluyendo momentos de descanso durante la jornada y se invita a que se respeten las jornadas estándar y no se contacte a compañeros fuera de los horarios establecidos.

- **Número de empleados con discapacidad (GRI 405-1)**

La compañía, a 31 de diciembre de 2020, cuenta con 105 empleados con discapacidad. De los cuales, 41 son mujeres y 64 son hombres.



El único país, del alcance de este informe, que actualmente cuenta con una ley que indique un porcentaje de contratación a personas con discapacidad es España. Con 59 empleados que presentan diferentes tipos de discapacidad en dicho país, la compañía cumple con la ley vigente que indica que, al menos, el 2% de la plantilla debe hacer parte de este colectivo.

### **3. Organización del trabajo**

#### **- Descripción de la organización del tiempo de trabajo (turnos, gestión de horas extra, flexibilidad en la jornada laboral, etc.) (GRI 103-2)**

Las jornadas laborales y los turnos de trabajo, pueden diferir en los países por cuestiones normativas y culturales. Por lo cual, a continuación se describe la organización del tiempo de trabajo, especialmente en las tiendas, por país:

##### **▪ CHILE**

Los turnos de los colaboradores de tiendas se adaptan a la disponibilidad del trabajador al firmar su contrato de trabajo. Las horas extras deben ser autorizadas por el Jefe de Tienda y hay un máximo establecido al mes.

Existe flexibilidad en la jornada laboral, por ejemplo: cuando el trabajador debe realizar algún trámite personal o requiere de un permiso para ausentarse de su puesto de trabajo, puede solicitarlo, siempre y cuando avise con la anticipación suficiente para poder reemplazar ese turno de trabajo con algún compañero.

##### **▪ COLOMBIA**

Las jornadas laborales del personal de oficina es específico, trabajando no más de 48 horas a la semana. En el caso del personal de tienda, las jornadas suelen ser de 7 horas, cuando es un contrato de turnos rotativos y, en el caso de jornadas de trabajo flexible se contratan empleados por horas.

Los cargos de tienda (subadministradores, asistentes de restaurante, líderes de turno, auxiliares, miembros de equipo y domiciliarios), personal de área financiera (auxiliares y analistas) y, operarios de fábrica, pueden trabajar horas extras, contadas después de 8 horas diarias de trabajo y lo cual no debe exceder las dos horas al día.

##### **▪ ECUADOR**

Al momento de contratar, los turnos de trabajo son mencionados al candidato recalcándole que estos serán rotativos y se firma constancia de lo expuesto. Los turnos son asignados con anticipación por el Gerente del Local mediante la publicación de los horarios.

En el requerimiento de personal que el área de Selección recibe por parte de Operaciones, se encuentran los turnos de necesidad por cada puesto de medio tiempo (aperturas, medio día, cierres). Por lo general, las personas que componen estos cargos son estudiantes o

personas que tienen otros empleos, por lo cual se promueve la flexibilidad y se ayuda a dichas personas a establecer horarios que les permitan desempeñar sus otras responsabilidades, externas a la compañía.

Los horarios de trabajo se encuentran debidamente registrados y legalizados por la entidad de control del país: el Ministerio de Trabajo.

- ESPAÑA

Las diferentes empresas que componen el grupo 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 acordado 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. La organización del tiempo de trabajo se rige por la normativa reflejada en la legislación vigente, el convenio colectivo de aplicación y los acuerdos internos de la compañía.

También, se busca promover la diversidad, por lo cual se contratan personas de todas las edades y esto incluye estudiantes, principalmente en tiendas. Éstos, juntos a otro tipo de empleados, pueden ser contratados en jornadas flexibles, lo cual les permite desempeñar otras funciones, externas a la empresa.

- MÉXICO

La jornada de trabajo de los empleados de oficina será de hasta de un máximo de 48 horas a la semana, que distribuirá en una semana de seis días a la semana de conformidad con las indicaciones y necesidades de la empresa, a fin de obtener la mayor eficiencia de los recursos humanos y materiales de ésta, de conformidad a lo establecido en el artículo 59 de la Ley Federal del Trabajo.

La jornada de trabajo del empleado de tienda será de al menos 36 horas a la semana, estando facultado a laborar más horas, sin exceder 48 horas a la semana, que distribuirá en una semana de conformidad con lo establecido en el artículo 59 de la Ley Federal del Trabajo, así como con las indicaciones y necesidades de la empresa a fin de obtener la mayor eficiencia de los recursos humanos y materiales de ésta. El empleado y la empresa pactan, de común acuerdo, laborar en una jornada variable con turnos rotativos distribuidos bajo máximos legales permitidos y de acuerdo a las necesidades y horarios establecidos por la Empresa en el Reglamento Interior de Trabajo.

El empleado no tiene permitido trabajar tiempo extra, a menos de que sea con consentimiento previo y de acuerdo a instrucciones giradas por su jefe inmediato.

- PORTUGAL

En las tiendas se establecen horarios semanales y estos son administrados por el equipo de gerencia, de acuerdo con los horarios de jornada parcial del equipo base y jornada completa de la gerencia. Los horarios también son rotativos.

Las horas extra del equipo base de tienda se pagan bajo el formato de bonificación por asistencia. Hay flexibilidad en la jornada laboral, principalmente en los servicios centrales.

- **Descripción de medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio corresponsable de estos por parte de ambos progenitores (GRI 103-2)**

La compañía, de manera global, busca promover la flexibilidad y la conciliación entre la vida personal y profesional de las personas que forman la compañía. Aunque, antes de la situación ocasionada por el Covid-19, algunos países lo tenían más establecido que otros, todos los países que forman Tasty Bidco ya tenían establecido el teletrabajo de manera parcial.

Se invitaba a los empleados a trabajar desde casa, si así lo querían, un día por semana. Hace algunos años, se tomó la decisión de únicamente ortorgar ordenadores portátiles y se establecieron softwares especiales para que las personas pudieran conectarse y trabajar en remoto.

Sin embargo, debido a la pandemia del Covid-19, en 2020 se tuvo que trabajar enteramente en remoto y se establecieron nuevos protocolos para permitir jornadas apropiadas y establecer maneras de trabajar a distancia, manteniendo la 'cercanía' de los equipos. Como parte de esto, se lanzó la guía "We Work Smart", la cual recomienda maneras de trabajar.

En los países de Europa (España y Portugal) hay leyes que promueven la conciliación entre la vida profesional y personal de madres y padres de familia o tutores legales. En España, los padres de hijos menores de 5 años, pueden realizar la jornada continua (de 8 a 15h). En Portugal, se otorgan jornadas reducidas a las madres que están en periodo de lactancia, más allá de la licencia de maternidad.

- **Número de horas de absentismo [GRI 403-9 (Versión 2018)]**

Accidentabilidad	Número de horas totales
Accidentes laborales con baja	709
Accidentes laborales sin baja	411

Accidentes "in itinere" Durante el trayecto de casa al trabajo y trabajo a casa o dentro del propio trabajo.	84
Fatalidades	1
Enfermedades profesionales	17
Nº bajas por Covid acumuladas en el 2020	1.265
<b>Días perdidos</b>	
Otros conceptos - Maternidad y Paternidad	11.629
Otros conceptos: Huelga	0
<b>Horas Perdidas</b>	
Horas perdidas por accidente laboral	204.585
Horas perdidas por enfermedad profesional	6.041
Horas perdidas por COVID	20.693
Horas perdidas por enfermedad común	397.654
Otros conceptos: Maternidad / Paternidad	324.894
Otros conceptos: Huelga	0
<b>Absentismo</b>	
Horas de absentismo totales	628.973
Tasa de absentismo (porcentaje)	0,4%
<b>Horas trabajadas</b>	
Horas extra totales	808.162
Horas Trabajadas totales	143.268.503

#### 4. Salud y seguridad

Tasty Bidco está comprometido activamente con la Seguridad y la Salud Laboral, las cuales 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.

- **Descripción de las condiciones de salud y seguridad en el trabajo [GRI 403-1 al GRI 403-7 (Versión 2018)]**

El grupo cuenta con una Política de Salud y Seguridad Laboral, que 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. Se formaliza que la seguridad es fundamental para su trabajo.

- Establecer y mantener un programa preventivo de gestión y mejora continuada en tiendas, fábricas y servicios centrales.
- Llevar a cabo auditorías 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 de la compañía.
- 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.

Por su parte, en España, se establecen medidas, conforme a la legislación vigente, para la protección de la maternidad. En colaboración con las Mutuas de Accidentes, se ha adaptado la Política de Protección de la Maternidad a los criterios a la tercera actualización de la Guía publicada por el Servicio Español de Ginecología y Obstetricia en Octubre de 2020.

Evaluada los riesgos del puesto de trabajo de la trabajadora embarazada y teniendo en cuenta la frecuencia de los riesgos y los tiempos de exposición, los Técnicos del Servicio de Prevención definen unas semanas de gestación a partir de la cual la trabajadora será retirada del puesto, ya que la continuación de la prestación laboral puede suponer dificultades para el embarazo.

Con esta actualización, se necesita realizar un estudio previo de cada empleada de las horas diarias de exposición para certificar el riesgo y las semanas a partir de la cual la trabajadora recibirá la prestación de riesgo durante el embarazo por parte de la Mutua, hasta el momento del parto.

Por otro lado, el área de Salud y Seguridad en el trabajo, que depende del departamento de People, establece ciertos KPI's o indicadores de sostenibilidad. Mensualmente, al Consejo Directivo se le reportan los datos de accidentabilidad de: España, Portugal, Chile, Colombia, México y Ecuador. A través de esto, se valora el incremento y decremento de los mismos mensualmente, así como su evolución anual. Los indicadores se muestran por Fábricas, Tiendas y Oficinas.

Durante 2020, debido a la crisis sanitaria originada por el Covid-19, se establecieron nuevos indicadores para medir el avance de los casos de dicho virus en los empleados de Tasty Bidco. Semanalmente, por correo electrónico se realiza un reporte de los datos de Covid-19 de los países Equity (Chile, Colombia, México, Ecuador), Masterfranquicias, España y Portugal.

Este reporte se realiza al 'Comité Coronavirus' (el cual fue creado en respuesta a la coyuntura) y se muestran los indicadores de afectación del Covid-19 por países y la afectación del negocio, así como se informa de los casos recuperados y de los nuevos casos sospechosos.

- **Accidentes de trabajo, en particular su frecuencia y gravedad, así como las enfermedades profesionales; desagregado por sexo [GRI 403-9; GRI 403-10 (Versión 2018)]**

Indicadores de accidentabilidad	Chile		Colombia		Ecuador		España		México		Portugal	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Índice de frecuencia (sin bajas por Covid)	15,02	34,01	25,65	17,09	1,32	8,34	41,3	165,1	11,56	31,69	12,66	36,51
Índice de gravedad	0,11	0,37	0,17	0,14	0,01	0,23	1,06	4,18	0,25	0,27	0,79	6,46
Nº de enfermedades profesionales detectadas	4	5	4	1				1	-	-	-	-
Nº de fallecimientos resultantes de accidente laboral o enfermedad profesional	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

## 5. Relaciones Sociales

- **Descripción de la organización del diálogo social, incluidos procedimientos para informar y consultar al personal y negociar con ellos (GRI 103-2)**

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

De manera trimestral, se realizan comités provinciales de Salud y Seguridad. De esta manera, se asegura que todos los empleados, a nivel España, estén al día en procesos e información que concierne su salud y seguridad.

De la misma manera, se realiza un Comité Intercentro, que cumple con el mismo objetivo y también se realiza cada tres meses. Este comité es un órgano colegiado y paritario, sus acuerdos son vinculantes para todos los Comités provinciales.

Durante 2020, debido a la crisis sanitaria ocasionada por la propagación del Covid-19, se desarrollaron tres acciones nuevas: se creó el 'Comité Coronavirus', se crearon cuentas específicas de correo electrónico para gestionar la pandemia y se establecieron Protocolos de Actuación.

### **Comité Coronavirus**

En Febrero y Marzo de 2020, se define por las Áreas de Calidad, Prevención y Comunicación una estrategia para gestionar la pandemia en los países donde el grupo opera de manera directa. Se crea un Comité Coronavirus interdisciplinar a nivel grupo para la toma de decisiones y la aprobación de los procedimientos a seguir.

### **Cuentas correo específicas para gestionar la pandemia**

Como primer paso del Comité, se crean cuentas de correo electrónico por países para gestionar la aplicación de los procedimientos de actuación frente al Covid-19, según las legislaciones de cada país.

El registro y seguimiento de dichos correos se realiza de manera diaria y se comparte un reporte semanal global.

### **Protocolos de actuación**

Se redactan protocolos de actuación por enseñar y por áreas de negocio: Tiendas, Fábrica, Servicios Centrales, Call Center, Proveedores externos, Protocolos necesarios para rodajes y acciones de Marketing, entre otros.

Los protocolos detallan las medidas preventivas, las de protección y procedimientos de actuación a adoptar frente la exposición al Coronavirus en las empresas, según los criterios establecidos por el Ministerio de Sanidad. Cada país debe adaptar dichos protocolos en función de sus legislaciones sanitarias específicas. De la misma manera, dichos protocolos son continuamente actualizados y, a finales de 2020 se habían realizado más de 30 protocolos.

Los protocolos definen los siguientes contenidos:

- Recomendaciones y medidas preventivas.
- Protocolos Covid-19 en los establecimientos de fábrica, tiendas, oficinas, call center, etc.
- Protocolos Covid-19 para proveedores externos que tienen que interactuar o acceder a la fábrica, tiendas, oficinas.
- Esquema de actuación en las tiendas.
- Información sobre colectivos vulnerables.

Los protocolos en España cuentan con la participación y consulta de la representación de los trabajadores, se analizan y aprueban en el seno del Comité Intercentros de Seguridad y Salud Laboral.

El área de Comunicación comparte estos protocolos con el resto de los países, para tal efecto existe un repositorio de documentos para la consulta de todos los países, donde se suben las versiones más recientes de los protocolos.

De conformidad con la legislación publicada en el ámbito nacional y autonómico, las autoridades sanitarias y autoridades laborales realizan una comprobación de la aplicación de los protocolos y el cumplimiento de la legislación vigente.

Para mitigar los riesgos ocasionados por la pandemia del Covid-19, también se aplicaron las siguientes medidas:

### **Información**

La información es fundamental para poder implantar medidas organizativas, de higiene y técnicas entre el personal, en una circunstancia tan particular como la actual. Se debe garantizar que todo el personal cuenta con una información específica y actualizada sobre las medidas específicas que se implanten.

Se potencia la formación con el uso de carteles y señalización que fomente las medidas de higiene y prevención. Es importante subrayar la importancia de ir adaptando la información y la formación en función de las medidas que vaya actualizando el Ministerio de Sanidad o las entidades gubernamentales de cada país, para lo cual se requiere un seguimiento continuo de las mismas.

Se ha elaborado diferente cartelería adaptada a la imagen de la marca sobre el lavado de manos, la obligatoriedad de uso de la mascarilla, el mantenimiento de la distancia de seguridad, el uso del gel hidroalcohólico, entre otros.

### **Formación**

Se han realizado cursos de formación específicos para los temas de seguridad debido al Covid-19 (se verá más adelante, en el apartado de formación).

### **Equipos de protección individual y medidas de protección**

Para una correcta aplicación de los protocolos, contamos con equipos de protección y medidas de protección a disposición de nuestros centros de trabajo.

Cantidades consumidas y facturadas en 2020 en España:

	CANTIDAD	FACTURACIÓN
GUANTES DE NITRILO CAJA DE 100UND	29.920	889.963,58 €
GUANTES DE POLIETILENO REPARTIDOR 10.000 UND	50.471	84.564,45 €



PULVERIZADOR VACÍO 0,75L	4.128	6.405,28 €
MASCARILLA QUIRURGICA 50UND	25.187	302.189,81 €
MASCARILLA HIGIENICA CORPORATIVA	14.699	44.145,27 €
MASCARILLA FFP2 25UND	6.830	127.294,75 €
PANTALLA DE PROTECCION FACIAL	1.505	5.239,62 €
GEL HIDROALCOHOLICO 125 ML	1.411	2.680,90 €
BACTERIGEL G-3 (GEL HIDROALC.) 500ml	12.000	57.240 €
SOFT CARE DES E SPRAY H5 HIDROALCOHOLICO 5L	956	29.698,14 €
DESINFECTANTE COVID 5L	714	8.370 €
TERMOMETRO DIGITAL IMARK	320	2.894,55 €
TERMÓMETRO CORPORAL INFRARROJO	179	257.275 €
DISPENSADOR AUTOMÁTICO	187	9.724 €
<b>TOTAL</b>		<b>1.827.685,35 €</b>

### **Gestión de colectivos vulnerables frente a la pandemia**

Según las autoridades sanitarias, hay algunos colectivos con los cuales se debe tener especial precaución y, por ende, establecer estrictas medidas que aseguren su bienestar y salud.

Los colectivos que se pueden ver especialmente afectados por el Covid-19, con la evidencia científica disponible a la fecha del 2 de junio de 2020, del Ministerio de Sanidad de España, son:

- Pacientes con hipertensión arterial
- Pacientes diabéticos
- Pacientes con enfermedades cardiovasculares
- Pacientes con enfermedades pulmonares crónicas
- Pacientes oncológicos
- Pacientes con algún tipo de inmunodeficiencia
- Personal discapacitado con patología asociada
- Mujeres embarazadas, por el principio de precaución
- Personas mayores de 60 años
- Enfermedad hepática crónica severa, Insuficiencia renal crónica y Obesidad mórbida (IMC>40).

Estos colectivos deben ser primera prioridad a la hora de establecer medidas de prevención frente al Covid-19, por lo que se establece un procedimiento de valoración médica de manera individualizada para adoptar las medidas de prevención y protección necesarias de conformidad con su patología.

- **Descripción del balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y la seguridad en el trabajo [GRI 403-4 (Versión 2018)]**

Las empresas que componen el grupo 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 de la compañía rigen su relación laboral con las empresas por lo establecido en dicho convenio, adicionalmente a lo establecido en el resto de las 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 los países se cumple con la Ley laboral de cada uno. Por otro lado, hay otros países que cuentan con Convenios Colectivos, como se puede ver enseguida.

- **Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país (GRI 102-41)**

A continuación, el porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo, por país:

	<b>% de empleados cubiertos por convenio colectivo</b>
Chile	21.06%
Colombia	0
Ecuador	0
España	100%
México	76,20%
Portugal	100%

## 6. Formación

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

La compañía 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.

Durante 2020, debido a la coyuntura ocasionada por el Covid-19, se establecieron nuevos cursos formativos en temas de salud y bioseguridad. En su mayoría, dichos cursos se dictaron de manera online y tenían el objetivo de poner la seguridad de las personas que forman Tasty Bisco como principal prioridad.

Tasty Bidco fomenta el crecimiento profesional de sus empleados y los apoya para hacer carrera dentro de la empresa. Por otro lado, cada país implementa diferentes proyectos dentro del programa de formación, los cuales se describen a continuación:

- ESPAÑA

El Plan de Formación de 2020 se ha dividido en tres áreas:

- Estrategia y Cultura: Enfocado a la transformación cultural y a nuevas formas de trabajar. Gestión de Proyectos, Liderazgo, Desarrollo de Equipos, Trabajo en Equipo, Gestión del Tiempo, Cambio Cultural, Presentaciones Eficaces y Coaching. Se realizaron talleres para Managers, a través de plataformas que usan el Gamification como herramienta de aprendizaje.
- Skill Gap: Enfocado a la tecnología y herramientas de conocimiento técnico como Inglés, Excel, Revit, Salesforce, Photoshop y Programática.
- Telepizza también cuenta con TPZ University, plataforma propia de formación para empleados que cuenta con 2.660 empleados activos.
- Formación sobre el Covid-19 y cómo protegerse.

A través de esta plataforma se ha implementado la formación e-learning para las acciones formativas de obligado cumplimiento: RGDP, Código Ético, Ciberseguridad, Prevención de Riesgos, PCSA y Manipulación de Alimentos.

- COLOMBIA

Grupo Tasty, cuenta con un programa diseñado para la incorporación de personal externo (PEX) a nuestras tiendas Pizza Hut con una duración total de 5 semanas. Este programa contempla y sustenta el aprendizaje en las metodologías antes mencionadas (on the Job, classroom, e-learning) cumpliendo el Mentor WE o GGR WE un rol fundamental en la transmisión de conocimientos, ya que el objetivo es la incorporación de rutinas de trabajo que permitan a los nuevos colaboradores desenvolverse de manera satisfactoria en sus nuevos puestos, además de brindar los conocimientos básicos para la incorporación en el Programa de Profesionalización y Especialización que Tasty Bidco tiene implementado para asegurar los objetivos estratégicos y comerciales en el mediano y largo plazo.

Por otro lado, en todo proceso de entrenamiento, el seguimiento cumple un rol fundamental para asegurar que los conocimientos y en si el programa se desarrolle de acuerdo con lo establecido, este rol se sustenta en las estructuras de People de cada región, los cuales de manera planificada se contactarán con las nuevas incorporaciones, los GGR WE y/o la tienda para controlar el cumplimiento de las etapas formativas. A la vez que existirán rutinas periódicas con el GGR Trainee para profundizar contenidos como también la percepción del proceso de inmersión cultural en la compañía.

En la marca Jenó's Pizza, contamos con un programa de formación teórico- práctico el cual tiene como finalidad sentar las bases de buenas prácticas y rutinas de éxito para cada uno de los colaboradores que ingresan a la organización cuenten con las herramientas necesarias para desempeñarse correctamente dentro del cargo y su objetivo dentro de la organización. Este proceso de entrenamiento se lleva a cabo dentro de los más rigurosos y completos estándares de la marca, logrando así una alineación entre la práctica vs la realidad.

Personal administrativo y de fábrica, cuentan con programas a la medida y formación en puesto de trabajo, según el cargo.

- ECUADOR

La formación en Ecuador se divide en diferentes categorías. En primer lugar, se encuentran las capacitaciones Generales, en las cuales puede participar todo el personal de la compañía, de acuerdo con sus puestos de trabajo.

Por otro lado, hay Inducciones Corporativas, Entrenamiento en el puesto de trabajo, Capacitaciones de diferentes temas y ámbitos. Para éstas existe un Área de Capacitación, que propone un plan anual.

- CHILE

Tasty Bidco en Chile cuenta con un programa anual de capacitación diseñado para desarrollar las competencias técnicas y transversales. Este programa se diseña, desarrolla y ejecuta bajo dos modalidades de formación: Interna y Externa. En el caso de la formación interna, la realizan los formadores de Capital Humano, los cuales, de acuerdo con su nivel de expertise, van entregando los conocimientos de manera directa y presencial a los colaboradores.

Por su parte, la formación externa se utiliza mediante la franquicia tributaria Sence, en donde se buscan dentro del mercado los organismos de capacitación certificados para ejecutar el plan o módulos requeridos.

- PORTUGAL

En Portugal, se ha implementado una formación de acogida a todos los nuevos empleados de tienda, así como un plan de formación continuada. Esta formación es de capacitación técnica/operacional, prevención de riesgos laborales y desarrollo personal.

- **Cantidad total de horas de formación por categoría profesional (GRI 404-1)**

Las horas de formación generales, segmentadas por categoría profesional, son las siguientes:

<b>Horas de formación</b>	<b>TOTAL</b>
Directores*	535
Personal de tiendas**	224.266
Otros***	6.365
<b>Total</b>	<b>231.166</b>

En 2020, debido a la crisis sanitaria originada por la propagación del Covid-19, se establecieron cursos de formación sobre medidas de prevención asociadas a mitigar los riesgos de contagios del virus.

Estos cursos se han desarrollado para ser visualizados en nuestra plataforma de formación, de manera digital y contienen una parte de formación teórica y una parte de formación práctica.

Se elaboraron cursos de formación específicos para fábrica, para el personal de oficinas y para el personal de tiendas.

**7. Accesibilidad**

Las instalaciones físicas de Tasty Bidco, de manera internacional, buscan promover la inclusión a través del uso de rampas, ascensores e instalaciones que permitan la circulación de todo tipo de personas.

En España las oficinas cuentan con instalaciones que permiten la accesibilidad universal, en cuanto a las tiendas, en la actualidad no se puede garantizar en todas las tiendas.

En el caso de Ecuador, todos los meses se genera un reporte por porcentaje del cumplimiento de inclusión para personas con capacidades especiales, así como se hace seguimiento continuo con los Gerentes de área. A través de esto, se hace un reporte que se notifica a través de los cierres de nómina. Incluye información sobre la calidad de vida laboral y hace referencia a que, en todos los centros de trabajo, se cumpla con la accesibilidad para el personal con discapacidad. La empresa determina, de acuerdo con la capacidad especial, en que área pueda incluirse al colaborador con capacidades especiales.

Los demás países, cumplen con las normativas locales pero no tienen políticas específicas de accesibilidad universal.

**Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres; 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; la política contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad.**

Tasty Bidco se encuentra actualizando su Plan de Igualdad y será compartido a principios de 2021 y será compartido con todas las personas que forman el grupo.

Se han creado carteles con información sobre acoso laboral y sexual y se ha compartido en las instalaciones del grupo. Estos carteles incluyen información sobre cómo denunciar los casos de acoso.

Dentro del Código Ético, así como dentro de la Política de Recursos Humanos y la de RSC, se especifica la importancia que la compañía le da a la diversidad, la igualdad y la no discriminación, tanto en procesos de selección, como dentro y fuera de la empresa.

En España, se cuenta con programas que promueven la inclusión y la diversidad, tanto de personas con diferentes tipos de Discapacidad Intelectual, como de personas transgénero; una de las comunidades que más retos enfrenta a la hora de buscar trabajo digno.

## **D. DERECHOS HUMANOS**

### **1. Principales riesgos que afectan a la organización en materia de Derechos Humanos**

Los riesgos en materia de Derechos Humanos aparecen como uno de los Riesgos Operativos que Tasty Bidco tiene identificados en sus procesos clave de negocio, junto a la contratación de proveedores, de personal, manipulación de alimentos, calidad del producto, los riesgos medioambientales, de compras y de subcontratación.

### **2. Políticas y compromisos**

El grupo ha establecido, dentro de su Código Ético, la Política de Derechos Humanos que desarrolla los valores y principios contenidos en el Código Ético de la organización. Su objetivo es establecer los principios generales que deben guiar e inspirar la actuación de todos los que formamos parte de la compañía 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).

### **3. 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**

Tasty Bidco cuenta con un Código de Ética, que define la conducta esperada de las personas que forman la compañía, lo cual incluye aspectos de Derechos Humanos y su protección y respeto.

En primer lugar, se afirma que la actividad de la empresa debe regirse, en todo momento, por la legislación vigente y local, así como la normativa interna del grupo. También se afirma que desde cualquier lugar del mundo, cualquier persona y actividad de la empresa debe proteger e impulsar los Derechos Humanos y Libertades Públicas, incluidos en la Declaración Universal de los Derechos Humanos.

Finalmente, se afirma que es responsabilidad de todas las personas que hacen parte de la compañía, evitar situaciones que puedan tener resultados negativos en la reputación de la

empresa y deben fomentar un comportamiento no sólo legal, sino también ético y socialmente responsable.

Para denunciar de manera anónima cualquier situación, caso o persona que pudiera estar vulnerando los Derechos Humanos Universales, los empleados pueden hacerlo a través de la “Línea Ética”, canal interno y confidencial de denuncias.

#### **4. Denuncias por casos de vulneración de derechos humanos (GRI 406-1)**

Se confirma que, durante 2020, Tasty Bidco no recibió ninguna denuncia por casos de vulneración de Derechos Humanos.

#### **5. 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.**

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

La compañía 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 realiza auditorías para comprobar que cumplen con los Derechos Humanos.

Las actividades que desarrolla la empresa deben ajustarse siempre a la ley vigente, independientemente del lugar o del país en el que trabaje.

El grupo 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.

De esta manera, la compañía 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).

Por su parte, el Código Ético de la compañía 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. La organización 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”.

Por otro lado, de manera activa, Tasty Bidco promueve la diversidad y la inclusión y rechaza cualquier manifestación de discriminación en el empleo.

En cuanto a convenios colectivos:

Las empresas que componen Tasty Bidco 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 de la organización rigen su relación laboral con las empresas por lo establecido en dicho convenio, adicionalmente a lo establecido en el resto de las 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 los países se cumple con la Ley laboral local.

NOTA: Por la actividad de Tasty Bidco 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”.

## **E. CORRUPCIÓN Y SOBORNO**

### **1. Principales riesgos que afectan a la organización en materia de corrupción y soborno (GRI 102-15)**

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

Además, dos de los cuatro riesgos identificados por el Grupo 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. Se incluyen en este grupo los riesgos reputacionales, que son los riesgos con potencial impacto negativo que pueden afectar a la imagen de la compañía como el de transparencia y relación con analistas, inversores y distintos grupos de interés con expectativas sobre el comportamiento de la compañía.
- **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.

### **2. Políticas y compromisos (GRI 103-2)**

El Código Ético del grupo abarca un amplio abanico de situaciones y estipula el comportamiento esperado y correcto de las personas que forman la compañía. De esta manera, gran parte de dicho código se enfoca en prevenir la corrupción y el soborno dentro de todo el alcance de la actividad de la empresa.

En primer lugar, el Código Ético le indica a las personas que la competencia del grupo debe ser leal y, en ninguna medida, se puede incurrir en extorsión; en buscar obtener ningún tipo de beneficio a través de actos de violencia o intimidación.

El Código Ético especifica que se prohíben los pagos de facilitación y los sobornos y dicha declaración se hace extensiva a todos los acuerdos y actividades del negocio que el grupo mantenga con inversores, filiales, socios de joint venture, agentes, contratistas, proveedores y cualquier terceros, independientemente del lugar de su operación.

Por otro lado, el Código Ético se refiere a situaciones en que los empleados del grupo puedan recibir regalos o atenciones por parte de terceros. Se indica que la única manera de

asegurar una conducta honesta es rechazando cualquier aliciente. Sin embargo, se establece que cualquier regalo dirigido a la empresa o a una de sus marcas será recibido en nombre de la misma y será rifado entre todos los empleados nacionales, no podrá ser recibida de manera directa por un empleado.

Por su parte, el Código Ético especifica cómo se debe proceder frente a donaciones, patrocinios y/o contribuciones filantrópicas. Se afirma que, aunque la compañía participa activamente en proyectos de carácter social y activista, se deben tomar las cautelas necesarias para evitar situaciones de riesgo, que promuevan por ejemplo el mecenazgo indeseado.

Para evitar situaciones éticamente reprobables o incluso ilegales, se indica que se debe poner especial cuidado a la hora de autorizar el patrocinio o la colaboración con alguna actividad de este tipo, esté o no relacionada con su objeto social. El patrocinio, donación o contribución debe ser aprobada por el órgano de dirección de la empresa, con conocimiento del Departamento Legal y/o Recursos Humanos.

Si la contribución fuese de carácter económico, debe contar con el visto bueno del Departamento Financiero.

### **3. Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno (GRI 102-16; GRI 205-2; GRI 205-3)**

Como se mencionó anteriormente, el grupo cuenta con un abarcador y completo Código Ético, el cual es de obligado cumplimiento para todos los empleados que forman Tasty Bidco.

De la misma manera, se cuenta con un Canal de Denuncias, llamado “Línea Ética” el cual tiene a todos los empleados, a través del cual pueden reportar cualquier situación que consideren que no cumple con los estándares y normas explicadas en el Código Ético.

A la fecha del 31 de diciembre de 2020, no se ha recibido ninguna denuncia que indique situaciones de Corrupción y/o Soborno a través de este canal interno.

### **4. Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales (GRI 102-16; GRI 205-2)**

Como se mencionó anteriormente, el Código Ético especifican los procedimientos y conductas prohibidas en temas de Corrupción y Soborno, lo cual incluye el manejo indebido de fondos, contribuciones económicas y alicientes para toma de decisiones de negocio que puedan favorecer a un tercero.

## 5. Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro (GRI 102-13; GRI 201-1; GRI 415-1)

Tasty Bidco cuenta con una Política de Responsabilidad Social Corporativa y un área dedicada a proyectos de carácter social. Dentro de las mismas, se contemplan los aportes y donaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro.

Tasty Bidco participa de manera activa en causas sociales, le brinda visibilidad a importantes proyectos que buscan fomentar la igualdad y apoyar a colectivos en riesgo de exclusión y brinda apoyo a través de contribuciones en especie (a través de sus productos) y en dinero.

La compañía realiza donaciones a través de los siguientes tres modelos:

- **Cajas Solidarias:** las cajas de pizza son un canal de comunicación potente, pues llegan a millones de personas cada año. De esta manera, se han convertido en un canal publicitario, el cual cuenta con pauta publicitaria de terceros. La compañía, con el fin de brindar apoyo a causas sociales como enfermedades raras, el hambre, fundaciones que ayudan a diferentes colectivos, decidió crear las Cajas Solidarias, para donar este espacio publicitario a entidades que necesitan visibilidad y tienen escasos recursos.
- **Pizzas Solidarias:** gran parte de las donaciones del grupo se hacen a través de su expertise: las pizzas y su delivery. Durante 2020, debido a la crisis económica, derivada de la crisis sanitaria ocasionada por el Covid-19, Tasty Bidco participó activamente, posicionándose como ejemplo a seguir, a través de donaciones de pizzas a ingredientes al personal sanitario, entidades de control (Policía, Bomberos, etc.) y a colectivos que se vieron afectados de manera directa y no podían acceder a alimentos, como por ejemplo personas en las “Colas del hambre” en España o personas que asistían a comedores sociales y a albergues.
- **Donaciones de dinero:** Este es el método menos común y se suele realizar por medio de alianzas de largo plazo. En algunos casos, las donaciones de dinero se hacen a través de proyectos como los Calendarios Solidarios, los cuales se incluyen en los menús infantiles de Telepizza, con el fin de brindar visibilidad y obtener fondos para causas específicas.

En 2020, las donaciones fueron las siguientes, por modelo:

### Cajas Solidarias

Se realizó únicamente en España, en Chile y en Ecuador, de la siguiente manera:

**España:** durante 2020 se lanzaron 5 campañas de Cajas Solidarias:

- Fundación 11Q: se donaron 500.000 cajas, por un valor de 174.750 € para brindar visibilidad al Síndrome de Jacobsen u 11Q, enfermedad rara.

- Asociación NUPA: se donaron 500.000 cajas, por un valor de 174.750 € para brindar visibilidad a la labor de la asociación, la cual presta apoyo a niños y familias con fallo intestinal.
- Fundación Inocente, Inocente: se donaron 1.500.000 cajas, por un valor de 524.250€ para el apoyo de niños con cáncer, discapacidad o en riesgo de exclusión.
- Cris Contra el Cáncer: se donaron 400.000 de cajas, por un valor de 139.800 € , para brindar apoyo y visibilidad a la investigación contra el cáncer, como parte de un programa completo de apoyo a la entidad.
- DOWN España: se donó 1.000.000 de cajas, por un valor de 348.500 € para brindar visibilidad al día del Síndrome de Down y para ayudar a la entidad a cumplir sus objetivos.

Así, la compañía en España, donó un aproximado de 1.362.050 euros a través de su proyecto de Cajas Solidarias, en 2020, en valor de producción de las cajas. En cuanto al valor estimado del espacio publicitario, sería de alrededor de 780.000 euros.

**Chile:** a principios de 2020, la compañía en Chile lanzó una campaña de Cajas Solidarias con la entidad DOWN Chile. Para dicha campaña, se donaron 200.000 cajas, por un valor aproximado de 57.672 euros.

**Ecuador:** en 2020 la compañía en Ecuador lanzó sus Cajas Solidarias, en alianza con la Asociación Fé y Alegría para impulsar la educación rural en el país, a través de 20.000 cajas, por un valor de 2.667 euros.

De esta manera, a través de su proyecto Cajas Solidarias, Tasty Bidco donó 4.120.000 cajas de pizza y su espacio comunicacional, por un valor estimado de 2.202.389,00 euros.

### **Pizzas Solidarias, donaciones de producto**

Durante 2020 se realizó un gran número de donaciones de producto y de ingredientes a colectivos en necesidad, debido a la crisis sanitaria y económica ocasionada por el Covid-19. La compañía tomó una postura activa y de apoyo durante la situación inesperada, poniendo sus capacidades y operaciones al servicio de la sociedad.

De esta manera, se donaron en total más de 50.000 pizzas y numerosos ingredientes como: salsa de tomate, queso, vegetales y carnes, en los diferentes países en los que opera el grupo.

Las donaciones se hicieron a diferentes colectivos; al principio de la crisis sanitaria se llevaron alimentos al personal médico de hospitales y centros de salud, así como a los miembros de la policía, bomberos y entidades de seguridad de los diferentes países. Estas donaciones se hicieron como una muestra de apoyo y agradecimiento a su gran labor y a sus numerosas horas de trabajo, asegurando el bienestar de millones de ciudadanos alrededor del mundo.

Luego, a medida que la contingencia sanitaria continuaba, la compañía decidió comenzar a apoyar a colectivos vulnerables con dificultad para acceder a alimentos. De la misma manera, se llevaron a cabo docenas de iniciativas en alianza con entidades sociales, como es el caso de Cruz Roja Española, numerosos comedores sociales en los diferentes países, albergues, colegios públicos, entre otros.

La contribución solidaria de México durante el 2020, corresponde a un valor de aproximadamente 3.280 euros. Colombia donó en especie, un aproximado de 22.425 euros, mientras que las donaciones de Chile corresponden a un aproximado de 1.445 euros, las de Ecuador 11.386 euros y Portugal donó un correspondiente a 12.865 euros.

España fue el país que más donó y, además de hacerlo de manera directa, también lo hizo a través de iniciativas desarrolladas con diferentes entidades, como por ejemplo “Vamos a ganar Zaragoza” o en apoyo al Comedor de Elche, entre otras. De esta manera, la equivalencia en dinero de las donaciones de pizza en España es de 187.452 euros.

Así, durante 2020 se donaron más de 238.853 euros en total, correspondientes a las pizzas donadas y a la donación de kilogramos de alimentos en formato de ingredientes y no como producto terminado.

### **Donaciones de dinero**

Durante 2020, el único país que hizo donaciones de dinero a fundaciones o entidades sociales, fue España. En el transcurso del año, se donaron 25.763 euros, de la siguiente manera:

- A la Fundación Inocente, Inocente se le donó en dos ocasiones, primero en julio una suma de 1.000 euros y luego en diciembre, una suma de 14.762,99 euros, con el fin de apoyar su campaña #NoTeDejoAtrás, enfocada en acabar con la brecha digital que se aumentó debido al confinamiento.
- A la Fundación Idea Libre Infancia se le donó la suma de 10.000 euros en enero, debido a que a finales de 2019 se había realizado una acción en que la fundación protagonizaba los Calendarios Solidarios de Telepizza, proyecto en que se le da visibilidad a sus objetivos y esfuerzos a través de los menús infantiles de esta marca. Este acuerdo incluía la donación de este dinero, que se debía pagar a lo largo de 2020 para apoyar a la fundación y ayudarle a conseguir sus objetivos.

## F. SOCIEDAD

### 1. 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)

Los principales riesgos identificados son:

- **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 de Grupo Tasty. Se incluyen en este grupo los riesgos reputacionales, que son los riesgos con potencial impacto negativo que pueden afectar a la imagen de la compañía como el de transparencia y relación con analistas, inversores y distintos grupos de interés con expectativas sobre el comportamiento de la organización.

- **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.

- **Riesgos a terceros:** aquellos que pueden afectar a uno o más grupos de interés del Grupo. Al ocasionar un riesgo al entorno, sin duda la compañía se puede ver afectada directamente, tanto en términos reputaciones, como en generación de confianza y veracidad.

Todos estos riesgos previstos pueden ser aplicables al compromiso de Tasty Bidco con la sostenibilidad y responsabilidad.

### 2. Políticas y compromisos (GRI 103-2)

Desde 2018, el grupo cuenta con una Política de Responsabilidad Social Corporativa. Ésta tiene como objetivo formalizar y concretar su compromiso con el Desarrollo Sostenible y con la gestión de sus impactos económicos, sociales y medioambientales.

Esta Política nace desde la misión, visión y valores del grupo, que reflejan el compromiso con su actividad. De la misma manera, se vincula con el Código Ético, el cual 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.

Asimismo, el grupo cuenta con un área enfocada a temas reputacionales, comunicación y Responsabilidad Social Corporativa, ya que esta última hace parte de los principales objetivos de negocio de la compañía y es transversal a todos los proyectos, actividades y departamento de Tasty Bidco.

### **3. Compromisos de la empresa con el desarrollo sostenible**

En 2019, la marca Telepizza en España, se convirtió en socia firmante del Pacto Mundial de las Naciones Unidas para la Agenda 2030. De esta manera, la marca fortaleció su compromiso con la sostenibilidad, tanto social como ambiental y fue la primera empresa del sector QSR en España en adherirse a dicho pacto y desde entonces alinea su actividad a los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Este compromiso fue materializado en España, pero se erige como punto de partida para la alineación del negocio del grupo a nivel global con el desarrollo sostenible en todos los mercados en los que opera de manera directa.

La acción social de la compañía cuenta con un amplio abanico de colaboraciones que incluye colaboraciones con ONGs y fundaciones, estableciendo alianzas significativas para dar visibilidad a las mismas, así como donaciones de producto a comedores sociales. Los principales ODS con los que trabaja la compañía son: 2. Hambre Cero; 4. Educación de Calidad; 8. Trabajo decente y crecimiento económico; 10. Reducción de las Desigualdades; 12. Producción y consumo responsables; 13. Acción por el clima; 17. Alianzas para lograr los objetivos.

#### **Inclusión socio-laboral**

Fortaleciendo los ODS 10 y 17, la empresa trabaja de la mano de **DOWN España**, desde 2018, con el fin de promover la inclusión socio-laboral de personas con Síndrome de Down. El programa “Juntos Creemos” ofrece oportunidades laborales a personas de este colectivo, lo cual les otorga un gran sentido de pertenencia, además de permitirles aprender funciones específicas y entrar al mundo laboral.

Asimismo, la compañía ofrece su apoyo y compromiso para que esta alianza se extienda a sus franquiciados, fortaleciendo y ampliando el proyecto de inclusión laboral, principal pilar de Responsabilidad Social de Tasty Bidco.

Por otro lado, desde 2019, la compañía se comprometió a contratar a al menos un jugador de cada liga de fútbol de **LaLiga GENUINE Santander**, liga creada por la Fundación LaLiga, compuesta enteramente por jugadores y jugadoras con diferentes tipos de discapacidad intelectual.



Dicha liga de fútbol promueve la inclusión social a través del deporte y, a través de la alianza con Tasty Bidco, ya se han incorporado 18 jugadores a las tiendas de Telepizza y Pizza Hut en España.

En 2020, Tasty Bidco firmó un compromiso con la Federación Estatal de Lesbianas, Gais, Bisexuales y Transexuales (FELGTB) para la inclusión laboral de personas transgénero en sus tiendas. Este colectivo ha sido uno de los más afectados durante la crisis económica ocasionada por la pandemia del Covid-19 y se enfrentan a difíciles obstáculos a la hora de acceder a trabajos dignos. Este proyecto comenzará en 2021.

### **Apoyo a causas sociales**

Tasty Bidco es una compañía que toma postura frente a aspectos sociales, cree y defiende la diversidad y la igualdad y se involucra en causas que considera relevantes. De esta manera, a través de diversos proyectos como lo son las Cajas Solidarias, proyecto en el que se donan las cajas de pizzas a causas sociales, fundaciones y ONGs para ofrecerles visibilidad y ayudarles a conseguir sus objetivos; Telepizzas Solidarias, donaciones de producto a colectivos en riesgo de exclusión; entre otros proyectos del grupo, la compañía brinda apoyo a causas y colectivos en necesidad.

Estas diferentes iniciativas responden a los ODS 2, 10, 12 y 17.

### **Apoyo al talento joven**

Anualmente, Tasty Bidco, organiza un evento internacional que tiene como objetivo establecer un puente entre la academia y la empresa privada. Se llama Excellence Lab y consiste en un reto creativo para jóvenes universitarios, quienes deben trabajar en una propuesta y presentarla frente a un jurado destacado.

Este proyecto le permite complementar su formación a jóvenes de carreras afines al Marketing, la Comunicación y al Publicidad, así como darse a conocer entre importantes profesionales del sector. De esta manera, Grupo Tasty contribuye al ODS 4.

### **Reducción del impacto medioambiental**

Tasty Bidco también tiene compromisos con la sostenibilidad ambiental. Continuamente trabaja por reducir sus emisiones de CO2 y su huella de carbono. Actualmente se encuentra trabajando en diversos proyectos como lo son la reducción de plástico en los puntos de venta y la implementación paulatina de una flota de reparto híbrida y eléctrica, lo cual contribuirá al ODS 13.

Desde hace algunos años la compañía creó, a través de la marca Telepizza, las Telepizzas sin gluten, avaladas por FACE y, en 2020 ha trabajado en el proyecto de Telepizzas Veganas que será lanzado en 2021 y se dirigen a todas aquellas personas que no consumen productos de origen animal, grupo que cada vez toma más fuerza a nivel internacional.

Por otro lado, desde 2018 la compañía se comprometió a usar huevos provenientes de gallinas libres y, actualmente está contemplando la manera de trasladar este compromiso de bienestar animal a otras especies.

De esta manera, la compañía también contribuye con el ODS 12, promoviendo un consumo responsable con el medio ambiente y con la salud de las personas, así como generando una producción consciente.

- **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 203-2; GRI 413-2)**

Tasty Bidco tiene, por pilar fundamental de su estrategia de Responsabilidad Social Corporativa, a la inclusión, la diversidad y las oportunidades de igualdad. De esta manera, a través de su Política de RSC y su Código Ético, es una empresa que promueve oportunidades para colectivos en riesgo de exclusión y que se basa en el talento a la hora de elegir a las personas que conforman el grupo.

Gracias a que la empresa tiene una gran dimensión a nivel internacional, más de 10.000 empleados directos, las oportunidades de inclusión socio-laboral son variadas y a gran escala. Actualmente, el grupo se encuentra trabajando en un proyecto llamado More than a Job, en alianza con Yum Brands, empresa operadora de Pizza Hut a nivel mundial, para promover la inclusión en los países de América Latina e Iberia. Durante 2021 se dará inicio a este proyecto.

Por otro lado y como se demostró en capítulos anteriores, Tasty Bidco favorece la contratación a término indefinido y directa, teniendo a la gran mayoría de sus empleados vinculados a la compañía de esta manera, ofreciéndole a las personas estabilidad y la posibilidad de crecer dentro del grupo.

De la misma manera, se promueve la flexibilidad y los horarios parciales, lo cual le permite a un gran número de empleados de tienda compaginar su vida profesional con otros aspectos, como lo es en muchos casos la educación. Además, la empresa ofrece programas de formación completos y, hay varios casos de empleados que comenzaron como repartidores y hoy en día trabajan en Servicios Centrales en cargos corporativos.

Finalmente, debido a que Tasty Bidco tiene un gran número de tiendas esparcidas por los diferentes países en los que opera, es decir, llega a diversas regiones de los países, se promueve también el empleo local. La compañía ofrece grandes oportunidades laborales en poblaciones pequeñas.

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

A través de las diversas iniciativas de carácter social que Tasty Bidco tiene actualmente y que fueron explicadas anteriormente, la compañía ejerce un impacto favorable en las poblaciones locales. Aunque la mayoría de iniciativas tienen un alcance enfocado a España, la compañía trabaja actualmente por trasladar sus proyectos a otros países en los que opera.

En 2021, se comenzará con los proyectos de inclusión sociolaboral en Colombia, México, Chile y Ecuador y se trabajará de la mano con las Master Franquicias, presentes en 26 países, para invitarlas a sumarse a este apoyo social. De esta manera, cada mercado podrá elegir el colectivo vulnerable que realmente necesite este tipo de apoyo para comenzar a establecer metas de inclusión.

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

El grupo 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:**

- Páginas web: [www.fooddeliverybrands.com](http://www.fooddeliverybrands.com) como página corporativa, en la cual se incluye información general acerca de la sociedad, resultados económico-financieros, los informes anuales de gestión y de Buen Gobierno, así como las memorias de Responsabilidad Social Corporativa.
- También están las páginas web de cada una de las marcas, en cada uno de los países en los que operan.
- La compañía, a través de su departamento de Comunicación, mantiene una relación directa con los medios de comunicación locales e internacionales, a los cuales se les comparte información relevante.
- Las redes sociales corporativas, así como las de las marcas, son también un canal de comunicación directo con los stakeholders de la compañía.

**Canales internos:**

- Intranet corporativa.
- Comunicación interna: a través del correo Wetalk, la compañía mantiene una comunicación bidireccional con sus empleados.
- Newsletter trimestral.
- App WeUp
- Canal de denuncia: 'Línea ética'

Tasty Bidco, a través del Departamento de People, cuenta con canales de diálogo y comunicación con los empleados: comités con los trabajadores, encuestas de clima laboral, reuniones para mejorar la comunicación y el trabajo entre las diferentes áreas, así como correos específicos de la compañía (por ejemplo, “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:

**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.

**Correo electrónico:** A través del mail se gestionan las dudas de los empleados sobre cualquier proceso/herramienta vinculado a la gestión de personas. De este modo, la compañía 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 de la organización, 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 de la compañía 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 413-1; GRI 201-1)**

Tasty Bidco en 2020 mantuvo relaciones de asociación o patrocinio con FACE, la Fundación Española de Nutrición e IAB por un valor de alrededor de 18.522.

Las asociaciones con las que trabajamos cumplen con lo siguiente:

- FACE (Federación de Asociaciones de Celíacos en España): Telepizza en España incluye pizzas sin gluten para los clientes celíacos o intolerantes al gluten. Estas pizzas son avaladas por FACE, con quien se mantiene un convenio vigente hasta 2021.
- IAB: es el foro de encuentro de la industria publicitaria española, a la cual pertenece Food Delivery Brands.

- FUNDACIÓN ESPAÑOLA DE NUTRICIÓN: trabajamos con la fundación para proteger el bienestar de nuestros clientes, a través de medidas que promueven una sana nutrición.

Por otro lado, Telepizza en España se convirtió en patrocinador oficial de LaLiga, en 2020, por los próximos tres años.

#### **4. Subcontratación y proveedores**

- **Información sobre la inclusión en la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales (GRI 103-2)**

En todos los países en los que opera Tasty Bidco se realizan medidas para la selección, seguimiento y control de la relación con proveedores, entre las cuales se incluyen: auditorías anuales, revisión y selección de productos homologados.

Por otro lado, se solicitan certificaciones de GFSI, a partir de la clasificación de riesgos de los productos, en cuanto a la seguridad alimentaria. Sin embargo, por el momento no se exigen políticas de igualdad de género y/o ambientales a los proveedores.

- **Descripción sobre cómo se considera la responsabilidad social y ambiental de los proveedores en sus relaciones con éstos (GRI 308-1; GRI 414-1)**

Los proveedores de la compañía deben fabricar, suministrar y distribuir ingredientes, envases alimentarios, productos terminados y servicios claves en seguridad alimentaria, seguros, inocuos para los clientes y los 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. Para ello, existe una Política para proveedores que se debe compartir con todos los proveedores reales y potenciales (en proceso de selección).

El grupo elabora una clasificación de los proveedores en función del riesgo en Seguridad y Calidad y, en base a esta clasificación, les exige una auditoría de seguridad alimentaria llevada a cabo en las plantas de procesamiento una vez al año o según sea determinado por el Departamento de Calidad Global de la empresa. Al menos una de estas auditorías será llevada a cabo por una empresa auditora externa independiente.

El formato de la auditoría abarca cuestiones de sanidad y de seguridad alimentaria específicas. La auditoría evalúa la adecuación de la documentación, el cumplimiento al demostrar procedimientos, como la efectividad de éstos para controlar el proceso dentro de los límites definidos y la capacidad para implementar planes de acciones preventivas, así como acciones correctivas.

De la misma manera que se exige a todos los proveedores de Tasty Bidco el cumplimiento de los estándares marcados, se exige el mismo cumplimiento en las fábricas. Cada fábrica y centro de distribución son auditados anualmente por una empresa auditora externa bajo los mismos parámetros.

Además, la planta debe cumplir con los requerimientos reglamentarios aplicables a las instalaciones y al uso y producción del mercado, los cuales pueden exceder los requerimientos específicos de la auditoría externa. Es decir, es responsabilidad de la planta cumplir con los requerimientos reglamentarios/gubernamentales específicos (ejemplo: las evaluaciones de riesgos incluyen HACCP, planes de protección de alimentos, programas de control preventivo y prerrequisitos).

Sin embargo, no se exigen cuestiones sociales y medioambientales a la hora de la selección de los proveedores, en la actualidad.

- **Análisis de riesgos y procedimientos de homologación/contratación de proveedores.**

El principal riesgo potencial que la compañía tiene frente a la contratación de proveedores tiene que ver con la seguridad alimentaria. La compañía debe tener altos niveles de exigencia frente a este tema, para asegurar así los mejores productos de consumo alimenticio para sus clientes.

Por otro lado, existe un riesgo potencial frente al aspecto reputacional por los comportamientos de los proveedores en cuanto a bienestar animal e impacto ambiental. El grupo es consciente de este eventual riesgo y actualmente se encuentra trabajando por incluir ingredientes animales que cumplan con estándares internacionales de bienestar.

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

En el caso de los países que operan la marca Pizza Hut, éstos se rigen por estándares establecidos por Yum Brands. Entre éstos se incluye: auditorías de seguridad alimentaria, calidad, empaque y centros de distribución con lineamientos YUM!. Dentro del programa, los proveedores deben tener calificación Nivel 1 o 2 para poder continuar con el abastecimiento de los productos. Cuando un proveedor no alcanza la nota máxima, debe reauditararse o deshomologarse. El departamento de calidad apoya al desarrollo de los proveedores con auditorías internas a sus planta.

Y, de manera general, el grupo 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 de Tasty Bidco o no tener planificado un programa de

actuación para cubrir los estándares requeridos, no podrán ser aprobados como proveedores.

En los centros de Producción y Distribución de la compañía 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.

En cuanto al número de proveedores auditados y aprobados por Tasty Bidco, en 2020, esta información se presenta por países:

**Colombia:** se realizaron 35 auditorías y/o certificaciones GFSI

**Ecuador:** de los 27 proveedores que fueron auditados, 28 obtuvieron resultado de APROBADOS. Además, durante 2020 se realizaron 11 auditorías internas a los proveedores existentes.

**Chile:** para la marca Telepizza, se auditó a 26 proveedores, de los cuales 22 fueron aprobados. Para la marca Pizza Hut se auditó a 29 proveedores, de los cuales 26 fueron aprobados.

**España:** el 100% de los proveedores, es decir 74 proveedores, fueron auditados por un auditor externo, y/o por un empleado del equipo de Calidad y Compras. Además, la compañía realiza un seguimiento y control en cuanto a recepción de materias primas y analíticas

## **5. Consumidores**

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

Para crear valor de forma sostenible y mantener la confianza de nuestros consumidores y clientes de forma efectiva y eficiente, Tasty Bidco tiene unos estándares de Aseguramiento de Calidad que han sido desarrollados para asegurar la protección de la marca, la seguridad de los alimentos y los productos de la más alta calidad.

La seguridad alimentaria está incorporada en cada proceso que usa el grupo, empezando por el suministro de materias primas y materiales y terminando cuando ofrecemos el nivel más alto de servicio y productos superiores a nuestros clientes. La seguridad alimentaria es prioridad máxima para Tasty Bidco y el compromiso del personal y de los directivos de la compañía es un objetivo principal.

Este compromiso queda recogido en la Política de Calidad, en la que se garantiza 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.

Debido a que, aunque hay estándares globales, cada país cuenta con algunas medidas específicas para su mercado, describiremos las medidas adoptadas para asegurar la seguridad alimentaria de los clientes, por país y se incluye información correspondiente a la coyuntura de la pandemia del Covid-19:

- COLOMBIA

Se realiza una evaluación de proveedores de materia prima y empaque, con altos estándares de inocuidad, así como se implementa un sistema de gestión de calidad e inocuidad en fábrica, bajo estándares nacionales (según la resolución 2674 de 2013) y según los estándares internacionales (lineamientos de YUM Brands, empresa americana con quien gestionamos las franquicias de Pizza Hut).

De la misma manera, se cuenta con un sistema de transporte y de distribución de materias primas hacia tiendas, con temperaturas controladas y personal capacitado. Por otro lado, el personal de tienda se encuentra capacitado en diferentes áreas y aspectos de seguridad alimentaria y calidad del producto.

También se realiza una constante calibración de hornos, se hace seguimiento de la seguridad de alimentos en materias primas, así como en el producto terminado, se verifica diariamente el funcionamiento correcto de equipos, instalaciones y productos. Y, finalmente, se realizan auditorías externas, 3 veces al año, según los estándares requeridos por Yum Brands.

En cuanto a las medidas tomadas para responder al Covid-19, en fábrica se implementaron protocolos de bioseguridad, según la normativa nacional (Resolución 666 de 2020), y la normativa interna del grupo, entre ellas se encuentran los siguientes aspectos:

- Instalación de mampara separadora en recepción



- Desinfección de calzado (alfombra con solución desinfectante al ingreso)
- Toma de temperatura al ingreso y salida del personal interno y externo, así como toma de datos
- Restricción de ingreso (solo se admite personal indispensable para la operación)
- Nebulizaciones diarias a los vehículos de carga, producto recibido y despachado e instalaciones
- Uso de tapabocas obligatorio para todo el personal que labora e ingresa a fábrica (operativo, administrativo y externo)
- Aforo máximo en zonas comunes (por ejemplo la cafetería): sólo se admite una persona por mesa y con una distancia mínima de 2 metros entre personas.
- Instalación de dispensadores de alcohol en gel en el ingreso a las instalaciones, a la entrada de la cafetería, y en cada zona de lavado de manos
- Uso de caretas plásticas en la zona de producción, además de las mascarillas.
- Aumento de frecuencia de lavado de manos en cada una de las áreas
- Cumplimiento del distanciamiento social
- Reporte de sintomatología del personal al jefe inmediato

En tiendas, también se implementaron protocolos de bioseguridad, entre ellas se encuentran los siguientes aspectos:

- Instalación de mampara separadora en counter
- Desinfección de calzado (tapete con solución desinfectante al ingreso) tanto para clientes como trabajadores y externos
- Toma de temperatura al ingreso y salida del personal interno, externo y clientes, y toma de datos
- Restricción de ingreso a las zonas de preparación
- Uso de tapabocas obligatorio para todo el personal que labora e ingresa en tienda y externos (clientes y visitantes/proveedores)
- Aforo máximo según dimensiones del área, y cumplimiento del distanciamiento social (mesas con restricción de uso - inhabilitadas)
- Según normativa nacional, se admiten comensales de acuerdo al Pico y Cédula: plan de restricción de movilidad en Colombia
- Instalación de dispensadores de alcohol gel en el ingreso a las instalaciones y en cada zona de lavado de manos
- Aumento de frecuencia de lavado de manos en cada una de las áreas
- Cumplimiento del distanciamiento social
- Reporte de sintomatología del personal al jefe inmediato
- Implementación de protocolo de Cero Contacto
- Uso de bolsa y sticker de seguridad para cubrir producto
- Implementación de lectura de carta menú por medio de código QR

- ECUADOR

En Ecuador, para la marca Pizza Hut, se tiene un programa de manejo de proveedores, el cual incluye auditorías de seguridad alimentaria, calidad, empaque y centros de distribución con lineamientos de YUM Brands. Dentro del programa, los proveedores deben tener calificación Nivel 1 o 2 para poder continuar con el abastecimiento de los productos. Cuando un proveedor no alcanza la nota máxima, debe reauditarse o deshomologarse. El departamento de calidad apoya al desarrollo de los proveedores con auditorías internas a sus planta.

Además, para locales se cuenta con programas de Manejo de Crisis, Manejo de reclamos, Auditorías internas de locales, Manejo de plagas, y Capacitaciones, con lo cual se refuerza el sistema de seguridad alimentaria.

Dentro del área de capacitación, el personal cuenta con capacitaciones anuales de BPM's, HACCP y POES, además se cuenta con 105 gerentes de local con capacitación ServSafe, todo esto con el fin de asegurar lo más altos niveles de calidad y por ende, evitar problemas de seguridad alimentaria.

En cuanto a las medidas establecidas para prevenir el contagio del Covid-19, al inicio de la pandemia se convocó al equipo de manejo de Crisis, y se creó un chat abierto hasta la fecha para comunicación relacionada a este tema.

Se realizaron capacitaciones al personal de local y oficinas para la prevención y se elaboraron protocolos para oficinas y locales en sus diferentes ámbitos. Los protocolos se realizaron en base a la realidad del Ecuador y normativas que salían en las diferentes localidades.

Se implementamos protocolos de Delivery Contactless y Contactless llevar, para minimizar el contacto cliente-personal. El departamento de People, junto con el médico ocupacional realizan un constante seguimientos a cada uno de los casos sospechosos, confirmados o de riesgo. Con base médica, se diagnostica al personal y se toman decisiones de aislamiento, reintegro a labores, seguimiento médico, etc. El reporte de casos es enviado todos los lunes a nivel regional.

Se señalaron los locales para el distanciamiento social, se colocaron habladores para los clientes, se dispuso de alcoholgel para el uso de los clientes. Se dispusieron termómetros contactless en todos los locales para la toma de temperatura de clientes.

Se dispuso de un registro de visitas para proveedores externos de locales, para protección de nuestro personal. Así como se reforzó el POES, incluyendo mayores frecuencias de limpieza en locales. Se abasteció a los locales de insumos como: alcohol, alcoholgel de manos y cloro, tanto para empleados, como para clientes.

- ESPAÑA

Todos los establecimientos y la Fábrica de Tasty Bidco en España tienen implantado un Sistema de Autocontrol, basado en los principios del sistema APPCC donde se incluyen los Requisitos Previos de Higiene y Trazabilidad, conforme al Reglamento 852/2004, del 29 de abril, relativo a la higiene de los productos alimenticios y al Real Decreto 3484/2000, del 29 de diciembre, por el que se establecen las normas de higiene para la elaboración, distribución y comercio de comidas preparadas.

Frente a las medidas establecidas para el Covid-19, de manera global y local se establecieron unos protocolos internos para la prevención de COVID-19 para los establecimientos y la Fábrica. Estos protocolos garantizan el cumplimiento de la normativa vigente e incorporan protocolos de prevención e higiene adicionales elaborados por el grupo. Estos protocolos se actualizan periódicamente en función de la evolución de la situación epidemiológica.

- MÉXICO

En este país se realizan auditorías bajo los lineamientos de YUM Brands para las diversas auditorías FSA, QSA, Packaging, Warehouse a todos los proveedores de riesgo 1 y 2, aceptación de certificados GFSI, posterior a alcanzar nivel 1 en la auditoría FSA.

Para aquellos proveedores que no alcanzan un nivel aprobatorio (menor a nivel 2) en alguna de las diversas auditorías, se trabaja mediante un desarrollo de proveedor para poder verificar si contará con lo necesario para pasar la auditoría o se requiere una nueva proveduría.

De la misma manera, se realiza un control de plagas de manera mensual por sucursal con la finalidad de mitigar cualquier posible infestación. También, con la finalidad de garantizar la calidad de los productos, se realizan de manera anual *cuttins* a los productos core de la marca.

Para responder a la crisis sanitaria ocasionada por el Covid-19, México también implementó protocolos de Delivery Contactless, se instalaron mamparas separadoras en counters, se estableció la desinfección de calzado (alfombra con solución desinfectante al ingreso) tanto para clientes, como trabajadores y proveedores externos. Se toma la temperatura al ingreso y salida del personal interno, externo y clientes, y se toman los datos de las personas que ingresan.

El uso de tapabocas es obligatorio para todo el personal que labora y para todas las personas que ingresan en tienda (clientes y visitantes/proveedores). Otras medidas son:

- Aforo máximo según dimensiones del área, y cumplimiento del distanciamiento social (mesas con restricción de uso - inhabilitadas).
- Instalación de dispensadores de alcohol gel en el ingreso a las instalaciones y en cada zona de lavado de manos

- Aumento de frecuencia de lavado de manos en cada una de las áreas
- Cumplimiento del distanciamiento social
- Uso de bolsa y sticker de seguridad para cubrir producto
- Implementación de lectura de carta menú por medio de código QR

- CHILE

En Chile, se cuenta con un programa de capacitación mensual, ayudas visuales, lecciones de un punto (LUP) para refuerzos puntuales, boletines mensuales, encuestas y vídeos para el apoyo formativo de los colaboradores en tiendas.

También existe un programa de formación directa a cargo del departamento de capital humano - formación, quienes cuentan con un planning de trabajo de visitas a tiendas para reforzar operativas puntuales y/o acompañar en el proceso de lanzamiento de nuevos productos, para lograr la estandarización de los mismos.

De la misma manera, existe un programa de proveedores y una lista de ingredientes homologados, los cuales pasan por auditorías de alimentos, empaques, centros de distribución y transporte. Los proveedores deben quedar en nivel 1 o 2 para considerarlos homologados, de lo contrario, pueden optar por una re auditoria aprobatoria o ser inactivados del sistema.

Se cuenta con procedimiento de manejo de vidas útiles en tienda, tanto para productos congelados, refrigerados y secos y se hace un manejo de cuadros de caducidades secundarias, así como con programas pre-requisitos de apoyo: Control de plagas, manejo de reclamos y no conformidades, programa de limpieza, programa de almacenamiento, entre otros.

También existe un programa de muestreo microbiológico anual que incluye: una superficie inerte, superficie viva (manipulador), ambiente y una pizza horneada y con fichas técnicas de productos, resoluciones y diagramas de flujos.

Finalmente, se realizan auditorías internas (ISP a cargo de los supervisores, es una inspección de calidad y servicio) y externas (a cargo del proveedor Diversey). Se realizan planes de acción y envío de boletines / refuerzos para los puntos fallidos o repetitivos. Se generan reuniones de brainstorming con áreas involucradas para desarrollo de planes de acción a largo plazo luego de los resultados anuales.

Todo esto aplica tanto para la marca Telepizza, como Pizza Hut, pero en el caso de ésta última se cumplen también los estándares establecidos por YUM Brands.

En cuanto a las medidas que responden al Covid-19, en el inicio de la pandemia el equipo de crisis se reunió para adaptar y establecer los protocolos a seguir tanto en fábrica, oficinas como en tiendas. Se generó un grupo de WhatsApp 'COVID-19' conformado por los

directores, gerentes y jefes de cada área para poder establecer las medidas de actuación para cada caso en particular a presentarse.

Se establecieron las señaléticas necesarias para cada tipo de local (visuales, separación física, paneles, etc.), se implementaron acrílicos de separación como barreras mecánicas, protocolos de tomas de temperatura, entre otros controles.

También se establecieron 3 escenarios de respuesta ante posibles casos o confirmados, siendo el escenario 3 el más crítico, en el cual se procedería a una Sanitización Crítica con productos virucidas. Se homologaron 3 proveedores de sanitización preventiva / confirmativa (revisión de productos, fichas técnicas, efectividad). Se revisaron todos los productos químicos de las tiendas para corroborar que tengan efecto virucida, con lo cual, se actualizó la cartera de productos de los proveedores homologados, por ende, se actualizó el programa de limpieza de fábrica, oficinas y tiendas.

Se designó a Sebastian Parra, Jefe de Prevención de Riesgos como líder de protocolos COVID, él trabaja directamente con el IST para ir actualizando los protocolos según en lo que el MINSAL va promulgando en cuanto a nuevas normativas y dictámenes. El Gobierno en Chile decreta separar en fases de contagio a todas las comunas en las cuales algunas tenían cuarentena total, lo que equivale a la inmovilización obligatoria de personal, para ello se generan los pases laborales y salvo conductos.

El personal que resulta positivo mediante un examen realizado por el MINSAL, automáticamente pasa a mantener cuarentena por 14 días, se establece la categoría de contagio de "Contacto estrecho", se derivan al IST personal con contacto estrecho con personas con PCR molecular positivas y pruebas rápidas PCR para personal con presunto contacto, cuarentenas obligatorias dependiendo de los resultados obtenidos.

Se activan también en tienda protocolos sin contacto, para minimizar el riesgo.

- PORTUGAL

Telepizza Portugal cuenta con un Sistema HACCP que tiene los PPR en su base, así como planos de formación para todos los empleados. Actualmente se encuentran mejorando la frecuencia e la amplitud de dichos cursos.

Se cuenta con Política de Seguridad Alimentaria y están implementados procedimientos muy exigentes para asegurar la misma. Por otro lado, se realizan ejercicios de rastreabilidad para garantizar la correcta preparación en caso de que sea necesario trazar algún caso. Se realiza anualmente una auditoria (NSF) con base en los criterios establecidos por YUM Brands para el caso de la marca Pizza Hut.

Tenemos un equipo ESA (Equipo de Seguridad Alimentaria) multidisciplinar, así como un Comité de Crisis y el departamento de Calidad está uniformizando los procedimientos y las plataformas que se utilizan a nivel global en el grupo.

En cuanto a las medidas para responder al Covid-19, se estableció un Plan de Contingencia que prevé los posibles escenarios. De la misma manera, se cumplen las normativas locales y se siguen los protocolos establecidos por el grupo de manera global, aplicados a la realidad del país y el mercado.

**- Descripción de los sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de las mismas (GRI 103-2; GRI 418-1)**

El grupo gestiona las consultas y reclamaciones de sus clientes desde los centros de atención al cliente (call center) situados en Madrid, Lisboa, Bogotá, Santiago de Chile y Quito donde centralizan todos los canales de atención al cliente de España, Portugal, Colombia, Chile y Ecuador respectivamente, a través de un número único, chat online, email y redes sociales. Se utiliza un sistema de gestión 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 Tasty Bidco se encarga de la gestión ‘End to End’ de la reclamación hasta su resolución con el cliente.

Las reclamaciones recibidas se tienen que cerrar en un plazo máximo de 72 horas. La metodología de clasificación y categorización varía entre los diferentes países, no así la atención y seguimiento de estas.

Sin embargo, no se han recibido denuncias por intoxicaciones alimentarias durante 2020.

Por su parte, durante 2020, debido a la crisis sanitaria ocasionada por el Covid-19, se incluye una nueva tipología de queja y reclamación llamada ‘Protocolos Covid’ que aglomera las quejas recibidas frente al cumplimiento de los protocolos de Cero Contactos establecidos para proteger la seguridad, tanto de los repartidores como de los clientes.

Debido a que el nivel de resolución de las quejas es diferente por país, se presenta a continuación el número de quejas recibidas, por tipologías estándares de la compañía y sus correspondientes resoluciones:

▪ COLOMBIA

Tipología de la queja o reclamación	Nº de reclamaciones o quejas recibidas acumuladas al 31.12.2020	Porcentaje de quejas o reclamaciones atendidas y resueltas.
Caducidad	10	100%
Calidad de producto	312	100%
Cuerpo Extraño	51	100%
Etiquetado	0	
Mal Estado	365	100%
Proveedores Externos	51	75%
Atención al cliente en tiendas	71	100%

Protección de datos	4	100%
Protocolos COVID	14	100%
<b>Total</b>	<b>878</b>	<b>97%</b>

- ECUADOR

Tipología de la queja o reclamación	Nº de reclamaciones o quejas recibidas acumuladas al 31.12.2020	Porcentaje de quejas o reclamaciones atendidas y resueltas.
Caducidad	1	100%
Calidad de producto	569	100%
Cuerpo Extraño	10	100%
Etiquetado	0	
Mal Estado	0	
Proveedores Externos	0	
Atención al cliente en tiendas	0	
Protección de datos	0	
Protocolos COVID	1	100%
<b>Total</b>	<b>581</b>	<b>100%</b>

- ESPAÑA

Tipología de la queja o reclamación	Nº de reclamaciones o quejas recibidas acumuladas al 31.12.2020	Porcentaje de quejas o reclamaciones atendidas y resueltas.
Caducidad	81	100%
Calidad de producto	450	100%
Cuerpo Extraño	127	100%
Etiquetado	2	100%
Mal Estado	196	100%
Proveedores Externos	20	100%
Atención al cliente en tiendas		100%
Protección de datos		
Protocolos COVID	142	100%
<b>Total</b>	<b>1018</b>	<b>100%</b>

- MÉXICO

Tipología de la queja o reclamación	Nº de reclamaciones o quejas recibidas acumuladas al 31.12.2020	Porcentaje de quejas o reclamaciones atendidas y resueltas.
Caducidad	29	100%
Calidad de producto	2198	100%
Cuerpo Extraño	0	
Etiquetado	0	
Mal Estado	5	100%
Proveedores Externos	0	
Atención al cliente en tiendas	722	100%
Protección de datos	0	
Protocolos COVID	58	100%
<b>Total</b>	<b>3012</b>	<b>100%</b>

▪ CHILE

Tipología de la queja o reclamación	Nº de reclamaciones o quejas recibidas acumuladas al 31.12.2020	Porcentaje de quejas o reclamaciones atendidas y resueltas.
Caducidad	5	100%
Calidad de producto	1.411	100%
Cuerpo Extraño	31	100%
Etiquetado	0	
Mal Estado	0	
Proveedores Externos	2	100%
Atención al cliente en tiendas	0	
Protección de datos	0	
Protocolos COVID	21	100%
<b>Total</b>	<b>1470</b>	<b>100%</b>

▪ PORTUGAL

Tipología de la queja o reclamación	Nº de reclamaciones o quejas recibidas acumuladas al 31.12.2020	Porcentaje de quejas o reclamaciones atendidas y resueltas.
Caducidad	3	100%
Calidad de producto	562	100%



Cuerpo Extraño	23	100%
Etiquetado	2	100%
Mal Estado	1	100%
Proveedores Externos	0	
Atención al cliente en tiendas	359	100%
Protección de datos	80	100%
Protocolos COVID	87	100%
<b>Total</b>	<b>1117</b>	<b>100%</b>

El número total de quejas y reclamaciones recibidas durante 2020 es de: 13.207, de las cuales el 99% fueron atendidas y resueltas.

## 6. Información fiscal

### - Los beneficios obtenidos por país [GRI 207-4 (Versión 2019)]

<b>Beneficios obtenidos por país</b>	
España	-106.627 €
Portugal	-17.901 €
Chile	-20.084 €
Colombia	-5.688 €
México	-3.271 €
Ecuador	-6.497 €
<b>TOTAL</b>	<b>-160.068 €</b>

### - Los impuestos sobre beneficios pagados (no devengados) (GRI 207-4)

Los impuestos pagados en 2020 fueron los siguientes:

<b>Pagos Impuesto sobre sociedades</b>	
Chile	338.881,19€
Colombia	38.665,40 €
Ecuador	112.567,18 €
España	324.101,14 €
México	1.752.090,21 €
Portugal	1.198.391,00 €
<b>TOTAL</b>	<b>3.764.696,12 €</b>

- **Las subvenciones públicas recibidas (GRI 201-4)**

No se han recibido subvenciones públicas en 2020.