# Informe de Estado de Información No Financiera

Tasty Bidco, S.L.

2022

## Presentación.

En cumplimiento de la Ley 11 del 28 de diciembre de 2018, la cual establece los lineamientos para las empresas sobre la divulgación de información no financiera en materia de *información no financiera y diversidad*, el Consejo de Administración de TASTY BIDCO S.L. (en adelante Food Delivery Brands S.A. o el Grupo) presenta el presente Estado de Información No Financiera (EINF) para el ejercicio de 2022, 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 www.fooddeliverybrands.com.

TASTY BIDCO S.L. 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 ha sido elaborado siguiendo los estándares del Global Reporting Initiative (GRI) versión 2021 publicados por Global Sustainability Standards Board (GSSB), los cuales entraron en vigor para la elaboración de informes u otros materiales publicados a partir del 1 enero de 2023.

El alcance de la información no financiera reportada en este informe comprende las actividades de negocio de TASTY BIDCO S.L. durante el transcurso del año 2022, desarrolladas en los países en los cuales opera de manera directa en tiendas, fábricas y centros de distribución propios, como son España, Portugal, México, Colombia, Ecuador y Chile.

San Sebastián de los Reyes, Madrid, 12 de mayo de 2023.

## 1. Descripción de la Organización.

- **Descripción de Tasty Bidco S.L., entidad que reporta el Estado de la Información No Financiera.**

TASTY BIDCO, S.L. es una entidad mercantil constituida como sociedad de responsabilidad limitada en España, el día 04 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.

La sociedad está registrada bajo las leyes de España con el registro comercial de Madrid número B88208848 y con el domicilio de la sociedad situado en la Calle Isla Graciosa, 7, en San Sebastián de los Reyes (Código Postal 28703), Madrid, España.

El 21 de diciembre de 2018, TASTY BIDCO, S.L. anunció la formulación de una oferta pública de adquisición sobre la totalidad de las acciones de Food Delivery Brands Group, S.A. (antes denominada Telepizza Group, S.A.), con la intención de promover la exclusión de negociación de la sociedad de las bolsas de valores españolas. Como resultado de esta oferta pública de adquisición, la sociedad TASTY BIDCO, S.L. se convirtió en el principal accionista de Food Delivery Brands Group, S.A. (antes denominada Telepizza Group, S.A.) y cabecera del denominado "Grupo Food Delivery Brands" (anteriormente "Grupo Telepizza").

A finales del año 2020, con el objetivo de dotar de mayor personalidad e independencia a las diferentes marcas que opera el entonces denominado Grupo Telepizza, se modificó la denominación social de la sociedad Telepizza Group, S.A. por la actual, Food Delivery Brands Group, S.A., de tal manera que el "Grupo Telepizza" paso a denominarse "Grupo Food Delivery Brands" o "Grupo FDB".

- **Telepizza S.A.**

En 1988, se constituye una de las sociedades mercantiles que hoy conforman el Grupo FOOD DELIVERY BRANDS: Tele Pizza, S.A.U. (actualmente denominada FOOD DELIVERY BRANDS, S.A.U.), operando en el mercado bajo la marca "Telepizza".

Esta sociedad fue fundada en Madrid España, como una empresa familiar, con un claro propósito 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 1992 abre su primera fábrica situada en España y pronto comienza su expansión internacional.

La visión de Food Delivery Brands S.A. se concreta en "*Ser la cadena multimarca líder gracias a la calidad en la elaboración de nuestros productos y al mejor servicio a nuestros clientes, tanto en el restaurante como en el delivery, y todo esto garantizando la rentabilidad de nuestros franquiciados y accionistas y el desarrollo de nuestros colaboradores.*"

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 tiene un amplio menú que contiene entradas, postres y bebidas, así como otras alternativas a su producto principal como ensaladas y lasañas.

- **La innovación.**

En Food Delivery Brands "*La innovación no es un departamento concreto, se extiende a cada acción que llevamos a cabo, es algo por lo que trabajamos cada día, transmitiéndolo a nuestros productos con nuevos sabores y propuestas, así como en nuestras marcas y establecimientos creando las mejores experiencias para nuestros clientes, todo ello como el reflejo de nuestra forma de trabajar y comunicarnos. Pero eso no es todo, queremos llevar nuestra capacidad de delivery a su máximo nivel, para ello, seguimos optimizando y fomentando los servicios a domicilio y recogida a través de nuestras plataformas digitales y así garantizar siempre el mejor servicio.*"

- **Cultura y valores Corporativos.**

La operación y actividad diaria de la compañía se apalanca en una cultura interna que gira en torno a valores que engloban y proyectan las acciones como compañía:

**SOMOS EQUIPO :** Componemos un gran equipo diverso a través de las mejores personas.

**EXCELENCIA:** Nos enfocamos en aportar calidad y valor a nuestros clientes internos y externos.

**FLEXIBILIDAD:** Nos esforzamos por anticiparnos a las necesidades y situaciones siendo proactivos.

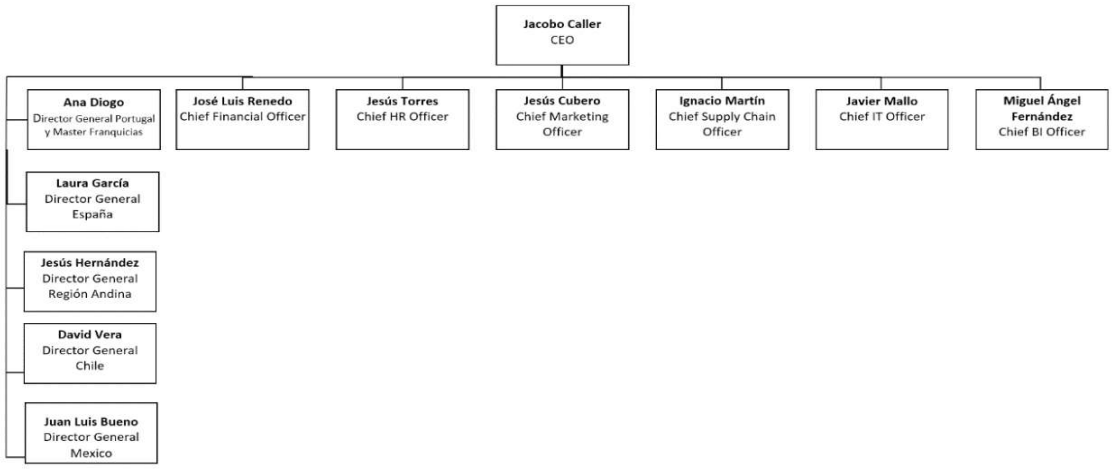
**ESPÍRITU EMPRENDEDOR:** Somos valientes y nos atrevemos a innovar para afrontar retos.

**FUTURO SOSTENIBLE:** Garantizamos que el negocio sea sostenible y responsable con la sociedad.

**INTEGRIDAD:** Lo hacemos todo desde la honestidad y transparencia.

- **Estructura de Gobierno y composición.**

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 2022:




El Consejo de Administración de Tasty Bidco S.L. está conformado por los siguientes nueve miembros al 31 de diciembre de 2022:

| Nombre | Posición |
|---|---|
| Jacobo Caller Celestino | Presidente y Consejero Delegado |
| Gabriele Questa | Consejero |
| Philippe Sasson | Consejero |
| Víctor Culebras Yabar | Consejero |
| Óscar Salazar Gaitán | Consejero |
| Jorge Lluch Pauner | Consejero |
| Alfredo Tennenbaum Casado | Consejero |
| Manuel Echenique Sanjurjo | Secretario no consejero |
| Gorka Atutxa Bernaola | Vicesecretario no consejero |

El nombramiento de los consejeros los realiza la Junta de Socios sin más excepciones que las establecidas en la Ley.

## 2. Entidades incluidas en la elaboración de informes de sostenibilidad de la organización.

La actividad principal de Tasty Bidco S.L. es su participación en Food Delivery Brands Group, S.A. y la prestación de servicios corporativos y relacionados con la gestión estratégica en nombre de Food Delivery Brands Group, S.A. y otras empresas del grupo.

La actividad principal de sus filiales consiste en la gestión y explotación de establecimientos de venta al público bajo las marcas "Telepizza", "Pizza Hut", "Jeno's Pizza" y "Apache", que venden comida para consumir a domicilio y en el propio local. A 31 de diciembre de 2022, esta actividad se desarrolla a través de 531 establecimientos propios y 2.010 franquiciados, ubicados principalmente en España, Portugal, Chile, Colombia, Ecuador, México e Irlanda.

Este informe del Estado de la Información No Financiera de Tasty Bidco S.L. responde a la actividad del grupo de manera directa. Así, el alcance de este documento será las compañías que opera en los mercados de 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 y también con base en los temas materiales.

Para el año 2022 Food Delivery Brands S.A. cuenta con cinco fábricas, ubicadas en España, México, Chile, Colombia y Ecuador y con cuatro centros de distribución propios, ubicados en España, Portugal, Colombia, Chile y México, esta última está ubicada en Querétaro e inició sus operaciones de producción de masa en septiembre de 2022.

- Mercados en los que opera.

Los mercados en los que Food Delivery Brands S.A. opera de manera directa son los de España, Portugal, Chile, Colombia, Ecuador y México, mencionados anteriormente.

Sin embargo, al 31 de diciembre de 2022, el grupo tenía presencia en 32 países, a través de modelos de máster franquicias; algunos de esos mercados son: Irlanda, Costa Rica, Puerto Rico, República Dominicana, Bahamas, Islas Vírgenes, Jamaica, Perú, El Salvador, entre otros.

Al cierre de Diciembre de 2022 el grupo cuenta con 531 tiendas propias (556 en 2021), en los 6 países mencionados en donde tiene operación directa.

- Ubicación de la sede.

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. (Ver: Descripción de la Organización).

- Objetivos y estrategias de la organización.

Los principales objetivos estratégicos fijados por el Dirección para el período 2022 a 2025 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 y Materialidad.

Food Delivery Brands S.A. tiene una Política de Control y Gestión de Riesgos, para 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 el Grupo en la consecución de sus principales objetivos.

El Grupo está trabajando para desarrollar una nueva estrategia de sostenibilidad en materia de impacto a la sociedad y desarrollar esfuerzos en materia de Responsabilidad Social Corporativa. Esto teniendo en cuenta los Objetivos de Desarrollo Sostenible a los que el Grupo ha definido para su alcance y materialidad.

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. 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.

- Lista de temas materiales.

De la evaluación de riesgos del negocio para los asuntos a revelar de acuerdo con el análisis de materialidad se determinaron los siguientes impactos en la operación:

| |
|---|
| Impacto sobre el Ambiente |
| Gestión de la Energía |
| Gestión del agua y las aguas residuales |
| Gestión de residuos y materiales peligrosos |
| Impacto a la Sociedad |
| Calidad y seguridad de los productos |
| Bienestar de los consumidores |
| Derechos humanos y relaciones comunitarias |
| Capital Humano |
| Prácticas laborales |
| Salud y seguridad de los empleados |
| Compromiso de los empleados, diversidad e inclusión |
| Modelo de negocio e innovación |
| Gestión de la cadena de suministro |
| Abastecimiento y eficiencia de los materiales |
| Impactos físicos del cambio climático |
| Dirección y gobierno |
| Ética de los negocios |
| Gestión del entorno legal y reglamentario |
| Gestión de Riesgos del Negocio |

## 3. 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. Este 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.

A continuación, se detallan las diferentes políticas de las que dispone Food Delivery Brands S.A. (Tasty Bidco S.L.) en 2022:

| ÁMBITOS | POLÍTICAS | 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. El Código define los principios de conducta empresarial, vinculados a nuestros valores compartidos, que distinguen a Food Delivery Brands 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 de Línea Ética | El canal de denuncias o Línea Ética cuya implementación y funcionamiento constituye el objeto de esta Política permite a empleados y terceros que colaboren con el Grupo, informar inquietudes, plantear denuncias o revelar información sobre algo que excede a lo normal y/o que indica una mala práctica, una situación de acoso, un incumplimiento normativo o contraviene el Código de Ética y las políticas y procedimientos internos del Grupo. |
| | Cultura y Valores | El propósito de Food Delivery Brands, su visión y los valores corporativos fueron actualizados y comunicados a toda la plantilla durante el tercer trimestre del año 2022. |
| | Política Anticorrupción | 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. |
| | 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. |
| Políticas legales | Política de Control y Gestión de Riesgos | 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. 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. |
| | Política Fiscal Corporativa | La política fiscal del Grupo 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.<br><br>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. |
| | 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 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"). |

| | | |
|---|---|---|
| Políticas de Recursos Humanos | Política de Recursos Humanos | El objetivo de la Política de Recursos Humanos del Grupo Telepizza es fijar los principios y criterios básicos a seguir en los procesos de contratación y selección de empleados, estableciendo los estándares mínimos a aplicar, de acuerdo con las normas y valores de la empresa recogidos en su Código Ético. |
| | Política de Derechos Humanos | Esta política desarrolla los valores y principios contenidos en el Código Ético del Grupo Food Delivery Brands. Su 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. |
| | Política Global de Igualdad, Diversidad, Inclusión y Respeto | 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. |
| | Política Global de Seguridad y Salud | 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. |
| 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. |

## 4. Período objeto del informe, frecuencia y punto de contacto.

La información y datos contenidos en el presente informe corresponde al período 01 de enero de 2022 al 31 de diciembre de 2022 y tiene alcance sobre las operaciones de tiendas y fábricas propias.

La periodicidad del informe es anual y para fines de contacto podrá hacerlo al correo electrónico comunicacion@fooddeliverybrands.com.

## 5. Ajustes de información reportada en el 2021.

En el informe se reportan modificaciones sobre algunos datos de indicadores presentados en el EINF 2021, las cuales surgieron al momento de homologación y comparabilidad de datos. Las modificaciones realizadas están mencionadas en pie de página en los capítulos siguientes, según corresponda.

## 6. Verificación Externa.

El contenido de este informe ha sido auditado por:

PricewaterhouseCoopers Auditores, S.L.,
Torre PwC, Pº de la Castellana 259 B, 28046 Madrid, España
Tel.: +34 915 684 400 / +34 902 021 111,
Fax: +34 915 685 400,
www.pwc.com

## 7. CUESTIONES MEDIOAMBIENTALES.

El capítulo de Gestión Ambiental recoge la información cualitativa y cuantitativa de los procesos operacionales de Tasty Bidco S.L. en las fábricas y centros de distribución con relación a los impactos medioambientales en los mercados donde opera de forma directa, considerando que la operación industrial es la que concentra los mayores impactos ambientales. Sin embargo, para lograr homogeneidad de datos con respecto a los datos reportados para el ejercicio del 2021, se han realizado reexpresiones de ese año y estimaciones de los indicadores ambientales asociados a tiendas para el año 2022.

### 7.1. Principales riesgos de la operación con respecto al ambiente.

Los riesgos medioambientales asociados con los procesos industriales y logísticos de operación propia de Tasty Bidco S.L. desarrollados a través de sus filiales, son parte 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 grupo es consciente de los cambios regulatorios en el sector energético y también de los incrementos de precios de la electricidad y los combustibles necesarios para descarbonizar la economía y, por lo tanto, adapta los procesos productivos a nuevas tecnologías que busquen optimizar y reducir el consumo de los recursos energéticos.

### 7.2. Compromisos de la compañía y principios de precaución.

Los compromisos medioambientales de la compañía son:

- Cumplir la legislación vigente en cada país en materia medioambiental para prevenir la contaminación, reducir los residuos y trabajar en la mejora continua en todos los procesos de la compañía relacionados con el medioambiente.
- Promover las acciones que permitan impulsar la economía circular en sus procesos de producción.
- Medir su huella de carbono en sus diferentes alcances.
- Sensibilizar y formar a los empleados en el uso eficiente de los recursos.
- Dotar a las compañías de los medios necesarios para el conocimiento y cumplimiento de la normativa medioambiental vigente, incluyendo herramientas para la mejora continua.
- Reducir progresivamente los residuos generados, procurando su reutilización dentro o fuera de la compañía.
- Comunicar a los empleados, proveedores, clientes y otras partes interesadas los aspectos medioambientales que son de obligatorio cumplimiento para el Grupo.

### 7.3. Gestión ambiental.

- **Efectos actuales y previsibles de las actividades de la empresa en el medioambiente y en su caso, la salud y la seguridad.**

Los efectos actuales y previsibles de la actividad de la empresa en el medioambiente pueden ser diferentes según el país, porque, aunque la actividad es similar, hay procesos específicos de cada país, así como condiciones diferentes y efectos específicos para cada entorno.

A continuación, se detallan los principales efectos de las actividades del Grupo con relación al ambiente, la seguridad y salud de las personas dentro del desarrollo de las actividades de producción, almacenamiento y distribución.

- Relacionadas con los efectos ambientales:

| Efectos ambientales | Actividades de Mitigación |
|---|---|
| - Contaminación del agua.<br>- Emisión de material particulado al medioambiente.<br>- Desperdicio de materias primas.<br>- Generación de desperdicios de cartón y plásticos.<br>- Incrementos de consumos de electricidad, gas y otros combustibles. | - Las plantas tienen trampas de grasa y filtros que evitan el vertido directo de aguas residuales.<br>- Las plantas funcionan dentro de parques industriales, los cuales regulan el vertido de aguas en cumplimiento de la normatividad.<br>- Mantenimiento continuo de los equipos para asegurar el adecuado consumo eléctrico de estos.<br>- Controles de mermas y desperdicios en las ordenes de producción para mitigar el desperdicio de alimentos desde la fuente.<br>- Control de las fechas de vencimiento de los productos y rotación continua del inventario.<br>- Los residuos sólidos son gestionados por empresas autorizadas localmente para la recolección y disposición final de estos.<br>- En el caso de la producción de Daganzo, los desechos de masa se utilizan para la alimentación de animales y se realiza a través del Gestor de Residuos autorizado.<br>- En las instalaciones se tiene los espacios para la separación de basuras. |

- Relacionadas con la salud y seguridad física de las personas:

| Grupo de Interés | Posibles efectos sobre la salud y la seguridad física de las personas. | Actividades de Mitigación |
|---|---|---|
| Consumidores | - Intoxicaciones por el consumo de alimentos | - Cumplimiento de los manuales de calidad en el manejo de producto definidos por el Grupo en cumplimiento de la normatividad aplicable.<br>- Auditoría de calidad a los proveedores.<br>- Auditoría de calidad a los procesos de producción. |
| Empleados | - Afectaciones a la salud causadas por el calor y frío de los equipos.<br>- Cambios bruscos de temperatura por pasar a las cámaras de frío.<br>- Atrapamiento de las manos al utilizar las máquinas de elaboración de masa. | -Uso de los elementos de Protección Personal.<br>-Formación a los empleados de fábrica en la prevención de los riegos laborales.<br>- Mantenimiento programado de los equipos y verificación de las medidas de seguridad de estos.<br>- El mantenimiento programado controla el nivel de emisiones de calor. |

- **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 normas locales que son de obligatorio cumplimiento para las operaciones del Grupo. A continuación, las principales normativas locales implementadas:

- ESPAÑA

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

- PORTUGAL

| Normatividad | Procedimiento | Evidencia de seguimiento y cumplimiento |
|---|---|---|
| Normas relativas a las fuentes de Agua | No es aplicable, pero anualmente, lo analizamos. | Boletín de análisis. |
| Normas sobre la gestión de residuos | Decreto Ley n.º 178/2006 - Contrato con una empresa de gestión de residuos. | Contrato y archivo de abonos. |

- MÉXICO

| Normatividad | Procedimiento | Evidencia de seguimiento y cumplimiento |
|---|---|---|
| Normas relativas a las fuentes de Agua | Procedimiento de mantenimiento y monitoreo de agua potable<br>SGC-PR-015 | Registros de pH y cloro residual libre SGC-RG-005 “Registro pH y cloro residual del agua”.<br>Análisis mensual de Coliformes fecales (Informe de proveedor) |
| Normas sobre la gestión de residuos | Procedimiento de manejo de desechos en planta SGC-PR-028 | Soportes de disposición de residuos y desazolve emitidos por los Gestores de Residuos. |

- COLOMBIA

| Normatividad | Procedimiento | Evidencia de seguimiento y cumplimiento |
|---|---|---|
| Normas relativas a las fuentes de Agua | Resolución 2115 de 2007. | En la fábrica se realiza análisis Microbiológicos con una frecuencia mensual y Análisis Fisicoquímico 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 | Resolución 1377 de 2015. | No se realiza verificación del cumplimiento. |
| Normas sobre la gestión de residuos. | Resolución 2674 de 2013. | Soportes de recolección de proveedor certificado. |

- ECUADOR

| Normatividad | Procedimiento | Evidencia de seguimiento y cumplimiento |
|---|---|---|
| Normas relativas a las fuentes de Agua | Normas NTE INEN 1108.<br>Ley orgánica de Recursos Hídricos, usos y aprovechamiento del agua. | Análisis externos de agua. |

- CHILE

| Normatividad | Procedimiento | Evidencia de seguimiento y cumplimiento |
|---|---|---|
| Normas relativas a las fuentes de Agua | Se realiza un exhaustivo control de calidad del agua en el cual se establece 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 de realizar la 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:<br><br>-Registro de control de dureza.<br>-Registro de control de cloro residual.<br>-Registro de análisis completo bajo Norma Chilena 409. |
| Normas sobre la gestión de residuos | Manejo de residuos<br>Control de producto no conforme | Se registra en:<br>- Procedimiento de manejo de residuos<br>- Registro producto no conforme y merma.<br>- Certificado anual de retiros de residuos en fábrica. |

- **Recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales.**

  - Reporte de los recursos económicos utilizados en la prevención ambiental.

Las compañías no cuentan con un personal exclusivo para la gestión ambiental; sin embargo, las personas responsables de los departamentos de calidad y de mantenimiento en cada fábrica desarrollan tareas de prevención y mitigación de riesgos ambientales y, por lo tanto, los valores de gasto laboral reportados corresponden a estimaciones del tiempo utilizado por los empleados de estos departamentos. Para el año 2022 se reportaron 4.234,00 euros frente a los 72.376,00 del año 2021. La variación con respecto al año pasado obedece a estas estimaciones.

Los importes relacionados con gastos de mantenimiento de maquinaria y equipo y la gestión de residuos, ascendieron a 164.628,00 euros durante el 2022 frente a 432.536,00 euros del año 2021. La variación ocurre por menores gastos de mantenimiento incurridos por las compañías de Portugal, México, Ecuador y Chile.

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

El Grupo tiene una póliza global de Responsabilidad Civil por un valor de 20 millones de euros con alcance a los riesgos asociados a la contaminación accidental derivados de la actividad operacional de sus compañías de operación propia.

Al 31 de diciembre de 2022, las subsidiarias de Tasty Bidco S.L. no tienen provisiones contables por contingencias tales como demandas y reclamaciones, derivadas de incidentes ambientales.

### 7.4. Economía circular y prevención y gestión de residuos.

- **Descripción de medidas de prevención, reciclaje, reutilización, otras formas de recuperación y eliminación de desechos.**

Las medidas de prevención, reciclaje, reutilización y manejo de desechos en Food Delivery Brands S.A., son:

**- 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.

**- PORTUGAL:** La actividad operacional de Telepizza en Portugal no incluye el proceso de industrial de transformación de harina y aditivos en bolas de masa y discos. El abastecimiento de este producto se realizada desde la fábrica de Telepizza en Daganzo, España. Portugal tiene una operación en su centro de distribución que cuenta con un sistema de Seguridad Alimentaria basado en la gestión de stocks, el cual mantiene el control de FEFO (First Expire, First Out), disminuyendo los riesgos de caducidad. Cuando se necesita dar de baja artículos alimentarios no conformes, se realiza a través de una empresa de gestión de residuos.

**- MÉXICO:** La subsidiaria del Grupo en México inició operaciones industriales en septiembre de 2022 y la gestión de sus residuos la realiza mediante dos operadores autorizados: El primer gestor se encarga de los residuos orgánicos e inorgánicos tales como desechos de masa, barreduras, empaques de alimentos, residuos de la operación, entre otros y le da disposición final en relleno sanitario autorizado para tal fin por las autoridades regulatorias del municipio de Querétaro. Por otro lado, el gestor de desazolves retira los desechos de la trampa de grasa, mediante un vehículo VACTOR y los lleva a la planta de tratamiento municipal.

**- 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 al gestor de residuos para que se recojan y se realice la disposición final en compostaje. La compañía tiene como control el sistema de almacenamiento PEPS para administrar el riesgo de vencimientos de productos y reutiliza las cajas de cartón como empaque secundario en los procesos logísticos.

**- ECUADOR:** La gestión de residuos se realiza a través del Gestor de Residuos contratado con las especificaciones requeridas por las autoridades locales.

**- CHILE:** La compañía local tiene habilitados basureros de desperdicios clasificados por tipo y por colores. Cuenta con un contenedor exterior para residuos de fábrica. El gestor de residuos recoge los desperdicios de fábrica a través de un vehículo VOLTA y procede con la disposición final autorizada.

- **Generación de residuos.**

Cabe destacar que no hay comparabilidad con respecto a los datos de 2021 debido que en el año pasado se incluyeron tanto los residuos de fábricas como los de algunas tiendas, mientras que para el 2022 solo se reportan los datos de residuos generados en fábrica, debido a la dificultad de recolección de los datos en tiendas:

| Cantidad generada (Tn) | Dato 2022 | Dato 2021 |
|---|---|---|
| Residuos Peligrosos | 22,49 | 98,74 |
| Residuos No Peligrosos | 1.307,20 | 3.209,37 |
| Total Residuos | 1.329,69 | 3.308,11 |

- **Residuos peligrosos (En toneladas):**

El Grupo generó para el año 2022 un total de 22,49 toneladas de residuos peligrosos en fábrica, generándose estos mayormente en España. Para el año 2021, se efectuó un recálculo de los datos para homologar las unidades de reporte lo que llevó a ajustar los residuos generado en un total de 98,74 toneladas[1].

- **Residuos no peligrosos (En toneladas):**

El Grupo generó para el año 2022 un total de 1.307,20 toneladas de residuos no peligrosos, mientras que para el año 2021 se generaron 3.209,37 toneladas.

Al igual que para los datos de residuos peligrosos, el Grupo desarrollará para el año 2023, un plan que permita incorporar metodologías y herramientas para la recopilación de los datos de residuos generados en tiendas y tener entre otros, criterios de uniformidad en el reporte de datos que incluya detalles tanto de fábricas, centros de distribución y tiendas propias.

- **Acciones para combatir el desperdicio de alimentos.**

Los procesos realizados para la planificación del abastecimiento y control de productos en las fábricas y centros de distribución permiten que en las subsidiarias se prevenga el desperdicio de alimentos. Como medidas implementadas, las compañías operan bajo el formato de pedidos. En las tiendas se procesa el producto para la entrega al cliente una vez este lo haya solicitado y no antes, mientras que, a nivel logístico e industrial, la planificación de abastecimiento y producción se realiza con la información que suministran las tiendas, evitando así el sobre stock. Esto permite tener eficiencia y control para reducir la generación de desechos y desperdicios de alimentos, principalmente por fecha de vencimiento.

## 7.5. Uso sostenible de los recursos.

Los reportes de consumos de agua, energía y combustibles que se presentan a continuación corresponden a registros de fábricas y centros de distribución.

- **Consumo de materias primas durante el año 2022 y medidas adoptadas para mejorar la eficiencia de su uso.**

A continuación, se detalla las compras de las principales materias primas tanto en fábrica como en tiendas.

| Consumo de total (Tn) | 2022 | 2021[2] |
|---|---|---|
| Materias Primas | 64.536,70 | 60.172,00 |
| De cartón utilizado | 8.460,56 | 8.079,00 |

[1] Debemos presentar corrección del reporte del año 2021 de la línea de producción de España, ya que se reportaron las unidades en kilogramos; 1.374,00 y no se convirtieron a toneladas. Para que sea comparable con el resto de los países, el valor correcto a reportar de este país en 2021, debe ser 1,40 toneladas. Quedando un total consolidado final de 98,74.

[2] Debemos presentar corrección del dato del reporte de 2021 de las toneladas de materias primas y cartón consumido por la operación de México. Se identificó que para el año 2021 se reportaron 16.240,00 toneladas, siendo el dato correcto 11.338,00 toneladas ya que se estaban incluyendo más materias primas. Por lo tanto, el dato de consumo de materias primas del 2021 cambia de 65.074 toneladas a 60.172,00 toneladas.

Con respecto al consumo de cartón, al igual que el caso anterior, se identificó que para el año 2021 se reportaron 4.492,00 toneladas en México, siendo el dato correcto 2.058,00 toneladas. De esta forma, el total de consumo de cartón del Grupo en 2021 pasa de 10.510,00 toneladas a 8.076,00 toneladas.

Las materias primas detalladas son las compras efectuadas a lo largo de la cadena de valor, en el proceso productivo, estas están agrupadas en; harinas, sémolas, dairy topping, dairy products, cárnicos, vegetales y aceite.

El consumo de cartón es certificado por los proveedores como cartón producido con materiales reciclados.

- Consumo energético.

  - Medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética.

La optimización en el uso de los recursos energéticos es un indicador importante para el grupo debido al impacto que esto representa en su costo de producción, por lo tanto, las compañías desarrollan las siguientes actividades clave:

- Mantenimiento preventivo a los equipos de calor y frío, tales como hornos y unidades de refrigeración para que se mantengan dentro de los niveles óptimos de consumo.

- Los programas de producción se optimizan de acuerdo con la planificación del abastecimiento para disminuir el uso innecesario de equipos.

- Se mantiene la cultura del ahorro de energía, con el apagado y uso eficiente de equipos.

- Los túneles de frío, con el cual se congela la masa, se mantiene encendido únicamente dentro del proceso de producción.

- Detalle de los consumos energéticos

i. Combustibles utilizados en fuentes estacionarias y móviles.

El consumo de energía de 2022 está compuesto por un valor real generado en fábricas y una estimación de las tiendas, para más información sobre estos valores ver en Anexo I. Si se compara con 2021, se observa que el consumo incrementa en más de un 100% debido a que en el año pasado no se reportaron la totalidad de los consumos de combustibles en tiendas puesto que no se tenía esa información.

A continuación, se detalla la tabla resumen de consumos energéticos de combustibles en MWh.

| Consumo energético (MWh) | Total 2022[3] | Total 2021[4] |
|---|---|---|
| Gas Natural | 19.249,81 | 3.392,71 |
| Diesel | 3.593,78 | 582,04 |
| Gasolina | 1.113,71 | 3.259,78 |
| GLP | 20.418,98 | 12.197,62 |
| **Total** | **44.376,28** | **19.432,15** |

ii. Consumo de electricidad procedente de fuentes no renovables

Al igual que en el consumo de combustible, los datos de consumo de energía de 2022 están compuestos por un valor real generado en fábricas y una estimación de las tiendas, para más información sobre estos valores ver en Anexo I.

[3] El valor reportado de consumo energético en MWh para el 2022 incluye tanto el valor real de consumo en fábricas y centros de distribución como una estimación de los consumos de las tiendas. Para obtener el valor estimado se emplearon los consumos medios de varias tiendas y se extrapoló al total de tiendas propias por país. Para más información ver anexo I.

[4] Se ha realizado un recálculo en el año 2021 del consumo de GLP en la operación de Ecuador. Para el año 2021, se había reportado un consumo total de 675.133,00 kg siendo el dato real consumido 360.297,60 kg, lo cual equivale a 4.822,58 MWh. Esta diferencia se debe a que al año pasado se reportaron más consumos de los realmente consumidos. Debido a este recálculo el consumo real de GLP en 2021 para el grupo queda en un total de 12.197,62 MWh

A continuación, se detalla la tabla resumen de consumos energéticos en MWh.

| Consumo eléctrico (MWh) | Total 2022 [5] | Total 2021 |
|---|---|---|
| Electricidad | 43.592,10 | 21.441,41 |

Si se compara con 2021, se observa un incremento de más del 100%, debido a que en el año pasado no se reportaron la totalidad de los consumos de eléctrico en tiendas ya que no se tenía esa información.

Tal y como se detallaba en el apartado de residuos, el Grupo desarrollará para el año 2023, un plan que permita incorporar metodologías y herramientas para la recopilación de los datos de consumos de energía en las tiendas.

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

Actualmente Tasty Bidco S.L no dispone de contratos de suministro de energía renovable; sin embargo, el Grupo si trabaja con proveedores que disponen de un conjunto energético con un porcentaje de energía renovable del 20,1% para España y del 28,7% para Portugal.

- Consumo de agua y suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales.

Al igual que en las casuísticas anteriores, los datos de consumo de agua de 2022 están compuestos por un valor real generado en fábricas y una estimación de las tiendas, para más información sobre estos valores ver en Anexo I.

A continuación, se detalla la tabla resumen de consumos de agua en m3 del total del grupo, utilizando todos los países agua de red.

| Consumo (m3) | Dato 2022[6] | Dato 2021 |
|---|---|---|
| Agua | 276.762,50 | 145.599,52 |

El incremento del 90% del 2022 con respecto al 2021, se debe a la incorporación del estimado de consumos de las tiendas propias para el año 2022, el cual se reporta en el anexo I.

## 7.6. 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, se explican a continuación:

En México, se ha establecido que para el año 2023, se elaborará una data de seguimiento de consumos para generar estrategias de reducción y eficiencia para los años siguientes. Es importante destacar que la planta del Grupo en México es una planta recientemente construida con modernos equipos adaptados a las exigencias del cambio climático.

En Chile, en el corto plazo, se eliminarán las etiquetas en las cajas de producto terminado y habrá una impresión en todas las cajas producidas por la fábrica, con el fin de evitar contaminación de papeles tanto en fábricas como en tiendas. Este proceso también se realizará para el caso de los plásticos contenedores de aceite. Actualmente en fábrica se consume aceite en la fabricación de masas en formato de bidones plásticos de 5 litros, esto genera contaminación con los envases de plásticos que se merman en fábrica, el plan para el año 2023 es abastecerse de aceite en formatos de 1000 litros y dosificarlos en recipientes reutilizables.

- Medidas para adaptarse al cambio climático.

La compañía trabaja continuamente por reducir su impacto en el medioambiente y por ende su correlación con el cambio climático. Actualmente se está trabajando en diversos proyectos e iniciativas para reducir las emisiones de CO2

[5] Al igual que para el caso de consumo energético derivado de fuentes estacionarias y móviles, el dato reportado de consumo de electricidad incluye tanto el consumo eléctrico real de fábricas y centros de distribución propios, junto con una estimación del consumo de las tiendas. Dicha estimación se ha calculado igual que en el punto anterior. Para más información ver anexo I.

[6] El valor reportado de consumo de agua en m3 para el 2022 incluye tanto el valor real de consumo en fábricas y centros de distribución como una estimación de los consumos de las tiendas. Para obtener el valor estimado se emplearon los consumos medios de varias tiendas y se extrapoló al total de tiendas propias por país. Para más información ver anexo I.

y la huella de carbono como, 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.** [7]

A continuación, se detalla la tabla resumen de las emisiones causadas por el grupo a raíz de los consumos energéticos incluyendo tanto los reales como los estimados.

| Componente | Emisiones 2022 | Emisiones 2021 |
|---|---|---|
| **Alcance 1** | | |
| Gas Natural | 3.753,48 | 688,6 |
| Diésel | 967,81 | 146,5 |
| Gasolina | 283,19 | 929,9 |
| GLP | 4.748,84 | 3.884,80 |
| **Total emisiones Alcance 1** | **9.753,32** | **5.649,8** |
| **Alcance 2: electricidad** | | |
| Electricidad | 7.342,09 | 4.552,70 |
| **Total Emisiones Alcance 2** | **7342,09** | **4552,7** |
| **Total emisiones** (A1+A2) | **17.095,73** | **10.202,50** |

- **Estimación de consumos de Tiendas.**

Tal y como se ha venido explicando a lo largo de todo el capítulo de medioambiente, los datos reportados correspondientes a los consumos de agua, electricidad, combustibles y por ende emisiones, están compuestos por un valor real de las fábricas y centros de distribución sumado a un valor estimado. Estando estas estimaciones realizadas por el grupo y sus filiales para sacar un valor aproximado de los consumos efectuados en las tiendas. Estos valores se detallan en el anexo I del informe.

## 8. CUESTIONES SOCIALES Y RELATIVAS AL PERSONAL.

El Grupo tiene políticas en materia laboral para fijar su compromiso con la igualdad, el respeto, el trato y oportunidades para todas las personas que trabajan en sus compañías filiales. La compañía promueve activamente la diversidad y la inclusión con el objetivo de prevenir el riesgo de desigualdad y exclusión.

Desde el año 2021 el Grupo publicó su Política Global de Igualdad, Diversidad, Inclusión y Respeto con la cual el Grupo se compromete a combatir y rechazar cualquier indicio de discriminación y promover un entorno laboral favorable que facilite y potencie la igualdad de oportunidades y el respeto.

### 8.1. 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.

Los riesgos de gestión de personal son parte de la categoría de los Riesgos Operativos y los riesgos de cumplimiento normativo o regulatorios relacionados con prevención de Riesgos Laborales, la igualdad y sobre el bienestar de las personas que trabajan en el Grupo.

Dentro de los riesgos que afectan a la organización en materia laboral, el Grupo vela por cumplir la legislación vigente en cada país en el que desarrolla su actividad, colocando como prioridad los Derechos Humanos y asegurando las medidas necesarias para desarrollar sus actividades 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.

[7] Los factores de emisión han sido calculados por la fuente DEFRA.

## 8.2. Políticas y compromisos.

El Código Ético del Grupo, define el comportamiento esperado de todas las personas que conforman la compañía. Este documento incluye un apartado sobre los compromisos que tiene el Grupo y quienes lo conforman dentro del entorno laboral.

Así mismo, el Código Ético establece el compromiso de asegurar la diversidad, la inclusión y el respeto; la protección de la información personal y 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 pautas de comportamiento que se deben 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 se desarrollen, en las que se cuente con una participación de control.

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).

## 8.3. Empleo.

- **Número de empleados por país a cierre del ejercicio.**

Food Delivery Brands S.A. cuenta con un número total de 8.392 empleados al 31 de diciembre de 2022 distribuidos por país de la siguiente manera:

| País | Total empleados 2022 | Total de empleados 2021 |
|---|---|---|
| Chile | 2.480,00 | 2.607,00 |
| Colombia | 405,00 | 467,00 |
| Ecuador | 916,00 | 976,00 |
| España | 1.152,00 | 2.238,00 |
| México | 2.240,00 | 2.079,00 |
| Portugal | 1199,00 | 1.337,00 |
| **Total** | **8.392,00** | **9.704,00** |

La disminución del 14% de empleados viene derivada principalmente por España, debido al cierre de las tiendas de Pizza Hut propias en Julio de 2022.

- **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.**

Clasificación 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. |

- El número total de empleados a 31 de diciembre de 2022 y su distribución por género, segmentado por rangos de edad y clasificación profesional, es la siguiente:

1. Por género: La siguiente es la distribución de empleados a cierre del total de la plantilla de Food Delivery Brands por sexo.

| | 2022 | 2021 |
|---|---|---|
| **Hombres** | 5.005,00 | 5.694,00 |
| **Mujeres** | 3.387,00 | 4.010,00 |
| **Total** | **8.392,00** | **9.704,00** |

2. Por edad: La siguiente es la distribución de empleados a cierre del total de la plantilla Food Delivery Brands por edad.

| | 2022 | 2021 |
|---|---|---|
| **<35 años** | 6.350,00 | 7.509,00 |
| **De 35 a 50 años** | 1.552,00 | 1.754,00 |
| **Mayores 50 años** | 490,00 | 441,00 |
| **Total** | **8.392,00** | **9.704,00** |

3. Por Categoría profesional: La siguiente es la distribución de empleados a cierre del total de la plantilla de Food Delivery Brands por categoría profesional.

| | 2022 | 2021 |
|---|---|---|
| **Directores** | 65,00 | 61,00 |
| **Personal de Tienda** | 7.315,00 | 8.697,00 |
| **Otros** | 1.012,00 | 946,00 |
| **Total** | **8.392,00** | **9.704,00** |

- Número de empleados al 31 de diciembre de 2022 y su distribución de acuerdo con el tipo de contrato laboral, es el siguiente:

La distribución de empleados a cierre del total de la plantilla de Food Delivery Brands por modalidad de contrato es la siguiente:

| | 2022 | 2021 |
|---|---|---|
| **Fijos** | 7.675,00 | 9.117,00 |
| **Temporales** | 717,00 | 587,00 |
| **TOTAL** | **8.392,00** | **9.704,00** |

| | 2022 | 2021[8] |
|---|---|---|
| **A tiempo completo** | 4.597,00 | - |
| **A tiempo parcial** | 3.795,00 | - |
| **TOTAL** | 8.392,00 | - |

- Promedio anual de contratos por tipología, sexo, edad y categoría profesional

La distribución media de empleados del total de la plantilla de Food Delivery Brands por modalidad de contrato es la siguiente. Se puede observar que no existe comparabilidad con respecto a 2021, ya que no se facilitó información referente a plantilla media clasificada. Este desglose se incorpora por primera en 2022 para cumplir con la ley 11/2018.

[8] No existe comparabilidad en 2021, ya que no se facilitó esta información el año pasado. Este desglose se incorpora por primera en 2022 para cumplir con la ley 11/2018.

1. Promedio de contratos por sexo:

La siguiente tabla representa la distribución media de contratos del total consolidado de Food Delivery Brands tanto por modalidad de contrato como tipo de contrato por sexo; teniendo un total de plantilla media de 9.721,00 empleados durante 2022:

| | 2022 | |
|---|---|---|
| | **Hombres** | **Mujeres** |
| **Fijos** | 5.680,00 | 3.893,00 |
| **Temporales** | 73,00 | 75,00 |
| **TOTAL** | **5.753,00** | **3.968,00** |

| | 2022 | |
|---|---|---|
| | **Hombres** | **Mujeres** |
| **A tiempo completo** | 2.934,00 | 2.016,00 |
| **A tiempo parcial** | 2.810,00 | 1.952,00 |
| **TOTAL** | **5.753,00** | **3.968,00** |

2. Promedio de contratos por edad:

La siguiente tabla representa la distribución media de contratos del total consolidado de Food Delivery Brands tanto por modalidad de contrato como tipo de contrato por edad, teniendo un total de plantilla media de 9.721,00 empleados durante 2022:

| | 2022 | | |
|---|---|---|---|
| | **<35** | **>=35, <50** | **>=50** |
| **Fijos** | 7.025,00 | 2.018,00 | 530,00 |
| **Temporales** | 133,00 | 13,00 | 2,00 |
| **TOTAL** | **7.158,00** | **2.031,00** | **532,00** |

| | 2022 | | |
|---|---|---|---|
| | **<35** | **>=35, <50** | **>=50** |
| **A tiempo completo** | 3.323,00 | 1.300,00 | 337,00 |
| **A tiempo parcial** | 3.835,00 | 731,00 | 195,00 |
| **TOTAL** | **7.158,00** | **2.031,00** | **532,00** |

3. Promedio de contratos por categoría profesional:

La siguiente representa la distribución media de contratos del total consolidado de Food Delivery Brands tanto por modalidad de contrato como tipo de contrato por categoría profesional, teniendo un total de plantilla media de 9.721,00 empleados durante 2022:

| | 2022 | | |
|---|---|---|---|
| | **Directores** | **Personal Tienda** | **Otros** |
| **Fijos** | 67,00 | 8.509,00 | 997,00 |
| **Temporales** | - | 129,00 | 19,00 |
| **TOTAL** | **67,00** | **8.638,00** | **1.016,00** |

| | 2022 | | |
|---|---|---|---|
| | **Directores** | **Personal Tienda** | **Otros** |
| **A tiempo completo** | 67,00 | 3.961,00 | 931,00 |
| **A tiempo parcial** | - | 4.677,00 | 85,00 |
| **TOTAL** | **67,00** | **8.638,00** | **1.016,00** |

- Despidos durante el 2022 desagregados por país, edad, género y categoría profesional:

La totalidad de los despidos a cierre del ejercicio del total consolidado de Food Delivery Brands tanto pasa de 2.050 en 2021 a 5.744 en 2022, es decir, hay un aumento del 180% en los despidos. Esto se origina por reestructuraciones internas que implicaron una disminución de la plantilla (principalmente en empleados de tiendas de España y Chile.)

1. Despidos por género:
La siguiente tabla representa la totalidad de los despidos a cierre del ejercicio del total consolidado de Food Delivery Brands por género.

| | 2022 | 2021 |
|---|---|---|
| **Mujeres** | 2.905,00 | 899,00 |
| **Hombres** | 2.839,00 | 1.151,00 |
| **Total** | **5.744,00** | **2.050,00** |

2. Despido por edad:
La siguiente tabla representa la totalidad de los despidos a cierre del ejercicio del total consolidado de Food Delivery Brands tanto por edad.

| | 2022 | 2021 |
|---|---|---|
| **< 35 años** | 5.311,00 | 1.858,00 |
| **de 35 a 50 años** | 350,00 | 170,00 |
| **Mayores 50 años** | 83,00 | 22,00 |
| **Total** | **5.744,00** | **2.050,00** |

3. Despidos por categoríapProfesional:
La siguiente tabla representa la totalidad de los despidos a cierre del ejercicio del total consolidado de Food Delivery Brands tanto por categoría profesional.

| | 2022 | 2021 |
|---|---|---|
| **Directores** | 6,00 | 8,00 |
| **Personal de Tienda** | 5.512,00 | 1.969,00 |
| **Otros** | 226,00 | 73,00 |
| **Total** | **5.744,00** | **2.050,00** |

- Las remuneraciones medias y su evolución desagregados por sexo, edad y clasificación profesional o igual valor.

A continuación, se detallan las remuneraciones medias de 2022 y 2021. Se efectua una reexpresión de las remuneraciones de 2021; para que exista comparabilidad entre ambos años y reflejando así las remuneraciones medias de los empleados.

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

| | 2022 | 2021 [9] |
|---|---|---|
| **Hombres** | 6.027,51 | 8.302,25 |
| **Mujeres** | 5.429,35 | 7.864,62 |
| **Total** | **6.849,96** | **7.915,47** |

[9] El dato de la remuneración media del 2021 se presenta para esta versión 2022 como remuneración media ponderada.

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

| | 2022 | 2021 |
|---|---|---|
| **Directores** | 1119.617,23 | 85.328,29 |
| **Personal Tienda** | 4.436,92 | 6.376,58 |
| **Otros** | 18.383,19 | 17.068,88 |
| **Total** | **6.849,96** | **7.915,47** |

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

| | 2022 | 2021 |
|---|---|---|
| **< 35 años** | 4.183,14 | 6.012,57 |
| **de 35 a 50 años** | 11.511,38 | 14.248,62 |
| **Mayores 50 años** | 17.111,54 | 14.067,91 |
| **Total** | **6.849,96** | **7.915,47** |

La variación del 16% de las remuneraciones entre periodos, se debe a ajustes del grupo ocasionados por incrementos salariales para mitigar el efecto de la inflación.

- Brecha salarial, la remuneración de puestos de trabajo iguales o de media de la sociedad.

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

| Operación | Chile | | Colombia | | Ecuador | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Categoría Profesional | 2021 | 2022 | 2021 | 2022 | 2021 | 2022 |
| Directores | 4,47% | -8,47% | 12,93% | 6,9% | 0,00% | -19,62% |
| Personal Tienda | 24,34% | 3,37% | 53,73% | 0,7% | -17,00% | 9,82% |
| Otros | 25,92% | 15,25% | -51,13% | -38,1% | -1,30% | -5,60% |

| Operación | España | | México | | Portugal | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Categoría Profesional | 2021 | 2022 | 2021 | 2022 | 2021 | 2022 |
| Directores | -13% | -5% | Sin Calculo | Sin Calculo | 56,55% | 58,69% |
| Personal Tienda | 0% | -36% | 0% | 0% | -3,92% | -6,08% |
| Otros | -1% | 4% | 14,9% | 1,24% | 5,76% | -1,17% |

- 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.

La remuneración media total de 2022 de los hombres del Executive Leadership Team es de 219.096,00 euros al año y la media de las mujeres es de 154.278,00 euros.

Para poder reportar el dato de media de las mujeres 2022, manteniendo la confidencialidad, se ha añadido una categoría del nivel de dirección al reporte.

La remuneración media reportada de 2021 para los hombres fue de 328.333,33 euros al año. No se reportó la información relativa a mujeres, por temas de confidencialidad.

### 8.4. Implantación de políticas de desconexión laboral.

Food Delivery Brands S.A. promueve la flexibilidad y la conciliación entre la vida personal y profesional de sus empleados. En la actualidad existe un modelo híbrido de trabajo, en el cual los empleados de oficinas asisten tres días a la semana a la oficina, pudiendo teletrabajar dos. Para organizar el teletrabajo y asegurar las medidas de salud y seguridad en el trabajo, aún a remoto, se comunicó la Política We Work Smart, que 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 para asegurar la desconexión laboral y digital.

### 8.5. Número de empleados con discapacidad.

El Grupo tiene 125 empleados con discapacidad, de los cuales 45 son mujeres y 80 son hombres. A continuación, el desglose por país:

| | **2022** | | **2021** | |
|---|---|---|---|---|
| | **Mujeres** | **Hombres** | **Mujeres** | **Hombres** |
| Personas con discapacidad | 45,00 | 80,00 | 34,00 | 62,00 |

El aumento de plantilla de empleados con discapacidad del 30%, se debe principalmente a la operación de España, en consecuencia, con las políticas de inclusión del grupo.

### 8.6. Organización del trabajo.

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

Las jornadas laborales y los turnos de trabajo, pueden diferir en los países por cuestiones normativas y culturales. A continuación, se describe la organización del tiempo de trabajo, que no cambian respecto a las condiciones del año anterior:

- CHILE.

Los turnos de los colaboradores de tiendas se adaptan a la disponibilidad del trabajador al firmar su contrato de trabajo. Existe flexibilidad en la jornada laboral, cuando el trabajador debe realizar algún trámite personal o permiso, avisando con anticipación para reemplazar con otro colaborador del mismo local.

- COLOMBIA

Las horas de entrada y salida de los trabajadores se dividen según la actividad:

El personal administrativo, labora de lunes a viernes desde 7:30 a.m. a 6:00 p.m., con una hora de almuerzo.

El personal operativo en la planta de producción tiene el siguiente horario.

— El personal de la línea de producción tiene una jornada laboral de lunes a viernes de 7:00 a.m. a 5:30 p.m. con una hora de almuerzo.

— El personal de logística, tiene una jornada de trabajo de lunes a viernes desde las 8:00 a.m. hasta las 5:00 p.m. y el ssábado de 8:00 a.m. a 11:00 a.m. con una hora de almuerzo.

El personal operativo en los puntos de venta por turnos rotativos:

— De lunes a sábados, en turnos de 8 a 10 horas, con un tiempo de una hora de descanso en el almuerzo o la cena y periodos de descanso de diez minutos entre turnos.

Personal puntos de venta con 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 de almuerzo o cena 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.

- ECUADOR

En el país se cuenta con dos jornadas de trabajo, una de tiempo completo que corresponde a 8 horas diarias hasta 40hrs. Semanales y la otra de medio tiempo por 4 horas diarias hasta 20 horas A la semana.

Existen turnos de trabajo rotativos en los cuales se trabajan 5 días y libran 2 días cada semana, incluyendo los fines de semana y fechas festivas. Cada trabajador conoce con anticipación el horario de trabajo de la semana que son elaborados y publicados por el Gerente de local en un área visible para que el trabajador tenga acceso.

Las oficinas tienen un horario de lunes a viernes desde las 9:00 a.m. hasta las 6:00 p.m.

- ESPAÑA

Los empleados en España se encuentran encuadrados dentro el Convenio Estatal 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. 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

**-** Para los empleados de Oficina, la jornada de trabajo del empleado será de hasta de un máximo de cuarenta y ocho horas a la semana, de conformidad a lo establecido en el artículo 59 de la Ley Federal del Trabajo y que distribuye el tiempo 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.

**-** Los empleados de tienda, tienen una jornada de trabajo de al menos treinta y seis horas a la semana, estando facultado a laborar más horas, sin exceder las cuarenta y ocho horas a la semana. 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 con las necesidades y horarios establecidos por la Empresa en el Reglamento Interior de Trabajo.

- El tiempo extra, se puede realizar solo con consentimiento previo y de acuerdo con instrucciones giradas por el jefe inmediato o por quien la empresa designe.

- PORTUGAL

En las tiendas se establecen horarios semanales, el cual 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. Existe flexibilidad en la jornada laboral, principalmente en los servicios centrales.

### 8.7 Descripción de medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio corresponsable de estos por parte de ambos progenitores.

El Grupo busca promover la flexibilidad y la conciliación entre la vida personal y profesional de las personas que forman la compañía.

Como se menciona anteriormente, la compañía tiene un sistema híbrido de trabajo, por el cual los empleados de oficinas teletrabajan dos días a la semana y asisten tres días a la oficina. Como parte de esto, se lanzó la guía "We Work Smart", la cual recomienda maneras de trabajar.

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

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

8.8. Número de horas de absentismo.

| | TOTAL GRUPO 2022 | TOTAL GRUPO 2021 |
|---|---|---|
| **Accidentabilidad (número)** | **TOTAL** | **TOTAL** |
| Accidentes laborales con baja | 412,00 | 527,00 |
| Accidentes laborales sin baja | 296,00 | 484,00 |
| Accidentes "in itinere" Durante el trayecto de casa al trabajo y trabajo a casa o dentro del propio trabajo. | 84,00 | 140,00 |
| Fatalidades | - | 1,00 |
| Enfermedades profesionales | 12,00 | 51,00 |
| Nº bajas por covid acumuladas en el 2021 | 994,00 | 1.892,00 |
| **Días perdidos** | **TOTAL** | **TOTAL** |
| Otros conceptos - Maternidad y Paternidad | 9.840,00 | 33.048,00 |
| Otros conceptos: Huelga | - | - |
| Horas Perdidas | TOTAL | TOTAL |
| Horas perdidas por accidente laboral | 72.678,00 | 84.269,66 |
| Horas perdidas por enfermedad profesional | 3.082,00 | 2.394,80 |
| Horas perdidas por COVID | 86.241,04 | 122.290,04 |
| Horas perdidas por enfermedad común | 673.081,00 | 368.462,67 |
| Otros conceptos: Maternidad / Paternidad | 36.003,00 | 33.103,42 |
| Otros conceptos: Huelga | - | - |
| **Absentismo** | **TOTAL** | **TOTAL** |
| **Horas de absentismo totales (*)** | **871.085,00** | **577.417,17** |
| Tasa de absentismo (porcentaje) | 4,3% | 3,00% |
| Horas trabajadas | TOTAL | TOTAL |
| Horas extra totales | 418.863,53 | 252.875,31 |
| Horas Trabajadas totales | 19.536.022,00 | 18.961.195,00 |
| | | |
| **Datos de plantilla genéricos** | **TOTAL** | **TOTAL** |
| Plantilla media | 9.721,00 | 9.189,00 |
| Horas teóricas por empleado | 2.245,00 | 2.115,00 |

(*) Las horas de absentismo totales no incluyen las ausencias por maternidad/paternidad ni las ausencias no justificadas.

8.9. 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.

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.

En España, 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.

Así mismo, 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.

Evaluados 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.

El Departamento de Salud y Seguridad en el trabajo, que depende del departamento de Recursos Humanos, 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. Además FDB tiene el foco en establecer mayor medidas de conciliación familiar en 2023.

- Accidentes de trabajo, en particular su frecuencia y gravedad, así como las enfermedades profesionales; desagregado por sexo.

A continuación, se presenta los accidentes de trabajo y las enfermedades profesionales separadas por sexo:

| Accidentes laborales | 2022 | 2021 |
|---|---|---|
| Mujeres | 111,00 | 136,00 |
| Hombres | 301,00 | 391,00 |
| **Total accidentes** | **412,00** | **527,00** |
| **Nº enfermedades profesionales** | **12,00** | **51,00** |

Indicadores de accidentabilidad; índice de frecuencia por sexo (*, **) e índice de gravedad por sexo (*, **)

| | Chile | | | | Colombia | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 2022 | | 2021 | | 2022 | | 2021 | |
| **Indicadores de accidentabilidad** | **Mujer** | **Hombre** | **Mujer** | **Hombre** | **Mujer** | **Hombre** | **Mujer** | **Hombre** |
| Índice de frecuencia | 15,58 | 16,09 | 15,41 | 20,94 | 15,34 | 19,98 | 0,00 | 0,00 |
| Índice de gravedad | 0,28 | 0,09 | 0,12 | 0,19 | 0,05 | 0,21 | 0,10 | 0,56 |

| | Ecuador | | | | España | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 2022 | | 2021 | | 2022 | | 2021 | |
| **Indicadores de accidentabilidad** | **Mujer** | **Hombre** | **Mujer** | **Hombre** | **Mujer** | **Hombre** | **Mujer** | **Hombre** |
| Índice de frecuencia | 8,68 | 28,37 | 8,53 | 15,53 | 55,12 | 164,13 | 28,48 | 124,45 |
| Índice de gravedad | 0,10 | 0,13 | 0,13 | 0,20 | 2,27 | 4,54 | 0,90 | 4,78 |

| | México | | | | Portugal | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 2022 | | 2021 | | 2022 | | 2021 | |
| **Indicadores de accidentabilidad** | **Mujer** | **Hombre** | **Mujer** | **Hombre** | **Mujer** | **Hombre** | **Mujer** | **Hombre** |
| Índice de frecuencia | 7,01 | 19,75 | 14,64 | 31,28 | 5,65 | 44,09 | 21,67 | 30,69 |
| Índice de gravedad | 0,13 | 0,50 | 0,36 | 0,93 | 0,05 | 1,55 | 1,94 | 6,08 |

** 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*

## 8.10. Relaciones Sociales.

- Descripción de la organización del diálogo social, incluidos procedimientos para informar y consultar al personal y negociar con ellos.

En el Grupo, país cuenta con sus convenios colectivos o acuerdos específicos para regular los aspectos relacionados con la gestión de los recursos humanos.

Trimestralmente 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.

También 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.

- Descripción del balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y la seguridad en el trabajo.

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.

- Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país.

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

| | % de empleados cubiertos por convenio colectivo (*) 2022 | % de empleados cubiertos por convenio colectivo (*) 2021 |
|---|---|---|
| Chile | NA | 7,63% |
| Colombia | NA | 0 |
| Ecuador | NA | 0 |
| España | 100% | 100% |
| México | 72,90% | 76,70% |
| Portugal | 100% | 100% |

En Chile a finales del ejercicio 2022 el sindicato estuvo en conformación, es decir, había personas afiliadas pero ningún acuerdo de convenio colectivo.

## 8.11. Formación.

- **Descripción de las políticas implementadas en el campo de la formación.**

- **Formación personal oficinas.**

La compañía cuenta un programa de Formación que se centra en la evaluación y selección de las competencias de cada uno de los empleados favoreciendo e impulsando el crecimiento profesional y personal orientando a la excelencia.

De forma anual se realiza una revisión de desempeño y desarrollo (RADD), que se centra en:

- El plan personal de desarrollo de cada empleado basado en las competencias, los objetivos y necesidades formativas de los mismos.
- Detección de talento, mediante la evaluación de las competencias de cada empleado, su plan de desarrollo y su grado de cumplimiento.
- Las Áreas de mejora son identificadas en el proceso de evaluación, analizando con los responsables de los equipos, los planes de mejora y desarrollo de las competencias de cada empleado.

Con este plan, el Grupo fomenta el crecimiento profesional de sus empleados y los apoya para hacer carrera dentro de la empresa.

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.

Por otro lado, a finales de 2022 la compañía puso en marcha una iniciativa de una Plataforma de formación online, donde se encontrarán distintos itinerarios destinados a las diferentes áreas de negocio (operaciones, fábricas y oficinas), adaptándolos a cada posición.

- **Formación personal tiendas**.

**- Tiendas 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 especifica 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 con el 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.

**- Tiendas 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.

- Tiendas Telepizza

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 ágiles.
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.

- Cantidad total de horas de formación por categoría profesional.

Para el periodo 2022, el grupo fortaleció su departamento de formación global, lo cual permitió desarrollar más programas de formación para todas las categorías. Por este motivo las horas de formación generales aumentaron un 25% en 2022.

A continuación, se detalla las horas de formación segmentadas por categoría profesional:

| **Horas de formación (*)** | **2022** | **2021** |
|---|---|---|
| Directores | 1.015,00 | 290,00 |
| Personal de tiendas | 396.707,00 | 308.999,00 |
| Otros | 4.794,00 | 11.460,00 |
| **Total** | **402.516,00** | **320.749,00** |

*Ver definiciones de las categorías profesionales en el punto 8.3

## 8.12. 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. 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. 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 promueve 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 dispuesto carteles con información sobre el Código Ético o en todas las oficinas, tiendas y fábricas del Grupo, los cuales incluyen información sobre cómo denunciar los casos de acoso.

## 9. DERECHOS HUMANOS

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

Los siguientes son los principales riesgos que podrían afectar a la organización con respecto a los Derechos Humanos:

**- 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 se controla a través del seguimiento del Código Ético de la compañía y de la política Global de Derechos Humanos.

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

Para gestionar este riesgo el Grupo tiene y aplica la Política Global de Seguridad y Salud en donde se implementan medidas y procedimientos de control.

**- Riesgos de libertad sindical:** El Grupo tiene establecido en su código de ética la libertad de asociación y es garante de la protección y libertad sindical.

**- 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:** Los empleados del Grupo deben ser remunerados de forma justa por cada hora trabajada. Los Departamentos de Recursos Humanos realizan un seguimiento semanal sobre las horas trabajadas.

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.

### 9.2. Políticas y compromisos.

En el Código de Ética del Grupo se define la obligatoriedad de cumplir con la legislación local y con el respeto y protección de los Derechos Humanos.
El Código Ético establece 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 la actuación de todos los empleados del grupo para garantizar la igualdad y el respeto por los Derechos Humanos de todos los ciudadanos.

El Código se basa 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).

### 9.3. 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.

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, la actividad de la empresa debe regirse, en todo momento, por la legislación vigente y local, así como la normativa interna del grupo. También cualquier persona que trabaje para el Grupo debe siempre proteger e impulsar los Derechos Humanos y Libertades Públicas, incluidos en la Declaración Universal de los Derechos Humanos.

Finalmente, 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.

A continuación, una breve descripción de las normativas aplicables en cada país en donde opera directamente el Grupo, con relación a la protección de los Derechos Humanos.
La base de la normativa local y por consiguiente las disposiciones de Código Ético y la Política Global de Derechos Humanos del Grupo, es la Declaración Universal de los Derechos Humanos.

- 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.

El Grupo a través de la Política de Igualdad, Diversidad, Inclusión y Respeto y la Política Global de Derechos Humanos, se establecen los principios, valores, 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, se supervisa el cumplimiento de los compromisos de la política.

- PORTUGAL

La Constitución Portuguesa establece y desarrolla el marco legal para combatir la discriminación por el origen racial o étnico de las personas en todos los ámbitos. Se desprende el Código del Trabajo, con el cual se define la obligación de tener un código para prevención y lucha contra el acoso en el trabajo y proveer información a los trabajadores sobre parentalidad, igualdad y no discriminación y derechos en caso de accidente de trabajo.

En Portugal están vigentes las Leyes número 60/2018 para las medidas necesarias de promoción de la igualdad en la remuneración entre mujeres y hombres y la Ley 4/2019 sobre el sistema de Cuotas de empleo para personas con discapacidad, con un grado de discapacidad igual o superior al 60 %, destinado a su contratación por parte de empleadores. Esta última Ley en proceso de implementación durante el año 2023.

- 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.

- 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.

- ECUADOR

La regulación del Ecuador para Derechos Humanos está soportada en un importante número de normas y leyes vigentes que aseguran el cumplimiento de los Derechos Humanos. Estas 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 protocolo, fomentando condiciones adecuadas de trabajo.

- CHILE

El país se rige por las normativas de la Constitución Política de La República de Chile y el Código del Trabajo de 2003.

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, sino que además entrega un marco jurídico de actuación ante infracciones por parte de cualquiera de los contrayentes.
Así, frente cualquier infracción a los Derechos Humanos las medidas de control son la investigación directa e internamente de tal denuncia, derivándose al departamento especializado y con conocimiento para la resolución.

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, certificándose dicho acto en un documento firmado por ambas partes.

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.

### 9.4. Denuncias por casos de vulneración de derechos humanos.

Durante el año 2022, Food Delivery Brands S.A. recibió dos denuncias por posibles casos de vulneración de Derechos Humanos en su filial de Portugal, los cuales fueron investigados de conformidad con la legislación local y se determinó que estas no correspondieron a hechos que evidenciaran vulneración a Derechos humanos. En el año 2021 no se recibieron denuncias.

### 9.5. 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 continúa trabajando en la consolidación de los proveedores en todos los países y llevando a cabo medidas de debida diligencia y de control con todos.

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 está comprometido en 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.

## 10. CORRUPCIÓN Y SOBORNO

### 10.1. Principales riesgos que afectan a la organización en materia de corrupción y soborno.

Food Delivery Brands S.A. sustenta su gestión y su actividad en el Buen Gobierno y la sostenibilidad económica, cumpliendo con el Código Ético e integrando la debida gestión de riesgos.

La gestión de los riesgos de blanqueo de capitales, corrupción y soborno se agrupan en las siguientes dos categorías:

- 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.

### 10.2. Políticas y compromisos.

El Código Ético del Grupo define cuál es el comportamiento esperado y correcto de las personas que forman la compañía y, por lo tanto, incluye prevenir cualquier actividad directa o indirecta relacionada con el lavado de activos, la corrupción y el soborno dentro de todo el alcance de las operaciones de las empresas del Grupo. El Código Ético les indica a las personas que la competencia del grupo debe ser leal y, en ninguna medida, se puede incurrir en corrupción y soborno para obtener cualquier tipo de beneficio.

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 tercero, 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 esta y será rifado entre todos los empleados nacionales, no podrá ser recibida de manera directa por un empleado.

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.

### 10.3. Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno.

El Código Ético del Grupo contempla las disposiciones generales para la prevención del lavado de activos, la corrupción y el soborno.

El Grupo tiene 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.
- con cualesquiera de sus marcas; así como de sus colaboradores en el desarrollo del negocio (clientes, proveedores.

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 2022, no se ha recibido ninguna denuncia que indique situaciones de Corrupción y/o Soborno a través de este canal interno.

### 10.4. Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales.

Como se mencionó anteriormente, el Código Ético especifican los procedimientos y conductas prohibidas en temas de lavado de activos, 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.

En el año 2022, dando alcance a la regulación local la operación del Grupo en Colombia implementó el Sistema Gestión del Riesgo de Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo SAGILAFT, según las disposiciones normativas de los entes locales de regulación y control.

A la fecha del 31 de diciembre de 2022, no se ha recibido ninguna denuncia que indique situaciones de lavado de activos a través de este canal interno.

### 10.5. Acciones de Asociación o Patrocinio.

Dentro del grupo de FDB, España es el único país que realiza acciones de asociación o patrocinio. A continuación se detalla el total de aportaciones en euros:

| Nombre de la entidad | 2022 | 2021. |
|---|---|---|
| ASOCIACIÓN EMPRESARIAL DE MARCAS DE RESTAURACIÓN | 6.500,00 | 6.500,00 |
| Federación de Asociaciones de Celiacos de España (FACE) | 2.686,20 | 2.807,00 |
| **Total** | **9.186,20** | **9.307,00** |

## 11 SOCIEDAD

### 11.1. Principales riesgos que afectan a la organización en materia de compromiso con el desarrollo sostenible, subcontratistas y proveedores, consumidores e información fiscal.

La gestión con proveedores tiene riesgos que están agrupados en las siguientes categorías:

- **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 S.L. con la sostenibilidad y responsabilidad.

### 11.2. Políticas y compromisos.

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 ha explicado en a lo largo del informe, las políticas parten 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.

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.

Como parte de sus compromisos de cuidado a sus clientes, el Grupo tiene pizzas sin gluten, a través de su marca Telepizza, avaladas por FACE y desde el 2021 tiene pizzas veganas personas que no consumen productos de origen animal, grupo que cada vez toma más fuerza a nivel internacional.

Desde el año 2021, Food Delivery Brands S.A. está comprometido con el cumplimiento de los requisitos de bienestar animal y la sostenibilidad, por ello, está adherida a la Política Cage-Free Eggs y se compromete a utilizar huevos libres para la producción de nuestros productos de cara al año 2026 en todos sus mercados globales.

El Grupo adoptó el Compromiso Europeo del Pollo para el 100% del pollo (fresco / congelado / procesado) en toda su cadena de suministro europea y cumplirá con todos los estándares para el 2026 o antes.

El compromiso del grupo con la gestión responsable y la innovación sostenible se hace extensible también a todos sus proveedores, con los que trabaja de manera permanente para garantizar el bienestar animal y la sostenibilidad.

- Descripción de las relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos.

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 Hablemos, la compañía mantiene una comunicación bidireccional con sus empleados.
- Boletín Hablemos de publicación trimestral.
- Canal de denuncias '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:

Hablemos: 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.

Correo electrónico: A través del e-mail se gestionan las dudas de los empleados sobre cualquier proceso/herramienta vinculada 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.

- Impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local.

A través de los diferentes acuerdos de inclusión laboral que tenemos en España con organizaciones como Down España y Fudación LaLiga, cuyo objetivo se centra en incorporar a personas con discapacidad intelectual en nuestras tiendas Telepizza y Pizza Hut distribuidas por todo el país, fomentamos el empleo local. Sin duda, esto se debe a nuestra capilaridad 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, nos permite generar un  puestos de trabajo en el país a través de las marcas Telepizza y Pizza Hut.

- Impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio.

Nuestra gran capilaridad alrededor de España, a través de nuestros más de 700 establecimientos, nos permite mantener una excelente relación con numerosas comunidades locales alrededor del país. Ejemplo de ello, es la colaboración llevada a cabo en las navidades de 2022 con diferentes instituciones como Asociación de Vecinos de San Jerónimo, Ayuntamiento de San Sebastián de los Reyes o Ayuntamiento de Fresno de Torote, a los que hemos donado balones de fútbol para los niños más pequeños de cada localidad.

### 11.3. Subcontratación y proveedores

- Información sobre la inclusión en la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales.

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 la revisión y selección de productos homologados junto a las auditorías anuales. Se solicitan certificaciones de GFSI, a partir de la clasificación de riesgos de los productos, en cuanto a la seguridad alimentaria. Por el momento no se requieren a los proveedores políticas de igualdad de género y ambientales.

En los 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, ente los cuales está el protocolo de International Bussines Ralationship Agreement (IBRA), el cual estipula que los proveedores deben seguir con un código de conducta y se tratan los temas de Calidad, Seguridad Alimentaria, Sostenibilidad en sus prácticas industriales, gestión de residuos y emisiones y entorno laboral, con controles relacionados al no al trabajo infantil, no a la coacción y acoso y no a la discriminación.

- Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de responsabilidad social y ambiental.

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.

- **Descripción de los sistemas de supervisión y auditorías a proveedores y resultados de estas.**

En el caso de los países que operan la marca Pizza Hut, éstos se rigen por estándares establecidos por Yum Brands. Entre éstos se incluyen, 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 Re auditarse o des homologarse. El departamento de calidad apoya al desarrollo de los proveedores con auditorías internas a sus plantas.

El Grupo reconoce los estándares de GFSI y certificaciones asociadas como son BRC, Estándares Globales, SQF 2000, FSSC 22000. 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 S.L. 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.

Food Delivery Brands S.A., supervisó durante el año 2022 que un total de 302 proveedores utilizados en el Grupo cuentan con una certificación o auditoría, respecto de un total de 335 para el año 2021.

En las auditorías realizadas se incluyen las plantas productivas de los proveedores que son utilizados en cada país. Cada planta productiva es auditada y certificada por un organismo externo periódicamente. Los Departamentos de Calidad en cada país en donde Food Delivery Brands tiene operación directa, supervisan la vigencia y certificación del 100% de las plantas productivas que tiene los proveedores para el abastecimiento de los productos a las filiales del Grupo.

## 11.4. CONSUMIDORES

- **Descripción de las medidas para la salud y la seguridad de los consumidores.**

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 S.L. y el compromiso del personal y de los directivos de la compañía es un objetivo principal.

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:

- COLOMBIA

- Desarrollo e implantación del Sistema de Autocontrol de los establecimientos de Jeno'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.

    - 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.

    - MÉXICO

- Auditorías bajo los lineamientos de YUM para las diversas auditorías FSA, QSA, Packaking, 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.
- 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 formaciones mensuales de acuerdo con el programación anual y formaciones 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 auditorías internas y externas.
- Administrar formación a todos los empleados que manipulan alimentos.

- Descripción de los sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de estas.

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.

Las quejas y reclamaciones recibidas pueden registrarse con varios motivos, a continuación, se presenta el desglose por tipologías de reclamo a 31 de diciembre de 2022, el número de reclamaciones por motivo recibidas y acumuladas:

| Tipología de la queja o reclamación | 2022 | 2021 |
|---|---|---|
| Presencia de insectos/roedores en tienda/alimentos | 45,00 | 48,00 |
| Intoxicaciones / reacciones alérgicas | 141,00 | 99,00 |
| Objetos extraños en los alimentos con o sin lesiones | 534,00 | 455,00 |
| Incumplimiento de Buenas Prácticas de Manipulación Ejemplos: (lavado de manos, uniformidad protección, transporte mercancía, higiene, limpieza, obras etc….) | 53,00 | 92,00 |
| Gestión incorrecta de la información sobre alérgenos con daño al cliente | - | 1,00 |
| Gestión incorrecta de la información sobre alérgenos sin daño al cliente | 1,00 | - |
| Producto caducado (entregado al cliente) con daño o sin daño | 29,00 | 40,00 |
| Calidad de Producto | 6.430,00 | 7.357,00 |
| Protocolos Covid | 69,00 | 322,00 |
| Atención al cliente en tiendas | 5.885,00 | 3.814,00 |
| Pedido | 32.438,00 | 36.348,00 |
| Servicio [10] | 60.164,00 | 13.698,00 |
| Protección de datos | 28,00 | 74,00 |
| **Total** | **105.817,00** | **62.348,00** |

Estas reclamaciones reportadas para el año 2022 fueron atendidas y resueltas parcialmente al cierre de año, debido a los tiempos de respuesta requeridos para atender cada tipología.

Actualmente, se está trabajando para mejorar la calidad del dato para ejercicios futuros y poder reportar el número de reclamaciones únicas recibidas.

### 11.5 Información fiscal.

Para los datos de fiscalidad se presenta una corrección a los datos reportados del año 2021, que no correspondieron a los impuestos beneficios pagados ni a los beneficios obtenidos por país, debido a un error de transcripción para el año 2021, por lo tanto, procedemos a ajustarlo en la comparativa de este apartado para esta versión del Informe No Financiero, asegurándonos que esta información esté alineada con CCAA.

De tal forma que la información queda de la siguiente manera:

[10] El incremento del 339% en el número de reclamaciones de servicio se debe a la mejora en el proceso de registro de reclamaciones principalmente en España, donde por primera vez se contabilizan 54,252 reclamaciones recibidas por otros canales de información distintos a Tiendas, adoptando el mismo criterio de reporte del resto de países. Para facilitar la comparabilidad del dato, en 2022 España tuvo un total de 1.064 reclamaciones recibidas en Tiendas, mientras que en 2021 fueron 2.042.

- Los beneficios obtenidos por país:

Los beneficios obtenidos por país del grupo son los siguientes:

*dato expresado en miles de euros*

| Beneficios | 2022 | 2021 ([11]) |
|---|---|---|
| Chile | -64.067 | -15.016 |
| China | -4 | -22 |
| Colombia | -11.135 | -3.234 |
| Ecuador | -1.379.090 | -2.528 |
| España | -180.682 | -5.990 |
| Irlanda | 5.213 | 5.144 |
| Polonia | 0 | -372 |
| Portugal | -6.510 | 5.311 |
| México | -18.614 | -4.131 |
| Rep. Checa | 0 | -6 |
| Suiza | -109 | -1.474 |
| *TOTAL* | -277.287 | -22.318 |

- Los impuestos sobre beneficios:

El impuesto sobre beneficio del grupo en 2022 fue el siguiente:

*dato expresado en miles de euros*

| | 2022 | 2021 ([12]) |
|---|---|---|
| IS | 7.265 | 2 |

- Las subvenciones públicas recibidas.

No se han recibido subvenciones públicas en 2022 y tampoco se recibieron subvenciones públicas en el 2021.

Las variaciones presentadas en el Grupo están correctamente documentadas en las CCAACC. No obstante, resaltamos que Chile y Colombia, obedecen a un menor valor de los ingresos que afectan las retenciones sufridas en el período. Para Ecuador, en el año 2021 hubo pagos fraccionados extra obligatorios debido al Covid-19 y también las retenciones nacionales se han modificado. En España, para el año 2021 no se consideraron las retenciones soportadas en el extranjero. En México, las retenciones nacionales han bajado y han sido utilizados los pagos anticipados de ejercicio previos y, por tanto, no ha habido salida de caja. Finalmente, para Portugal, en el ejercicio 2021 no se consideró una devolución de impuestos y las retenciones nacionales han subido.

[11] Se realiza una reexpresión de 2021, para que estos datos estén alineados con las CCAACC de ese año.
[12] Se realiza una reexpresión de 2021, para que estos datos estén alineados con las CCAACC de ese año.

## 12. RSC

### 12.1. Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro.

Aunque Food Delivery Brands S.A. suele participar de manera activa en causas sociales y medioambientales, desde el año 2021 y 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 han reducido considerablemente. Sin embargo, el Grupo continúa participando de actividades con comunidades y para el año 2023 prevé el desarrollo de estrategias de Responsabilidad Social Corporativa para así incrementar su contribución social.

Las aportaciones del año 2022 fueron únicamente en España, a continuación, se detalla el total de aportaciones:

| | 2022 | 2021 |
|---|---|---|
| Aportaciones | 2.288,05 | 157.262,00 |

**ANEXO I: Reporte de estimaciones de consumos de electricidad, energéticos, agua y huella de carbono realizado para tiendas.**

1- Estimación de consumo de agua de 2022:

| País | Consumo total en m3 en las tiendas |
|---|---|
| España | 10.058,00 |
| Portugal | 27.598,92 |
| México | 94.263,30 |
| Colombia | 7.848,00 |
| Ecuador | 30.295,00 |
| Chile | 51.113,00 |
| Total | 221.176,22 |

2- Estimación de consumo de electricidad de 2022:

| País | Consumo total en MWh en las tiendas |
|---|---|
| España | 3.029,17 |
| Portugal | 2.715,14 |
| México | 13.258,29 |
| Colombia | 2.080,32 |
| Ecuador | 3.112,50 |
| Chile | 8.865,06 |
| Total | 33.060,50 |

3- Estimación de consumo de Gas Natural de 2022:

| País | Consumo total en MWh en las tiendas |
|---|---|
| España | 3.791,21 |
| Portugal | 3.200,01 |
| México | 1.923,76 |
| Colombia | 2.107,91 |
| Ecuador | 0 |
| Chile | 6.602,42 |
| Total | 17.625,31 |

Ecuador no reporta consumos de m3 de gas natural porque en las tiendas operan con Gas Licuado de Petróleo (GLP).

### 4- Estimación de consumo de GLP de 2022:

| País | Consumo total en MWh en las tiendas |
|---|---|
| España | 0 |
| Portugal | 0 |
| México | 14.212,90 |
| Colombia | 9,71 |
| Ecuador | 4.822,58 |
| Chile | 1.284,21 |
| Total | 20.329,41 |

En España y Portugal no se consume GLP en las tiendas.

### 5- Estimación de consumo de Gasolina de 2022:

El estimado de consumo de gasolina se realizó para Portugal y España con un total de aproximadamente 53,450 litros para ambos casos, lo cual equivale a 513,70 MWh para cada país.

**ANEXO II: Tabla de cumplimiento Ley 11/2018, de 28 de diciembre.**

Tasty Bidco S.L. ha presentado la información citada en este índice de contenidos GRI para el periodo comprendido entre 01 de Enero de 2022 al 31 de Diciembre de 2022 utilizando como referencia los Estándares GRI.

| Contenido | Capítulo del Estado de Información No Financiera | Indicador GRI asociado |
|---|---|---|
| **Materialidad** | | |
| El estado de información no financiera consolidado incluirá la información necesaria para comprender:<br>* la evolución,<br>* los resultados y la situación del grupo, y<br>* el impacto de su actividad<br>respecto, al menos:<br>* a cuestiones medioambientales<br>* a cuestiones sociales,<br>* al respeto de los derechos humanos<br>* al respeto a la lucha contra la corrupción y el soborno,<br>* así como relativas al personal, incluidas las medidas que, en su caso, se hayan adoptado para favorecer el principio de igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres, la no discriminación e inclusión de las personas con discapacidad y accesibilidad universal. | Capítulo 2,<br>- Apartado Principales factores y tendencias que pueden afectar a su futura evolución y Materialidad<br>- Apartado Lista de temas Materiales | 3-1 Proceso de determinación de los temas materiales<br>3-2 Lista de temas materiales<br>3-3 Gestión de temas materiales |
| **Modelo de negocio** | | |
| Breve descripción del modelo de negocio del grupo, que incluirá:<br>1.) su entorno empresarial,<br>2.) su organización y estructura,<br>3.) los mercados en los que opera,<br>4.) sus objetivos y estrategias,<br>5.) los principales factores y tendencias que pueden afectar a su futura evolución. | Capítulo 1 y 2 | 2-1 Detalles de la organización<br>2-2 Entidades incluidas en la presentación del informe de sostenibilidad<br>2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales |
| **Políticas** | | |
| Una descripción de las políticas que aplica el grupo respecto a dichas cuestiones, que incluirá:<br>1.) los procedimientos de diligencia debida aplicados para la identificación, evaluación, prevención y atenuación de riesgos e impactos significativos<br>2.) los procedimientos de verificación y control, incluyendo qué medidas se han adoptad | Capítulo 3 | 2-23 Políticas y Compromisos<br>3-3 Gestión de temas materiales |
| **Riesgos** | | |
| Los principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del grupo, entre ellas, cuando sea pertinente y proporcionado, sus relaciones comerciales, productos o servicios que puedan tener efectos negativos en esos ámbitos, y<br>* cómo el grupo gestiona dichos riesgos,<br>* explicando los procedimientos utilizados para detectarlos y evaluarlos de acuerdo con los marcos nacionales, europeos o internacionales de referencia para cada materia.<br>* Debe incluirse información sobre los impactos que se hayan detectado, ofreciendo un desglose de los mismos, en particular sobre los principales riesgos a corto, medio y largo plazo. | Capítulo 2, Apartado de Principales factores y tendencias que pueden afectar a su futura evolución. | 3-3 Gestión de temas materiales |
| **Cuestiones medioambientales** | | |

| | | |
|---|---|---|
| **Global** | | |
| 1.) Información detallada sobre los efectos actuales y previsibles de las actividades de la empresa en el medio ambiente y en su caso, la salud y la seguridad, los procedimientos de evaluación o certificación ambiental;<br>2.) Los recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales;<br>3.) La aplicación del principio de precaución, la cantidad de provisiones y garantías para riesgos ambientales. (Ej. derivados de la ley de responsabilidad ambiental) | Capítulo 7,<br>- Apartado 7.3, Efectos actuales y previsibles de las actividades de la empresa en el medioambiente y en su caso, la salud y la seguridad.<br>- Apartado de Cantidad de provisiones y garantías para riesgos ambientales.<br>- Apartado de Recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales. | 2-23 Políticas y Compromisos<br>3-3 Gestión de temas materiales – Medioambiente<br>201-2 Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climático |
| **Contaminación** | | |
| Medidas para prevenir, reducir o reparar las emisiones de carbono que afectan gravemente el medio ambiente | Capítulo 7, Apartado de Medidas para adaptarse al cambio climático. | 3-3 Gestión de temas materiales – Medio ambiente<br>305-5 Reducción de las emisiones de GEI |
| Teniendo en cuenta cualquier forma de contaminación atmosférica específica de una actividad, incluido el ruido y la contaminación lumínica. | Debido a la actividad del Grupo, este aspecto no se considera material. | 3-3 Gestión de temas materiales |
| **Economía circular y prevención y gestión de residuos** | | |
| Residuos: Medidas de prevención, reciclaje, reutilización, otras formas de recuperación y eliminación de desechos; | Capítulo 7,<br>- Apartado de Consumo de materias primas durante el año 2022 y medidas adoptadas para mejorar la eficiencia de su uso.<br>- Descripción de medidas de prevención, reciclaje, reutilización, otras formas de recuperación y eliminación de desechos. | 3-3 Gestión de temas materiales – Medioambiente<br>306-1 Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos<br>306-2 Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos<br>306-3 Residuos generados |
| Acciones para combatir el desperdicio de alimentos. | Capítulo 7, Apartado de Acciones para combatir el desperdicio de alimentos. | 3-3 Gestión de temas materiales – Medioambiente |
| **Uso sostenible de recursos** | | |
| El consumo de agua y el suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales; | Capítulo 7, Apartado de Consumo de agua y suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales. | 3-3 Gestión de temas materiales – Medioambiente<br>303-5 Consumo de agua |
| Consumo de materias primas y las medidas adoptadas para mejorar la eficiencia de su uso; | Capítulo 7, Apartado de Consumo de materias primas durante el año 2022 y medidas adoptadas para mejorar la eficiencia de su uso. | 3-3 Gestión de temas materiales – Medioambiente<br>301-1 Materiales utilizados por peso o volumen. |
| Consumo, directo e indirecto, de energía, medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética y el uso de energías renovables. | Capítulo 7, Apartado de Consumo energético. | 3-3 Gestión de temas materiales – Medioambiente<br>302-1 Consumo energético dentro de la organización |
| **Cambio climático** | | |

| | | |
|---|---|---|
| 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; | Capítulo 7, Apartado de 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. | 3-3 Gestión de temas materiales – Medioambiente<br>305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1)<br>305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2) |
| Las medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático; | Capítulo 7, Apartado de Medidas para adaptarse al cambio climático | 3-3 Gestión de temas materiales – Medioambiente |
| Las 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. | Capítulo 7, Apartado de Medidas para adaptarse al cambio climático | 3-3 Gestión de temas materiales – Medioambiente |
| **Biodiversidad** | | |
| Medidas tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad; | Debido a la actividad del Grupo, este aspecto no se considera material. | 3-3 Gestión de temas materiales |
| 'Impactos causados en áreas protegidas; | | |
| **Cuestiones sociales y relativas al personal** | | |
| **Empleo** | | |
| Número total y distribución de empleados por sexo, edad, país y clasificación profesional; | Capítulo 8, Apartado 8.3 Empleo. | 2-7 Empleados<br>3-3 Gestión de temas materiales - Capital Humano<br>405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleado |
| Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo, | Capítulo 8, Apartado 8.3 Empleo. | 2-7 Empleados |
| Promedio anual de contratos indefinidos, de contratos temporales y de contratos a tiempo parcial por sexo, edad y clasificación profesional, | Capítulo 8, Apartado 8.3 Empleo. | 2-7 Empleados<br>405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleado |
| Número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional; | Capítulo 8, Apartado 8.3 Empleo. | 401-1 Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal |
| Las remuneraciones medias y su evolución desagregados por sexo, edad y clasificación profesional o igual valor; | Capítulo 8, Apartado 8.3 Empleo. | 3-3 Gestión de temas materiales - Capital Humano |
| Brecha salarial, la remuneración de puestos de trabajo iguales o de media de la sociedad, | Capítulo 8, Apartado 8.3 Empleo. | 3-3 Gestión de temas materiales - Capital Humano<br>405-2 Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres |
| La remuneración media de los consejeros y directivos, incluyendo la retribución variable, dietas, indemnizaciones, el pago a los sistemas de previsión de ahorro a largo plazo y cualquier otra percepción desagregada por sexo, | Capítulo 8, Apartado 8.3 Empleo. | 3-3 Gestión de temas materiales - Capital Humano |
| Implantación de políticas de desconexión laboral, | Capítulo 8, Apartado 8.4 Implantación de políticas de desconexión laboral. | 3-3 Gestión de temas materiales - Capital Humano |
| Empleados con discapacidad. | Capítulo 8, Apartado 8.5 Número de empleados con discapacidad. | 405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleado |

| | | |
|---|---|---|
| **Organización del tiempo de trabajo** | | |
| Organización del tiempo de trabajo | Capítulo 8, Apartado 8.6 Organización del trabajo | 3-3 Gestión de temas materiales - Capital Humano |
| Número de horas de absentismo | Capítulo 8, Apartado 8.8 Número de horas de absentismo. | |
| Medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio corresponsable de estos por parte de ambos progenitores. | Capítulo 8, Apartado 8.6 Organización del trabajo | |
| **Salud y seguridad** | | |
| Condiciones de salud y seguridad en el trabajo; | Capítulo 8, Apartado 8.9 Salud y Seguridad. | 3-3 Gestión de temas materiales - Capital Humano |
| Accidentes de trabajo, en particular su frecuencia y gravedad, Enfermedades profesionales, desagregado por sexo. | Capítulo 8, Apartado 8.9 Salud y Seguridad. | 403-9 Lesiones por accidente laboral<br>403-10 Dolencias y enfermedades laborales |
| **Relaciones sociales** | | |
| Organización del diálogo social, incluidos procedimientos para informar y consultar al personal y negociar con ellos; | Capítulo 8, Apartado 8.10 Relaciones sociales. | 3-3 Gestión de temas materiales - Capital Humano<br>407-1 Operaciones y proveedores en los que el derecho a la libertad de asociación y la negociación colectiva podría estar en riesgo |
| Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país; | Capítulo 8, Apartado 8.10 Relaciones sociales. | 2-30 Convenios de negociación colectiva |
| El balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y la seguridad en el trabajo. | Capítulo 8, Apartado 8.10 Relaciones sociales. | 403-4 Temas de salud y seguridad tratados en acuerdos formales con sindicatos. |
| Mecanismos y procedimientos con los que cuenta la empresa para promover la implicación de los trabajadores en la gestión de la compañía, en términos de información, consulta y participación. | Capítulo 8, Apartado 8.10 Relaciones sociales. | 3-3 Gestión de temas materiales - Capital Humano |
| **Formación** | | |
| Las políticas implementadas en el campo de la formación; | Capítulo 8, Apartado 8.11 Formación. | 3-3 Gestión de temas materiales - Capital Humano |
| La cantidad total de horas de formación por categorías profesionales. | Capítulo 8, Apartado 8.11 Formación. | 404-1 Horas medias anuales de formación por empleados |
| Accesibilidad universal de las personas con discapacidad | Capítulo 8, Apartado 8.12 Accesibilidad. | 3-3 Gestión de temas materiales - Capital Humano |
| **Igualdad** | | |
| a) Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres;<br>b) 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;<br>c) La política contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad. | Capítulo 8, Apartado 8.12 Accesibilidad. | 3-3 Gestión de temas materiales - Capital Humano |

| | | |
|---|---|---|
| **Derechos Humanos** | | |
| Aplicación de procedimientos de diligencia debida en materia de derechos humanos<br>Prevención de los riesgos de vulneración de derechos humanos y, en su caso, medidas para mitigar, gestionar y reparar posibles abusos cometidos; | Capítulo 9, Derechos Humanos | 2-23 Políticas y Compromisos<br>2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y elevar problemas<br>3-3 Gestión de temas materiales - Capital Humano |
| Denuncias por casos de vulneración de derechos humanos; | Capítulo 9, Apartado 9.4 Denuncias por casos de vulneración de derechos humanos. | 406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas |
| 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; | Capítulo 9, Apartado 9.5 Descripción de medidas. | 407-1 Operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo |
| La eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación; La eliminación del trabajo forzoso u obligatorio; La abolición efectiva del trabajo infantil. | Capítulo 9, Apartado 9.5 Descripciónde medidas. | 3-3 Gestión de temas materiales - Capital Humano<br>408-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil<br>409-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio |
| **Corrupción y soborno** | | |
| Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno; medidas para luchar contra el blanqueo de capitales, | Capítulo 10,<br>- Apartado 10.3 Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno.<br>- Apartado 10.4 Medidas adoptadas para luchar contra el blanqueo de capitales. | 2-23 Políticas y Compromisos<br>3-3 Gestión de temas materiales - Ética empresarial y Gobierno Corporativo<br>205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción<br>205-3 Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas |
| Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro. | Capítulo 10, Apartado 10.5. Aportaciones<br>- Acciones de Asociación o Patrocinio. | 413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo |
| **Sociedad** | | |
| **Compromisos de la empresa con el desarrollo sostenible** | | |
| El impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local; El impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio; | Capítulo 11. Apartados de Impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local e Impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio | 3-3 Gestión de temas materiales – Impacto en la sociedad<br>413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo |

| | | |
|---|---|---|
| Las relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos; | Capítulo 11,<br>Apartado de Descripción de las relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos. | 2-29 Enfoque para la participación de los grupos de interés<br>413-2 Operaciones con impactos negativos significativos –reales o potenciales– en las comunidades locales |
| Las acciones de asociación o patrocinio. | Capítulo 10, Apartado 10.5. Aportaciones a Acciones de Asociación o Patrocinio. | 2-28 Asociaciones a las que se pertenece |
| Subcontratación y proveedores | | |
| La inclusión en la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales;<br>Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental; | Capítulo 11, Apartado 11.3 Subcontratación y Proveedores. | 2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales<br>3-3 Gestión de temas materiales – Relación responsable con socios y proveedores<br>204-1 Proporción de gasto en proveedores locales |
| Sistemas de supervisión y auditorias y resultados de las mismas. | Capítulo 11, Apartado 11.3 Subcontratación y Proveedores. | 3-3 Gestión de temas materiales – Relación responsable con socios y proveedores |
| Consumidores | | |
| Medidas para la salud y la seguridad de los consumidores; | Capítulo 11, Apartado 11.4 Consumidores. | 3-3 Gestión de temas materiales – Desempeño económico y relaciones con cliente |
| Sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de las mismas. | Capítulo 11, Apartado 11.4 Consumidores. | 3-3 Gestión de temas materiales – Desempeño económico y relaciones con cliente |
| Información fiscal | | |
| Beneficios obtenidos país por país | Capítulo 11, Apartado 11. 5 Información Fiscal. | 207-1 Enfoque Fiscal<br>207-4 Presentación de informes país por país |
| Impuestos sobre beneficios pagados | Capítulo 11, Apartado 11. 5 Información Fiscal. | 207-1 Enfoque Fiscal |
| Subvenciones públicas recibidas | Capítulo 11, Apartado 11. 5 Información Fiscal. | 201-4 Asistencia financiera recibida del gobierno |

# Informe de verificación independiente

A los socios de Tasty Bidco S.L.:

De acuerdo al artículo 49 del Código de Comercio hemos realizado la verificación, con el alcance de seguridad limitada, del Estado de Información No Financiera Consolidado adjunto (en adelante EINF) correspondiente al ejercicio finalizado el 31 de diciembre de 2022 de Tasty Bidco S.L. (Sociedad dominante) y sociedades dependientes (en adelante el Grupo) que forma parte del informe de gestión consolidado del Grupo.

El contenido del EINF 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 sección "Índice de contenidos de la Ley 11/2018" incluida en el EINF adjunto.

## Responsabilidad de los administradores de la sociedad dominante

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 Tasty Bidco S.L. 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 a lo mencionado para cada materia en el apartado "índice de contenidos de la Ley 11/2018" del citado Estado.

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 Tasty Bidco S.L., 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 gestión de la 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 (Código del IESBA, por sus siglas en inglés) que está basado en los principios fundamentales de integridad, objetividad, competencia y diligencia profesionales, confidencialidad y comportamiento profesional.

Nuestra firma aplica las normas internacionales de calidad vigentes y mantiene, en consecuencia, un sistema de calidad que incluye políticas y procedimientos 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 acuerdo con los requisitos establecidos en la Norma Internacional de Encargos de Aseguramiento 3000 Revisada en vigor, "Encargos de Aseguramiento distintos de la Auditoría o de la Revisión de Información Financiera Histórica" (NIEA 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.



R. M. Madrid, hoja 87.250-1, folio 75, tomo 9.267, libro 8.054, sección 3ª
Inscrita en el R.O.A.C. con el número S0242 - CIF: B-79 031290

En un trabajo de seguridad limitada los procedimientos llevados a cabo varían en naturaleza y momento de realización, y tienen una menor extensión, que los realizados en un trabajo de seguridad razonable y, por lo tanto, la seguridad proporcionada es también menor.

Nuestro trabajo ha consistido en la formulación de preguntas a la dirección, así como a las diversas unidades del Grupo 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 Tasty Bidco S.L. 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 2022 en función del análisis de materialidad realizado por el Grupo, considerando los contenidos requeridos en la normativa mercantil en vigor.
- Análisis de los procesos para recopilar y validar los datos presentados en el EINF del ejercicio 2022.
- Revisión de la información relativa a los riesgos, las políticas y los enfoques de gestión aplicados en relación a los aspectos materiales presentados en el EINF del ejercicio 2022.
- Comprobación, mediante pruebas, en base a la selección de una muestra, de la información relativa a los contenidos incluidos en el EINF del ejercicio 2022 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 de la Sociedad dominante.

## 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 Tasty Bidco S.L. y sociedades dependientes correspondiente al ejercicio anual finalizado el 31 de diciembre de 2022 no ha 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 de acuerdo a lo mencionado para cada materia en el apartado “índice de contenidos de la Ley 11/2018” del citado Estado.

## 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.

PricewaterhouseCoopers Auditores, S.L.

51109217C SERGIO MATEOS
2023-05-26 13:55:49 ( UTC +02:00 )

Sergio Mateos Orcajo

26 de mayo de 2023

Este informe se corresponde con el sello distintivo nº 01/23/07030 emitido por el Instituto de Censores Jurados de Cuentas de España

Sello corporativo: 30 EUR