

Informe de Estado de Información No Financiera

Tasty Bidco, S.L.U

2021

Madrid, Marzo de 2022

ÍNDICE DE CONTENIDOS DE LA LEY 11/2018

	Pág.	GRI
A. BASES PARA LA FORMULACIÓN DEL ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA	7	
1. Información general	7	GRI 102-54
Actividades, marcas, productos y servicios	7	GRI 102-2
Tamaño de la organización	9	GRI 102-7
Mercados en los que opera	10	GRI 102-6
Ubicación de la sede	10	GRI 102-3
Ubicación de las operaciones	10	GRI 102-4
Objetivos y estrategias de la organización	11	GRI 102-14
Principales factores y tendencias que pueden afectar a su futura evolución	11	GRI 102-14 / GRI 102-15 / GRI 102-46 / GRI 102-47
2. Políticas Internas de la compañía	12	
B. GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL	18	
1. Principales riesgos ambientales que afectan a la organización	19	GRI 102-15
2. Políticas y compromisos	19	GRI 103-2
3. Gestión ambiental	19	
Efectos actuales y previsibles a las actividades de la empresa en el medio ambiente y, en su caso, la salud y la seguridad	19	GRI 102-15
Procedimientos de evaluación o certificación ambiental	24	
Recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales	28	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.		
Aplicación del principio de precaución	28	GRI 102-11
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	29	
Cantidad de provisiones y garantías para riesgos ambientales	30	
4. Economía circular y prevención y gestión de residuos	30	

	Descripción de medidas de prevención, reciclaje, reutilización, otras formas de recuperación y eliminación de desechos	30	GRI 306-2
	Acciones para combatir el desperdicio de alimentos	33	
5.	Uso sostenible de los recursos	34	
	Consumo de materias primas y medidas adoptadas para mejorar la eficiencia de su uso	34	GRI 301-1 / GRI 301-2 / GRI 301-3
	Consumo energético	35	GRI 302-1
	Medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética	35	GRI 302-4
	Uso de energías renovables	36	
	Consumo de agua y suministro de agua, de acuerdo con las limitaciones locales	37	GRI 303-5
6.	Cambio climático	37	
	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	37	
	Medidas para adaptarse al cambio climático	38	
	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	39	GRI 105-1 / GRI 305-2
7.	Protección de la biodiversidad	39	
	Medidas tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad	39	GRI 304-3
	Impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas	39	GRI 304-2
8.	Otros aspectos de contaminación	40	
	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	40	GRI 305-7
C. GESTIÓN SOCIAL Y DE PERSONAL		41	
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	41	GRI 102-15
2.	Políticas y compromisos	42	
3.	Empleo	42	
	Número de empleados por país	42	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	43	GRI 102-8 / GRI 405-1

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		
Las remuneraciones medias y su evolución, desagregados por sexo, edad y clasificación profesional o igual valor	46	GRI 405-2
Brecha salarial, la remuneración de puestos de trabajo iguales o de media de la sociedad	48	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	48	GRI 405-2
Implantación de políticas de desconexión laboral	48	GRI 103-2
Número de empleados con discapacidad	49	GRI 405-1
3. Organización del trabajo	49	
Descripción de la organización del tiempo de trabajo (turnos, gestión de horas extra, flexibilidad en la jornada laboral, etc.)	49	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	53	GRI 103-2
Número de horas de absentismo	54	GRI 403-9
4. Salud y seguridad	55	
Descripción de las condiciones de salud y seguridad en el trabajo	55	GRI 403-7
Accidentes de trabajo, en particular su frecuencia y gravedad, así como las enfermedades profesionales; desagregado por sexo	58	GRI 403-9 / GRI 403-10
5. Relaciones Sociales	59	
Descripción de la organización del diálogo social, incluidos procedimientos para informar y consultar al personal y negociar con ellos	59	GRI 103-2
Descripción del balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y la seguridad en el trabajo	62	GRI 403-4
Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país	62	GRI 102-41
6. Formación	62	
Descripción de las políticas implementadas en el campo de la formación	62	GRI 103-2 / GRI 404-2
Cantidad total de horas de formación por categoría profesional	67	GRI 404-1
7. Accesibilidad	67	

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. **68**

D. DERECHOS HUMANOS	69	
1. Principales riesgos que afectan a la organización en materia de Derechos Humanos	69	GRI 102-15 / GRI 103-2
2. Políticas y compromisos	70	
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	70	GRI 102-16 / GRI 102-17
4. Denuncias por casos de vulneración de derechos humanos	73	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.	73	
E. CORRUPCIÓN Y SOBORNO	77	
1. Principales riesgos que afectan a la organización en materia de corrupción y soborno	77	GRI 102-15
2. Políticas y compromisos	77	GRI 103-2
3. Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno	78	GRI 102-16 / GRI 205-2 / GRI 205-3
4. Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales	79	GRI 102-16 / GRI 205-2
5. Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro	79	GRI 102-13 / GRI 201-1 / GRI 415-1

F. SOCIEDAD	81	
1. Principales riesgos que afectan a la organización en materia de compromiso con el desarrollo sostenible, subcontratistas y proveedores, consumidores e información fiscal	81	GRI 102-15
2. Políticas y compromisos	81	GRI 103-2
3. Compromisos de la empresa con el desarrollo sostenible	82	
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)	83	GRI 203-2 / GRI 413-2
Descripción del impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio	83	GRI 413-2
Descripción de las relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo	84	GRI 102-43
Información sobre las acciones de asociación o patrocinio	85	GRI 413-1 / GRI 201-1
4. Subcontratación y proveedores	85	
Información sobre la inclusión en la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales	85	GRI 103-2
Descripción sobre cómo se considera la responsabilidad social y ambiental de los proveedores en sus relaciones con éstos	87	GRI 308-1 / GRI 414-1 / GRI 102-9
Análisis de riesgos y procedimientos de homologación/contratación de proveedores	88	
Descripción de los sistemas de supervisión y auditorías a proveedores y resultados de las mismas	88	GRI 308-2 / GRI 414-2
5. Consumidores	91	
Descripción de las medidas para la salud y la seguridad de los consumidores	91	GRI 416-1
Descripción de los sistemas de reclamación, quejas recibidas, y resolución de las mismas	96	GRI 102-2 / GRI 418-1
6. Información fiscal	97	
Los beneficios obtenidos por país	97	GRI 207-4
Los impuestos sobre beneficios pagados (no devengados)	97	GRI 207-4
Las subvenciones públicas recibidas	97	GRI 201-4

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 S.L.U. (en adelante Food Delivery Brands S.A. o el Grupo) emite el presente Estado de Información No Financiera (EINF) para el ejercicio de 2021 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 S.L.U. 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 S.L.U. durante el transcurso del año 2021, en los siguientes países en los cuales opera de manera directa:

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

1. Información general (GRI 102-54)

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

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

La entidad mercantil denominada Tasty Bidco, S.L.U. se constituyó como sociedad de responsabilidad limitada en España, el día 15 de octubre de 2018, bajo la denominación social de Global Mastodon, S.L. (Sociedad Unipersonal) por un período de tiempo indefinido y, el día 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 (28.703, Madrid, España).

El día 21 de diciembre de 2018, el entonces principal accionista, KKR Creditor Advisors (US) LLC, anunció su intención de adquirir las acciones de la mercantil denominada por entonces, 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, la sociedad Tasty Bidco,

S.L.U., se convirtió en el principal accionista de Telepizza Group, S.A. (actualmente denominada Food Delivery Brands S.A. Group, S.A.) y cabeza del denominado Grupo TELEPIZZA.

A finales del año 2020, con el objetivo de dotar de mayor personalidad e independencia a las diferentes marcas que opera el Grupo TELEPIZZA, se establece un cambio de denominación e identidad para pasar a denominar al Grupo TELEPIZZA como Grupo FOOD DELIVERY BRANDS S.A. (en adelante, Food Delivery Brands S.A.).

En 1987, se constituye una de las sociedades mercantiles que hoy conforman Food Delivery Brands S.A.: Tele Pizza, S.A.U. (actualmente denominada, Food Delivery Brands S.A., S.A.U.) operando en el mercado bajo la marca “Telepizza”.

Dicha entidad nace en España, concretamente en Madrid como una empresa familiar, con claro ímpetu por la innovación y con un constante foco en la calidad de sus productos. Desde sus inicios, la compañía de pizzas fue pionera en el reparto de comida a domicilio en España. En el año 1992, abre su primera Fábrica situada en España y pronto comienza su expansión internacional.

Como Grupo, Food Delivery Brands S.A. está guiado por su propósito de “Conectar personas”.

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.” Y todo ello, 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, la compañía ofrece un amplio abanico de entrantes, postres y bebidas, así como otras alternativas a su producto principal como ensaladas y lasañas.

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 S.A.:

- **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.

Actualmente, el grupo se encuentra trabajando en un relanzamiento de los valores corporativos para 2022.

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

Actualmente, Food Delivery Brands S.A. opera las marcas Telepizza, Pizza Hut, Jeno's Pizza y Apache Pizza, a nivel internacional, teniendo presencia en 32 países, a través de más de 2.300 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 S.A. (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.

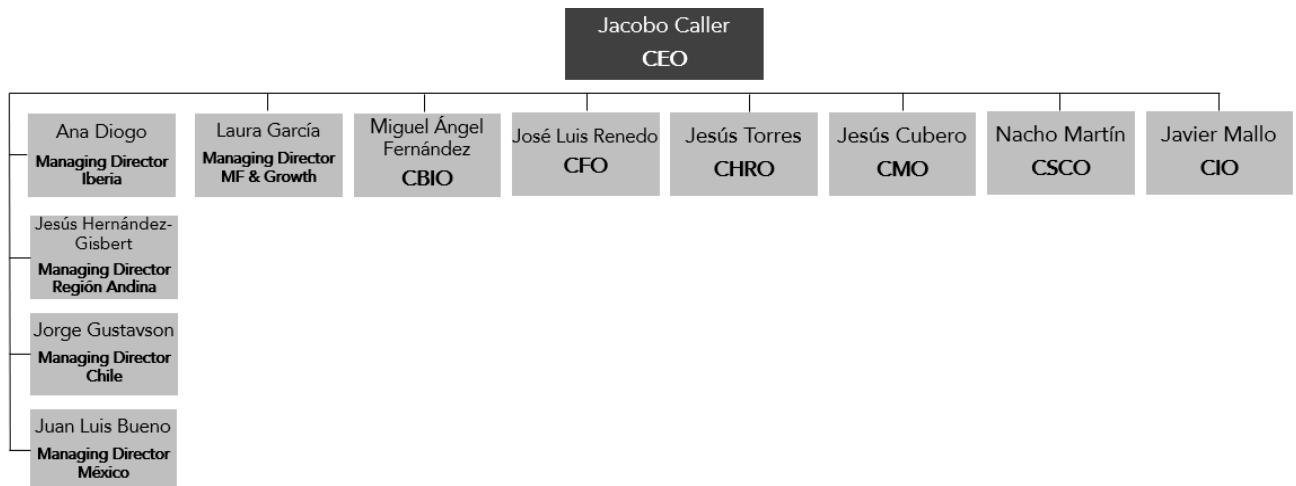
En la actualidad, Food Delivery Brands S.A. cuenta con cuatro fábricas, ubicadas en España, Chile, Colombia y Ecuador y con cuatro centros de distribución, ubicados en España, Portugal, Colombia y Chile. Además, el grupo está preparándose para la apertura de una nueva fábrica en Querétaro, México, para 2022.

Actualmente, el grupo cuenta con 556 tiendas propias, de las cuatro marcas que opera, en los 6 países mencionados.

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 S.A. ha doblado desde entonces su tamaño, su presencia internacional y su alcance, llegando a 500 millones de potenciales consumidores en todo el mundo. Desde entonces, el grupo la compañía multimarca líder en pizza delivery, a nivel internacional.

A continuación detallamos el organigrama directivo de Food Delivery Brands S.A., conocido internamente como el Executive Leadership Team (ELT), al 31 de Diciembre de 2021:



▪ **Mercados en los que opera (GRI 102-6)**

Los mercados en los que Food Delivery Brands S.A. opera de manera directa son los mencionados anteriormente: España, Portugal, Chile, Colombia, Ecuador y México. Sin embargo, el grupo tiene presencia en 32 países, a través de modelos de franquicias y/o master franquicias; algunos de esos mercados son:

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

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

La sede principal de Food Delivery Brands S.A. 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)**

La dirección de la compañía ha definido un plan de negocio para los próximos tres años. Este plan está focalizado en la recuperación de los niveles previos a la ocasionada por la Covid-19 y el desarrollo de las líneas de crecimiento identificadas.

Los principales objetivos son los siguientes:

- Consolidar el negocio en el perímetro actual, con un foco específico en los países donde contamos con una presencia directa a través de nuestras filiales.
- Desarrollar el negocio en nuevos mercados con oportunidades de crecimiento y/o en mercados donde ya estamos presentes por medio de nuevos formatos adaptados a los nuevos hábitos de consumo, como consecuencia de la pandemia ocasionada por la Covid-19.
- Expandir nuestras capacidades industriales y nuestra cadena de suministro para capturar valor en mercados actualmente no cubiertos.
- Transformar nuestros procesos internos, mediante plataformas, sistemas y modelos de gestión unificados para todas las unidades del Grupo.
- Reforzar nuestras capacidades digitales para proveer la mejor experiencia de uso por medio de canales de venta online que incorporen las tecnologías más avanzadas y adaptadas a las nuevas formas de relación con el cliente.

▪ **Principales factores y tendencias que pueden afectar a su futura evolución (GRI 102-14; GRI 102-15; GRI 102-46; GRI 102-47)**

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 S.A. 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.

Así, el grupo dispone de un Mapa de Riesgos Corporativos 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 en 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, el cual se revisó, ajustó y relanzó entre todos los empleados del grupo en 2021 y que se encuentra vigente. Se enfoca en el cumplimiento de cinco principios generales: el compromiso con la sociedad, con el grupo, en el entorno laboral, con los clientes y franquiciados, así como con los colaboradores.

En 2021, varias Políticas Internas se actualizaron, basadas en las versiones anteriores, pero ajustándolas al entorno y a la realidad actuales. Las nuevas políticas fueron compartidas con los empleados y terceros implicados, a nivel global.

En cuanto a los esfuerzos en materia de sostenibilidad del grupo, en 2019 la marca Telepizza en España se convirtió en 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. Este esfuerzo se transmite al grupo y, actualmente, la compañía está trabajando en una nueva estrategia de sostenibilidad, impacto en la sociedad y esfuerzos en materia de Responsabilidad Social Corporativa.

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 Food Delivery Brands S.A. (Tasty Bidco S.L.U) en 2021:

ÁMBITOS	POLÍTICAS/ COMPROMISOS	ÁMBITO DE APLICACIÓN
Corrupción y soborno	Código Ético	Este Código contiene los fundamentos en los que se basa nuestra conducta ética y recoge las más exigentes normas de comportamiento y respeto hacia los derechos de los demás. Todos los empleados han de seguir este Código.
	Política Corporativa Cultura y valores	El Código define los principios de conducta empresarial, vinculados a nuestros valores compartidos, que distinguen a Food Delivery Brands S.A. S.A. como un gran grupo para trabajar y como un operador en el sector QSR de calidad reconocida para sus clientes de todo el mundo.
	Política Anticorrupción	Esta Política establece la visión y misión del Grupo y los valores corporativos del Grupo con los que se despliega la cultura organizacional a todas las compañías. El objetivo de esta Política es informar a todas las personas vinculadas con el Grupo sobre los riesgos de corrupción y soborno a los que están expuestos y las consecuencias que la corrupción puede generar para las compañías y sus empleados, así como establecer un catálogo de buenas prácticas que deberán observarse en todo caso.

Políticas legales

Política de conflictos de interés	La Política de Conflicto de Interés desarrolla los principios y valores contenidos en el Código Ético del Grupo Food Delivery Brands S.A., S.A. y complementa las previsiones establecidas en la Política Anticorrupción del Grupo.
Matriz de delegación de autoridades (DoA)	El objetivo de esta matriz es definir los roles y responsabilidades para la toma de decisiones, dentro de la organización, para los principales procesos del grupo. La matriz incluye niveles de aprobación, límites monetarios y el proceso de preparación, consulta, aprobación y comunicación.
Política de Control y Gestión de Riesgos	<p>La política general de control y gestión de riesgos establece las estrategias para identificar los principales riesgos de Food Delivery Brands S.A. y de las demás sociedades integradas en el Grupo para mantener el sistema de control interno y llevar seguimiento periódico de dichos sistemas.</p> <p>A través de esta política, la Organización se compromete a desarrollar todas sus capacidades para que los riesgos de toda índole se encuentren adecuadamente identificados, medidos, gestionados, priorizados y controlados.</p>
Política Fiscal Corporativa	<p>La política fiscal del Grupo Telepizza ha sido desarrollada en cumplimiento y de conformidad con las leyes tributarias en vigor en España, tales como la Ley 58/2003, de 17 de diciembre, General Tributaria; la Ley 37/1992, de 28 de diciembre, del Impuesto sobre el Valor Añadido o la Ley 27/2014, de 27 de noviembre, del Impuesto sobre Sociedades.</p> <p>Su objetivo es fijar los principios básicos con los que el Grupo se compromete, al objeto de fortalecer su responsabilidad social, garantizar el cumplimiento de las obligaciones tributarias y minimizar los riesgos fiscales que puedan derivarse de su propia actividad.</p>
Política de Protección de Datos	La política de protección de datos de carácter personal persigue determinar cuáles han de ser los principios que deben guiar el tratamiento de datos de carácter personal que recabe el Grupo

Políticas de Recursos Humanos

	<p>Telepizza 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").</p>
<p>Política Global de Igualdad, Diversidad, Inclusión y Respeto</p>	<p>El objetivo de esta Política es establecer un entorno laboral favorable que facilite y potencie la igualdad de oportunidades, la no discriminación, el respeto, la diversidad, y la inclusión de todas las personas vinculadas al Grupo, apostando, en consecuencia, por un modelo de gestión de personas comprometido con la excelencia profesional y la calidad de vida, todo ello de conformidad con la legislación vigente en cada país y siguiendo las recomendaciones de los organismos nacionales e internacionales competentes en la materia.</p>
<p>Política Global de Seguridad y Salud</p>	<p>La Política de Seguridad y Salud desarrolla y complementa los principios establecidos en el Código Ético del Grupo Food Delivery Brands S.A., siendo parte integrante esta Política de la formación interna de todos los empleados del Grupo, con el objetivo de proporcionar condiciones seguras y saludables para la prevención de lesiones y deterioro de la salud relacionados con el trabajo con la finalidad de proteger no solo a los empleados sino a todos los colaboradores, contratistas y a cualquier otra persona que interactúe con el Grupo durante el desarrollo de sus actividades empresariales, incluyendo proveedores, clientes y público en general.</p>

Gestión Ambiental	Política Medioambiental	<p>El Grupo ha definido los 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>Los compromisos medioambientales del Grupo son:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Dotar a la compañía de los medios necesarios para el conocimiento y cumplimiento de la normativa medioambiental vigente, incluyendo herramientas para la mejora continua. -Reducir de forma paulatina los residuos generados, procurando su reutilización dentro o fuera de la compañía. -Prevenir/reducir la contaminación que sus actividades generan. -Comunicar a los empleados, proveedores, clientes y otras partes interesadas los aspectos medioambientales.
Auditoría	Estatuto de Auditoría Interna	Establece los lineamientos del Grupo para la planificación, ejecución y reporte de auditoría interna bajo los estándares de calidad de la profesión.
Gestión operacional	Política de Contratación con Clientes	Establece las pautas básicas para llevar a cabo una contratación responsable, transparente y conforme a las leyes locales y el resto de los principios establecidos en el Código Ético del Grupo.
	Buenas Prácticas de Promoción y Marketing	La política establece los valores esenciales con los que el Grupo se compromete en sus actividades de marketing y promoción de productos.
	Buenas Prácticas de Investigación y Desarrollo	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.
	Políticas de Compras	Establece los criterios de negociación con proveedores y los procesos operativos para la adquisición de bienes y servicios.

Gestión de Tecnología

Política Global de Seguridad de Información

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.

Política Global de Uso Aceptable de Recursos Informáticos y Redes Sociales

La Política de uso Aceptable de Recursos Informáticos tiene por objetivo proteger a los empleados, sistemas corporativos, activos de información y reputación de Grupo Food Delivery Brands S.A.

B. GESTIÓN AMBIENTAL

Los datos proporcionados en este capítulo de Medio Ambiente hacen referencia a la actividad de 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 Food Delivery Brands S.A. 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, el grupo 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. Esto se hace adaptando los procesos productivos a las nuevas tecnologías para evitar incrementos excesivos de consumos de electricidad, en la medida que aumenta la producción, sino que por el contrario, es un objetivo de la fábrica, mantenerlos estables o disminuirlos.

2. Políticas y compromisos (GRI 103-2)

Food Delivery Brands S.A. 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.

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.

A continuación se encuentra la descripción por país:

▪ **COLOMBIA**

Actividad productiva en fábrica y en tiendas	Efecto ambiental	Efecto en la salud de las personas	Efecto en la seguridad física de las personas	Actividades de Mitigación del Impacto
Producción.	No se genera contaminación ambiental.	No presenta riesgos para la salud de los colaboradores.	Adecuado manejo de residuos por medio de dispositivos.	Capacitación y manejo con empresas dispositoras de residuos.
Empacado.	No se genera contaminación ambiental.	No presenta riesgos para la salud de los colaboradores.	Adecuado manejo de residuos por medio de dispositivos.	Capacitación y manejo con empresas dispositoras de residuos.
Almacenamiento.	No se genera contaminación ambiental.	No presenta riesgos para la salud de los colaboradores.	Adecuado manejo de residuos por medio de dispositivos.	Capacitación y manejo con empresas dispositoras de residuos.
Distribución.	No se genera contaminación ambiental.	No presenta riesgos para la salud de los colaboradores.	Adecuado manejo de residuos por medio de dispositivos.	Capacitación y manejo con empresas dispositoras de residuos.
Operaciones de limpieza en todas las áreas.	Contaminar fuente de agua parque industrial.	Necesidad de agua potable para el consumo humano.	Posibles Caídas por acumulación de residuos.	Caracterización de agua anual, Uso de rejillas con orificios para la recolección de residuos provenientes del proceso de limpieza para la planta de producción.
Operaciones de limpieza en todas las áreas.	Contaminar fuente de agua parque industrial.	Necesidad de agua potable para el consumo humano, generación de malos olores y atracción de plagas.		Lavado de trampa de grasa, para el Q2 se ajusta frecuencia de lavado de trampa de grasa de cada 3 a 2 meses.
Recepción, almacenamiento, producción y distribución.	Aumento de la contaminación.	Enfermedades respiratorias por efecto de la formación de gases invernadero.	Obstrucción de vías de evacuación.	Separación de residuos orgánicos de los reciclables (cartón, plástico, lonas), y disposición con proveedor certificado.
Operaciones productivas, almacenamiento.	Aumento de la contaminación.	Enfermedades respiratorias por efecto de la formación de gases invernadero en el caso de la no correcta disposición de residuos orgánicos. El consumo de productos vencidos puede generar enfermedades gastrointestinales y ETA's.		Disposición final de residuos orgánicos y/o productos vencidos por empresa certificada.
Operaciones productivas de tienda.	Contaminar fuente de agua parque industrial.	Necesidad de agua potable para el consumo humano, generación de malos olores y atracción de plagas.	Posibles caídas por superficies resbaladizas.	Tienda: Lavado de trampa de grasa día de por medio.

▪ ECUADOR

Actividad productiva en fábrica y en tiendas	Efecto ambiental	Efecto en la salud de las personas	Efecto en la seguridad física de las personas	Actividades de Mitigación del Impacto
Fabrica- Producción.	No tiene un efecto en la salud de las personas.	No tiene un afecto sobre la seguridad de las personas.	Desperdicios de producto que cae al piso durante el laminado (residuos orgánicos).	Controles de proceso y mermas de producto.
Fabrica- Empacado.	No tiene un efecto en la salud de las personas.	No tiene un afecto sobre la seguridad de las personas.	Desperdicios de producto que sale del túnel para ser empacado (residuos orgánicos).	Controles de proceso y mermas de producto.
Fabrica – Limpieza.	Los químicos no representan un riesgo para la salud.	Con el uso de EPP y control de dosificación, los químicos no representan un riesgo para la seguridad física.	Los químicos usados en la limpieza son biodegradables.	Capacitación anual sobre limpieza y ayudas visuales de dosificación de químicos, registros de control de dosificación.
Fabrica- Almacenado.	El almacenamiento es realizado en cámara de congelación a -22 °C.	El almacenamiento en cuartos fríos dispone un riesgo para la seguridad del personal, todo el personal cuenta con chompas térmicas para ingresar a la cámara de congelación.	No tiene un efecto ambiental directo como actividad.	Se ha dotado de chompas térmicas a todo el personal así mismo usan botas con medias térmicas como parte de su EPP.
Fabrica- Distribución a tiendas.	n/a	n/a	No tiene un efecto ambiental directo como actividad ya que es realizada por el operador logístico.	n/a
Tienda- Recepción de productos.	No tiene un efecto ambiental directo como actividad.	Levantamiento manual de carga de los productos están debajo de los 25kg por unidad. Todos los productos son aptos para consumo humano. Se mantiene identificación y separación de alérgenos.	Los efectos que podemos encontrar es lesiones musco-esqueléticas, pero en su estimación al riesgo es Tolerable, caída al mismo nivel al transportar los productos.	Capacitaciones de los factores de riesgos específicos, mecánicos y ergonómicos, limpieza de Local es constante.
Tienda- Almacenamiento.	No tiene un efecto ambiental directo como actividad.	El almacenamiento en algunos locales dispone la subida de gradas, lo cual puede ser un riesgo para el operador.	El almacenamiento en cuartos fríos dispone una estimación de riesgo tolerable, cambios de temperaturas.	Dotación de epp adecuados, capacitación sobre los factores de riesgos físicos.
Tienda -Elaboración.	Generación de residuos orgánicos (vegetales, masas, residuos de alimentos en general).	Riesgos de caídas al mismo nivel por residuos de sémola, harina, o algún derrame, además quemaduras en contacto con hornos, o caída de pizza en las extremidades superiores son tolerables.	Quemaduras, por contacto o caída al mismo nivel, golpes con superficies inmóviles.	Capacitaciones de riesgos mecánicos, procedimientos de trabajo seguro, limpieza constante de superficies.
Tienda -Fritura.	Generación de aceite quemado, el cual es retirado de locales por gestores certificados.	El uso de aceite saturado/ácido para frituras, puede generar problemas de salud. Se usan tirillas medidoras de aceite para el uso dentro del rango óptimo de acidez.	Se ha definido procedimiento para filtrado de aceite, para evitar riesgo de quemadura de personas.	Retiro de aceite por gestores aprobados.

Tienda-Limpieza.	Los químicos usados en la limpieza son biodegradables.	Con el uso de EPP y seguimiento de procedimientos, los químicos no representan un riesgo para la salud.	Con el uso de EPP y seguimiento de procedimientos, los químicos no representan un riesgo para la seguridad física.	Dotación de epp adecuados, capacitación sobre los factores de riesgos Físicos.
Tienda - Entrega de producto a cliente.	Generación de cajas y residuos orgánicos de parte del cliente.	Posturas de pie, estrés por trato con clientes.	Lesiones musco-esqueléticas, riesgos psicosociales.	Capacitaciones de Riesgo ergonómicos.

▪ CHILE

Actividad productiva en fábrica y en tiendas	Efecto ambiental	Efecto en la salud de las personas	Efecto en la seguridad física de las personas	Actividades de Mitigación del Impacto
Fábrica: Producción de masas.	Eliminación de materias orgánicas u otros productos generados en el proceso productivo.	Los productos no conforme no son aptos para el consumo.	No existe efectos en la seguridad física de las personas.	Horario y flujo de eliminación de residuos por turno.
Tienda: Elaboración de alimentos listos para el consumo.	Eliminación en basureros de materias orgánicas u otros productos generados en el proceso elaboración de productos.	Los productos caducados y con deterioro en su estructura (hongos, mal olor) en tienda no son aptos para el consumo humano.	Si los productos vencidos o deteriorados no son eliminados y son utilizados pueden provocar Etas hacia las personas que los consumen.	Control y eliminación de forma inmediata productos vencidos o deteriorados en basureros en cuarto de basura establecido, donde la basura eliminada debe estar con bolsas para retención de lixiviado y estos deben estar tapados para evitar la propagación de malos olores. Al finalizar el turno toda basura debe estar en los basureros del cuarto de basura o en contenedores dispuestos.
Tienda: Limpieza de equipos, superficies y utensilios.	Limpieza de trampa de grasa y rejillas en zona de mopa puede ir hacia desagüe restos de materia orgánica.	Sin efectos para la salud de las personas.	Sin efecto para la seguridad física de las personas.	Reforzar la importancia en la utilización de rejillas en los fregaderos, área de mopa, y el procedimiento de limpieza de la trampa de grasa.
Tienda: Manejo de residuos de aceite descartable.	Eliminación de aceite descartable a través de lineales de descarga inadecuadas.	No descarte de aceite de acuerdo con el procedimiento FDB podría generar cuadros gástricos en clientes.	Sin efecto para la seguridad física de las personas.	Planificación de retiros de aceite de empresa externa, eliminación de aceite en contenedores de aceite designados, Registro de medición de acidez realizado por la tienda.

▪ ESPAÑA

Actividad productiva en fábrica y en tiendas	Efecto ambiental	Efecto en la salud de las personas	Efecto en la seguridad física de las personas	Actividades de Mitigación del Impacto
Elaboración de bolas y discos de masa de pizza.	Contaminar agua.	N/A	N/A	Depuradora de aguas Residuales industriales. Decreto 57/2005.
Elaboración de discos de pizza precocidos.	Emisión de partículas al M/A	Se realizan mediciones de emisión de los focos de calor de la fábrica. Calderas y quemadores de hornos.	N/A	Certificación de OCA para la emisión de focos de calor realizada en noviembre 2020,
Elaboración de bolas y discos de masa de pizza.	Cajas de cartón y plástico.	N/A	N/A	Todos los residuos de la planta se envían a gestor ambiental autorizado.
Elaboración de bolas y discos de masa de pizza.	Subproducto procedente de la fabricación de masas.	N/A	N/A	Envío a gestor autorizado para alimentación animal.
Elaboración de bolas y discos de masa de pizza.	Contaminación de suelo por amoníaco de la instalación frigorífica.	N/A	N/A	Se cumple el Reglamento de Seguridad para Plantas Industriales R.D 138/2011.

▪ MÉXICO

Actividad productiva en fábrica y en tiendas	Efecto ambiental	Efecto en la salud de las personas	Efecto en la seguridad física de las personas	Actividades de Mitigación del Impacto
Lavado de instrumentos y equipo de cocina.	Contaminación de agua residuales con grasa.	No aplica	No aplica	Implementación de trampas de grasa general del restaurante de hasta 2m3 Limpieza periódica de trampa de grasa y sólidos Desazolve de red sanitaria.
Encendido y apagado de aire acondicionado.	Aumento de huella de carbono por alto consumo de energía.	No aplica	No aplica	Programación de encendido de compresores de acuerdo con los horarios de venta.
Descarga de residuos sólidos orgánicos en drenajes.	Exceder los parámetros máximos permisibles de DBO en descargas de agua residuales.	No aplica	No aplica	Elaboración de manuales para la limpieza y escamochar utensilios y áreas de cocina previo al lavado.
Generación de Residuos.	Contaminación de suelos y agua.	La acumulación de residuos en el restaurante y disposición final incorrecta atrae fauna nociva urbana.	No aplica	Elaboración de plan de manejo de residuos.
Uso de químicos para limpieza y desinfección.	Contaminación de agua.	Intoxicación por ingesta accidental.	Irritación por contacto directo.	Uso de químicos biodegradables Manual de capacitación para el uso de químicos.
Suministro de gas.	Contaminación del aire por fugas.	Intoxicación de personas en ambientes cerrados.	Riesgos de incendios y explosión por acumulación.	Estudios de Emisiones a la atmosfera para validar estar dentro de límites máximos permisibles por la normativa Monitoreo en tiempo real de los niveles de gas.

- **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.

Actividad productiva en fábrica y en tiendas	Efecto ambiental	Efecto en la salud de las personas	Efecto en la seguridad física de las personas	Actividades de Mitigación del Impacto
Fabrica: Recepción e expedición de artículo (no hay manipulación directa).	Desperdicio alimentario.	No aplicable.	No aplicable.	Sistema de Gestión de Seguridad Alimentaria.
Tiendas: Elaboración e entrega de los productos.	Desperdicio alimentario.	No aplicable.	No aplicable.	Sistema de Gestión de Seguridad Alimentaria.
Fabrica: Residuos de madera, cartón y plástico.	Contaminación del ambiente.	No aplicable.	No aplicable.	Contrato con empresa de reciclaje.
Tiendas: Residuos de madera, cartón y plástico.	Contaminación del ambiente.	No aplicable.	No aplicable.	Tiendas con basuras diferenciadas.

- **Procedimientos de evaluación o certificación ambiental**

Food Delivery Brands S.A. 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.

▪ **COLOMBIA**

Normatividad	Procedimiento	Evidencia de seguimiento y cumplimiento
Normas relativas a las fuentes de Agua en Fábrica	Resolución 2115 de 2007.	En la fábrica se realiza análisis Microbiológicos con una frecuencia mensual y Análisis Físicoquímico con una frecuencia anual para verificar el cumplimiento del agua potable usada en planta, lo cual se realiza con un laboratorio acreditado.
Normas relativas al aire en fábrica	Resolución 1377 de 2015.	No se realiza verificación del cumplimiento.
Normas sobre la gestión de residuos en fábrica	Resolución 2674 de 2013.	Soportes de recolección proveedor certificado.
Normas relativas a las fuentes de agua, aire y residuos en Tiendas	Resolución 2115 de 2007; Resolución 2674 de 2013.	Las tiendas realizan verificación de Cloro libre y pH con una frecuencia diaria..

▪ **ESPAÑA**

Normatividad	Procedimiento	Evidencia de seguimiento y cumplimiento
Normas relativas a las fuentes de Agua en Fábrica	Limpieza de fábrica y lavado de cajas.	Depuradora de aguas Residuales industriales. Decreto 57/2005.
Normas relativas al aire en fábrica	Calderas para generar ACS, y quemadores de hornos.	Informe de ensayo APCA MD/MAI-8101978817.
Normas sobre la gestión de residuos en fábrica	Gestor autorizado para Aceites, industriales, papel, cartón, plásticos, chatarra y madera Aceites industriales.	Ley 5/2003 de la CAM-directiva 2015/1127 UE Directiva 2015/1127.
Normas relativas a las fuentes de agua, aire y residuos en Tiendas	N/A	N/A

▪ PORTUGAL

Normatividad	Procedimiento	Evidencia de seguimiento y cumplimiento
Normas relativas a las fuentes de Agua en Fábrica.	No es aplicable, pero anualmente, lo analizamos.	Boletín de análisis (anexo).
Normas relativas al aire en fábrica	No es aplicable.	NA
Normas sobre la gestión de residuos en fábrica	Decreto-lei n.º 178/2006 - Contrato com una empresa de gestion de residuos.	Contrato e archivo de abonos.
Normas relativas a las fuentes de agua, aire y residuos en Tiendas	Agua - anualmente son realizadas análisis con un laboratorio externo acreditado; Aire - No hicimos verificación; Residuos - tenemos un contrato con SPV e siempre que hay contenedores ecológicos hicimos la separación de residuos.	Boletín de análisis (anexo).

▪ CHILE

Normatividad	Procedimiento	Evidencia de seguimiento y cumplimiento
Normas relativas a las fuentes de Agua en Fábrica	Se realiza un exhaustivo control de calidad del agua en el cual se establece el origen, distribución por lo que se debe establecer el origen, distribución y controles del suministro de agua que permiten asegurar la calidad del agua potable dentro de las instalaciones de Food Delivery Brands. El asistente de calidad es el encargado de realizar el control de cloro libre residual diariamente, para garantizar la calidad del agua y el resultado obtenido debe quedar en el registro de control de cloro residual. El jefe de control de calidad es el encargado de realizar la verificación anual de la potabilidad del agua, gestionar muestreo de calidad del agua, con laboratorio externo, además demás de revisión y actualización del procedimiento, el jefe de Mantenimiento es el responsable de realizar semanalmente el control de dureza del agua y de la verificación del correcto funcionamiento del equipo.	En base a la norma NCh409_2_Of2004 en la cual establece que se debe cumplir con todos los requisitos físicos, químicos, bacteriológicos y de desinfección establecidos, por lo que se completan los siguientes documentos en fábrica: -Registro de control de dureza. -Registro de control de cloro residual. -Registro de análisis completo bajo Norma Chilena 409.

Normas relativas al aire en fábrica	-	-
Normas sobre la gestión de residuos en fábrica	Manejo de residuos Control de producto no conforme	Se registra en: - Procedimiento de manejo de residuos - Registro producto no conforme y merma. -Certificado anual de retiros de residuos fábrica.
Normas relativas a las fuentes de agua, aire y residuos en Tiendas	Retiro de aceite de empresa externa	Declaración anual de retiro de aceite descartables (Empresa Rendering)

▪ MÉXICO

Normatividad	Procedimiento	Evidencia de seguimiento y cumplimiento
Normas relativas a las fuentes de Agua en Fábrica	Normas relativas a las fuentes de Agua en Tienda NOM 002-SEMARNAT-1996 * limpieza de colectores de grasa periódicamente y desazolve de drenajes * Muestreo de descargas de agua residuales para corroborar que los parámetros de descargas se encuentran dentro de los límites permisibles por la norma.	Ejemplo de reportes por cada servicio - Estudio de agua residual.
Normas relativas al aire en fábrica	Normas relativas a las fuentes de aire en Tienda. NOM-043-SEMARNAT-1993 *limpieza del sistema de extracción.	Nota de servicio.
Normas sobre la gestión de residuos en fábrica		

Normas relativas a las fuentes de agua, aire y residuos en Tiendas	Normas sobre la gestión de residuos en Tienda NADF-024-AMBT 2013 Implementación de contenedores para la separación de residuos orgánicos e inorgánicos.	Fotografías de contenedores para separación primaria.
--	---	---

▪ **ECUADOR**

Normatividad	Procedimiento	Evidencia de seguimiento y cumplimiento
Normas relativas a las fuentes de Agua en Fábrica	Normas NTE INEN 1108.	Análisis de agua - dentro de parámetro.
Normas relativas al aire en fábrica	n/a	n/a
Normas sobre la gestión de residuos en fábrica	n/a	n/a
Normas relativas a las fuentes de agua, aire y residuos en Tiendas	n/a	En 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.

▪ **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 72.376,41 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 432.536 euros, al año.

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

A través de la Política Medioambiental, el grupo 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.**

Food Delivery Brands S.A. no dispone de un sistema de gestión ambiental sólido común a todos los países en los que opera la compañía. Por esa razón, se hace un repaso de los sistemas presentes en cada uno de los países:

- **COLOMBIA**

No se cuenta con un sistema de gestión ambiental sólido ni en fábrica, ni en tiendas.

- **ECUADOR**

En la fábrica de Ecuador se generan masas y se realizan procesos de productos No Conformes. En tiendas se encuentra implementado un seguimiento de retiros de aceite quemado a nivel nacional con proveedores certificados.

En mayo de 2021 se unificó el proceso y se incluyó la gestión de canecas plásticas. Se cuenta también con retiro de residuos de trampa de grasa en la ciudad de Quito, con proveedor certificado.

- **CHILE**

En Chile, la fábrica no cuenta con implementación de norma ISO 14000. Sin embargo, se cuenta con el servicio de una empresa externa que realiza el retiro de los residuos, entre los que se encuentran los residuos domiciliarios, material orgánico, plásticos, papeles y

cartones. Dicha empresa externa cuenta con certificación ISO 9001, ISO 14001 y OHSAS 18001.

- **ESPAÑA**

En el Sistema de Gestión de Calidad integrado en la Fábrica de Daganzo, Madrid, se reflejan y desarrollan los protocolos establecidos en la Gestión de Residuos, junto con una formación realizada a los trabajadores en la que se incide en las buenas prácticas de gestión de residuos.

- **MÉXICO**

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 local.

- **PORTUGAL**

El país no cuenta con un sistema ambiental. Aunque cuenta con un PPR06 (que es de Gestión de residuos) y asegura el seguimiento de la Política Ambiental.

- **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.

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 Food Delivery Brands S.A., son:

- **COLOMBIA**

En la fábrica de Colombia se realiza separación en la fuente. Se clasifican los materiales 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 ambiente y soluciones para que recojan y realicen la disposición final (para compostaje). Se hace un reproceso cuando aplica, así como un sistema de almacenamiento PEPS, y la reutilización de cajas de cartón como empaque secundario.

▪ ECUADOR

En tiendas, en mayo de 2021 se unificó el proceso de gestión de aceite con Progede Oil Natura a nivel nacional. Con esto se incluyó la gestión de canecas. La gestión de aceite quemado incluye el retiro por local, el almacenamiento en Progede y la exportación del mismo a EUROPA para la generación de Biodiesel.

En tiendas de Quito se realiza el retiro de residuos de trampas de grasa con el gestor MTE, este proveedor realiza compostaje con los residuos para acondicionar suelos y mejorar cultivos, reduciendo emisiones de CO₂ y reduciendo la cantidad de agua requerida en cultivos.

En Guayaquil y locales de la costa se realiza mezcla de residuos con cal y arena, como determina la norma.

En la fábrica de Ecuador, de momento, no se realiza reciclaje.

▪ CHILE

En fábrica

- Se cuenta con basureros de desperdicios clasificados por tipo y por colores
- Se cuenta con contenedor exterior para residuos de fábrica.
- Las toallas de papel de los SSHH son de material reciclado.
- Camión de proveedor VOLTA retira los desperdicios de la fábrica.

En tiendas

- Se realiza la recolección de aceite de fritura a través de proveedor homologado Rendering.
- Se hace la recolección de cartones, pero su disposición final no se realiza con un proveedor autorizado, excepto tiendas mall que tienen un manejo propio y cuenta con área de reciclaje.
- Las toallas de papel de los SSHH son de material reciclado.
- Cambio de bolsas plásticas para servicios de delivery son 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 área específica para almacenamiento de cartón generado por empaques con la finalidad de evitar que se contaminen con otros residuos.

- **PORTUGAL**

Portugal no cuenta con fábrica, pero tienen un centro de distribución que cuenta con un sistema de Seguridad Alimentaria con una gestión de stocks.

Promueven el FEFO (First expire, first out), disminuyendo riesgos de caducidad. En el momento de que se necesita desechar artículos alimentarios no conformes se realiza con una empresa de gestión de residuos.

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

Residuos peligrosos:

En toneladas

País	Cantidad generada	Cantidad total de residuos reciclados	Cantidad total de residuos valorizados	Cantidad total de residuos reutilizados	Cantidad total de residuos eliminados en vertedero	Método utilizado para el tratamiento, recuperación y eliminación	Evidencia que anexa para soportar el método utilizado de tratamiento
Colombia	0,34	0,34				No aplica	Empresa de disposición de residuos.
Ecuador	-						
Chile	97	97				Almacenamiento en bidones, transporte a plantas de tratamiento de refinería	Certificado de destrucción por mes.
España	1.374,050	1.374,050					
México							
Portugal	0,021	0,021					
Total	1.471,38	1.471,38	-	-	-		

Para el caso de Ecuador, no se reportan residuos peligrosos porque los residuos generados en la fábrica son desechos de masa que son considerados como organicos.

La operación de México no reportará generación de residuos peligrosos en su operación de almacenamiento y distribución. Para el año 2022 y con la entrada en funcionamiento de la Fábrica en Querétaro, se debe hacer medición y reporte de este tipo de residuos.

Residuos no peligrosos:

En toneladas

País	Cantidad generada	Cantidad total de residuos reciclados	Cantidad total de residuos valorizados	Cantidad total de residuos reutilizados	Cantidad total de residuos eliminados en vertedero	Método utilizado para el tratamiento, recuperación y eliminación	Evidencia que anexa para soportar el método utilizado de tratamiento
Colombia	7,04	3,85	3,19			No aplica	Empresa de disposición de residuos.
Ecuador	34,97		22,85	6,25	5,87		
Chile	1.249,51				1.249,51	Los residuos son dispuesta en KDM planta de transferencia	Certificado de destrucción
España	1.172,01	246,51	861,90	63,60	-	Gestor Autorizado	albaranes/facturas
México	745,00		-	-	745,00	Disposición en destino final autorizado	Reportes de recolección
Portugal	0,84	0,84					
Total	3.209,37	251,21	887,94	69,85	2.000,38		

■ 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:

■ COLOMBIA

- Control de seguimiento de fechas de vencimiento de alimentos
- Promociones de alimentos con ingredientes antes de su fecha de expiración

■ ECUADOR

- Seguimiento de ventas y productos más pedidos
- Requisitos a locales de consumo
- Retraalimentación de información
- Proyección de producción de masas

■ CHILE

- En fábrica se realizan controles de diámetro, peso y temperatura de equipos para asegurar la mejor calidad de los alimentos
- En tienda se implementa una tabla de caducidades y el registro de recepción de materias primas

- **ESPAÑA**
 - Se entrega el subproducto de fabricación de masas a terceros (para fabricación de pienso animal, por ejemplo)
 - Se optimizan procesos de la planta de depuración
- **MÉXICO**
 - Se realiza conteo semanal de producto ocupado vs. Transacciones (uso ideal)
 - Se realiza un control de inventarios para minimizar la merma del producto

5. Uso sostenible de los recursos

Los reportes de consumos de energía de Portugal y Mexico corresponden a las mediciones de los consumos en su Centros de Distribución.

Los reportes de consumos de energía de España, Colombia, Chile y Ecuador corresponden a consumos de fábricas, puesto que son en estos países en donde están estas unidades de producción y almacenamiento.

- **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	Consumo de TOTAL DE Materias Primas en Toneladas en el 2021
Colombia	1.326,00
Ecuador	1.479,26
Chile	7.123
España	32.892
Portugal	6.014
México	16.240
Total	65.074,44

Listado de materias primas: Harina / Dairy Topping / Dairy / Cárnicos / Vegetales / Aceite.

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

País	Materias Primas utilizadas en FABRICA y TIENDAS con origen en Material Reciclado	Consumo TOTAL DE Materias Primas en Toneladas en el 2021	% de Material reciclado	Total Material Reciclado en Toneladas
Colombia	Cajas	250	100%	250
Ecuador	Cajas	113	40%	45
Chile	Cajas	1.224	100%	1.224
España	Cajas	3.822	100%	3.822
Portugal	Cajas	609	100%	609
México	Empaques	4.492	99,5%	4.470
Total		10.510	99%	10.420

- **Consumo energético (GRI 302-1)**

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

Durante 2021 se han establecido algunas medidas para mejorar la eficiencia energética, en determinados países, estas son:

Ecuador: Adquisición de hornos y freidoras con sistema ahorro de energía.

México: Monitoreo remoto en tiempo real para el control de cargas y detección de fugas de gas LP y sistema de automatización para el control de encendido de AA, iluminación y eextracción e inyección.

A continuación, se desglosa el consumo energético:

i. Combustibles utilizados en fuentes estacionarias y móviles

Recurso energético	Consumo energético (MWh)						Total
	Colombia	España	Chile	Ecuador	México	Portugal	
Gas Natural	3,545	1899,729	0	0	883	606,44	3.392,714
Diesel	-	11,88	0	0		570,16	582,040
Gasolina	-	0	0	0	1490	1769,78	3.259,780
[.. Otros combustibles: GLP, Queroseno, Carbón, Propano, etc]	71,616	0	0	9.540	7256	0	16.867,616
Total	75,161	1.911,609	-	9.540,000	9.629,000	2.946,380	24.102,150

ii. Consumo de electricidad procedente de fuentes no renovables

Tipo de fuente no renovable	Consumo energético (MWh)						Total
	Colombia	España	Chile	Ecuador	Mexico	Portugal	
Electricidad	618,670	7.194,51	1.112,43	939,40	10879,03	697,37	21.441,415

o **Uso de energías renovables**

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

Actualmente Tasty Bidco no dispone de contratos de suministro de energía renovable, sin embargo Tasty Bidco si trabaja con proveedores que disponen de un mix energético con un porcentaje de energía renovable del 23,9% para España y del 34% para Portugal.

- **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 (y/o centros de distribución):

Tipo de fuente de agua	COLOMBIA		ESPAÑA		CHILE		ECUADOR		MÉXICO		PORTUGAL	
	A)	B)	A)	B)	A)	B)	A)	B)	A)	B)	A)	B)
Agua de red	1080	0	44853,52	100%	3.180,00	0	1595	0%	94537	3%	354	0%
Agua subterránea	0											
Otros (indicar)	0											

A: Consumo por fuente (m3) en Fábrica

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

Todos los países utilizan agua de red en fábrica, el total de consumo para 2021 es de 145599,52 m3 de agua, de los cuales el consumo de zonas de estrés hídrico es del 100% en el caso de España y 3% en México.

En el caso de Colombia, Portugal, Ecuador 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 de las emisiones de gases de efecto invernadero y los medios implementados para tal fin, son:

- **ESPAÑA**

Meta	Medios / acciones para alcanzar la meta
Reducir la huella de CO2 un 25 %	Instalar planta fotovoltaica
Renovar calderas de fábrica con recuperación de calor	Se realiza el proceso de solicitud para la aprobación del plan de inversiones a la Dirección de la Compañía, justificando la importancia de la renovación de equipos, eficiencia de producción y ahorros.
Programar doble consigna en cámaras de tª negativa	

Uso de luminarias led en trampas de insectos en las Tiendas. Ahorro energético del 65%	Solicitud a empresa proveedora en Control de Plagas
Eliminación de utensilios de un solo uso de material plástico en establecimientos	Sustitución por elementos de madera

- **MÉXICO**

Meta	Medios / acciones para alcanzar la meta
Ahorro de energía del 2% vs año anterior	Estrategias de encendido y apagado de compresores de aire acondicionado por ocupación
Corrección de factor de potencia	Implementación de banco de capacitores para estar por arriba de 0.9 f.d.p.

- **CHILE**

No se cuenta con metas establecidas para tal fin.

- **ECUADOR**

Meta	Medios / acciones para alcanzar la meta
Eliminar envases de Styrofoam- Plato Compartido	Reemplazo por otro envase

- **COLOMBIA**

No se cuenta con metas establecidas para tal fin.

- **PORTUGAL**

Meta	Medios / acciones para alcanzar la meta
Hay una nueva legislación que los obliga a eliminar envases de plástico en los artículos que se envían al cliente (que son envasados en tienda).	N/A

- **Medidas para adaptarse al cambio climático**

Food Delivery Brands S.A. 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. (GRI 305-1; GRI 305-2)**

Componente	Total de Emisiones de GEI (tCO₂eq)
Alcance 1	
Gas natural	688,6
Diésel	146,5
Gasolina	929,9
GLP	3.884,8
Alcance 2: electricidad	
Electricidad	4.552,7
Total de emisiones	10.202,4

*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 Food Delivery Brands S.A. 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.

En 2021 se firmó un acuerdo para el consumo de huevos procedentes de gallinas libres, alimentadas de manera natural, a través de nuestro aliado Yum!Brands.

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

Food Delivery Brands S.A. 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 Food Delivery Brands S.A. 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 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.

En 2021 se lanzó una nueva Política Interna, la Política Global de Igualdad, Diversidad, Inclusión y Respeto. Ésta fue compartida con todos los empleados a nivel global y en ella se establece que el grupo se compromete a combatir y rechazar cualquier indicio de discriminación y que promueve un entorno laboral favorable que facilite y potencia la igualdad de oportunidades y el respeto.

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 Food Delivery Brands S.A. tiene identificados en 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 el grupo.

Dentro de los riesgos que afectan a la organización en materia laboral, Food Delivery Brands S.A. vela por cumplir la legislación vigente en cada país en el que desarrolla su actividad, poniendo como prioridad los Derechos Humanos y asegurando las medidas necesarias para desempeñar su actividad a través de situaciones dignas de empleo y según lo que indica la ley.

Los empleados de Food Delivery Brands S.A. cuentan con todas las prestaciones exigidas por la ley. Además, la compañía prioriza un sistema de contratación directo, ofreciendo a sus personas una estabilidad laboral.

2. Políticas y compromisos

El grupo cuenta con el Código Ético, el cual indica el comportamiento esperado de todas las personas que conforman la compañía. Dicho documento incluye un apartado sobre los compromisos que tiene el grupo y quienes lo conforman dentro del entorno laboral.

Esto incluye el compromiso de asegurar la diversidad, la inclusión y el respeto; la protección de la información personal; las medidas necesarias para asegurar los más altos niveles de seguridad en el trabajo; entre otros factores importantes para el bienestar del personal.

Estas normativas 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 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, Food Delivery Brands S.A. 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)

Food Delivery Brands S.A. cuenta con 9.704 empleados, contratados de manera directa, a la fecha del 31 de diciembre de 2021.

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

	Número total de empleados
Chile	2.607
Colombia	467
Ecuador	976
España	2.238
México	2.079
Portugal	1.337
Total	9.704

- **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)**

Calsificación profesional de los empleados:

- * Directores: aquellas personas con rango de director o superior.
- * Personal de tiendas: Todas aquellas personas que trabajen en la tienda.
- * Otros: en esta categoría se incluirán todas las personas que trabajen en oficinas y fábrica, o que no estén incluidas en las dos categorías anteriores.

Los números totales de empleados a 31 de diciembre de 2021 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									
Chile	0	6	1	7		1		1	8
Colombia	2	7		9	3	5	0	8	17
Ecuador	0	3	1	4	0	1	0	1	5
España	0	11	5	16	0	4	1	5	21
México	0	5	2	7	0	0	0	0	7
Portugal		2		2		1		1	3
Total Directores	2	34	9	45	3	12	1	16	61
2. Personal de tienda									
Chile	983	93	26	1102	1136	108	34	1278	2380
Colombia	173	80	25	278	87	27	14	128	406
Ecuador	479	83	30	592	228	48	7	283	875
España	769	198	40	1007	562	184	50	796	1803
México	1190	113	19	1322	587	53	17	657	1979
Portugal	625	206	52	883	300	64	7	371	1254
Total personal tienda	4219	773	192	5184	2900	484	129	3513	8697
3. Otros									
Chile	74	32	4	110	74	31	4	109	219
Colombia	12	10	3	25	8	9	2	19	44
Ecuador	31	7	7	45	38	9	4	51	96
España	33	120	40	193	32	152	37	221	414
México	24	28	3	55	17	21	0	38	93
Portugal	19	16	2	37	23	16	4	43	80
Total otros	193	213	59	465	192	238	51	481	946
Total general	4414	1020	260	5694	3095	734	181	4010	9704

El número de personas, al 31 de diciembre de 2021, y su distribución por género, rango de edad, clasificación profesional y tipo de contrato laboral, es el siguiente:

* 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 2022.

Contratos a término indefinido:

Modalidades de contrato	Indefinidos						Total Indefinidos
	Hombre			Mujer			
	1º[<35]	2º[35-50]	3º[>=50]	1º[<35]	2º[35-50]	3º[>=50]	
1. Directores							
Chile		6	1		1		8
Colombia	2	7	0	3	5	0	17
Ecuador		3	1	0	1	0	5
España		11	5		4	1	21
México		5	2				7
Portugal		2			1		3
Total Directores	2	34	9	3	12	1	61
2. Personal de tienda							
Chile	736	87	25	873	101	33	1855
Colombia	173	80	25	87	27	14	406
Ecuador	479	83	30	228	48	7	875
España	761	198	40	549	183	50	1781
México	1190	113	19	587	53	17	1979
Portugal	625	206	52	300	64	7	1254
Total Tienda	3964	767	191	2624	476	128	8150
3. Otros							
Chile	65	30	3	65	31	4	198
Colombia	12	10	3	8	9	2	44
Ecuador	31	7	7	38	9	4	96
España	33	120	40	30	149	36	408
México	24	28	3	17	21	0	93
Portugal	14	16	2	17	14	4	67
Total Otros	179	211	58	175	233	50	906
Total general	4145	1012	258	2802	721	179	9117

Contratos temporales:

Modalidades de contrato	Temporales						Total Temporales
	Hombre			Mujer			
	1º[<35]	2º[35-50]	3º[>=50]	1º[<35]	2º[35-50]	3º[>=50]	
1. Directores							
Chile							
Colombia							
Ecuador							
España							
Mexico							
Portugal							
Total Directores	0	0	0	0	0	0	0
2. Personal de tienda							
Chile	247	6	1	263	7	1	525
Colombia							
Ecuador							
España	8	0	0	13	1	0	22
Mexico							
Portugal							
Total Tienda	255	6	1	276	8	1	547
3. Otros							
Chile	9	2	1	9			21
Colombia							
Ecuador							
España	0	0	0	2	3	1	6
Mexico							
Portugal	5			6	2		13
Total Otros	14	2	1	17	5	1	40
Total general	269	8	2	293	13	2	587

El número de despidos, al 31 de diciembre de 2021, por sexo, edad y clasificación profesional, es el siguiente:

DESPIDOS Categoría	< 35 años		de 35 a 50 años		Mayores 50 años		Total
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	
1. Directores							
Chile	0	0	2	0	0	0	2
Colombia	0	0	0	0	0	0	0
Ecuador	0	0	0	0	0	0	0
España	0	0	2	1	3	0	6
Mexico	0	0	0	0	0	0	0
Portugal	0	0	0	0	0	0	0
Total	0	0	4	1	3	0	8
2. Personal de tienda							
Chile	743	696	42	41	4	8	1534
Colombia	2			9			11
Ecuador	0	0	0	0	0	0	0
España	31	15	10	11	1	3	71
Mexico	256	63	25	8	1	0	353
Portugal	0	0	0	0	0	0	0
Total	1032	774	77	69	6	11	1969
3. Otros							
Chile	18	24	5	8	0	1	56
Colombia	1	0	0	1	0	0	2
Ecuador	0	0	0	0	0	0	0
España	3	5	1	4	1	0	14
Mexico	0	1	0	0	0	0	1
Portugal	0	0	0	0	0	0	0
Total	22	30	6	13	1	1	73
Total general	1054	804	87	83	10	12	2050

El año 2021 fue atípico en temas de gestión de personal, debido a la crisis sanitaria y económica ocasionada por el Covid-19, la cual comenzó en 2020 y se ha mantenido hasta ahora. Lamentablemente, no todos los países donde opera el grupo recibieron apoyos gubernamentales en temas de empleo y, sin embargo, el objetivo de Food Delivery Brands S.A. 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 2021, son los siguientes:

		Distribución por ERTEs por sexo y clasificación profesional					
Modalidades contrato trabajo		Mujeres	Hombres	Directores	Personal tienda	Otros	Total
Fin de año fiscal	Indefinido	0	0	0	0	0	0
	Indefinido parcial	0	0	0	0	0	0
	Temporal	0	0	0	0	0	0
	Temporal parcial	0	0	0	0	0	0
	TOTALES	0	0	0	0	0	0
Promedio Anual	Indefinido	0,33	0,33	0	2,25	0	0
	Indefinido parcial	1,92	1,00	0	1,33	0	0
	Temporal	0	0	0	0	0	0
	Temporal parcial	0	0	0	0	0	0
	TOTALES	2,25	1,33	0,00	3,58	0,00	0

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

Segmentada por país:

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

Remuneración media	CHILE			COLOMBIA			ECUADOR		
	Importe 31.12.2020	Importe 31.12.2021	Variación en el periodo %	Importe 31.12.2020	Importe 31.12.2021	Variación en el periodo %	Importe 31.12.2020	Importe 31.12.2021	Variación en el periodo %
Mujeres	3.189	3.240	2%	7.863	6.799	-16%	4.240	4.432	4%
Hombres	3.710	4.309	14%	6.878	5.455	-26%	4.048	3.965	-2%
Totales	6.899	7.549	9%	14.741	12.254	-20%	8.288	8.397	1%

Remuneración media	ESPAÑA			MEXICO			PORTUGAL		
	Importe 31.12.2020	Importe 31.12.2021	Variación en el periodo %	Importe 31.12.2020	Importe 31.12.2021	Variación en el periodo %	Importe 31.12.2020	Importe 31.12.2021	Variación en el periodo %
Mujeres	16.316	17.017	4%	3.219	3.589	10%	9.912	10.546	6%
Hombres	16.887	17.094	1%	3.303	3.766	12%	10.377	11.123	7%
Totales	33.203	34.110	3%	6.522	7.355	11%	20.289	21.669	6%

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

Remuneración media	CHILE			COLOMBIA			ECUADOR		
	Importe 31.12.2020	Importe 31.12.2021	Variación en el periodo %	Importe 31.12.2020	Importe 31.12.2021	Variación en el periodo %	Importe 31.12.2020	Importe 31.12.2021	Variación en el periodo %
Directores	52.768	86.270	39%	42.318	47.069	10%	39.625	36.105	-10%
Personal Tienda	2.949	2.989	1%	4.246	3.499	-21%	3.623	3.738	3%
Otros	12.006	10.476	-15%	9.347	6.776	-38%	5.230	5.718	9%
Totales	67.722	99.734	32%	55.911	57.343	2%	48.478	45.561	-6%

Remuneración media	ESPAÑA			MEXICO			PORTUGAL		
	Importe 31.12.2020	Importe 31.12.2021	Variación en el periodo %	Importe 31.12.2020	Importe 31.12.2021	Variación en el periodo %	Importe 31.12.2020	Importe 31.12.2021	Variación en el periodo %
Directores	159.185	122.714	-30%	102.277	106.420	4%	71.418	70.744	-1%
Personal Tienda	13.889	14.131	2%	2.520	2.710	7%	9.593	10.216	6%
Otros	23.824	24.448	3%	15.362	17.185	11%	15.610	16.076	3%
Totales	196.898	161.294	-22%	120.159	126.316	5%	96.621	97.036	0%

La remuneración media, en euros, desagregada por rangos de edad es la siguiente:

Remuneración media	CHILE			COLOMBIA			ECUADOR		
	Importe 31.12.2020	Importe 31.12.2021	Variación en el periodo %	Importe 31.12.2020	Importe 31.12.2021	Variación en el periodo %	Importe 31.12.2020	Importe 31.12.2021	Variación en el periodo %
1º<35]	2.614	2.876	9%	4.039	4.478	10%	3.015	3.192	6%
2º[35-50]	8.214	10.328	20%	8.010	8.427	5%	5.687	5.313	-7%
3º[>=50]	7.734	6.701	-15%	8.129	8.178	1%	6.729	5.696	-18%
Total general	18.563	19.906	7%	20.178	21.083	4%	15.432	14.200	-9%

Remuneración media	ESPAÑA			MEXICO			PORTUGAL		
	Importe 31.12.2020	Importe 31.12.2021	Variación en el periodo %	Importe 31.12.2020	Importe 31.12.2021	Variación en el periodo %	Importe 31.12.2020	Importe 31.12.2021	Variación en el periodo %
1º<35]	14.013	14.409	3%	2.625	2.889	9%	9.199	9.832	6%
2º[35-50]	20.955	21.170	1%	7.078	9.571	26%	12.458	12.982	4%
3º[>=50]	25.070	22.541	-11%	5.244	9.132	43%	12.256	12.748	4%
Total general	60.039	58.120	-3%	14.947	21.592	31%	33.913	35.562	5%

Consolidado del grupo:

Consolidado Grupo - Remuneración media por sexo			
Remuneración media	Importe 31.12.2020	Importe 31.12.2021	Variación en el periodo %
Mujeres	44.740,29	45.622,28	2%
Hombres	45.202,21	45.711,09	1%
Totales	89.942,50	91.333,37	2%

Consolidado Grupo - Remuneración media por clasificación profesional			
Remuneración media	Importe 31.12.2020	Importe 31.12.2021	Variación en el periodo %
Directores	467.590,98	469.322,10	0%
Personal Tienda	36.819,31	37.282,74	1%
Otros	81.379,63	80.679,70	-1%
Totales	585.789,91	587.284,54	0%

Consolidado Grupo - Remuneración media por rango de edad			
Remuneración media	Importe 31.12.2020	Importe 31.12.2021	Variación en el periodo %
1º<35]	35.506,51	37.675,65	6%
2º[35-50]	62.402,39	67.791,38	8%
3º[>=50]	65.163,29	64.996,44	0%
Total general	163.072,18	170.463,47	4%

- **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	4,47%	12,93%	0,00%	-13%	Sin Cálculo	0,00%
Personal Tienda	24,34%	53,73%	-17,00%	0%	0,00%	3,84%
Otros	25,92%	-51,13%	-1,30%	-1%	14,9%	-15,68%

* 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)**

Debido a que solo hay dos mujeres dentro del Executive Leadership Team (Comité de Dirección del grupo), con el fin de no irrumpir la confidencialidad de los niveles de remuneración, no se puede hacer un desglose de remuneración media del género femenino.

La remuneración media de los hombres del Executive Leadership Team es de 328.333,33 euros al año.

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

Desde hace varios años, Food Delivery Brands S.A. promueve la flexibilidad y la conciliación entre la vida personal y profesional de sus empleados. Desde antes de la crisis originada por la Covid-19, la compañía en España 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, para empleados de oficinas. En 2021, gracias a los avances en materia de prevención de contagios y a la implementación de la vacunación, la compañía ofrece un modelo híbrido, en el que los empleados de oficinas asisten a ésta normalmente dos días a la semana, por turnos establecidos según las áreas a las cuales pertenecen.

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 96 empleados con discapacidad. De los cuales, 34 son mujeres y 62 son hombres.

A continuación, el desglose:

	Chile		Colombia		Ecuador		España		Mexico		Portugal	
Sexo	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
N° de personas	1	8	0	0	11	27	22	26	0	0	0	1
Total	9		0		38		48		0		1	

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 48 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. Respecto a las horas extras, éstas son autorizadas por el Jefe de Local o el Gerente de Local. Existe flexibilidad en la jornada laboral, cuando el trabajador debe realizar algún trámite y lo notifica con anterioridad, para asegurarse de que su turno es cubierto por un compañero.

- **COLOMBIA**

Las horas de entrada y salida de los trabajadores, son las siguientes:

Personal administrativo:

- Lunes a viernes: mañana 7:30 a.m a 12:00 m.

Hora de almuerzo de 12:00 m a 1:00 p.m.

Tarde: de 1:00 p.m. a 6:00 p.m.

Los trabajadores tienen periodos de descanso de diez minutos en cada turno de 10:00 a.m a 10:10 a.m y de 3:00p.m a 3:10 p.m horas.

Personal operativo: planta de producción

— Línea de Producción

Lunes a viernes: Mañana: 7:00 a.m. a 1:00 p.m.

Hora de almuerzo de 1:00 p.m. a 2:00 p.m.

Tarde: de 2:00 p.m. a 5:30 p.m.

— Línea de Logística

Lunes a viernes: Mañana 8:00 a.m. a 1:00 p.m.

Hora de almuerzo de 1:00 p.m. a 2:00 p.m.

Tarde: de 2:00 p.m. a 5:00p.m.

Sábados: Mañana 8:00 a.m. a 11:00 am.

Personal operativo: puntos de venta por turnos rotativos

— De lunes a sábado con un periodo de descanso (almuerzo o comida) de una hora entre sección y sección y periodos de descanso de diez minutos en cada turno.

— Primer Turno: 11:00 a.m. a 3:00 p.m. 3:00 p.m. a 4:00 pm hora de almuerzo 5:00 p.m. a 8:00 p.m.

— Segundo Turno: 12:00 p.m. a 4:00 pm. 4:00 pm. a 5:00 pm hora de almuerzo 5:00 p.m. a 9:00 p.m.

— Tercer Turno: 8:00 a.m. a 12:00 m. 12.00 pm. a 1:00 pm hora de almuerzo 1:00 p.m. a 5:00 p.m.

— Cuarto Turno: 8:00 p.m. a 12:00 a.m. 12.00 am. a 1:00 am hora de cena 2:00 a.m. a 5:00 a.m.

Personal puntos de venta: jornada flexible de turnos por horas

El personal contratado por horas y aquellos trabajadores que ejecuten sus labores en jornadas flexibles, lo harán de lunes a sábado, en turnos flexibles, que no serán inferiores a cuatro (4) horas diarias ni superiores a diez (10) horas diarias; con un periodo de descanso (almuerzo o comida) de una hora entre sección y sección y periodos de descanso de diez minutos en cada jornada, dentro de alguna de las siguientes jornadas flexibles:

- Primer Turno: 11:00 a.m. a 3:00 p.m. 3:00 p.m. a 4:00 pm hora de almuerzo 5:00 p.m. a 8:00 p.m.
- Segundo Turno: 12:00 p.m. a 4:00 pm. 4.00 pm. a 5:00 pm hora de almuerzo 5:00 p.m. a 9:00 p.m.
- Tercer Turno: 8:00 a.m. a 12:00 m. 12.00 pm. a 1:00 pm hora de almuerzo 1:00 p.m. a 5:00 p.m.
- Cuarto Turno: 8:00 p.m. a 12:00 a.m. 12.00 am. a 1:00 am hora de cena 2:00 a.m. a 5:00 a.m.

Los cargos de tienda (Subadministradores, asistentes de restaurante, Líder de turno, auxiliares, miembros de equipo y domiciliarios), personal de área financiera (auxiliares y analistas) y, operarios de fábrica tienen permiso para trabajar horas extras, contadas después de 8 hrs diarias de trabajo y máximo hasta 2 hrs extras diarias.

▪ ECUADOR

En el país se cuenta con dos jornadas de trabajo:

- Tiempo completo: 8 horas diarias (40hrs. Semanales) y medio tiempo 4 horas diarias (20hrs. Semanales).

Cabe mencionar que la jornada de medio tiempo también se divide en jornadas de trabajo semanales de 12, 16, 28 horas. Los turnos de trabajo para todos son rotativos, es decir se trabaja 5 días y libran 2 días cada semana incluyendo los fines de semana y fechas festivas. Dentro de estos turnos el personal es asignado para cumplir jornadas de trabajo en las mañanas (aperturas abre el local), trabajo en las tardes (apoyo al medio día y tardes) y trabajo en las noches (cierres del local).

Cada trabajador conoce con anticipación el horario de trabajo de la semana, estos horarios son elaborados y publicados por el Gerente de local en un área visible para que el trabajador tenga acceso. Las asistencias al trabajo son registradas con la respectiva firma del trabajador en los libros llamados "Registros de Asistencia", en donde registra con su firma la hora de entrada y la hora de salida de su jornada laboral cada día.

Si algún trabajador con autorización del Gerente de Local tuviera que realizar horas extra debe dejar sentado el registr. De igual manera firmando en el mismo libro para que exista constancia. Los extras se permiten siempre con autorización del Jefe inmediato.

Al momento de contratar, los turnos de trabajo son mencionados al candidato recalándole que estos serán rotativos (firman constancia de lo expuesto) pero asignados con anticipación por el Gerente de 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) en vista de que un trabajador de medio tiempo por lo general es un estudiante

o personas que tienen otros empleos se organiza con esta guía (requerimiento) cuál es el turno que se asignará antes de ingresar a la empresa.

Se notifica al local sobre el ingreso del nuevo trabajador indicando a que turno fue asignado (apertura, medio día, cierre) para que la tienda organice los horarios que deberá cumplir el nuevo trabajador, para el caso de los trabajadores de jornada completa deben tener la disponibilidad para rotar en cualquier turno a la semana que de igual manera es notificado antes de ingresar a la empresa. Los horarios de trabajo se encuentran debidamente registrados y legalizados por la entidad de control en este país Ministerio de Trabajo.

Oficinas: Horarios fijos, de Lunes a Viernes de 9:00h a 18:00h.

Tiendas: Horarios fijos de Lunes a Domingo, con dos días libres a la semana.

- Equipo Gerencial: 08:00 – 17:00 / 14:00 a 22:00 / 16:00 a 24:00
- Personal Base Tiempo Completo: 11:00 a 19:00 / 14:00 a 18:00 / 16:00 a 24:00
- Personal base de medio tiempo: 8:00 a 12:00 / 11:00 a 15:00 / 12:00 a 16:00 / 16:00 a 20:00 / 18:00 a 22:00 / 19:00 a 23:00 / 20:00 a 24:00.

▪ ESPAÑA

Las empresas que componen el Grupo Food Delivery Brands S.A. en España se encuentran dentro del ámbito funcional del convenio de Elaboradores de productos cocinados para su venta a domicilio. Este convenio colectivo es sectorial de nivel nacional, en el que las empresas están representadas en la mesa negociadora por la asociación Prodelivery.

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

▪ MÉXICO

- Empleados de Oficina

La jornada de trabajo del empleado será de hasta de un máximo de cuarenta y ocho (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.

- Empleados de Tienda

La jornada de trabajo del Empleado será de al menos (36) treinta y seis horas a la semana, estando facultado a laborar más horas, sin exceder las cuarenta y ocho (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.

- Tiempo Extra

Queda prohibido al Empleado trabajar tiempo extra, si no es con consentimiento previo y de acuerdo con instrucciones giradas por su jefe inmediato, la Empresa o por quien ésta designe. Cuando por cualquier circunstancia el Empleado deba trabajar más horas de las señaladas en la Cláusula 4 como jornada de trabajo, éste recabará previamente de la Empresa las instrucciones y consentimiento por escrito a que se refiere esta Cláusula; de lo contrario, ninguna cantidad será pagada al Empleado por el tiempo que trabaje en exceso a la jornada de trabajo.

▪ PORTUGAL

En las tiendas se establecen horarios semanales. El horario es administrado por el equipo de gerencia de acuerdo con los horarios de tiempo parcial del equipo base y tiempo completo de la gerencia, y también son rotativos. Las horas extra del equipo base se pagan como 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 Food Delivery Brands S.A. 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 2021, se establecieron modelos híbridos de trabajo para el personal de oficinas. Así, se ha organizado la asistencia presencial por turnos, dependiendo de los departamentos y de las necesidades puntuales de cada equipo de trabajo.

Los equipos de tienda sí asisten de manera presencial, así como en fábrica.

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)	M	H	TOTAL
Accidentes laboral con baja	136	391	527
Accidentes laboral sin baja	121	363	484
Accidentes "in itinere"			
Durante el trayecto de casa al trabajo y trabajo a casa o dentro del propio trabajo.	60	80	140
Fatalidades	-	1	1
Enfermedades profesionales	26	25	51
Nº bajas por COVID acumuladas en el 2021	779	1.113	1.892
Días perdidos	M	H	TOTAL
Otros conceptos - Maternidad y Paternidad	16.108	16.940	33.048
Otros conceptos: Huelga	-	-	-
Horas Perdidas	M	H	TOTAL
Horas perdidas por accidente laboral	19.211	65.058	84.270
Horas perdidas por enfermedad profesional	1.607	788	2.395
Horas perdidas por COVID	54.026	68.265	122.290
Horas perdidas por enfermedad común	168.982	199.480	368.463
Otros conceptos: Maternidad / Paternidad	25.982	7.122	33.103
Otros conceptos: Huelga	-	-	-
Absentismo	M	H	TOTAL
Horas de absentismo totales	243.826	333.591	577.417
Tasa de absentismo (porcentaje)	1%	1%	0,5%
Horas trabajadas	M	H	TOTAL
Horas extra totales	72.886	179.989	252.875
Horas Trabajadas totales	48.138.176	63.316.536	111.454.712
Datos de plantilla genéricos	M	H	TOTAL
Plantilla media	3.972	5.217	9.189
Horas teóricas por empleado	12.164	12.165	24.329

4. Salud y seguridad

Food Delivery Brands S.A. 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 nueva Política Global de Seguridad y Salud, que se enfoca en los siguientes compromisos:

- Establecer y mantener un programa preventivo de gestión y mejora continua en nuestras tiendas, fábricas y servicios centrales.
- Proporcionar los recursos adecuados para poner en práctica dicho programa preventivo.
- Llevar a cabo auditorías y evaluaciones periódicas de nuestro Sistema de Gestión de Seguridad y Salud para garantizar su eficacia y la mejora continua, superando los mínimos exigidos en la legislación vigente.
- Reducir las situaciones de riesgo para la salud laboral, así como los incidentes y/o accidentes en el lugar de trabajo.
- Garantizar que todos los empleados reciben la formación e información adecuada y que son competentes en las tareas que realizan.
- Garantizar la consulta y participación de los trabajadores en las decisiones que afecten sus condiciones de trabajo.
- Demandar, tanto a clientes como a subcontratistas, el cumplimiento de la legislación en materia preventiva.
- Proporcionar el marco para establecer objetivos y metas, así como para la revisión de éstas y de la propia política, con el fin de mantener su eficacia y adaptarse al entorno técnico, legal y social existente.
- Revisar y mejorar periódicamente el contenido de la Política de Seguridad y Salud e intervenir en su aplicación.

Como cumplimiento del compromiso de nuestra Política de Seguridad y Salud, en el año 2021 la empresa SGS está realizando una Auditoría legal de Prevención de Riesgos Laborales (PRL) que finalizará en el año siguiente.

La auditoría PRL es un instrumento de gestión que persigue reflejar la imagen fiel del sistema de prevención de riesgos laborales de la compañía, valorando su eficacia y

detectando las debilidades que puedan dar lugar a desviaciones de la normativa vigente para permitir la adopción de decisiones dirigidas a su perfeccionamiento y mejora. El ámbito de la auditoría es de todos los centros propios del Grupo: tiendas, fábrica y servicios centrales.

La digitalización es una prioridad en el Grupo, por ello se ha continuado apostando por incorporar la misma en la gestión de prevención de riesgos. Este año se han creado nuevos contenidos formativos para la Plataforma online: “Teletrabajo Sano y Eficaz” y “Curso de 30 horas” para la capacitación de funciones a nivel básico en prevención de riesgos laborales. Otro ejemplo de digitalización es la gestión de la vigilancia de la salud, la auto-citación en las pruebas de salud, los reconocimientos médicos, etc.

Los empleados de Servicios Centrales y tiendas pueden gestionar sus citas mediante códigos QR. Con esta aplicación el empleado puede realizar su auto-citación para gestionar su reconocimiento médico, cambiar de fecha y obtener los resultados.

Por su parte, en España, se han actualizado 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 nueva Guía publicada por el Servicio Español de Ginecología y Obstetricia en abril 2021.

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 RRHH, 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 estos mensualmente, así como su evolución anual. Los indicadores se muestran por Fábricas, Tiendas y Oficinas.

El Grupo Food Delivery Brands S.A. ha planificado y evaluado el riesgo de la organización frente a la pandemia originada por el Covid- 19, para comprender los riesgos específicos para los trabajadores y otras personas que pueden verse afectadas por las actividades de la organización (empleados, visitantes, clientes, usuarios del servicio, el público en general), ha considerado:

- a) Que la pandemia actual puede afectar la capacidad de las personas para trabajar de manera segura
- b) Cómo se deberían cambiar sus operaciones para abordar el mayor riesgo para la salud, la seguridad y el bienestar relacionados con el trabajo.

Antes de evaluar los riesgos relacionados con COVID-19, El Grupo Food Delivery Brands S.A. ha considerado los problemas externos e internos específicos que pueden afectar la salud y la seguridad de los trabajadores y cómo estos problemas se ven afectados por la pandemia. La organización ha tenido en cuenta estas cuestiones al evaluar el riesgo y planificar el inicio, la reanudación o la modificación de operaciones, y asegurarse de que los riesgos se evalúen de forma continua

Para ayudar a la gestión eficaz de los riesgos derivados de COVID-19 relacionados con el trabajo, la organización ha decidido elaborar diferentes protocolos en los cuales es de vital importancia el liderazgo y la participación de los trabajadores. Estos protocolos demuestran el compromiso con la responsabilidad colectiva y las prácticas laborales. Estos protocolos han sido elaborados por las áreas de Calidad, Prevención y Comunicación.

La organización ha utilizado un enfoque sistemático para monitorear y evaluar:

- a) La eficacia con la que las medidas y controles de seguridad protegen a los trabajadores;
- b) Cómo se está haciendo el trabajo; se chequea por parte de los Consultores un cuestionario sobre la aplicación de los protocolos COVID
- c) Cumplimiento de las medidas de seguridad en el lugar de trabajo; sobre la aplicación de los protocolos COVID
- d) La tasa de infección entre los trabajadores; se reporta periódicamente a la Dirección el número de casos activos, recuperados y las sospechas de casos COVID, también se comunica al Consejo la información. ISO/PAS 45005:2020
- e) Niveles de ausencia de trabajadores y el impacto en los trabajadores disponibles; se reporta periódicamente a la Dirección el número de casos activos, recuperados y las sospechas de casos COVID, también se comunica al Consejo la información. Continuamente, por correo electrónico se realiza un reporte de los datos de Covid-19 de los países Equity (España, Portugal, 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.

Este Comité también es un órgano de toma de decisiones para implementar medidas, desescalar medidas y analizar la coyuntura de la pandemia Como aspecto

a destacable y novedad dentro de la gestión de la vigilancia de la salud al colectivo de Oficinas y Fábrica se ha incorporado una prueba adicional en los reconocimientos médicos anuales es la prueba ELISA que permite detectar y cuantificar la presencia de anticuerpos IgG e IgM frente al virus SARS-CoV-2 (COVID-19).

f) Cambios en los niveles de riesgo de la comunidad u otros problemas externos, se comunica desde el buzón de prevención COVID, el cambio normativo en función de la situación epidemiológica

La organización, fruto de su compromiso con la gestión de los riesgos relacionados con COVID-19, ha decidido someter su sistema de gestión a la certificación ISO 45.005, la auditoría comenzó en el año 2021 y finalizará en el ejercicio siguiente. La empresa SGS está realizando una Auditoria sobre la gestión de la pandemia COVID 19. Esta norma ISO 45005:2020 proporciona pautas para que las organizaciones puedan gestionar los riesgos derivados del Covid-19, y, así, proteger la salud, la seguridad y el bienestar de los trabajadores en el lugar que desarrollen sus tareas, aunque este sea su hogar.

Esta certificación creada ante esta situación excepcional es una oportunidad para mejorar la gestión frente a los riesgos sanitarios que nos ha tocado vivir en tiempos de pandemia.

- **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		Mexico		Portugal	
	Mujeres*	Hombres**	Mujeres*	Hombres**	Mujeres*	Hombres**	Mujeres*	Hombres**	Mujeres*	Hombres**	Mujeres*	Hombres**
Índice de frecuencia NO INCLUIR BAJAS POR COVID	15,41	20,94	-	-	8,53	15,53	28,48	124,45	14,64	31,28	21,67	30,69
Índice de gravedad	0,12	0,19	0,10	0,56	0,13	0,20	0,90	4,78	0,36	0,93	1,94	6,08
Nº de enfermedades profesionales detectadas	22	25	3	-	-	-	-	1	-	-	-	-
Nº de fallecimientos resultantes de accidente laboral o enfermedad profesional	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1

* Índice de frecuencia de mujeres = (número de accidentes con baja sin contar in itinere/número de horas efectivas trabajadas por mujeres) x 106

*Índice de gravedad de mujeres = (número de días perdidos por accidente con baja/número de horas efectivas trabajadas por mujeres) x 103

** Índice de frecuencia de hombres = (número de accidentes con baja sin contar in itinere/número de horas efectivas trabajadas por hombres) x 106

** Índice de gravedad de hombres = (número de días perdidos por accidente con baja/número de horas efectivas trabajadas por hombres) x 103

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)

En el grupo, país cuenta 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. En 2021, estas acciones se han mantenido, adaptándose a las nuevas necesidades, como puede ser la vacunación contra el Covid-19 y los nuevos modelos de aforo que se han establecido desde entonces.

- **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. En 2021 se actualizaron continuamente.

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.

- **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:

	% de empleados cubiertos por convenio colectivo (*)	Cálculo
Chile	7,63%	Empleados que pertenecen a tiendas adquiridas a anterior franquiciado local.
Colombia	0	Sin personas bajo contrato colectivo
Ecuador	0	Sin personas bajo contrato colectivo
España	100%	
México	76,70%	Ley Federal del trabajo
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 y 2021, 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 Food Delivery Brands S.A. como principal prioridad.

El grupo 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**

Durante 2021 se desarrolló una formación específica para el equipo de Operaciones, con el objetivo de dotar al equipo de Gerentes, con herramientas que les lleven a diseñar Planes de Acción eficaces y ágiles.

Esto con el objetivo de obtener recursos necesarios para la implementación de estrategias y la ejecución de planes de acción que logren una mejora de los resultados económicos y humanos, teniendo claras qué palancas tocar para mejorar cada uno de los indicadores y dotando a los equipos de agilidad en la gestión de su día a día como de las herramientas que les facilite la detección de oportunidades, retos y desafíos para mejorar sus indicadores.

La compañía cuenta con TPZ University, plataforma propia de formación e-learning para las acciones formativas obligatorias, como acciones de desarrollo en el puesto: RGDP, Código Ético, Ciberseguridad, Prevención de Riesgos, PCSA y Manipulación de Alimentos, Covid-19, Cursos de Promoción a Encargados Junior, Producción, Ventas y Clientes y Plantilla base para Equipo gerente.

Además de formación en OPERADOR CARRETILLAS ELEVADORAS y OPERADOR DE PLATAFORMAS ELEVADORAS MOVILES DE PERSONAL, Excel avanzado, Excel intermedio y BI Excel.

- **REGIÓN ANDINA (COLOMBIA Y ECUADOR)**

Pizza Hut

El grupo cuenta con un programa diseñado para la incorporación de personal operativo externo a nuestras tiendas Pizza Hut inician con su inducción corporativa y pasan a su proceso de entrenamiento en tienda con una duración en tiempo específica por cargo.

Este programa de entrenamiento sustenta el aprendizaje en metodologías 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 certificar los conocimientos teóricos y prácticos para asegurar los objetivos estratégicos y comerciales en el mediano y largo plazo de acuerdo al estándar de la marca.

Por otro lado, en todo proceso de entrenamiento, el seguimiento cumple un rol fundamental para asegurar que los conocimientos y el programa se desarrolle de acuerdo con lo establecido. Este rol se sustenta en las estructuras de Formación del Área de Recursos Humanos de cada región, los cuales se controlan de manera planificada en las tiendas escuela para el cumplimiento de las etapas formativas.

A la vez que existen rutinas de coach y retroalimentación periódicas en todos los cargos para profundizar contenidos durante sus primeros meses y posteriormente se aplican recertificaciones periódicas para mantener al personal con las competencias (conocimientos y habilidades) actualizadas y vigentes.

Durante el año y en base a la planificación con las áreas de Seguridad y Salud ocupacional todo el personal de la marca recibe las capacitaciones asignadas a su cargo. Éstas se determinan con base en la ficha de control de riesgos que manejan estas dos áreas. Los planes de formación y desarrollo son paulatinos en base al esquema de Plan Banca desarrollo implementado en los dos países.

El personal administrativo y de fábrica se alinea al proceso de inducción y capacitación antes descrito. Los procesos de entrenamiento están establecidos con base en el cargo y funciones que desarrollan y se ejecuta de manera personalizada, para cumplir el cronograma planteado y solventar todas las competencias necesarias para el éxito de su función

Jeno's Pizza

Para la marca Jeno's Pizza, se cuenta con un programa de formación teórico- práctico. Al momento de ingreso, el personal toma su inducción corporativa y posteriormente ingresa a un proceso de entrenamiento establecido por horas con base en el cargo que van a desempeñar. El programa cubre las bases de buenas prácticas y rutinas para cada uno de los colaboradores que ingresan a la organización.

Este proceso de entrenamiento se lleva a cabo dentro de cada una de las tiendas, logrando así una alineación entre la práctica frente a la realidad. Posteriormente, reciben procesos de reentrenamiento en temas específicos para actualización y refuerzo de conocimientos. El programa de capacitación y desarrollo se alinea a las fichas de control de riesgos establecidas por las áreas respectivas y los colaboradores asisten en base a las convocatorias que se plantean.

Por otro lado, en Colombia y en Ecuador, los usuarios de oficinas recibieron capacitaciones y cursos voluntarios de Liderazgo, trabajo en equipo, comunicación asertiva, y todo lo relacionado con la prevención del Covid-19.

▪ 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.

Se ha modernizado el sistema aprovechando la transformación digital emprendida por la compañía incorporando estos recursos a la plataforma University. También se ha desarrollado un plan de formación para Operaciones con el objetivo de dotar al equipo de Gerentes, con herramientas que las lleven a diseñar Planes de Acción Eficaces y Agiles.

Se han obtenido los recursos necesarios para la implementación de estrategias y la ejecución de planes de acción que logren una mejora de los resultados económicos y humanos.

- MEXICO

En cuanto a formación a empleados, en México Se cuenta con un entrenamiento estructurado en cada posición el cual ayuda a desarrollar las habilidades necesarias para lograr una consistencia en brindar el mejor servicio a los clientes.

El enfoque se basa en desarrollar a la gente mediante los siguientes puntos:

- Hacer que cada empleado sea un miembro valioso de un equipo ganador
- Seguir los principios de nuestra marca
- Tratar a todas las personas con respeto.
- Brindar a los Miembros del Equipo las destrezas, las herramientas y el entrenamiento que necesitan para alcanzar el éxito.
- Desarrollar las competencias imprescindibles para ser parte del equipo de líderes de Pizza Hut.

La estructura del entrenamiento se desarrolla de la siguiente forma:

Tiempo	Actividades a realizar
Día 1 al día 14	<ul style="list-style-type: none"> • Inducción a la marca • Cursos en Hut university: producción/ servicio/ domicilio • Proceso sistema dragontail • Sistema de limpieza
Día 15 al día 30	<ul style="list-style-type: none"> • Tutoría en el puesto con entrenador asignado
Día 30	<ul style="list-style-type: none"> • Certificación de procesos, cierre de entrenamiento.

Dentro de la organización, las competencias también son las características que se deben tener para cumplir el modelo de negocio.

También, en relación al entrenamiento en la parte gerencial, en México se enfoca en el liderazgo y la estandarización de las operaciones.

Este es un programa creado para apoyar a los Gerentes de Restaurante a lograr resultados extraordinarios mediante la capacitación de procesos y estándares de la marca. El entrenamiento y especialización le permitirán a este miembro de gerencia poder aportar mejores ideas y planes de acción enfocados y direccionados al cumplimiento de estándares.

Cursos impartidos en la plataforma on line Hut University LAS 2.0/ LAR1 2.0 LAR2 2.0/ HutBot y mentalidad de crecimiento

Cursos presenciales que aseguran la formación con conocimiento pleno en el negocio:

Curso	Temas
CLIENTES	<ul style="list-style-type: none"> • clientemanía • calidad de producto • sistemas de evaluación del restaurante • food safety compliance check (fsc) • puntos críticos de control
GENTE	<ul style="list-style-type: none"> • techo rojo • responsabilidades gerenciales • fundamentos básicos
VENTAS	<ul style="list-style-type: none"> • inventario • ventas
GANANCIAS	<ul style="list-style-type: none"> • herramientas de trabajo • manejo de efectivo • manejo de una apertura

A la par se implementaron cursos los cuales son de gran importancia para formar a los líderes que la marca necesita:

OPERACIONES DECLASE MUNDIAL (Directores dando cursos a gerenciales en desarrollo)

- Comunicación efectiva,
- Gerente dueño, mentalidad de volumen
- Mentalidad de crecimiento
- Finanzas en tu restaurante
- Gestión de talento

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

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

Horas de formación	Chile	Colombia	Ecuador	España	México	Portugal	Total
Directores*	0	0	0	138	152		290
Personal de tiendas**	12404	35277	74284	53513	130848	2673	308999
Otros***	1060	510	932	7173	1737	48	11460
Total	13464	35787	75216	60824	132737	2721	320749

*Directores: aquellas personas con rango de director o superior.

**Personal de tiendas: Todas aquellas personas que trabajen en la tienda.

***Otros: en esta categoría se incluirán todas las personas que trabajen en oficinas y fábrica, o que no estén incluidas en las dos categorías anteriores.

7. Accesibilidad

Las instalaciones físicas de Food Delivery Brands S.A., 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.**

En 2021, el grupo lanzó su nueva Política Global de Igualdad, Diversidad, Respeto e Inclusión, de alcance global y que debe ser aplicada por todas las personas que forman la compañía.

Esta Política incluye los debidos procesos para asegurar la diversidad, el respeto y la inclusión en temas de género, la edad (generación), la orientación afectivo-sexual, la funcionalidad, entre otros.

Como lo indica la Política: “el grupo se compromete a combatir y perseguir cualquier indicio de discriminación, directa o indirecta, por razones de sexo, edad, raza, religión, orientación sexual, pensamiento, educación, condición social, cultura, estilo de trabajo, talento, cualidad individual o necesidades especiales como enfermedad, discapacidad, accidente o situación familiar.”

El Grupo desea garantizar la igualdad de oportunidades en el acceso a puestos de trabajo y en la promoción profesional a fin de asegurar que los procesos de selección, promoción interna, formación y retribución se lleven a cabo de acuerdo con criterios que valoren adecuadamente el talento, la valía y méritos profesionales de las personas trabajadoras del Grupo.

Por su parte, el Código Ético establece los parámetros para evitar y denunciar situaciones de acoso laboral y/o sexual, entre otras posibles situaciones que incumplan con la ética y/o con la legislación de cada país donde opera Food Delivery Brands S.A..

Se han creado carteles con información sobre el Código Ético y se han dispuesto en todas las oficinas, tiendas y fábricas del grupo. Estos carteles incluyen información sobre cómo denunciar los casos de acoso.

D. DERECHOS HUMANOS

1. Principales riesgos que afectan a la organización en materia de Derechos Humanos (GRI 102-15; GRI 103-2)

Los principales riesgos que podrían afectar a la organización en materia de Derechos Humanos, son los siguientes:

- **Riesgos en materia de discriminación:** Discriminación de una persona por razón de su sexo, edad, raza, religión, orientación sexual, pensamiento, educación, condición social, cultura, estilo de trabajo, talento, cualidad individual o necesidades especiales como enfermedad, discapacidad, accidente o situación familiar.

Este riesgo es controlado gracias a la publicación, socialización y seguimiento del Código Ético de la compañía y de una Política concreta y global donde se implementan medidas y procedimientos concretos.

- **Riesgos de seguridad en el trabajo:** riesgo de posibles lesiones y accidentes relacionados con el trabajo y con el desarrollo de la actividad laboral.

Dicho riesgo es controlado gracias al mismo Código Ético, así como a una política interna, concreta y global de Seguridad y Salud donde se implementan medidas, se ofrecen recomendaciones y se instauran procedimientos de control concretos.

- **Riesgos de libertad sindical:** hay un potencial riesgo en caso de que se cree un sindicato de opresión que no represente los derechos de los trabajadores y coercione financieramente al grupo.

Sin embargo, se ha publicado una política con los derechos para los trabajadores en tener libertad sindical y se ofrece un entrenamiento para evitar dicha potencial situación.

- **Riesgos de emplear a menores de edad:** esta situación incumpliría con la ley en todos los países en los que opera el Grupo.

Por esa razón, se realiza un seguimiento exhaustivo de revisión de candidatos a las vacantes de empleo y es requisito obligatorio que la persona sea mayor de edad, según la ley local.

- **Riesgo de no asegurar un salario justo:** a los empleados se les debe pagar por cada hora trabajada.

Para asegurar no incurrir en este riesgo, se hacen seguimientos semanales de las horas trabajadas, así como auditorías internas y se validan los pagos semanales.

Frente a todos estos potenciales riesgos, las principales actividades de control consisten en transmitir, posicionar y comunicar el Código Ético de la compañía; documento que recoge

las principales normativas que la compañía sigue y que las personas que la forman deben cumplir.

Así mismo, dentro de este Código Ético, se especifica cuáles son los canales de denuncia (Línea Ética) para que la compañía pueda acceder a información y tomar medidas necesarias para asegurar el correcto y ético funcionamiento de su actividad y, de ser necesario implementar las sanciones necesarias.

2. Políticas y compromisos

El grupo ha establecido, dentro de su Código Ético, la obligatoriedad de cumplir con la legislación local y con los Derechos Humanos.

El Código Ético afirma que “deben protegerse e impulsarse la protección de todos los Derechos Humanos y Libertades Públicas incluidos en la Declaración Universal de los Derechos Humanos”.

El objetivo es establecer los principios generales que deben guiar e inspirar la actuación de todos los que formamos parte del grupo 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 (GRI 102-16; GRI 102-17)

Como se mencionó anteriormente, Food Delivery Brands S.A. cuenta con un Código Ético, 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.

Ahora, cada país se rige por diferentes normativas. A continuación una breve descripción de cada uno:

- **ESPAÑA**

Se rige por la Constitución Española y la Ley 63/2003, las cuales desarrollan el marco legal para combatir la discriminación por el origen racial o étnico de las personas en todos los ámbitos.

En base a la política de Igualdad, Diversidad, Inclusión y Respeto del grupo se establecen una serie de valores, principios, recomendaciones y medidas que todos los trabajadores deben respetar, existiendo un canal expreso para poder denunciar cualquier incumplimiento en este ámbito (Línea Ética) y atribuyéndose unos roles determinados a los responsables jurídicos, de auditoría interna y al director de RRHH de cada país para su evaluación y control.

En cuanto a riesgos laborales, la Constitución Española y la Ley 31/1995, de 8 de noviembre, de prevención de Riesgos Laborales, establecen y desarrollan el marco legal para proteger la salud de los trabajadores mediante la prevención de los riesgos derivados de su trabajo y son cumplidas a cabalidad por la compañía.

A través del departamento de Prevención de Riesgos Laborales, el cual se encarga de supervisar, desarrollar e implementar los diferentes aspectos de la política. El responsable tiene un rol específico en relación con la tramitación y seguimiento de las denuncias que se puedan presentar por incumplimiento de la Política.

- **ECUADOR**

En el país se cuenta con una gran cantidad de normas y leyes vigentes que aseguran el cumplimiento de los Derechos Humanos (ver anexos). Dichas normas establecen y desarrollan el marco legal para combatir la discriminación por el origen racial o étnico de las personas en todos los ámbitos.

Para asegurar el cumplimiento, se establecen en el centro de trabajo las medidas necesarias que determinen, prevengan, eviten y erradiquen las acciones u omisiones que resulten en discriminación laboral, acoso o violencia contra la mujer, sean éstas cometidas por el empleador o por el trabajador dentro de los espacios de trabajo.

En el caso de verificarse una situación de acoso, discriminación laboral o violencia de género determinar las acciones que sean necesarias para la identificación e intervención de dichas conductas, facilitando a los trabajadores el procedimiento adecuado para presentar sus denuncias mediante la socialización del presente Protocolo, fomentando condiciones adecuadas de trabajo.

▪ **COLOMBIA**

En Colombia este ámbito se rige por la ley 1010 de 2006 y la novena de 1979, las cuales combaten la discriminación y el acoso laboral y legisla de manera específica la Seguridad y Salud en el Trabajo en las siguientes Resoluciones y Decretos: Ley novena de 1979 Establece la obligación de contar con un Programa de Salud Ocupacional en los lugares de trabajo, respectivamente.

Estas leyes buscan definir, prevenir, corregir y sancionar las diversas formas de agresión, maltrato, vejámenes, trato desconsiderado y ofensivo y en general todo ultraje a la dignidad humana que se ejercen sobre quienes realizan sus actividades económicas en el contexto de una relación laboral privada o pública. Para asegurar aquello, la compañía realiza formaciones, capacitaciones y reportes al área de RRHH, así como la socialización de dichas normativas.

▪ **MÉXICO**

Las leyes o normativas por las que se rige la compañía en este país son la Constitución Mexicana, en su artículo 123: la Ley Federal del Trabajo; el Reglamento Federal de Seguridad y Salud en el Trabajo y las Normas Oficiales Mexicanas relacionadas al Trabajo.

Semanalmente, el Comité directivo se reúne para ver todos los casos de compañía que puedan incumplir con dichas normativas que se encargan de velar por los Derechos Humanos relacionados con el trabajador, los derechos laborales y normas aplicadas a la gestión de restaurantes.

▪ **CHILE**

El país se rige por las normativas de la Constitución Política De La República de Chile Promulgada, de 17 Septiembre de 2005 y el Código del Trabajo de 2023.

La Constitución Política de Chile garantiza los derechos y deberes de las personas, reconociendo los tratados internacionales ratificados por Chile, promoviendo, protegiendo y estableciendo límites para el desarrollo económico de las personas.

El Código del Trabajo, es un instrumento que no solo entrega los derechos, deberes y obligaciones que deben cumplir empleadores y trabajadores, si no que además entrega un marco jurídico de actuación ante infracciones por parte de cualquiera de los contrayentes.

Así, frente cualquier infracción a la Carta Magna las medidas de control son la investigación directa e internamente de tal denuncia, derivandose al departamento especializado y con conocimiento para la resolución. Además de tomar las medidas inmediatas necesarias de control.

Por medio del establecimiento de un Comité Paritario, el cual desde el año 2020 se reúne a fin de detectar y evaluar los riesgos de accidentes y enfermedades profesionales.

Como relación directa a la regulación del Código del Trabajo, en forma inmediatamente posterior a la firma del contrato de trabajo, se hace entrega del Reglamento Interno, certificandose dicho acto en un documento firmado por ambas partes. Así como también a objeto de mantener un contacto directo, se hace llegar vía correo electrónico copia del mismo documento.

A través del departamento de Prevención de Riesgos Laborales, el cual se encarga de supervisión , desarrollo e implementación de los diferentes aspectos de la política. El responsable tiene un rol específico en relación con la tramitación y seguimiento de las denuncias que se puedan presentar por incumplimiento de la Política.

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

Se confirma que, durante 2021, Food Delivery Brands S.A. 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.

Food Delivery Brands S.A. 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, el grupo promueve la diversidad y la inclusión y rechaza cualquier manifestación de discriminación en el empleo.

En cuanto a convenios colectivos:

Las empresas que componen Food Delivery Brands S.A. 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.

A continuación, las medidas aplicadas por país para la promoción y cumplimiento de las disposiciones de los convenios fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo:

País	Medida implementada
Chile	Reforzamiento de políticas de Acoso Sexual y/o Laboral Medidas contra la discriminación (Ley Zamudio)
España	Código Ético. Comunicación de su contenido para su conocimiento y respeto por todos los empleados.
	Derecho a la negociación colectiva.
	Abolición trabajo infantil
	Libertad de asociación
	Eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación
Portugal	Código Ético. Comunicación de su contenido para que todos los empleados lo conozcan y lo respeten.
	Derechos y deberes de los trabajadores para reparar los daños derivados de accidentes de trabajo.
	Derechos y deberes de los trabajadores para reparar los daños derivados de accidentes de trabajo.
	Prohibición de descuentos en la remuneración por cargos derivados del régimen establecido para la reparación de accidentes de trabajo.
	Derecho a indemnización: Prestaciones en especie y en dinero.
	Cumplimiento de prescripciones clínicas y quirúrgicas por parte de las víctimas.
	Rehabilitación profesional y adecuación del puesto de trabajo a prestar por el empleador al trabajador accidentado.
	Cálculo y pago de cuotas (Prestaciones).
	Información sobre la legislación en materia de igualdad y no discriminación en materia de igualdad y no discriminación. (artículos 127, n° 4 y 24, n° 4 del Código del Trabajo).
	Principios y deberes de los empleados
	Principales derechos y deberes de los padres y madres trabajadores.
	Protección por despido.
	Derechos exclusivos del padre trabajador.
	Acoso
	Código de buena conducta para prevenir y combatir el acoso laboral.

	<p>Información sobre el instrumento de Regulación Colectiva Aplicable (Artículo 480, n° 1 del Código del Trabajo).</p> <p>Videovigilancia (Artículo 20, N° 3 del Código del Trabajo).</p>
México	<p>Lanzamiento del Código ético en México, se publicó en todos los centros de trabajo para el cumplimiento en toda la organización.</p> <p>Abolición del Trabajo Infantil</p> <p>Eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación</p>
Ecuador	<ul style="list-style-type: none"> • Constitución de la República del Ecuador. • Declaración Universal de los Derechos Humanos. • Convención Interamericana sobre Derechos Humanos - Pacto de San José. • Convención sobre la “Eliminación de todas las formas de Discriminación contra la Mujer – (CEDAW)”. • Convención Internacional sobre la “Protección de los Derechos de Todos los Trabajadores Migratorios y de sus Familiares”. • Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad. • Convenio 100 de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), “Igualdad de Remuneración en la Mano de Obra”. • Convenio 111 de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), “Discriminación en Material de Empleo y Ocupación”. • Convenio 156 de la Organización Internacional del Trabajo, “Convenio sobre los Trabajadores con Responsabilidades Familiares”. • Convenio 190 y Recomendación 206 de la Organización Internacional del Trabajo, “Convenio sobre la violencia y el acoso”, • Código del Trabajo, • Ley Orgánica del Servicio Público, • Ley Orgánica de Empresas de Empresas Públicas, • Ley Orgánica Integral para Prevenir y Erradicar la Violencia contra las Mujeres • Decreto Ejecutivo 60, “Plan Plurinacional para Eliminar la Discriminación Racial”. • Decreto Ejecutivo 620, “Erradicación de la Violencia contra la Niñez, Adolescencia y Mujeres”. • Acuerdo Ministerial 398, “Prohibido Terminación de Relación Laboral a Personas con VIH-SIDA”. • Acuerdo Ministerial No. MDT-2017-0169 Norma Técnica Sumarios Administrativos para Servidores Públicos.
Colombia	<p>Colombia LEY 1010 DE 2006</p> <p>Colombia Ley novena de 1979</p>

E. CORRUPCIÓN Y SOBORNO

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

La gestión de Food Delivery Brands S.A. 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 el grupo.

De la misma manera, se cuenta con un Canal de Denuncias, llamado “Línea Ética” a través del cual los empleados del grupo, a nivel global, 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 2021, no se ha recibido ninguna denuncia que indique situaciones de Corrupción y/o Soborno a través de este canal interno.

El Grupo tiene establecida, desde 2021, la Política Global Anticorrupción y Soborno que es de aplicación general a todas las compañías del Grupo en donde tiene participación mayoritaria. El objetivo de esta Política es informar a todas las personas vinculadas con el Grupo sobre los riesgos de corrupción y soborno a los que están expuestos y las consecuencias que la corrupción puede generar para las compañías y sus empleados, así como establecer un catálogo de buenas prácticas que deberán observarse en todo caso.

La Política Anticorrupción del Grupo rige el comportamiento:

- de todos los administradores, directivos y empleados de todas las sociedades que integran el Grupo, incluyendo empresas subsidiarias y uniones transitorias de empresas (joint ventures) en las que se cuenten con una participación de control.
- en todos los países en los que opera.
- con cualesquiera de sus marcas; así como de sus colaboradores en el desarrollo del negocio (clientes, proveedores).

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.

Además, la Política Global Anticorrupción y Soborno incluye medidas para evitar la corrupción, incluyendo el blanqueo de capitales.

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

Aunque Food Delivery Brands S.A. suele participar de manera activa en causas sociales y medioambientales, durante 2021, debido a la situación derivada de la pandemia ocasionada por el Covid-19, los esfuerzos y las aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro, se redujeron considerablemente de manera temporal.

A continuación, una descripción de las aportaciones que tuvieron lugar en 2021, las cuales fueron únicamente en España, desde donde se determina la estrategia de Responsabilidad Social Corporativa del grupo:

Nombre de asociación y organismo que se patrocina con fines sociales.	Descripción de la entidad	Contribución económica en Moneda Local año 2021	Descripción de la acción	Fecha
Down España	DOWN ESPAÑA es una federación que apoya a las personas con síndrome de Down desde su nacimiento y a lo largo de todo su ciclo vital, consiguiendo su plena inclusión social.	Esta donación no fue económica, ya que lo que donamos es el espacio publicitario de las cajas de Telepizza, cuyo valor económico correspondía a 100.000€	Con motivo del día del Síndrome de Down, el 19 de marzo de 2021 lanzamos en España 500.000 Cajas Solidarias para dar voz a la campaña que la federación lanzó para conmemorar dicho día. Cajas Solidarias es una iniciativa a través de la cual ponemos a disposición de diferentes ONGs y Fundaciones, como en este caso Down España, nuestras cajas de Telepizza como soporte de comunicación para dar voz a sus causas sociales y proyectos.	Marzo de 2021
Alcer Bizkaia	ALCER Bizkaia es una asociación formada por personas con enfermedad renal crónica y familiares, que buscan promover un estado de opinión pública favorable hacia las personas afectadas, a fin de conseguir su plena integración en la sociedad.	Esta donación no fue económica, ya que lo que donamos es el espacio publicitario de las cajas de Telepizza, cuyo valor económico correspondía a 30.000€	Con motivo de la celebración del Día Nacional del Donante de Órganos, el 2 de junio de 2021 Telepizza lanzó en España 150.000 Cajas Solidarias para dar voz a la causa y fomentar la donación de órganos entre la sociedad.	Mayo de 2021

Así, en 2021, Food Delivery Brands S.A. donó una cantidad estimada en 130.000 euros.

Por otro lado, el grupo donó producto (pizza o entrantes de las marcas que opera) a algunas entidades sociales, por un total de 27.262 euros.

A continuación, el desglose:

Nombre de asociación y organismo que se patrocina con fines sociales.	Descripción de la entidad	Descripción de la contribución	Contribución económica en Moneda Local año 2021	Fecha
Cruz Roja	La Cruz Roja Española (CRE) es una institución humanitaria, de carácter voluntario y de interés público, que forma parte del Movimiento Internacional de la Cruz Roja, cuyo fin es aliviar el dolor humano mediante atenciones inmediatas de acuerdo a cada situación en particular.	A lo largo del 2020 y durante los primeros meses de 2021, a causa de la crisis de la Covid 19, colaboramos con la Cruz Roja Española en la entrega de alrededor de 12.500 Telepizzas a más de 44 comedores sociales y albergues de diferentes centros Cruz Roja de toda España.	El coste de esta donación, durante los primeros meses de 2021, corresponde a 3.187€	Enero y Febrero 2021
Down España	DOWN ESPAÑA es una federación que apoya a las personas con síndrome de Down desde su nacimiento y a lo largo de todo su ciclo vital, consiguiendo su plena inclusión social.	Con el objetivo de celebrar el día Internacional del Síndrome de Down, de manera paralela a el lanzamiento de Cajas Solidarias, se llevó a cabo la donación de producto a familias pertenecientes a dicha federación.	El coste de esta donación corresponde a 200€	mar-21
Nupancitos	NUPA es una asociación española que aporta soluciones y asistencia a las familias que sufren fallo intestinal. Con el objetivo de recaudar fondos para la puesta en marcha de proyectos que favorezcan a dicho colectivo, ponen a la venta "Nupancitos", muñecos elaborados artesanalmente por la Asociación Nupa.	Desde finales de 2020 y hasta mediados de 2021, Telepizza puso a disposición de la asociación 21 establecimiento Telepizza en los que poner a la venta los Nupancitos. Toda la recaudación que se consiguió, fue destinada íntegramente a la asociación para la puesta en marcha de nuevos proyectos. Además, con motivo del día de Reyes, la compañía en España y Portugal compró 108 Nupancitos para regalar a los hijos de los empleados.	A través de la venta de Nupancitos en nuestras tiendas y la compra por parte de la compañía, se recaudaron 2.720,90€	Este abono a la asociación se hizo en mayo de 2021
Alcer Bizkaia	ALCER Bizkaia es una asociación formada por personas con enfermedad renal crónica y familiares, que buscan promover un estado de opinión pública favorable hacia las personas afectadas, a fin de conseguir su plena integración en la sociedad.	Con el objetivo de celebrar el día Nacional del Donante, de manera paralela a el lanzamiento de Cajas Solidarias, se llevó a cabo la donación de producto a familias pertenecientes a dicha asociación. .	El Coste de esta donación corresponde a 100€	may-21
Comedor social TAUFIK	TAUKIK es un comedor social ubicado en Elche, España, que cada día entrega comida a más de 200 personas en riesgo de exclusión social.	Desde el inicio de la crisis de la Covid-19, Telepizza España comenzó a donar semanalmente 55 Telepizzas familiares. El objetivo de esta acción era que un día a la semana más de 200 personas pertenecientes a este comedor se alimentaran de Telepizzas. Desde enero hasta junio de 2021, se donaron 1.320 Telepizzas.	El coste de esta donación de producto corresponde a 21.054€	Enero - junio 2021

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 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 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)

Todas las Políticas Internas de Food Delivery Brands S.A. tienen un componente social y velan por la protección y el debido proceder frente a la sociedad que rodea al grupo.

Como se mencionó anteriormente, dichas políticas parten todas del 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, y es transversal a todos los proyectos, actividades y departamentos de Food Delivery Brands S.A.

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.

- Apoyo al talento joven

Anualmente, Food Delivery Brands S.A., 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, el grupo contribuye al ODS 4.

- Reducción del impacto medioambiental

La compañía 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 fue 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, en 2021 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)**

A través de los diferentes acuerdos de inclusión laboral que el grupo tiene en España con organizaciones como Down España y Fundación LaLiga, cuyo objetivo se centra en incorporar a personas con discapacidad intelectual en nuestras tiendas Telepizza y Pizza Hut distribuidas por todo el país, fomenta el empleo local.

Sin duda, esto se debe a la capilaridad de las marcas que opera el grupo en el país, ya que el hecho de estar presente en todas las ciudades de España y en localidades de a partir de 20.000 habitantes, le permite generar más de 14.000 puestos de trabajo en el país a través de las marcas Telepizza y Pizza Hut.

A su vez, en 2020 se puso en marcha en Pizza Hut Ecuador, un proyecto de formación para mujeres en riesgo de exclusión. El objetivo de este proyecto, que contó con el apoyo de la Alcaldesa de la ciudad, Cinthya Viteri, se centraba en formar a más de un centenar de mujeres para así ayudarlas a prepararse para un futuro laboral. De esta manera, a lo largo de 2021, 104 mujeres de Guayaquil y Ecuador han recibido más de 60 horas de formación.

Tras finalizar las formaciones en octubre de 2021, algunas de estas mujeres se incorporaron a formar parte de los equipos de tienda de Pizza Hut de la zona, fomentando así la inclusión laboral de colectivos en riesgo de exclusión social y la generación de empleo a nivel local.

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

En 2021 Food Delivery Brands S.A. celebró la V edición de Excellence Lab, un proyecto universitario en el que participaron más de 600 alumnos de 19 Universidades de 5 países diferentes: España, Chile, Colombia, Ecuador y México.

El objetivo de este proyecto es contribuir en la formación de los más jóvenes y facilitarles el acceso al mundo laboral en sus correspondientes ciudades.

Por otro lado y como se mencionó anteriormente, a través de la marca Telepizza, en España el grupo es firmante del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y tiene el objetivo de llevar este compromiso a más países en los que opera, para fortalecer su compromiso, de alcance internacional, con la sostenibilidad y la responsabilidad, contribuyendo a la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible en cada territorio en el que tienen presencia.

- **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 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.
- Canal de denuncia: 'Línea ética'

Food Delivery Brands S.A., a través del Departamento de Recursos Humanos, 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.

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)**

Food Delivery Brands S.A. en 2021 mantuvo relaciones de asociación con Marcas de Restauración que, como su nombre lo indica, es la asociación de las marcas del sector de la restauración en España y ofrece apoyo a las marcas asociadas, “compartiendo soluciones, estándares y conocimientos que la hagan más eficiente y sostenible y que otorguen mayor valor al consumidor”.

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 Food Delivery Brands S.A. 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.

Por otro lado, en aquellos países donde se opera la marca Pizza Hut, marca del grupo de restauración Yum!Brands, se aplican lineamientos de dicha compañía para temas de compras y calidad de productos.

A continuación un breve repaso por la inclusión de los requisitos de compras de cada país:

- **ECUADOR**

Para la evaluación de proveedores en cuanto a seguridad alimentaria, se les audita bajo lineamientos de calidad, inocuidad, empaque, centro de distribución y/o transporte. Pero, de momento, no se solicita información sobre igualdad o cuestiones ambientales.

- **CHILE**

En Chile se realizan acciones para la selección, seguimiento y control de la relación con proveedores, en las cuales se incluyen: auditorias anuales bajo lineamientos YUM, revisión de acciones correctivas y para aquellos proveedores que desarrollan un producto brand standar, se realiza proceso con Yum!Brands (Supply Chain/Llegal/ QA de ambas partes).

Por otro lado, se solicitan certificaciones de GFSI (BRC/IFS/FSCC), a partir de la clasificación de riesgos de los productos, en cuanto a la seguridad alimentaria segun matriz definida con Yum!Brands. Sin embargo, por el momento no se exigen políticas de igualdad de género y/o ambientales a los proveedores.

- **COLOMBIA**

Los proveedores son evaluados en seguridad alimentaria a traves de auditorías, bajo lineamientos YUM! de Calidad, Inocuidad, Empaque, Centro de distribución y/o transporte.

- **MÉXICO**

Los proveedores siguen una serie de protocolos (lineamientos Yum!Brands) que se componen de 3 pilares. El primero trata de los aspectos legales respecto al uso de información o desarrollo de productos. El segundo pilar describe el entorno del proveedor. Y finalmente, el pilar número 3 alude al manejo de los diferentes riesgos que pueden afectar la continuidad del negocio.

En unos de los protocolos (International Bussines Ralationship Agreement (IBRA)), se estipula que los proveedores deben seguir con un código de conducta, el cual trata temas como: Calidad y Seguridad Alimentaria, Sostenibilidad (practicass industriales), Manejo de residuos y Emisiones, y Entorno Laboral (no al trabajo infantil, no a la coacción y acoso, no a la discriminación, entre otros puntos).

Además, todo proveedor debe cumplir con el cumplimiento de una auditoría anual y certificación en GFSI, y de ser un nuevo proveedor además es solicitado una muestra del producto y su ficha técnica.

- **Descripción sobre cómo se considera la responsabilidad social y ambiental de los proveedores en sus relaciones con éstos (GRI 308-1; GRI 414-1; GRI 102-9)**

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 Food Delivery Brands S.A. 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.

México reporta unos riesgos más específicos y su forma de seguimiento y control:

Riesgo	Descripción del Riesgo	Actividades de Control	Procedimientos	Detalle de Impacto del Riesgo sobre la operatividad del negocio
Crisis logística internacional	Retraso en el abastecimiento de productos suministrados por un proveedor aprobado	Desarrollo y aprobación de proveedores locales	Desarrollo y aprobación del nuevo producto suministrado. Cumplimiento lineamientos de calidad y protocolos Yum!	Los retrasos en la logística internacional generan incremento en tiempos y costos. Posible pérdida de producto
Nuevas olas de Covid-19	Retrasos en el abastecimiento por parte de los proveedores	Desarrollo y aprobación de proveedores locales	Desarrollo y aprobación del nuevo producto suministrado. Cumplimiento lineamientos de calidad y protocolos Yum!	Incertidumbre en la demanda (pérdida de producto)
Sequias	Sequias en el territorio nacional que afectan al sector agricultor y ganadero. Categorías (Lácteos, cárnicos y vegetales)	Proveedores alternativos nacionales e internacionales	Desarrollo y aprobación del nuevo producto suministrado. Cumplimiento lineamientos de calidad y protocolos Yum!	Elevación de costos en varias categorías de producto especialmente vegetales
Crisis de seguridad en las carreteras	Posibilidad de asalto a camiones en las vías del territorio nacional.	Prevención con las empresas de logística respectivas	Control desde el área legal (pólizas de seguro)	Retrasos en productos clave y elevación de costos de transporte

- **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

reauditarse 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 Food Delivery Brands S.A., en 2021, esta información se presenta por países:

- **ECUADOR**

En 2021 se tuvo 24 proveedores de riesgo 1 y 2. Los 24 proveedores tuvieron auditorías de lineamientos YUM!. Con un resultado de 96% de proveedores con GFSI o nota APROBATORIA, y 4% con tier 3 en seguimiento (Snob).

Adicional se tuvieron 17 proveedores de riesgo 3, de éstos 13 tuvieron auditoría de lineamientos YUM!, 12 con calificación APROBATORIA. 1 proveedor (Mecanoplast) repitió su auditoría por obtener sin nivel, la segunda auditoría obtuvo Tier 2. Dipor obtuvo Tier 3 en su auditoría y fue desactivado del sistema YUM!, se realiza seguimiento conjunto con

KFC para una re-auditoría en 2022. Ecuasal es el único proveedor que obtuvo Sin Nivel y requiere seguimiento.

- **CHILE**

Todos los proveedores tienen que cumplir con las normas de YUM y, según el tipo de clasificación, debe tener una auditoría anual y/o validación de su certificación GFSI.

Para el año 2021, Chile cuenta con una matriz de 70 proveedores, donde 25 de ellos tuvieron auditorías bajo lineamiento YUM (FSA/QSA/CD/TRANSP), de los auditados el 96% aprobó las auditorías y sólo 1 proveedor de empaques quedó en nivel 4 (se re-auditará el 1Q del 2022). Los 44 restantes son proveedores que, según matriz de riesgo de seguridad alimentaria, están homologados con alguna de las certificaciones GFSI definidas y/o visibilidad de sistema de aseguramiento de calidad como HACCP.

- **COLOMBIA**

Para el año 2021, se contó con 18 proveedores con certificaciones GFSI y 19 proveedores en riesgo 1 y 2 de los cuales 15 proveedores tuvieron auditorías bajo lineamientos YUM!. con un resultado Tier 1 y Tier 2.

Se cuenta con 8 proveedores de riesgo 3, de éstos 5 tuvieron auditoría de lineamientos YUM!, 2 con calificación Tier 1 y 2. Proveedor T-Vapan repitió su auditoría por obtener Tier 3 pasando así a Tier 2. Proveedor Viveagro repitió su auditoría por obtener Sin Nivel pasando así a Tier 2. Proveedor Piñacol no programa auditoría en el año y fue desactivado del sistema YUM!. Proveedores Edexa y Harinera del Valle obtuvieron calificación Tier 3 y Sin Nivel respectivamente por lo que requieren re-auditoría Q1 2022.

- **MÉXICO**

Todos los proveedores de ingredientes o material de empaque deben pasar o renovar su auditoría FSA anualmente.

- **ESPAÑA**

En España hay un total de 119 proveedores de alimentación y packaging. Food Delivery Brands reconoce los estándares de GFSI y certificaciones asociadas. A partir de esta base, en el 100% de los proveedores de FDB se cumple una de estas premisas, siendo aptos para suministrar al Grupo.

Son auditados por una compañía certificadora externa, y han aprobado dicha auditoría.

Son auditados por un componente cualificado del Departamento de Calidad de la Compañía, aprobando dicha auditoría. Y, finalmente, la Compañía tiene un seguimiento y control en cuanto a recepción de materias primas y analíticas, con resultados conforme a los requisitos marcados.

- **PORTUGAL**

Todos los proveedores tienen que cumplir con las normas de YUM. Tienen que ser auditados e tienen que tener GFSI. Durante al año de 2021 no se realizaron auditorías de Food Delivery Brands S.A. a proveedores, pero todos los proveedores que nos suministran tienen que cumplir con la Política de Proveedores de YUM.

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, Food Delivery Brands S.A. 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**

- Desarrollo e implantación del Sistema de Autocontrol de los establecimientos de Jenó's Pizza y Pizza Hut.
- Evaluación de proveedores de materia prima y empaque, con altos estándares de inocuidad.
- Implementación de sistema de gestión de calidad e inocuidad en fábrica bajo estándares nacionales (Res. 2674 de 2013) y estándares internacionales (lineamientos YUM).

- Sistema de transporte y distribución de materias primas hacia tiendas, con temperaturas controladas y personal capacitado.
- Personal de tienda capacitado en diferentes áreas y aspectos de seguridad alimentaria y calidad del producto.
- Calibración de hornos.
- Seguimiento de seguridad de alimentos de materias primas y producto terminado.
- Verificación diaria de funcionamiento correcto de equipos, instalaciones y producto.
- Auditorías externas (3 veces al año por tienda) en estándares YUM.

▪ **ECUADOR**

- Se realizan capacitaciones en diferentes temas como refuerzo, todo el personal pasa por un proceso de capacitación previo al ingreso, y se mantienen ayudas visuales en los locales con la información del sistema de calidad: tirillas de medición de aceite, manejo de trampas de grasa en locales, lavado de manos, estándares mínimos de salud, normas de salud, uso de lavabo de tres fosas, temperaturas de los productos, razones de cierre de locales, calibración de termómetros, desinfección de vegetales, vidas útiles y temperaturas de calentamiento mínimas.
- Todos los ingredientes provienen de proveedores aprobados mediante auditorías YUM! o certificaciones internacionales.

▪ **ESPAÑA**

- Todos los establecimientos 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.
- Debido a la situación de pandemia, los protocolos COVID continúan integrados en el Sistema de Autocontrol del Grupo.

▪ **MÉXICO**

- Auditorías bajo los lineamientos de YUM 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 alcanza 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.

- Se realiza control de plagas de manera mensual por sucursal, con la finalidad de mitigar cualquier posible infestación.

▪ **CHILE**

- El abastecimiento de productos en tienda está definido por la matriz de proveedores autorizados y homologados, para garantizar el cumplimiento de los más altos estándares en calidad y seguridad alimentaria.
- Velar por el cumplimiento de todas las exigencias corporativas en seguridad de la comida definidas por la compañía (exigencias las locales y corporativas) para ello se realizan capacitaciones mensuales de acuerdo a programación anual y capacitaciones de contingencia por desviaciones más recurrentes.
- Al ingreso de personal nuevo se realiza por formación capacitación en seguridad de los alimentos disponible en plataforma digital. Para garantizar cumplimiento se realizan visitas técnicas del área de calidad con el respectivo informe técnico.

▪ **PORTUGAL**

- Desarrollo e implantación del Sistema de Autocontrol de los establecimientos de Telepizza y Pizza Hut.
- Realización de auditorias internas e externas
- Administrar formación a todos los empleados que manipulan alimentos.

A continuación, una descripción de las medidas que cada país tomó para asegurar el bienestar de sus clientes frente al Covid-19:

▪ **COLOMBIA**

Desde el inicio de la pandemia se han desarrollado e implantado protocolos específicos para proteger al cliente y al personal de las tiendas de Telepizza y Pizza Hut.

En fábrica:

Implementación de protocolos de bioseguridad según normativa nacional Res. 666 de 2020, y normativa interna del Grupo, entre ellas se encuentran los siguientes aspectos:

- Instalación de mampara separadora en recepción
- Desinfección de calzado (tapete con solución desinfectante al ingreso)
- Toma de temperatura al ingreso y salida del personal interno y externo toma de datos
- Restricción de ingreso (solo personal indispensable para la operacion)

- 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 (cafetería), solo una persona por mesa y con una distancia mínima de 2 metros
- Instalación de dispensadores de alcohol 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
- 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:

Implementación de protocolos de bioseguridad según normativa nacional Res. 666 de 2020, y normativa interna del Grupo, 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

▪ ECUADOR

- Se mantienen protocolos de bioseguridad para prevención COVID-19.
- Se han realizado capacitaciones de refuerzo por parte del departamento médico, comunicados y webinars.

▪ ESPAÑA

Frente a las medidas establecidas para el Covid-19, se establecieron unos protocolos internos para la prevención en los establecimientos. 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

- Se implementaron protocolos de Delivery Contactless. 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
- 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)
- 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

- Distanciamiento de puestos de comida, terrazas con delimitación en puestos de consumo.
- No se atiende a personal que no cuente con mascarilla.
- Señaléticas de distanciamiento social, recordatorio de lavado de manos y uso de mascarilla.
- Control de acceso de personal con registro de control de temperatura y síntomas.
- Protocolo de sanitización de COVID-19 en casos positivos del local.
- Señalética de recordatorio de uso de medios electrónicos para apagados.
- Mantener todos los documentos relacionados con limpieza y sanitización en carpeta Covid-19.

▪ PORTUGAL

- Desarrollo e implantación del Sistema de Autocontrol de los establecimientos de Telepizza y Pizza Hut con base en datos de salud pública
- Constante evaluación de riesgos y análisis de datos de las entidades públicas de salud.

- **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, Food Delivery Brands S.A. 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 2021.

Por su parte, durante 2020 y 2021, 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. Ésta se mantiene en 2021.

A continuación, el desglose quejas de consumidores recibidas en 2021, por tipologías de reclamos:

Tipología de la queja o reclamación	Nº de reclamaciones o quejas recibidas acumuladas al 31.12.2021	Porcentaje de quejas o reclamaciones atendidas y resueltas.
Presencia de insectos/roedores en tienda/alimentos	48	100%
Intoxicaciones / reacciones alérgicas	99	100%
Objetos extraños en los alimentos con o sin lesiones	455	100%
Incumplimiento de Buenas Prácticas de Manipulación Ejemplos: (lavado de manos, uniformidad protección, transporte mercancía, higiene, limpieza, obras etc....)	92	100%
Gestión incorrecta de la información sobre alérgenos con daño al cliente	1	100%

Gestión incorrecta de la información sobre alérgenos sin daño al cliente	-	-
Producto caducado (entregado al cliente) con daño o sin daño	40	100%
Calidad de Producto	7.357	100%
Protocolos COVID	322	100%
Atención al cliente en tiendas	3.814	100%
Pedido	36.348	100%
Servicio	13.698	100%
Protección de datos	74	100%
Total	62.348	100%

6. Información fiscal

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

País	Pagos Impuesto sobre sociedades*
Chile	678.583,83
Colombia	58.483,10
Ecuador	664.191,49
España	546.391,26
México	1.354.453,98
Portugal	1.249.865,37
TOTAL	4.551.969,03

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

Los impuestos pagados en 2021 fueron los siguientes:

España	Portugal	Chile	Colombia	México	Ecuador
-5.438	4.188	-14.914	-3.329	-3.847	-2.452

▪ Las subvenciones públicas recibidas (GRI 201-4)

No se han recibido subvenciones públicas en 2021.



KPMG Asesores, S.L.
Pº de la Castellana, 259 C
28046 Madrid

Informe de Verificación Independiente del Estado de Información no Financiera Consolidado de Tasty Bidco S.L.U. y sociedades dependientes del ejercicio 2021

Al socio único de Tasty Bidco S.L.U.:

De acuerdo con el artículo 49 del Código de Comercio, hemos realizado la verificación, con un alcance de seguridad limitada, del Estado de Información No Financiera Consolidado adjunto (en adelante EINF) correspondiente al ejercicio anual finalizado el 31 de diciembre de 2021, de Tasty Bidco S.L.U. (en adelante, la Sociedad dominante) y sus sociedades dependientes (en adelante el Grupo) que forma parte del Informe de Gestión consolidado de 2021 adjunto del Grupo.

El contenido del Informe de Gestión consolidado incluye información adicional a la requerida por la normativa mercantil vigente en materia de información no financiera que no ha sido objeto de nuestro trabajo de verificación. En este sentido, nuestro trabajo se ha limitado exclusivamente a la verificación de la información identificada en la tabla "Índice de contenidos de la ley 11/2018" incluida en el Informe de Gestión consolidado adjunto.

Responsabilidad de los Administradores

La formulación del EINF incluido en el Informe de Gestión consolidado del Grupo, así como el contenido del mismo, es responsabilidad de los administradores de la Sociedad dominante. El EINF se ha preparado de acuerdo con los contenidos recogidos en la normativa mercantil vigente y siguiendo los criterios de los *Sustainability Reporting Standards* de Global Reporting Initiative (estándares GRI) seleccionados de acuerdo con lo mencionado para cada materia en la tabla "Índice de contenidos de la ley 11/2018" que figura en el citado Informe de Gestión consolidado.

Esta responsabilidad incluye asimismo el diseño, la implantación y el mantenimiento del control interno que se considere necesario para permitir que el EINF esté libre de incorrección material, debida a fraude o error.

Los administradores de la Sociedad dominante son también responsables de definir, implantar, adaptar y mantener los sistemas de gestión de los que se obtiene la información necesaria para la preparación del EINF.



Nuestra independencia y control de calidad

Hemos cumplido con los requerimientos de independencia y demás requerimientos de ética del Código Internacional de Ética para Profesionales de la Contabilidad (incluyendo las normas internacionales de independencia) emitido por el Consejo de Normas Internacionales de Ética para Profesionales de la Contabilidad (IESBA, por sus siglas en inglés) que está basado en los principios fundamentales de integridad, objetividad, competencia profesional, diligencia, confidencialidad y profesionalidad.

Nuestra firma aplica la Norma Internacional de Control de Calidad 1 (NICC 1) y mantiene, en consecuencia, un sistema global de control de calidad que incluye políticas y procedimientos documentados relativos al cumplimiento de requerimientos de ética, normas profesionales y disposiciones legales y reglamentarias aplicables.

El equipo de trabajo ha estado formado por profesionales expertos en revisiones de Información No Financiera y, específicamente, en información de desempeño económico, social y medioambiental.

Nuestra responsabilidad

Nuestra responsabilidad es expresar nuestras conclusiones en un informe de verificación independiente de seguridad limitada basándonos en el trabajo realizado.

Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de revisión de acuerdo con los requisitos establecidos en la Norma Internacional de Encargos de Aseguramiento 3000 Revisada en vigor, “Encargos de Aseguramiento distintos de la Auditoría y de la Revisión de Información Financiera Histórica” (ISAE 3000 Revisada) emitida por el Consejo de Normas Internacionales de Auditoría y Aseguramiento (IAASB) de la Federación Internacional de Contadores (IFAC) y con la Guía de Actuación sobre encargos de verificación del Estado de Información No Financiera emitida por el Instituto de Censores Jurados de Cuentas de España.

En un trabajo de aseguramiento limitado los procedimientos llevados a cabo varían en naturaleza y momento de realización, y tienen una menor extensión, que los realizados en un trabajo de aseguramiento razonable y, por lo tanto, la seguridad que se obtiene es sustancialmente menor.

Nuestro trabajo ha consistido en la formulación de preguntas a la Dirección, así como a las diversas unidades y áreas responsables de la Sociedad dominante que han participado en la elaboración del EINF, en la revisión de los procesos para recopilar y validar la información presentada en el EINF y en la aplicación de ciertos procedimientos analíticos y pruebas de revisión por muestreo que se describen a continuación:

- Reuniones con el personal de la Sociedad dominante para conocer el modelo de negocio, las políticas y los enfoques de gestión aplicados, los principales riesgos relacionados con esas cuestiones y obtener la información necesaria para la revisión externa.
- Análisis del alcance, relevancia e integridad de los contenidos incluidos en el EINF del ejercicio 2021 en función del análisis de materialidad realizado por la Sociedad dominante y descrito en el apartado “Bases para la formulación del Estado de Información No Financiera”, considerando contenidos requeridos en la normativa mercantil en vigor.
- Análisis de los procesos para recopilar y validar los datos presentados en el EINF del ejercicio 2021.
- Revisión de la información relativa con los riesgos, las políticas y los enfoques de gestión aplicados en relación con los aspectos materiales presentados en el EINF del ejercicio 2021.

- Comprobación, mediante pruebas, en base a la selección de una muestra, de la información relativa a los contenidos incluidos en el EINF del ejercicio 2021 y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información.
- Obtención de una carta de manifestaciones de los Administradores y la Dirección.

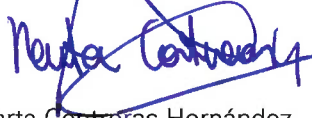
Conclusión

Basándonos en los procedimientos realizados en nuestra verificación y en las evidencias que hemos obtenido, no se ha puesto de manifiesto aspecto alguno que nos haga creer que el EINF de Tasty Bidco S.L.U. y sociedades dependientes correspondiente al ejercicio anual finalizado el 31 de diciembre de 2021, no haya sido preparado, en todos sus aspectos significativos, de acuerdo con los contenidos recogidos en la normativa mercantil vigente y siguiendo los criterios de los estándares GRI seleccionados y de acuerdo con lo mencionado para cada materia en la tabla “Índice de contenidos de la ley 11/2018” del citado Informe de Gestión consolidado.

Uso y distribución

Este informe ha sido preparado en respuesta al requerimiento establecido en la normativa mercantil vigente en España, por lo que podría no ser adecuado para otros propósitos y jurisdicciones.

KPMG Asesores, S.L.



Marta Contreras Hernández

20 de abril de 2022

