

The background of the entire page is a blurred, high-key photograph of human hands. The hands are positioned as if they are about to clasp or are in the process of clapping, with fingers slightly spread. The lighting is soft and even, creating a clean, minimalist aesthetic. The text is overlaid on the left side of the image.

MEMORIA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

2019

GRUPO
TELEPIZZA

CONTENIDO

- 1. Carta del presidente**
- 2. Hitos**
- 3. Grupo Telepizza**
 - 3.1.** Quienes somos
 - 3.2.** Propósito y aspiración
 - 3.3.** Nuestra presencia en el mundo
 - 3.4.** Nuestros productos
 - 3.5.** Compromiso con la seguridad alimentaria
 - 3.6.** Innovación en productos y servicios
- 4. Pacto Mundial**
 - 4.1.** Pacto mundial de las Naciones Unidas y sus beneficios
 - 4.2.** Grupo Telepizza firmante del Pacto Mundial de las Naciones Unidas
 - 4.3.** Los ODS de Grupo Telepizza y sus iniciativas
 - 4.4.** Próximos pasos
- 5. Compromiso con el medio ambiente**
 - 5.1.** Política Medioambiental
 - 5.2.** Fuerte compromiso con el medio ambiente
 - 5.3.** Mejora continua para reducir el impacto medioambiental
 - 5.4.** Eficiencia energética
 - 5.5.** Movilidad sostenible
- 6. Acción social**
 - 6.1.** Comprometidos con la inclusión socio-laboral
 - 6.2.** Comprometidos con las causas sociales
 - 6.3.** Comprometidos con la educación
 - 6.4.** Comprometidos con los colectivos vulnerables
- 7. Futuro**
- 8. Informe de Progreso del Pacto Mundial de las Naciones Unidas**

CARTA DEL PRESIDENTE

Es un orgullo volver a presentar una nueva edición de nuestra Memoria de Responsabilidad Social Corporativa en la que mostramos, cada año, el trabajo y esfuerzo que desde Grupo Telepizza realizamos para ser una compañía con propósito, que trasciende el negocio y llega a la sociedad. Un propósito enfocado en conectar a las personas para que se reúnan y pasen más tiempo juntos. En la carta que escribí en 2018 anunciaba importantes cambios que se acababan de producir en nuestra organización y avanzaba la transformación que supondrían. Un año después, seguimos trabajando para ofrecer a nuestros clientes la mejor experiencia y servicio como la empresa líder en delivery que somos a nivel internacional; algo que no hubiera sido posible sin la implicación, esfuerzo diario y compromiso de todos nuestros empleados, franquiciados, proveedores, socios, sindicatos y la sociedad en su conjunto.

Esta Memoria de RSC resume las acciones que hemos puesto en marcha en 2019, donde ha tenido especial protagonismo la adhesión de Grupo Telepizza a la Red Española del Pacto Mundial de las Naciones Unidas. Esto nos permite formar parte de la mayor iniciativa mundial de sostenibilidad empresarial convirtiéndonos en la primera compañía del sector del delivery de pizza en asumir el compromiso, dando un paso más para convertirnos en uno de los principales agentes del cambio e impactar de manera directa y positiva en la agenda 2030 de la ONU a nivel global.

Este acuerdo nos lleva a alinear nuestra estrategia y cultura empresarial con el cumplimiento de los Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS) que van desde evitar el desperdicio de comida y reducir el hambre (ODS 2, Hambre Cero), hasta promover la igualdad de género, la integración de colectivos en riesgo de exclusión y la reducción de las desigualdades (ODS 5, Igualdad de Género; ODS 8, Trabajo decente y crecimiento económico; ODS 10, Reducción de las Desigualdades). Todo ello sin perder de vista cómo nuestras operaciones impactan en nuestro entorno y en el medioambiente, dos factores que cualquier empresa actual debe tener en la base de toda su actividad (ODS 12, Producción y Consumo responsables; ODS 13, Acción por el clima).

Entre las políticas laborales que más nos enorgullecen están el fomento de la contratación fija frente a la temporal, con un 98,5% de contratos indefinidos, así como la creación de entornos laborales estables donde los profesionales puedan aportar lo mejor de sí mismos. Además, impulsamos medidas para facilitar la conciliación de la vida personal y laboral, con horarios flexibles, respetando la legislación vigente en cada país y siguiendo las mejores prácticas internacionales.

La integración social y laboral de diferentes colectivos es una prioridad para Grupo Telepizza, y en 2019 avanzamos en este propósito con la firma de un acuerdo con FUNDACIÓN LaLiga y su proyecto la LaLiga Genuine Santander, una competición integrada por personas con discapacidad intelectual, para promover la inclusión laboral de los jugadores en los establecimientos de Telepizza en España. Durante 2019, 17 jugadores se han incorporado a nuestras tiendas, y puedo decir que es uno de los proyectos que más satisfacciones nos está

dando, no solo porque ayudamos a personas con discapacidad a tener un empleo y un futuro en el mercado laboral, sino por lo que estos compañeros nos aportan cada día, siendo un ejemplo de constante afán de superación, positividad y buen ambiente.

Además, hemos promovido nuevas colaboraciones en esta línea de integración y nos hemos sumado a otras iniciativas como el programa 'Juntos Crecemos', que pusimos en marcha con Down España en 2017 y que nos ha llevado a incorporar a más de 200 personas en nuestras tiendas de toda España; o nuestra colaboración con la Fundación ITER, que trabaja con jóvenes en riesgo de exclusión social a través de varias iniciativas como la 'Beca ITER Repartidores', con la que los candidatos se incorporan a la plantilla de Telepizza como auxiliares de tienda mientras obtienen la licencia para motos, para una vez conseguida, cambiar de categoría para ser repartidor.

Nuestro propósito Togetherness nos lleva a querer cuidar y potenciar el talento interno que ya tenemos en Grupo Telepizza, algo que, como mencionaba anteriormente, se refleja en la apuesta por la contratación fija frente a la temporal, con un 98,5% de contratos indefinidos. Adicionalmente contamos con un Programa de Formación para identificar las cualidades de cada empleado y que pueda ocupar nuevas posiciones dentro del grupo y potenciar así el crecimiento de la plantilla. En apoyo de los más jóvenes, 2019 celebramos la tercera edición de EXCELLENCE LAB, una iniciativa que nos permite acercarnos e implicarnos en la formación de los universitarios, a los que damos a conocer Grupo Telepizza y les brindamos la oportunidad de trabajar sobre casos reales de nuestros departamentos de Comunicación y Marketing.

Además de todas estas acciones, cada año, durante nuestra campaña de navidad, ponemos a disposición de una ONG 47.000 calendarios solidarios que acompañan los menús infantiles de Telepizza. En 2019 la protagonista ha sido la ONG "Idea Libre", cuyo objetivo es ofrecer el acceso a la educación a los niños de Chumvi (Kenia). Una acción con la que, además, donamos 10.000 euros destinados a la construcción de un aula educativa en la escuela que la ONG ha puesto en marcha, Wazu Huru School, y en la que hoy 25 alumnos reciben formación.

El programa Cajas Solidarias puesto en marcha por la compañía en 2017, vinculado con el cumplimiento del ODS 17- Alianzas, nos ha permitido a lo largo de estos 12 meses seguir actuando como altavoz de una gran diversidad de causas sociales. A través de esta iniciativa, en 2019 hemos entrado en cerca de 7 millones de hogares para dar visibilidad a campañas sociales puestas en marcha por diferentes organizaciones como Soñar Despierto; Juegaterapia; Down España; Fundación ITER; FUNDACIÓN LaLiga; Fundación Querer; Uno entre cien mil; Inocente, Inocente y Acción contra el Hambre, las cuales trabajan en contribuir en la reducción de desigualdades, ODS10, acabar con la pobreza, ODS 1, poner fin al hambre, ODS2 y promover la salud y bienestar de diferentes colectivos, ODS3. Además, y como ya veníamos haciendo años atrás, desde Grupo Telepizza hemos donado más de 5.000 Telepizzas a diferentes organizaciones y comedores sociales de toda España como parte de nuestro compromiso con el Hambre Cero, ODS2, y con las diferentes comunidades en las que operamos.

Todas estas acciones representan nuestra intención de ser una marca activa y posicionada en favor de la igualdad y que trabaja por eliminar cualquier tipo de discriminación social, como la campaña que pusimos en marcha con motivo del Día del Orgullo para «limpiar» las calles de Madrid de mensajes intolerantes.

Adherirnos al Pacto Mundial de las Naciones Unidas es un compromiso que se extiende a todas las áreas de la compañía. La producción sostenible y el consumo responsable que persigue el ODS 12 está íntimamente ligada con nuestra política de Desperdicio Cero. En Grupo Telepizza elaboramos nuestros productos bajo demanda y utilizamos nuevas tecnologías como el Data Science para predecir la demanda de los clientes y controlar de manera óptima el stock de productos que necesita cada una de nuestras tiendas. Toda nuestra actividad se basa además en el cumplimiento de nuestra Política Medioambiental, en línea con el ODS13, con el objetivo de impulsar la economía circular en nuestros procesos de producción, con la ayuda de nuestro partner Ecoembes, así como la compensación de emisiones de CO2 y el uso de envases realizados con cartón reciclado.

Os invito a conocer en detalle estas y otras iniciativas desarrolladas en 2019, una extensa labor que ha sido posible gracias a todo el magnífico equipo que forma Grupo Telepizza.



A stylized handwritten signature in black ink, reading 'P. Juantegui'.

Pablo Juantegui

Presidente Ejecutivo y Consejero Delegado
de Grupo Telepizza.

A person wearing a red short-sleeved shirt and a red baseball cap with the 'celepizzi' logo is shown from the chest down. They are working with a large ball of white dough on a wooden surface. The background is blurred, showing a wooden floor and some white fabric.

2

HITOS



Creación de Grupo Telepizza con las 4 marcas, convirtiéndonos en el mayor operador multimarca de pizza en el mundo.



Mayor máster franquiciado de Pizza Hut por número de tiendas.



Presencia en 39 países con más de 2.600 establecimientos



Telepizza Rainbow: Telepizza toma posición en asuntos sociales, dentro de su apoyo a la inclusión socio-laboral



OPA KKR y salida de bolsa



Firma del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, para la Agenda 2030



III Edición de Excellence Lab



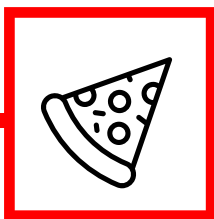
Acuerdo con FUNDACIÓN LaLiga por la inclusión laboral de los jugadores



Continuamos con nuestra iniciativa de cajas solidarias



Somos premiados por iniciativas sociales, como Cajas Solidarias o el proyecto LaLiga Genuine Santander



Lanzamos más de 5 nuevos productos



Lanzamos "MiTelepi" Programa de fidelización



3

GRUPO TELEPIZZA

Grupo Telepizza es la compañía líder en pizza delivery a nivel mundial y el mayor máster franquiciado de Pizza Hut, por número de tiendas.

Opera en 39 mercados de cuatro continentes, a través de 2.631 tiendas bajo las marcas Telepizza, Pizza Hut, Jeno's Pizza y Apache Pizza.

3.1 QUIÉNES SOMOS

Grupo Telepizza, con sede principal en Madrid, España, opera en 39 mercados con las marcas Telepizza, Pizza Hut, Jeno's Pizza y Apache Pizza. Todas ellas suman más de 60 millones de pizzas vendidas en el mundo.



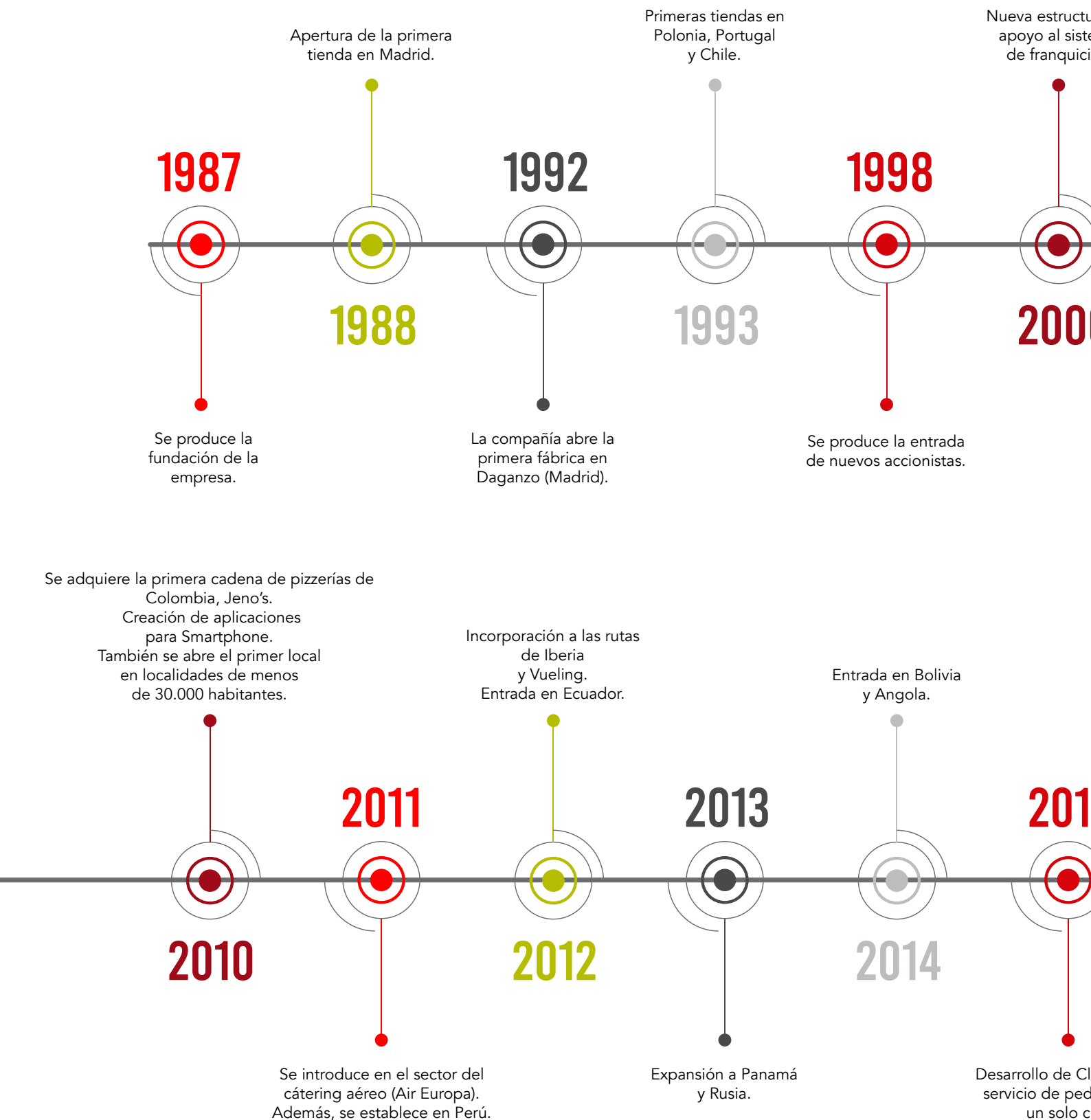
Cuenta con una red total de 2.631 tiendas que incluyen 541 tiendas propias y 2.090 franquiciadas y máster franquicias. En 2019, las ventas totales en su red, incluyendo franquiciados y máster franquiciados, que se registran como ventas cadena, han ascendido a 1.254 millones de euros.



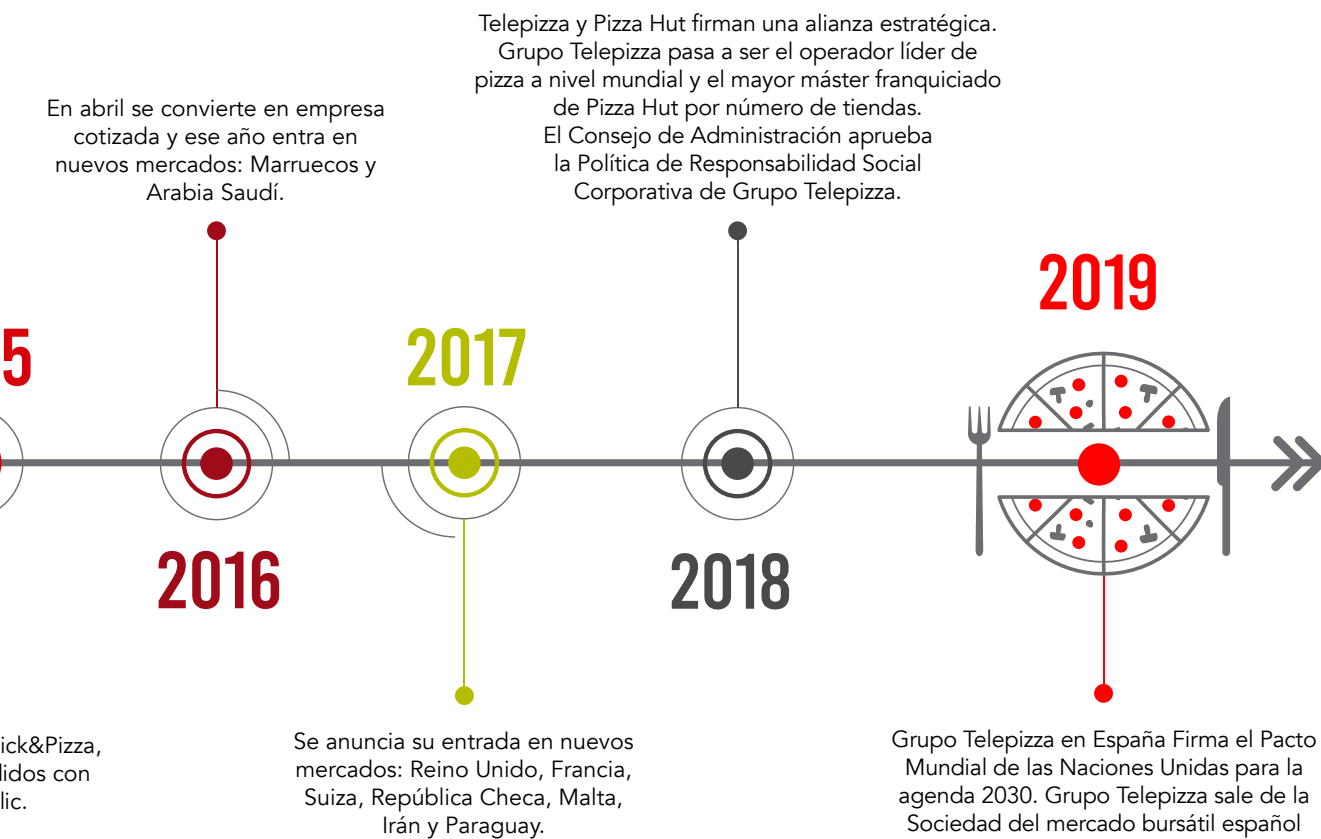
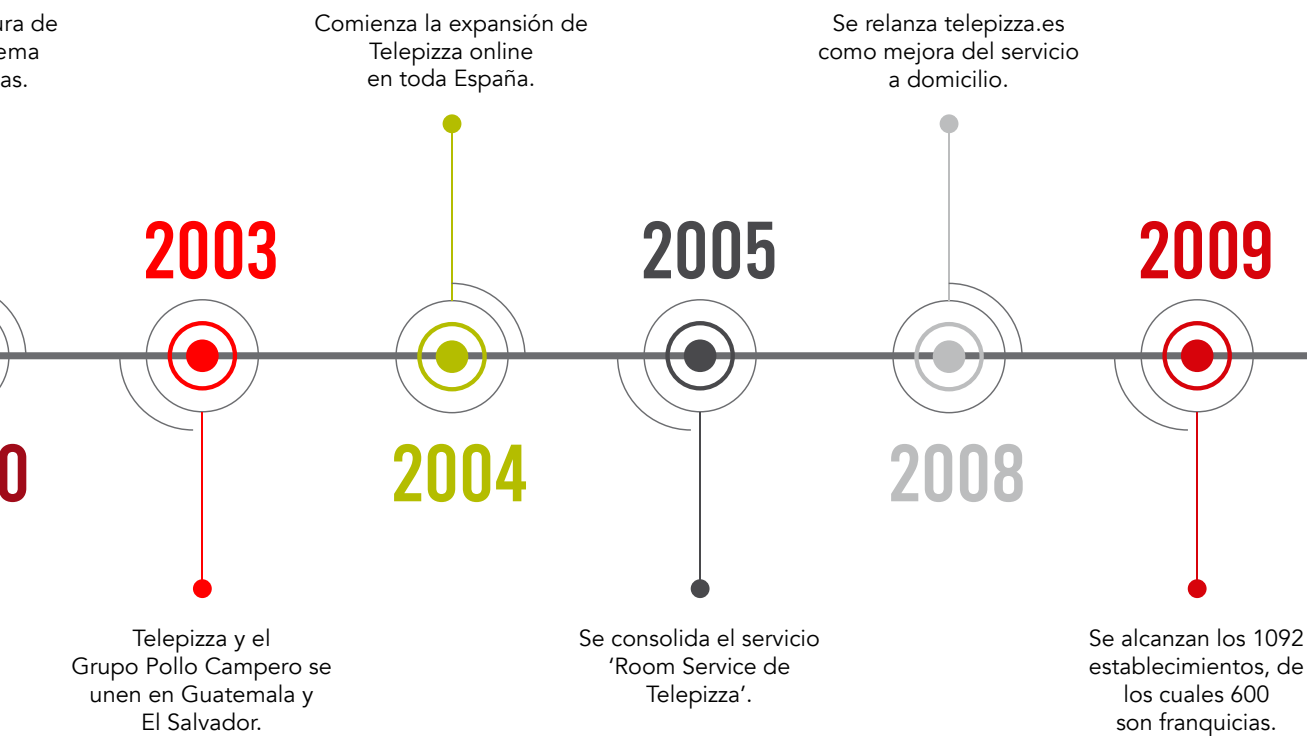
Tras la creación de la alianza estratégica entre Telepizza y Yum!Brands, en 2018, se crea Grupo Telepizza, el cual se convierte inmediatamente en el operador líder a nivel mundial de pizza delivery y el mayor máster franquiciado de Pizza Hut por número de tiendas.

En 2019, Grupo Telepizza ha firmado en España el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, para la Agenda 2030, fortaleciendo su compromiso con el desarrollo sostenible. El objetivo es trasladar este compromiso a otros países en los que opera la compañía.

UN POCO DE HISTORIA



ra de
ema
as.



ick&Pizza,
idos con
lic.

3.2 PROPÓSITO Y ASPIRACIÓN

Grupo Telepizza está guiado por su **Propósito "Togetherness"**, que le permite conectar a las personas para entregarles momentos de felicidad, en cualquier momento y en cualquier lugar. Un propósito que, además, hace posible que el Grupo aspire a mantener su posición líder como operador multimarca de referencia en el mercado QSR y ser el mejor operador de Delivery a nivel mundial. Y, todo ello, gracias a un modelo de negocio integrado verticalmente para lograr hacer entrega no sólo de pizzas, sino cumplir con todos sus compromisos y objetivos con sus stakeholders.

La **aspiración** de Grupo Telepizza es:



Ser el operador de food delivery líder y multimarca preferido, con una capacidad de entrega única a nivel internacional, con un modelo de negocio integrado verticalmente.



El propósito, aspiración y promesa se complementan con la Política Corporativa de Cultura y Valores, conocida como los:

'5 we's de los Welievers'

Un equipo: Somos un equipo único, que avanza en la misma dirección. Unimos todos nuestros esfuerzos para alcanzar nuestro objetivo común y celebrar nuestros éxitos.

Resiliencia: Estamos comprometidos con todo lo que hacemos. Somos expertos en adaptarnos a nuevas situaciones, afrontamos nuestros objetivos sin descanso, con pasión, energía, flexibilidad y determinación. Porque todos somos responsables de los éxitos que conseguimos

Enfocados al cliente: Ofrecemos el mejor servicio y el mejor producto superando las expectativas de nuestros clientes.

Soñadores: Pensamos en grande y de forma distinta para aportar nuevas ideas que respondan a las necesidades de los clientes. Somos auto-exigentes, creemos que todo lo que hacemos puede mejorarse para conseguir que nuestro servicio sea cada vez mejor. La Excelencia y la Calidad son nuestro punto de partida; la Innovación es nuestro camino a seguir.

Sin miedo: Perseguimos siempre nuevos retos, asumimos riesgos y los convertimos en oportunidades. Tomamos decisiones, buscando la mejor solución para resolver cualquier problema.



3.3 NUESTRA PRESENCIA EN EL MUNDO

Grupo Telepizza tiene presencia en 39 mercados del mundo a través de 2.631 tiendas que se distribuyen en tres grandes áreas:



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

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

Caribe: Costa Rica, Puerto Rico, Guyana, República Dominicana, Surinam, Aruba, Bahamas, Islas Caimán, Curaçao, Granada, Guadalupe, Jamaica, Trinidad y Tobago e Islas Vírgenes.

Otros mercados: Marruecos y Angola.

La compañía cuenta con fábricas propias en 6 países (España, Portugal, Polonia, Chile, Colombia y Perú) También cuenta con centros de distribución: dos ubicados en España, uno en Portugal, así como en Colombia, Chile y Perú.

3.4 NUESTROS PRODUCTOS

Grupo Telepizza ofrece la posibilidad de disfrutar de un sabor único e inolvidable en cualquier momento, en cualquier lugar. Con cuatro premisas: contar con un estándar de calidad máximo, masa fresca, queso fundido e ingredientes naturales rigurosamente seleccionados.



Además de poder disfrutar de tu 'Pizza a tu gusto' con los ingredientes deseados, es posible elegir entre:



LAS GOURMETS

- Tandem Gourmet
- Barbacoa Gourmet
- Carbonara Gourmet Queso
- Carnívora Gourmet
- Bacon Crispy Gourmet
- Barbacoa con Cuarto de Libra
- Barbacoa Meat & Grill
- Carbonara Gourmet Cebolla
- Telepizza Vulcano Nachos
- La Ibérica de Telepizza
- Telepizza Burger



AMANTES DE LA CARNE

- Steak House
- Bacon Cheeseburger
- Bacon Crispy
- Barbacoa Crème Queso
- Barbacoa Crème Tomate
- Especial de la casa cebolla
- Especial de la casa champiñón
- Jalisco
- Supreme



LOS MÁS QUESEROS

- Telepizza Delicheese
- 4 Quesos
- Formaggio
- Lasaña



LOS MÁS NATURALES

- Florentina
- De la Huerta
- César Deluxe



LAS CLÁSICAS:

- Telepizza Barbacoa
- Carbonara Cebolla
- Telepizza Carbonara
- Hawaiana



QUADROLLER

- Tennessee
- Piamontesa
- Kansas BBQ

MUCHO MÁS QUE PIZZA



INFANTIL

- Menú Infantil



SIN GLUTEN

- Pepperoni Sin Gluten
- York-Bacon Sin Gluten
- Sin Gluten 4 Quesos
- Barbacoa Sin Gluten
- Carbonara Sin Gluten



HAMBURGUESAS

- Nueva Top Burger Vacuno
- Nueva Top Burger Queso&Bacon
- Nueva Top Burger Pollo
- Burger Vacuno Infantil
- Burger Pollo Infantil
- Top Sándwich Pollo
- Top Sándwich York



PASTA

- Pasta 4 Quesos
- Pasta Barbacoa
- Pasta Boloñesa
- Pasta Carbonara
- Pasta Marinera
- Pasta Menú



ENTRANTES

- Combo de Entrantes
- Croquetas Caseras
- Patatas Gajo
- Aros de Cebolla
- Patatas Fritas
- Patatas Smile
- Spiro Dog Clásico
- Pan de Ajo
- Crostinis de Bacon, Champiñón y York
- Fingers de Queso
- Bocaditos de Camembert
- La Vaca que ríe Palitos
- Alitas de Pollo Barbacoa
- Delicias de Pollo
- Pops de Pollo
- Enrollado Yorkeso, Hawaiano y Vegetal



ENSALADAS

- Ensalada Mediterránea
- Ensalada Mediterránea Pollo

3.5 COMPROMISO CON LA SEGURIDAD ALIMENTARIA

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

Los proveedores de Grupo Telepizza deben fabricar, suministrar y distribuir ingredientes, envases alimentarios, productos terminados y servicios clave en seguridad alimentaria, seguros e inocuos para los clientes y tiendas. 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.

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

3.5.1. INFORMACIÓN Y ETIQUETADO DE PRODUCTOS

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

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

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

3.5.2 RECLAMACIONES

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

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

Durante 2019 se han recibido 2.700 reclamaciones, de las que 316 han sido muy graves, 1.762 graves, 622 leves y ninguna inadmisibles. Telepizza recibe una media de 224 reclamaciones al mes en España, que por procedimiento se tienen que cerrar en menos de 72 horas. Las reclamaciones se publican también en las tiendas para que pueden estar informados de las mismas. Existe un control de número de reclamaciones a nivel de franquicias, los franquiciados que tienen un nivel alto de reclamaciones pueden perder descuentos de fábricas. Este procedimiento se ha empezado a aplicar en España. El resto de países realizan su propia gestión, pero la idea es replicar el modelo en todos.

3.6. INNOVACIÓN EN PRODUCTOS Y SERVICIOS

Uno de los principales compromisos de Grupo Telepizza es ofrecer productos de calidad a todo el mundo y en cualquier lugar, a través de un servicio excelente, innovador, eficiente, personalizado y accesible.

Por eso, realiza una labor continua para la creación, desarrollo y mejora de todos los productos, teniendo siempre en cuenta los gustos de los consumidores, trabajando con los mejores ingredientes que aportan a sus productos un equilibrio en el sabor y composición nutricional.

La calidad es un factor clave y se sigue un riguroso control para homologar a los nuevos proveedores garantizando así una máxima calidad en el producto y en el servicio a tiendas.

Otro factor decisivo en la labor de I+D+i son los tests de aceptación, que se realizan con empresas de investigación de mercado, con el principal objetivo de conocer la opinión de los clientes y asegurar una buena aceptación del producto. Además, se cuenta en estas pruebas con la opinión y la experiencia del personal de otros departamentos implicados dentro de la compañía, como son operaciones y marketing.

Se somete a test todo el proceso, atendiendo las sugerencias en cuanto a elaboración de producto, utilización de nombres, composición y presentación de los diferentes productos.

QUAD ROLLER

En 2019, Telepizza ha incorporado la QuadRoller Piamontesa y QuadRoller Tennessee a su carta a nivel nacional, para ofrecer otras alternativas a sus consumidores dentro de la categoría QuadRoller.

QUADROLLER
Tennessee



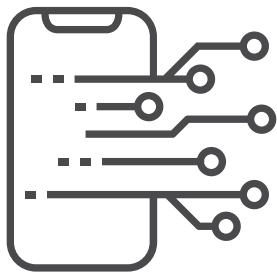
QUADROLLER
Piamontesa



PIZZA SIN GLUTEN

Grupo Telepizza mantiene un compromiso con sus clientes celíacos desde 2008, cuando se convirtió en la primera cadena de restauración en España en lanzar una pizza especial para celíacos. En la actualidad, cuenta con una oferta de cinco pizzas sin gluten, que cuentan con la certificación de FACE (Federación de Asociaciones de Celíacos en España) y cumplen los estándares de calidad y seguridad necesarios para asegurar en todo momento la no contaminación para clientes celíacos o con intolerancias al gluten.





PIONEROS EN LA DIGITALIZACIÓN Y REVOLUCIÓN DIGITAL

Telepizza es una compañía pionera en la digitalización de su actividad. En 2004 inició su expansión digital y en 2010 lanzó su primera App. Continuó innovando y en 2011 puso en el mercado la Primera Social Commerce App en Facebook, mientras que en 2014 implementó el Tweet Delivery.

La innovación es uno de los principales pilares de crecimiento para Grupo Telepizza y así lo refleja su apuesta por los canales digitales y su compromiso por mantener su liderazgo en delivery a nivel mundial. 2019 se ha convertido en un punto de inflexión para Telepizza, con la creación del Squad Digital. Un equipo de expertos que durante el 2019 ha aumentado en un 75%, con el fin de construir capacidades para estar tecnológicamente a la última y responder a las necesidades del mercado a corto plazo. Esto ha supuesto la implementación de nuevas herramientas como Google Analytics 360, Marketing Cloud, Google CLTV y Salesforce, que ayudan y facilitan el cumplimiento del objetivo marcado por la compañía.



Todo esto ha dado lugar a que durante el ejercicio 2019, las ventas digitales en España hayan aumentado un 17%. En total, el 40% de las ventas digitales en España se han realizado a través de su nueva app, lanzada en 2017.

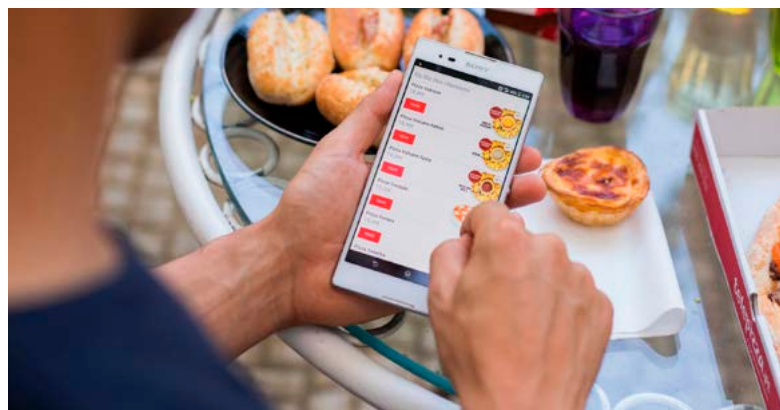


MITELEPI

En 2019, Telepizza ha lanzado MiTelepi, un club de fidelización que ofrece recompensas y nuevas experiencias a sus clientes. Este lanzamiento se enmarca dentro de la estrategia de revolución digital puesta en marcha por la compañía reafirmando su apuesta por la innovación y la inversión tecnológica.

De esta forma, los usuarios que forman parte de MiTelepi obtienen Telepicoin, moneda virtual de Telepizza, con cada pedido que realizan, que van acumulando para adquirir productos, ofertas exclusivas y experiencias que se van desbloqueando por tres niveles.

A partir del mes de septiembre de 2019, coincidiendo con el lanzamiento de la campaña MiTelepi, el 41% de los pedidos online han pasado a realizarse a través del MiTelepi.





4

PACTO MUNDIAL

2019, un año de inflexión para Grupo Telepizza y su compromiso con la Responsabilidad Social Corporativa.

En este año, la compañía se ha convertido en socio del Pacto Mundial de las Naciones Unidas a través de su marca Telepizza en España. De esta manera, Grupo Telepizza ha formalizado su compromiso con la responsabilidad social, alineando su estrategia con los Objetivos de Desarrollo Sostenibles establecidos por la agenda 2030.

4.1 EL PACTO MUNDIAL DE LAS NACIONES UNIDAS Y SUS BENEFICIOS

El Pacto Mundial de las Naciones Unidas es un llamamiento a los Estados, las empresas y las organizaciones a que alineen sus estrategias y operaciones con los diez principios universales sobre Derechos Humanos, Normas Laborales, Medio Ambiente y la Lucha contra la Corrupción.

Su misión es generar un movimiento internacional para promover el desarrollo sostenible y lograr objetivos específicos y generales para el año 2030. Para ello, bajo el mandato de la ONU, promueve los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) entre el sector privado, los cuales velan por el cumplimiento de los principios universales.

La Red Española, plataforma del Pacto Mundial encargada de promover e implementar los diez principios en España, fue una de las primeras plataformas nacionales del Pacto Mundial, que además, destaca por su modelo de gestión y su estructura organizativa y que se considera la red local con el mayor número de firmantes. Datos demuestran que en 2019, 661 empresas españolas eran firmantes de la iniciativa con el fin de velar por el planeta y la sociedad.



Pacto Mundial
Red Española

4.2 GRUPO TELEPIZZA FIRMANTE DEL PACTO MUNDIAL DE LAS NACIONES UNIDAS

En 2019, Grupo Telepizza se adhiere al Pacto Mundial de las Naciones Unidas a través de su marca Telepizza en España. Un compromiso con el que la compañía alinea su estrategia empresarial con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.



4.3 LOS ODS DE GRUPO TELEPIZZA Y SUS INICIATIVAS



“Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y una mejor nutrición y promover una agricultura sostenible”

Se trata de uno de los ODS prioritarios para la compañía, al pertenecer al sector de la restauración. La logística y la operativa del Grupo está diseñada para producir telepizzas bajo demanda y evitar así el desperdicio de alimentos. Las tiendas de la compañía reciben los camiones con ingredientes cada dos días, muy ajustados a los análisis de consumo y predicción de la demanda para evitar así el desperdicio.

INICIATIVAS EN LÍNEA CON EL OBJETIVO

01

Desde hace 3 años, la compañía pone en marcha anualmente el proyecto “Telepizzas Solidarias”, a través del cual dona alimento a colectivos en riesgo de exclusión.

02

A través de la iniciativa “Cajas Solidarias”, Grupo Telepizza da apoyo y voz a campañas contra el hambre. (Ej. Acción Contra el Hambre)

03

La compañía tiene diferentes acuerdos con empresas para disminuir los residuos de alimentos en fábrica. Por ejemplo, el excedente de masa es entregado para elaborar alimento de animales.



“Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos”

Grupo Telepizza cree en la importancia de la educación y en la manera en que una empresa internacional de gran escala puede contribuir a ella. Además de colaborar con fundaciones que promueven la educación, la compañía organiza cada año un concurso que fomenta el talento joven y las alianzas entre universidad y empresa.

INICIATIVAS EN LÍNEA CON EL OBJETIVO

01

Puesta en marcha del proyecto Excellence Lab, concurso para estudiantes universitarios, de del mundo de la comunicación y el marketing en el que la compañía contribuye a la formación académica y se involucra en el fomento del talento joven.



“Reducir las desigualdades entre países y en ellos”

Grupo Telepizza pone a disposición de sus clientes información transparente y completa sobre sus productos, ingredientes, alérgenos y valores nutricionales. De la misma manera, busca innovar en productos más saludables, como es el caso de las Pizzas Sin Gluten y de nuevas opciones que están en proceso de creación.

Por su parte, la compañía ha instaurado prácticas sostenibles en su cadena de producción, disminuyendo la cantidad de desechos y reduciendo su consumo energético. La compañía tiene el objetivo de seguir fortaleciendo estos aspectos en 2020.

INICIATIVAS EN LÍNEA CON EL OBJETIVO

01

Grupo Telepizza vela por la salud de sus consumidores, por ello, promueve el consumo de pizzas junto a un estilo de vida saludable y equilibrado.

02

En los últimos años la compañía ha trabajado por la disminución del consumo energético, a través de la instalación de iluminación LED en fábrica y tecnología Exercy, consiguiendo grandes resultados.

03

En línea con el objetivo, trabaja en un plan de disminución de plásticos y residuos de empaques.



“Revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible”

Grupo Telepizza realiza varias iniciativas en las que une fuerzas con otras empresas, con ONGs y/o fundaciones. De esta manera, el impacto de las acciones sociales se multiplica y llega a más personas.

INICIATIVAS EN LÍNEA CON EL OBJETIVO

01

“Cajas Solidarias” a través de la cual colabora con diversas entidades para dar voz a sus mensajes y causas sociales.

02

Alianza con DOWN España, con la Fundación LaLiga y con ITER para promover la inclusión social y laboral de personas con discapacidad intelectual.



4.4. PRÓXIMOS PASOS

Grupo Telepizza continúa desarrollando y trabajando en su Política de Responsabilidad Social Corporativa, en continua búsqueda de nuevas prácticas e iniciativas que den respuesta a los Objetivos de Desarrollo Sostenible y fortalezcan su compromiso con el Pacto Mundial.

La compañía cuenta con un equipo dedicado a la Responsabilidad Social Corporativa para fortalecerla en España y terminar de implantarla en los otros países en los que la compañía opera.

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE





5

COMPROMISO CON EL MEDIO AMBIENTE

Grupo Telepizza tiene un fuerte compromiso con la sostenibilidad. Su Política Medioambiental tiene como principal objetivo minimizar el impacto de su negocio en el medio ambiente y promover iniciativas sostenibles, siempre cumpliendo con la legislación vigente.

5.1 POLÍTICA MEDIOAMBIENTAL

La Política Medioambiental de Grupo Telepizza recoge los principales compromisos medioambientales de la compañía, que deben ser cumplidos por todas las áreas y departamentos.

- 01 Dotar a la compañía de los medios necesarios para el conocimiento y cumplimiento de la normativa medioambiental vigente, incluyendo herramientas para su mejora continua.
- 02 Reducir de forma paulatina los residuos generados, procurando su reutilización dentro o fuera de la compañía.
- 03 Prevenir/reducir la contaminación que sus actividades generan.
- 04 Comunicar a los empleados, proveedores, clientes y otros grupos de interés los aspectos medioambientales necesarios para garantizar el cumplimiento de esta Política.
- 05 Revisar anualmente si la Política Medioambiental es adecuada para garantizar el cumplimiento de los compromisos aquí adquiridos.
- 06 Adecuar la operación a los Objetivos de Desarrollo Sostenible del Pacto Mundial, del cual Grupo Telepizza es firmante en España.

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

Durante 2019, Grupo Telepizza destinó 65.038 euros a la prevención en riesgos ambientales que se destinaron de la siguiente manera:


Recogida y tratamiento de residuos	22.378 euros.
Mantenimiento depuradora	33.028 euros.
Mediciones y analíticas	1.250 euros.
Contrato gestión de EDARI	8.382 euros.



5.2 FUERTE COMPROMISO CON EL MEDIO AMBIENTE

El medio ambiente y el cambio climático es uno de los 10 compromisos que aparecen en la Política de Responsabilidad Social Corporativa, vinculados a los 10 Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) para la Agenda 2030.

De este modo, Grupo Telepizza se compromete a:

- 
- 01 Aplicar la Política Medioambiental de la compañía, cuyos pilares básicos son el cumplimiento de la legislación vigente, prevenir la contaminación, reducir los residuos y la mejora continua en todos los procesos de la compañía relacionados con el medio ambiente.
 - 02 Promover acciones para impulsar la economía circular en sus procesos de producción.
 - 03 Impulsar la medición de la huella de carbono de la compañía en sus diferentes alcances.
 - 04 Luchar contra el cambio climático y compensar las emisiones de CO2 como promueve el Acuerdo de París de 2015 para frenar el cambio climático.
 - 05 Promover la movilidad sostenible en su actividad.
 - 06 Reducir los residuos y el uso de plástico en su cadena de valor.
 - 07 Sensibilizar y formar a los empleados en el uso eficiente de los recursos.



5.3 MEJORA CONTINUA

PARA REDUCIR EL IMPACTO MEDIOAMBIENTAL

5.3.1 MANEJO DE RESIDUOS DE PRODUCCIÓN

Grupo Telepizza minimiza los residuos generados por su producción. Un ejemplo de esto es que el 100 % del subproducto procedente del proceso de producción se destina a alimentación animal, promoviendo la economía circular. El resto de los residuos que se producen en la planta de producción y en la plataforma logística se gestiona al 100 % por un gestor autorizado.

La Ley de Envases establece como estrategia prioritaria los principios de acción en minimización y prevención en origen de los residuos de envases. Grupo Telepizza externaliza la gestión de sus residuos con Ecoembes, mientras que su fábrica de Daganzo cuenta con una depuradora de agua y realiza continuos controles de agua residual.

Así, los Planes Empresariales de Prevención regulados por el R.D. (782/1998) y que se gestionan a través de Ecoembes, se configuran como uno de los principales mecanismos para potenciar el cumplimiento de los objetivos de prevención y reducción. Grupo Telepizza tiene la obligación, al igual que otras empresas, de elaborarlos, tratando de establecer en sus actividades mejoras encaminadas a la prevención en la generación de residuos de envases y minimización del impacto medioambiental de los mismos.



01

En 2019, Telepizza SAU reportó a los Planes Empresariales de Prevención de Ecoembes 32.525.040,74 kg, con una contribución económica de 339.942,73 € euros. Aunque el consumo total de materiales reciclables aumentó ligeramente con respecto al 2018, pasando de 4.487.415,8 Kg a 4.624.072,7 Kg, la contribución económica en 2019 fue muy similar.

02

El principal consumo de la compañía se focaliza en el cartón de las pizzas, que en 2019 fue de 4.543.120,8 kg, mientras que el consumo de plástico sufrió una disminución de casi un 20% pasando a 76.017,55 Kg.

5.3.2 CONSUMO DE MATERIALES EN ESPAÑA

CONSUMO DE MATERIALES						
MATERIALES	2017	CONTRIBUCIÓN	2018	CONTRIBUCIÓN	2019	CONTRIBUCIÓN
METALES ALUMINIO	7.085,552 kg	722,73 €	4.852,834 Kg	494,99 €	4.934,791Kg	503,35 €
PAPEL/CARTON	4.301.879,924 kg	292.527,83 €	4.388.387, 237 Kg	298.410,33 €	4.543.120,762 Kg	308.932,21 €
PLASTICOS HDPE FLEXIBLE	35.962,080 kg	16.974,10 €	21.344,300 Kg	10.074,51 €	8.759 Kg	4.134,25 €
PLÁSTICOS LDPE	148,838 kg	70,25 €	491,499 kg	231,96 €	14,315 Kg	6,76 €
PLASTICOS OTROS	73.337,964 kg	34.615,52 €	72.075,733 kg	34.019,75 €	65.007,892 Kg	30.683,73 €
PLASTICOS PVC	130.148 kg	61,43 €	264,150 kg	124,68 €	118,44 Kg	55,90 €
TOTAL	4.420.769,50 Kg	345.810,69 €	4.487.415,8 kg	344.120,26 €	4.621.955,20 kg	344.316,20 €

5.3.3 CONSUMO EN LAS FÁBRICAS

Durante 2019, la fábrica de Daganzo ha aumentado el consumo energético y de materias primas debido al aumento en la producción de masas de pizza. Esto se debe principalmente a aumento de exportaciones a Irlanda y Chile. Así, el consumo total de agua fue de 65.715.539 litros, el de energía de 7.810.910 Kw/h y el de gas se redujo a 65.999 m³ debido a una menor fabricación de productos precocidos y al inicio del envío de bola de masa congelada a las tiendas de España, lo que genera menos gasto de propano.

El consumo de agua de fábrica también aumentó en 2019 (6.628.728 l), los subproductos procedentes de fabricación fueron de 971.040 kg y el consumo de harina pasó de 9.900.00 kg en el 2018, a 11.909.852 kg en el 2019, debido nuevamente a las exportaciones.

Por otra parte, Grupo Telepizza no cuenta con uso de energía renovable, pero está prevista su introducción en la fábrica de Daganzo en 2020 (energía fotovoltaica).

CONSUMO FABRICAS DAGANZO				
CONSUMOS ENERGÉTICOS	2016	2017	2018	2019
ENERGÍA (Kw/h)	6.868.020 Kw/h	7.116.718 Kw/h	7.263.490 Kw/h	7.810.910 Kw/h
GAS (m ³)	61.320 m ³	70.407 m ³	65.807 m ³	65.999 m ³
AGUA (litros)	36.876.000 l	44.000.000 l	64.804.682 l	65.715.539 l
AGUA DE FÁBRICA	ND	5.490.000 l	5.750.000 l	6.628.728 l
RESIDUOS DE FABRICACIÓN	ND	524.465 Kg	577.525 Kg	971.040 kg
HARINA	ND	9.200.000 Kg	9.900.000 Kg	11.909.852
KGRS	ND	15.797.553	16.656.844	19.135.700 kg
UNIDADES	ND	51.326.329	53.762.640	61.522.249



5.4 EFICIENCIA ENERGETICA

Grupo Telepizza fomenta el ahorro energético en sus instalaciones. Si bien es cierto que Grupo Telepizza no dispone de certificación ambiental, pero sí trabaja para reducir su impacto en este sentido.

La última auditoría energética realizada, demostró que las instalaciones son, en general, muy eficientes, teniendo equipos con muy buen rendimiento, que están controlados en todo momento por sistemas de gestión.

Para mejorar energéticamente, se recomendaron una serie de medidas como:

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

Entre otras medidas, se ha implantado tecnología LED para toda la iluminación, condensación flotante en los compresores para mejorar su rendimiento y se recupera el calor en los sistemas de los compresores, que tienen una correcta sectorización de los diferentes espacios y cámaras con deshumidificadores en antesalas.

En 2019 se ha logrado un ahorro de 20.331 euros en electricidad por el uso de LED de nueva generación, basado en el menor consumo en kw. Mientras que el ahorro en combustible propano con sistema de recuperación de calor de condensación EXERGY ha sido de 74.694 euros. Estos datos se obtienen del sistema de recuperación de calor, calentando más m3 de agua y reduciendo las horas de trabajo de las calderas de la planta, lo que redunda en menos consumo de combustible fósil.



5.5 MOVILIDAD SOSTENIBLE

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

Durante 2019 se ha continuado con las pruebas de reparto con motos eléctricas, iniciadas en 2017, y prevé su puesta en marcha en 2020 en alguna localidad española como primer paso de implementación. También se ha continuado con el reparto mediante coches eléctricos para valorar distintas opciones de movilidad sostenible.

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



5.6 REDUCIENDO EL PLÁSTICO

Aunque el uso de plástico en la cadena de valor de Grupo Telepizza no es elevado, la compañía trabaja en un plan para reducir el consumo del plástico.

En 2019, Grupo Telepizza ha disminuido un 20% el consumo de plásticos. El equipo de compras y Calidad trabaja cada día junto a proveedores para encontrar alternativas sostenibles a los productos plásticos que actualmente se siguen utilizando.





6

ACCIÓN SOCIAL

Grupo Telepizza tiene una fuerte vinculación con la sociedad, hecho que demuestra a través de sus iniciativas en las diferentes comunidades donde opera para generar valor de forma sostenible en el tiempo.

El fomento de la inclusión socio-laboral, la apuesta por el talento joven y el fomento de la visibilidad de acciones de gran calado social son algunos de sus compromisos más fuertes.

ACCIÓN SOCIAL

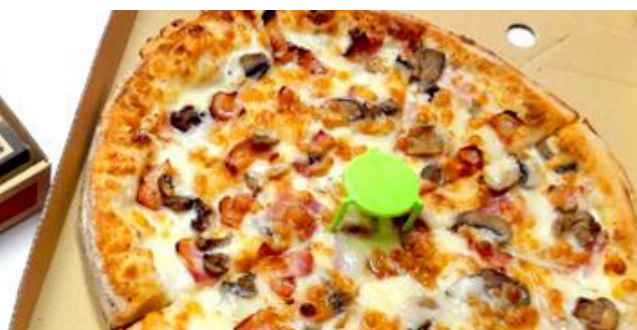
En 2018, Grupo Telepizza publicó su primer informe de Responsabilidad Social Corporativa correspondiente al ejercicio del año 2017.

A partir de ese momento, anualmente se han publicado los documentos correspondientes a cada año.



La acción social de Grupo Telepizza cuenta un amplio abanico de colaboraciones, que abarca desde el apoyo a diferentes fundaciones y ONGs, la colaboración en distintas actividades con fines sociales, la inclusión socio laboral o el fomento del talento y la empleabilidad juvenil hasta la realización de donaciones de alimentos y monetarias.

En 2019 Grupo Telepizza destinó un total de 1.360.337 euros a diversas iniciativas de acción social llevadas a cabo en España, Chile, Ecuador y Perú, siendo España el país que más invirtió en dichas causas.



6.1 COMPROMETIDOS CON LA INCLUSIÓN SOCIO-LABORAL

La inclusión socio-laboral es uno de los principales pilares de la compañía. Desde 2016 Grupo Telepizza colabora con Fundación ITER, con el fin incorporar a jóvenes de entre 18 y 25 años en situación vulnerable o en riesgo de exclusión social en tiendas Telepizza de la Comunidad de Madrid, y así darles la oportunidad de incorporarse al mundo laboral.

Por otro lado, desde 2017 Grupo Telepizza trabaja en el proyecto "Juntos Crecemos" con el fin de fomentar la incorporación de personas con discapacidad Intelectual en el mundo laboral. Desde entonces, en el marco de este proyecto, la compañía ha desarrollado diferentes iniciativas junto a diversas organizaciones que persiguen el mismo fin.

Por otro lado, desde 2017 Grupo Telepizza trabaja en el proyecto "Juntos Crecemos" con el fin de fomentar la incorporación de

personas con discapacidad Intelectual en el mundo laboral. Desde entonces, en el marco de este proyecto, la compañía ha desarrollado diferentes iniciativas junto a diversas organizaciones que persiguen el mismo fin.

En 2019, Grupo Telepizza, en línea con su compromiso con la inclusión ocio-laboral, ha llegado a un acuerdo con FUNDACIÓN LaLiga para incorporar al menos a un jugador de cada uno de los 37 equipos que forman LaLiga Genuine Santander, una liga formada por personas pertenecientes al colectivo DI (Discapacidad Intelectual).

A su vez, con el fin de fomentar la inclusión social de dicho colectivo, desde 2018 la compañía colabora con LaLiga Genuine Santander, acompañando y apoyando a los 37 equipos que la forman en cada partido y entregando Telepizzas en los encuentros.



Page 10 of 10

A lo largo de los años Grupo Telepizizza ha demostrado un fuerte compromiso con la sociedad y con las causas Sociales, convirtiéndose así en otro de sus pilares fundamentales. Desde 2017 la compañía lleva a cabo en España la iniciativa “Cajas Solidarias”, con el fin de convertirse en altavoz de aquellas causas sociales que siempre había apoyado.

Desde la puesta en marcha de la iniciativa, cadames, Grupo Telepizza pone a disposición de una ONGs o fundación sus cajas de Telepizza como soporte de comunicación, para así dar a conocer sus proyectos y hacer llegar el mensaje a millones de hogares.

Soñar Despierto; Juegaterapia; Down España; ITER; FUNDACIÓN LaLiga; Fundación Querer; Acción contra el Hambre; Uno entre cien mil e Inocente, Inocente, han sido las organizaciones protagonistas de más de 6.500.000 Cajas Solidarias en 2019.

Esta iniciativa ha comenzado a implementarse en los países de Latinoamérica en los que opera la compañía. En concreto, la Fundación Peruana en apoyo al Cáncer "Ponle Corazón", se ha convertido en la protagonista de 80.000 Cajas Solidarias durante los meses de agosto y septiembre de 2019.



6.3 COMPROMETIDOS CON LA EDUCACIÓN

El compromiso con la educación y el fomento del talento y la empleabilidad juvenil se convierte en el tercer pilar de Grupo Telepizza.

La compañía lleva años desarrollando diversos programas de formación para sus empleados de oficinas y tiendas, con el fin de fomentar el desarrollo de sus habilidades profesionales.

Por otro lado, desde 2017, trabaja en el proyecto "Excellence Lab", una iniciativa de la compañía que tiene como objetivo fomentar el talento joven en el ámbito del marketing, la publicidad y la comunicación, y preparar a los estudiantes para las necesidades del nuevo y cada vez más exigente mercado laboral, así como crear un espacio de aprendizaje.

Esta iniciativa ha comenzado a implementarse en los países de Latinoamérica en los que opera la compañía. En concreto, la Fundación Peruana en apoyo al Cáncer "Ponle Corazón", se ha convertido en la protagonista de 80.000 Cajas Solidarias durante los meses de agosto y septiembre de 2019.

El compromiso de la compañía con la educación traspasa fronteras, por ello en 2019 la compañía ha elaborado unos calendarios solidarios con la imagen de "Idea Libre", ONG que trabaja para que todos los niños de Chunvi, Kenia, tengan acceso a la educación. Además, Grupo Telepizza ha donado 10.000€ que han sido destinados a la construcción de un aula educativa en la que a día de hoy 25 alumnos reciben formación.




6.4 COMPROMETIDOS CON LOS COLECTIVOS VULNERABLES

El bienestar de los colectivos más vulnerables es otro de los principales compromisos de Grupo Telepizza. Desde 2017, la compañía entrega anualmente miles de Telepizzas a personas en riesgo de exclusión social a través de su iniciativa “Telepizzas Solidarias”.

En concreto en 2019, la compañía ha donado un total de 5.000 Telepizzas a diferentes organizaciones que trabajan día a día con personas en riesgo de exclusión social.



A low-angle, upward-looking photograph of several modern skyscrapers with glass and steel facades. The perspective creates a sense of height and scale. A large, white, stylized number '7' is superimposed over the center of the image, partially obscuring the buildings.

7

FUTURO

A solid red horizontal bar is positioned directly beneath the word 'FUTURO'.

UN FUTURO SOCIALMENTE MÁS RESPONSABLE

El hecho de que Grupo Telepizza se haya convertido en firmante del Pacto Mundial a través de su marca Telepizza en España, formaliza más aún el compromiso y la responsabilidad que la compañía tiene con la sostenibilidad, tanto social como ambiental.

Esto da lugar a que el año 2020 se presente repleto de grandes retos para el Grupo en el ámbito de la Responsabilidad Social Corporativa:



El principal reto al que se enfrentará Grupo Telepizza en 2020 se centrará en que los países de Latinoamérica en los que opera la compañía sigan los pasos de España y comiencen a convertirse en firmantes del Pacto Mundial de las Naciones Unidas.



Se implementará un voluntariado corporativo en el que participarán todos los empleados de Grupo Telepizza que lo deseen. El objetivo de esta iniciativa es que los propios empleados de la compañía, lo que incluye personal de oficina, tienda y fábrica, se impliquen en el desarrollo y ejecución de las iniciativas y proyectos solidarios que se llevan a cabo anualmente.



La compañía, con el fin de reforzar su compromiso y ayuda con los colectivos más vulnerables y en riesgo de exclusión social, llevará a cabo alianzas y acuerdos junto a organizaciones como Cruz Roja, enfocadas a la ayuda a dichos colectivos. A su vez, desarrollará proyectos internos que favorecerán el bienestar de los mismos.



En el ámbito educativo, se celebrará la IV edición de Excellence Lab, que pasará a ser de carácter internacional con la participación de Universidades procedentes de los países de Latinoamérica en los que la compañía opera. A su vez, ampliará su programa de formación a jóvenes profesionales, participando en proyectos puestos en marcha por centros educativos como el IE.



En relación a la inclusión laboral de personas con discapacidad intelectual, la compañía prevé que en 2020 habrá cumplido su compromiso de incorporar al menos a un jugador de cada uno de los 37 equipos que forman LaLiga Genuine Santander, y ampliará su compromiso para incorporar a varios jugadores de cada uno de los 37 equipos, hecho que en la actualidad ya se está llevando a cabo.



La compañía continuará estrechando nuevas colaboraciones con diferentes ONG y fundaciones para seguir impulsando la iniciativa 'Cajas solidarias', con el fin de ayudarles a dar a conocer sus campañas de sensibilización. A su vez, esta iniciativa continuará implementándose en los países de Latinoamérica en los que la compañía opera.



Durante 2020, Grupo Telepizza continuará sustituyendo su flota de delivery por motos eléctricas, con el fin de reducir la huella de carbono y fomentar el cuidado del medio ambiente.

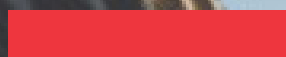


Con el fin de velar por la salud y el bienestar de los empleados, la compañía continuará ofreciéndoles fruta ecológica en sus centros de trabajo, sesiones de coaching y fisioterapia. A su vez, en 2020 pondrá en marcha nuevos proyectos internos que fomentarán el deporte y la salud de los trabajadores, a través de la implementación de actividades deportivas, entre otras.

A low-angle, upward-looking photograph of several modern skyscrapers with glass facades, converging towards the top of the frame against a clear blue sky. The perspective creates a sense of height and scale.

8

INFORME DE PROGRESO



PERFIL DE LA IDENTIDAD

DATOS GENERALES

Nombre Completo (Razón Social)

Grupo Telepizza

Tipo de empresa

Gran Empresa

Dirección

Grupo Telepizza

Localidad

San Sebastián de los Reyes

Provincia

Madrid

Comunidad Autónoma

Comunidad de Madrid

Dirección Web

<http://www.telepizza.com/>

Número total de empleados

26000

Facturación / Ingresos en € (Cantidades sujetas al tipo de cambio \$/€)

240 - 956 millones

SELECCIÓN

DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

Grupos de interés más significativos: (Los grupos de interés configuran su Informe de Progreso)

Clientes, Empleados, Proveedores, Comunidad/Sociedad Civil, Medioambiente

MODELO DE NEGOCIO

Y ENTORNO EMPRESARIAL

Sector

Alimentación y bebidas

Actividad, principales marcas, productos y/o servicios

Compañía de restauración organizada, líder en el sector de venta de pizza, es el principal operador de delivery multimarca a nivel mundial. Opera con las marcas Telepizza, Pizza Hut, Jeno's Pizza y Apache Pizza

Países en los que está presente la entidad o tiene producción

España, Portugal, Chile, Ecuador, México, Colombia

Principales objetivos y estrategias de la entidad

Consumidor & marca: Cuidadosa selección de marcas internacionales y ganar los corazones de nuestros consumidores haciendo un "delivery FATE", Faster, Easier, Tastier and more Affordable food. Operaciones: Asegurar un delivery excelente, optimizando los canales a través de los cuales llegamos al consumidor de una manera FATE - Supply chain: Seremos el proveedor de referencia multimarca entregando los mejores productos y servicios al mejor precio y en una manera. FATE a consumidores, franquiciados y proveedores, buscando sinergias y escalabilidad - Ser el empleador de referencia con una experiencia de empleado única e impulsada por personas con pasión - RSC: Ser el operador de alimentos mejor clasificado en sostenibilidad y responsabilidad social

REPORTE EN ODS

¿Desea reportar con ODS?

Sí

METODOLOGIA



El presente Informe de Progreso está basado en la metodología de reporting por grupos de interés. El concepto de grupo de interés es clave a la hora de entender la RSE. La complejidad y el dinamismo del contexto empresarial actual ha hecho necesario adquirir un compromiso sólido con los distintos grupos de interés, afectados directa o indirectamente por la misión empresarial.

Identificar los grupos de interés, y cuáles son sus expectativas, son aspectos que facilitan la implantación integral de la RSE en el seno de cualquier organización. Esto permitirá a las entidades anticipar posibles riesgos u oportunidades y establecer políticas, acciones, herramientas e indicadores de seguimiento como los que se recogen en el presente informe.

La entidad que ha elaborado el siguiente Informe de Progreso ha desarrollado los siguientes pasos:

- 01 Seleccionar los grupos de interés más relevantes de su entidad.
- 02 Identificar las temáticas de sostenibilidad más significativas para los grupos de interés.
- 03 Describir de forma detallada el trabajo de la entidad en la materia a través de:

Políticas: documentos formales plasmados por escrito que definen los valores y comunicaciones de la entidad detectados en la identificación de las temáticas.

Herramientas de seguimiento: evaluación y control de los resultados obtenidos de las acciones implementadas. Proporcionan las herramientas para controlar el cumplimiento de las políticas y ayuda a detectar fallos en el sistema de gestión para su posterior mejora.

Acciones/Proyectos: las acciones ayudan a la entidad a dar forma a las políticas desarrolladas y minimizar los riesgos detectados. Las acciones deben estar planificadas en el tiempo y diseñadas en base al grupo de interés al que van dirigidas.

Indicadores de seguimiento: datos cuantitativos para medir el grado de implantación de las ideas (políticas, acciones/proyectos y herramientas de seguimiento).

El Informe de Progreso está planteado en términos de medición del progreso: no se trata de que se cumpla al 100% el primer año, el objetivo es ir progresando. El Informe de Progreso, es por tanto una demostración importante por parte de los firmantes del compromiso adquirido con el Pacto Mundial y sus Principios.

ANÁLISIS



ANTICORRUPCIÓN



MEDIOAMBIENTE

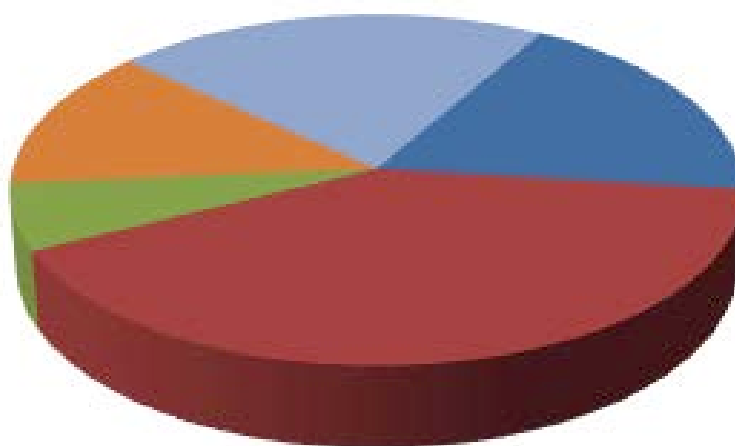


DERECHOS
HUMANOS



NORMAS
LABORALES

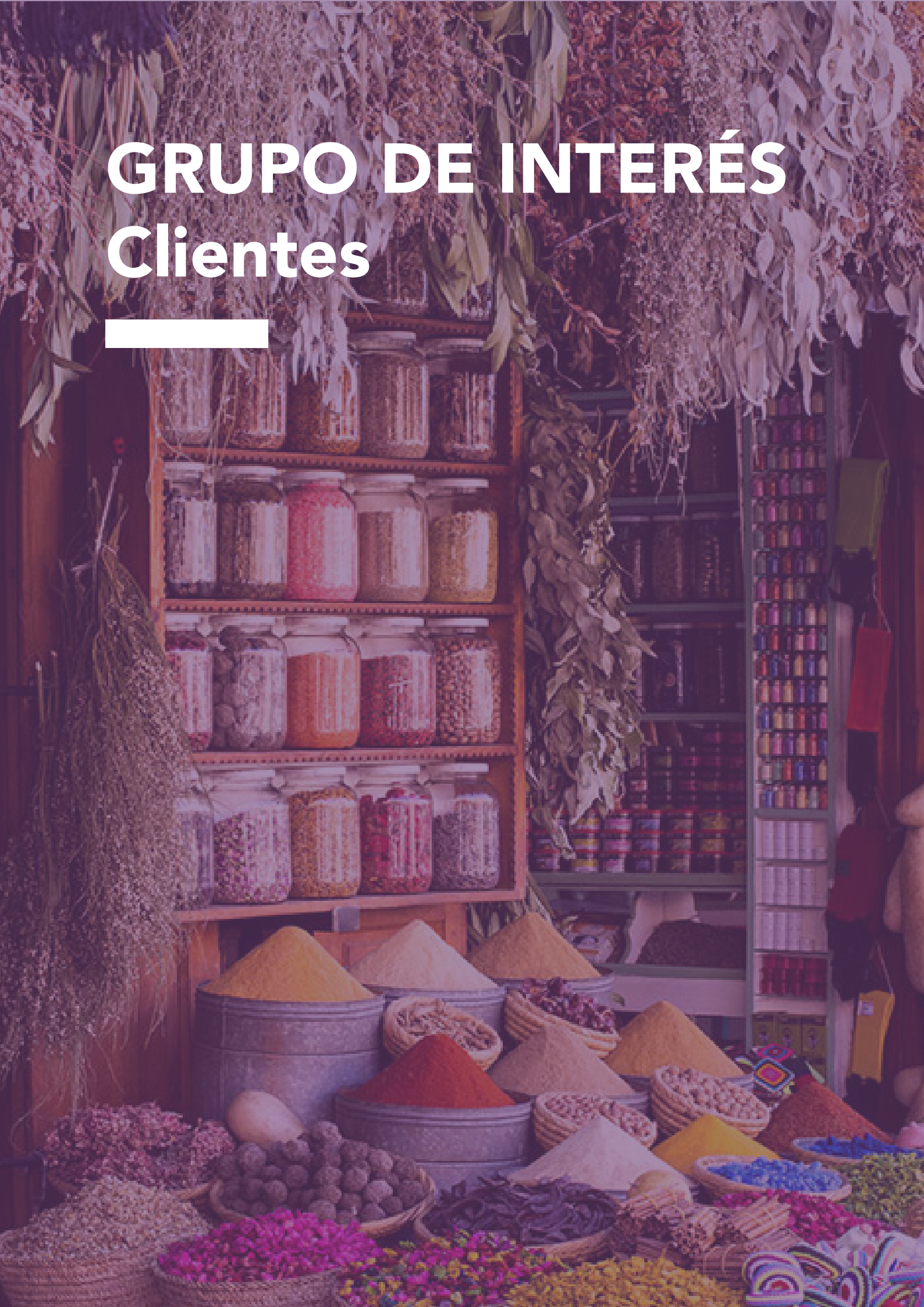
Elementos aplicados por grupos de interés



- Clientes
- Empleados
- Proveedores
- Accionistas
- Administracion
- Comunidad
- Medioambiente

GRUPO DE INTERÉS

Cientes



GRUPO DE INTERÉS - CLIENTES

Accesibilidad de los productos y servicios

Grupo Telepizza ofrece a sus clientes, en cada una de las marcas que opera, todos sus productos y servicios, y la información sobre los mismos. Dicha información se encuentra publicada en la web de cada marca y en los propios establecimientos.



Resolución de incidencias y satisfacción del cliente

Grupo Telepizza gestiona las consultas y reclamaciones de sus clientes desde los centros de atención al cliente (call center), 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, Grupo Telepizza 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.



Servicios de atención al cliente - Acción / Proyecto

Crear un centro de ayuda en la página web - Acción / Proyecto

Canales de comunicación - Acción / Proyecto

Buzón de sugerencias - Herramienta de Seguimiento

Encuestas de satisfacción - Herramienta de Seguimiento

Gestión de incidencias - Indicador de Seguimiento

Número de quejas recibidas y resueltas - Indicador de Seguimiento

Consumo responsable

Anualmente, Grupo Telepizza establece un planning con análisis microbiológicos, físicos y químicos, y nutricionales, cubriendo todas las materias primas, productos en proceso y productos terminados. En él, no sólo se tienen en cuenta los parámetros exigidos por ley, sino también todos aquellos que, tras realizar la evaluación de las reclamaciones de clientes, los históricos de No Conformidades, el volumen de compra y la evaluación de riesgo del producto, permitan asegurar una inocuidad de los mismos. La compañía cuenta con la colaboración de laboratorios acreditados para la realización del planning analítico, complementándose con controles organolépticos realizados por equipos de expertos. De forma adicional, Grupo Telepizza realiza análisis de sus cajas para evaluar la calidad de sus componentes, análisis de acrilamida de sus productos más críticos y controles para evaluar indicadores ambientales de sus instalaciones. Estas herramientas analíticas 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; se mantengan siempre con un compromiso de inocuidad e higiene alimentaria para con nuestros clientes.

Relación duradera con los clientes

Grupo Telepizza, a través de su marca Telepizza, cuenta con MiTelepi, un club de fidelización que ofrece recompensas y nuevas experiencias a sus cliente. De esta forma, los usuarios que forman parte de MiTelepi obtienen Telepicoin, monedas virtuales de Telepizza, con cada pedido que realizan, que van acumulando para adquirir productos, ofertas exclusivas y experiencias que se van desbloqueando en tres niveles. De esta manera, la compañía recompensa a sus clientes más fieles y fomenta la relación a largo plazo con los mismos.



Código Ético / Conducta - Política

Política de Compras Responsables - Política

Política RSE - Política

Gestión de un sistema de producción sostenible - Acción / Proyecto

Sensibilización en materia de consumo responsable - Acción / Proyecto

Comunicación interna y externa - Acción / Proyecto

Auditorías - Herramienta de Seguimiento



Información transparente al clientes

Grupo Telepizza informa a sus clientes sobre los ingredientes, la presencia de alérgenos y las tablas nutricionales de sus productos, a conformidad con la ley.



Código Ético / Conducta - Política

Política RSE - Política

Comunicación interna y externa - Acción / Proyecto

Comisión interna de control o comité ético - Herramienta de Seguimiento

Encuestas de satisfacción - Herramienta de Seguimiento

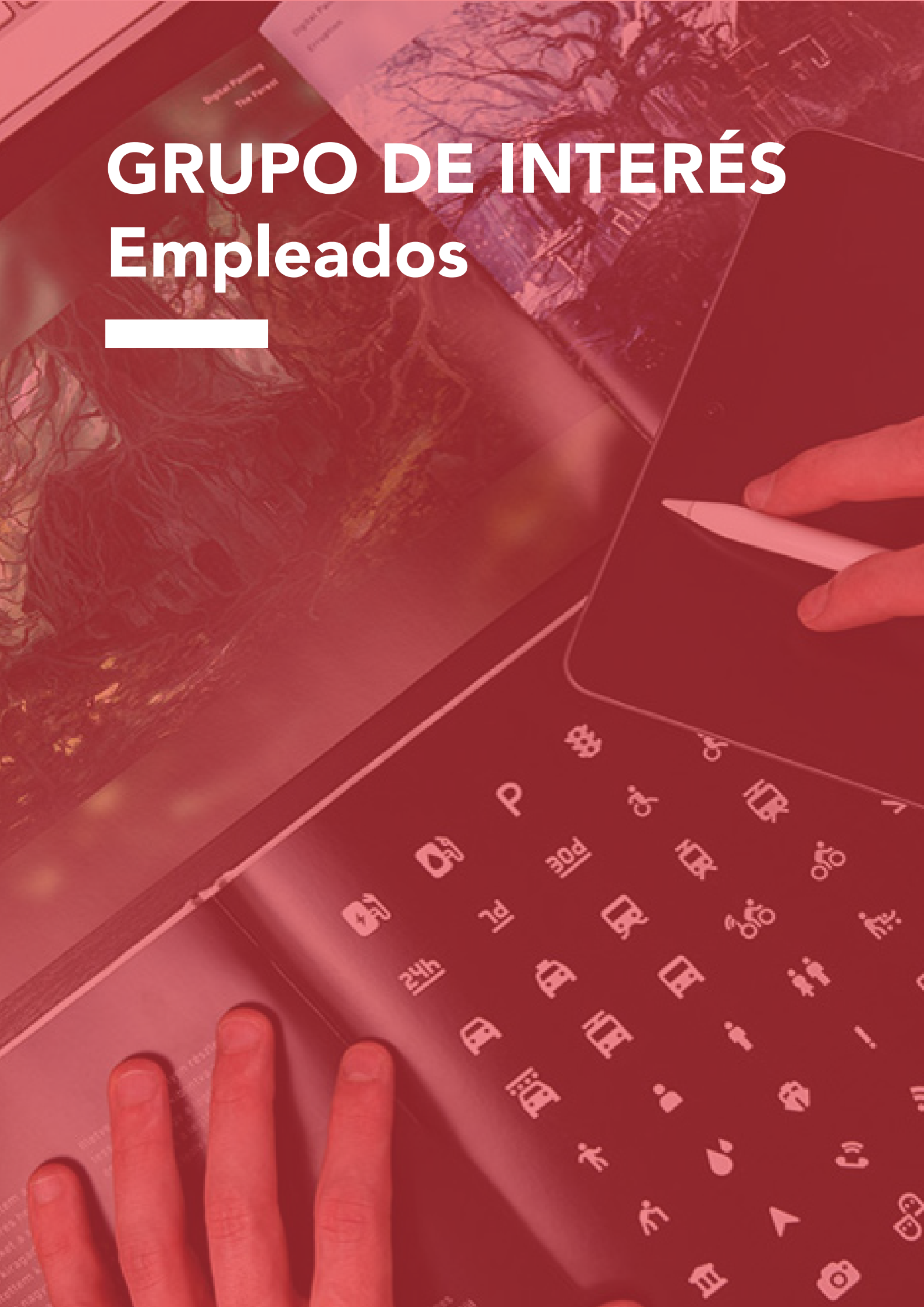
Teléfono de denuncias - Herramienta de seguimiento

N° de denuncias recibidas y resueltas - Indicador de Seguimiento



GRUPO DE INTERÉS

Empleados



GRUPO DE INTERÉS - EMPLEADOS

Diversidad de la plantilla en la entidad

Grupo Telepizza promueve un proceso de selección objetivo e imparcial, así como se basa en la igualdad de oportunidades. De esta manera, se busca incorporar a personas con trayectoria profesional, independientemente de su género, raza, edad, etc. Por otra parte, la compañía promueve la contratación de empleados de colectivos excluidos y de personas con distintas capacidades, asumiendo las obligaciones actuales locales.



Política de RRHH - Política

Proyecto de inserción laboral - Acción / Proyecto

Desde 2016 Grupo Telepizza colabora con Fundación ITER, con el fin incorporar a jóvenes de entre 18 y 25 años en situación vulnerable o en riesgo de exclusión social en tiendas Telepizza de la Comunidad de Madrid, y así darles la oportunidad de incorporarse al mundo laboral.

Comisión interna de control o comité ético - Herramienta de Seguimiento

Oportunidades para jóvenes con talento

Grupo Telepizza apoya el talento joven, tanto externa como internamente.



Igualdad de género

Grupo Telepizza lleva a cabo políticas que fomentan la igualdad de género entre sus empleados. Con el fin de facilitar conciliación entre la vida laboral y personal de padres y madres de niños menores de 5 años, la compañía les ofrece la posibilidad de realizar jornada continua en oficinas durante todo el año.

Porcentaje de empleados sobre el total que han recibido formación - Indicador de Seguimiento

Porcentaje de empleados sobre el total que disfrutan de las medidas de conciliación (Flexibilidad horaria %, Jornada reducida %, Teletrabajo %, Flexibilidad en los días de vacaciones o días de permiso %, Otros (especificar) %) - Indicador de Seguimiento

Porcentaje de la composición de los órganos directivos de gobierno corporativo (incluyendo el Consejo de Administración) y del resto de empleados por categoría, género, edad y otros indicadores de diversidad - Indicador de Seguimiento

Remuneración de puestos de trabajo iguales o de media de la sociedad - Indicador de Seguimiento

Remuneración media de los consejeros y directivos (retribución variable, dietas, indemnizaciones, el pago a los sistemas de previsión de ahorro a largo plazo) - Indicador de Seguimiento

Remuneración media y su evolución desagregada por sexo, edad y clasificación profesional - Indicador de Seguimiento

Igualdad de género

Grupo Telepizza lleva a cabo políticas que fomentan la igualdad de género entre sus empleados. Con el fin de facilitar conciliación entre la vida laboral y personal de padres y madres de niños menores de 5 años, la compañía les ofrece la posibilidad con un programa de becas para estudiantes universitarios, el cual suele fomentar la incorporación laboral de los estudiantes, tras la finalización de sus estudios. La compañía tiene una alianza con la Fundación ITER desde 2016. Esta colaboración ofrece un programa de prácticas con el fin incorporar a jóvenes de entre 18 y 25 años en situación vulnerable o en riesgo de exclusión social en tiendas de la compañía de la Comunidad de Madrid, y así darles la oportunidad de incorporarse al mundo laboral. En 2018, la compañía comenzó a ofrecerles un contrato laboral, más allá de prácticas o becas. Anualmente, la compañía organiza un concurso llamado Excellence Lab en el que convoca a estudiantes de universidades, les presenta un brief y revisa sus propuestas. Los ganadores del concurso suelen recibir una beca para realizar sus prácticas profesionales en la empresa. De esta manera, Grupo Telepizza ofrece formación y apoyo al talento joven y al futuro de las carreras creativas.

Política RSE - Política

Proyecto de inserción laboral - Acción / Proyecto

Programa de becarios - Acción / Proyecto

Número de becarios contratados tras sus prácticas laborales - Indicador de Seguimiento



Salud y seguridad en el lugar de trabajo

Grupo Telepizza cuenta con un área de Prevención de Riesgos Laborales que vela por el cumplimiento y compromiso de la empresa con la seguridad y la salud laboral de sus empleados, y la seguridad de sus clientes y público en general configurando el marco global en el cuál se desarrollan los programas, acciones y actividades que tiene como objetivo la total integración de la cultura preventiva en todos los niveles y departamentos de la empresa.

Política de Seguridad y Salud en el trabajo - Política

Canales de comunicación - Acción / Proyecto

Mejora de las condiciones de salud y seguridad en el trabajo - Acción / Proyecto

Promover hábitos de vida saludables entre los empleados - Acción / Proyecto

Comisión interna de control o comité ético - Herramienta de Seguimiento

Auditorías - Herramienta de Seguimiento



Ambiente laboral

Para Grupo Telepizza el bienestar de sus empleados es una de sus principales prioridades. Por este motivo, la compañía trabaja por generar buenas sinergias y vínculos entre sus empleados más allá del ámbito laboral. Para ello, en sus oficinas cuenta con espacios de recreo, tiempo libre y ocio. A su vez, de manera frecuente, la compañía organiza encuentros internos entre sus empleados y lleva a cabo dinámicas entre los mismos, para así, continuar con su propósito de fomentar la unión y convivencia entre los diferentes departamentos. A su vez, Grupo Telepizza cuenta con "Red Urban", un espacio de trabajo colaborativo en el que las agencias con las que la compañía trabaja y el departamento de Marketing de la compañía trabajan mezclados y de forma conjunta. De esta manera, fomentan el trabajo en equipo y colaborativo. Por otro lado, cuenta con "WeUp", una plataforma de comunicación interna para los empleados, a través de la cual se realizan todos los comunicados internos de la compañía y se presentan retos de manera mensual a los empleados. Estos retos cuentan con un sistema de calificación que premia a los empleados más activos cada mes.

Formación sobre no discriminación, acoso o abuso e igualdad de oportunidades - Acción / Proyecto

Información sobre beneficios sociales y profesionales - Acción / Proyecto

Kit formativo de bienvenida - Acción / Proyecto

Reconocimiento a los empleados - Acción / Proyecto



Conciliación laboral y familiar

Grupo Telepizza impulsa medidas para facilitar la conciliación de la vida personal y laboral, respetando la legislación vigente en cada país y siguiendo las mejores prácticas internacionales. El programa de conciliación incluye medidas como: - Posibilidad de realización de jornada continua en oficinas durante todo el año a los padres y madres con hijos menores de 5 años. - Jornada intensiva, en oficinas, los viernes y meses de julio y agosto. - Posibilidad de trabajo flexible, en aquellos puestos que lo permita, un día por semana.

Política de RRHH - Política

Canales de comunicación - Acción / Proyecto

Organización del tiempo de trabajo - Acción / Proyecto

Teletrabajo - Acción / Proyecto

Encuestas de satisfacción - Herramienta de Seguimiento

Porcentaje de empleados sobre el total que disfrutan de las medidas de conciliación (Flexibilidad horaria %, Jornada reducida %, Teletrabajo %, Flexibilidad en los días de vacaciones o días de permiso %, Otros (especificar) %) - Indicador de Seguimiento

Porcentaje de empleados sobre el total que han recibido formación - Indicador de Seguimiento



Formación al empleado/a

Grupo Telepizza tiene un amplio programa de formación interna que se centra en identificar y potenciar las cualidades de cada uno de los empleados para formar a profesionales que puedan ocupar nuevas posiciones dentro de la organización, y establecer conexiones entre los distintos programas formativos para potenciar el crecimiento de la plantilla. Los planes de desarrollo se diseñan, revisan y evalúan de forma semestral y se centran en el diseño y planificación de las distintas iniciativas que tienen en cuenta las necesidades formativas de los managers y que trasladan los propios empleados. Se divide por áreas: - Estrategia y Cultura: Enfocado a la transformación cultural y a nuevas formas de trabajar. Gestión de Proyectos, Liderazgo, Desarrollo de Equipos, Trabajo en Equipo, Gestión del Tiempo, Cambio Cultural, Presentaciones Eficaces y Coaching. - Skill Gap: Enfocado a la tecnología y herramientas de conocimiento técnico como Inglés, Excel, Revit, Salesforce, Photoshop y Programática. - Telepizza también cuenta con TPZ University, plataforma propia de formación para empleados que cuenta con 2.660 empleados activos. A través de esta plataforma se ha implementado la formación e-learning para las acciones formativas de obligado cumplimiento: RGDP, Código Ético, Ciberseguridad, Prevención de Riesgos, PCSA y Manipulación de Alimentos.

Política de RRHH - Política

Política de Seguridad y Salud en el trabajo - Política

Formación - Acción / Proyecto

Comunicación interna y externa - Acción / Proyecto

Horas de formación por categorías profesionales - Indicador de Seguimiento

Lucha contra la corrupción y soborno dentro de la entidad

Grupo Telepizza busca informar a todas las personas vinculadas con la empresa sobre los riesgos de corrupción a los que están expuestos y las consecuencias que la corrupción puede generar para la empresa y sus empleados, así como establecer un catálogo de buenas prácticas que deberán observarse en todo caso. La compañía está actualmente elaborando una Política Anticorrupción, la cual será compartida con todo el personal de la compañía y con las personas que puedan estar vinculadas a ella.

Código Ético / Conducta - Política

Comunicación interna y externa - Acción / Proyecto

Formación sobre los riesgos que afectan a la entidad en materia de corrupción - Acción / Proyecto

Canal ético - Acción / Proyecto

Canal de denuncias anónimo o confidencial - Herramienta de Seguimiento

Nº de denuncias recibidas y resueltas - Indicador de Seguimiento



Inserción y accesibilidad de personas con discapacidad

Grupo Telepizza asume un fuerte compromiso con la inclusión laboral. Por ello, en 2017 puso en marcha el proyecto "Juntos Crecemos", con el fin de fomentar la incorporación de personas con discapacidad Intelectual en el mundo laboral. Desde entonces, en el marco de este proyecto, la compañía ha desarrollado diferentes iniciativas junto a diversas organizaciones que persiguen el mismo fin, como DOWN España y FUNDACIÓN LaLiga.

Política RSE - Política

Accesibilidad universal de las personas con discapacidad - Acción / Proyecto

Comunicación interna y externa - Acción / Proyecto

Proyecto de inserción laboral - Acción / Proyecto

LaLiga Genuine Santander: Grupo Telepizza llegó a un acuerdo con FUNDACIÓN LaLiga para incorporar en sus tiendas al menos a un jugador de cada uno de los 37 equipos que forman LaLiga Genuine Santander, una liga formada por personas pertenecientes al colectivo DI (Discapacidad Intelectual). DOWN España: La compañía mantiene un acuerdo con DOWN España para incorporar al menos a una persona con Síndrome de Down en cada una de sus tiendas propias de España, lo que supone la incorporación al mundo laboral de al menos 124 personas pertenecientes al colectivo.

Fomento del empleo de personas con discapacidad - Acción / Proyecto

Número de empleados con discapacidad sobre el total de la plantilla - Indicador de Seguimiento



An aerial photograph of a large industrial shipping yard, densely packed with thousands of intermodal containers in various colors like blue, red, yellow, and grey. The containers are arranged in neat rows, creating a complex geometric pattern. A few yellow forklifts are visible among the stacks. The entire image is overlaid with a semi-transparent dark teal filter.

GRUPO DE INTERÉS

Proveedores



GRUPO DE INTERÉS - PROVEEDORES

Contratar a proveedores que cumplan con criterios de RSE

Grupo Telepizza cumple un riguroso proceso de homologación y selección de proveedores. Se afirma como un criterio de selección de proveedores la presencia de sostenibilidad, en términos de impacto social, medioambiental y de seguridad. 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 los estándares de la compañía.

Política RSE - Política

Protocolo de Compras - Política

Difusión del Código Ético entre los proveedores - Acción / Proyecto

Envío de comunicaciones a proveedores sobre la adhesión de su empresa a la iniciativa de Pacto Mundial de Naciones Unidas - Acción / Proyecto

Auditorías - Herramienta de Seguimiento

Evaluación del departamento de compras - Herramienta de Seguimiento

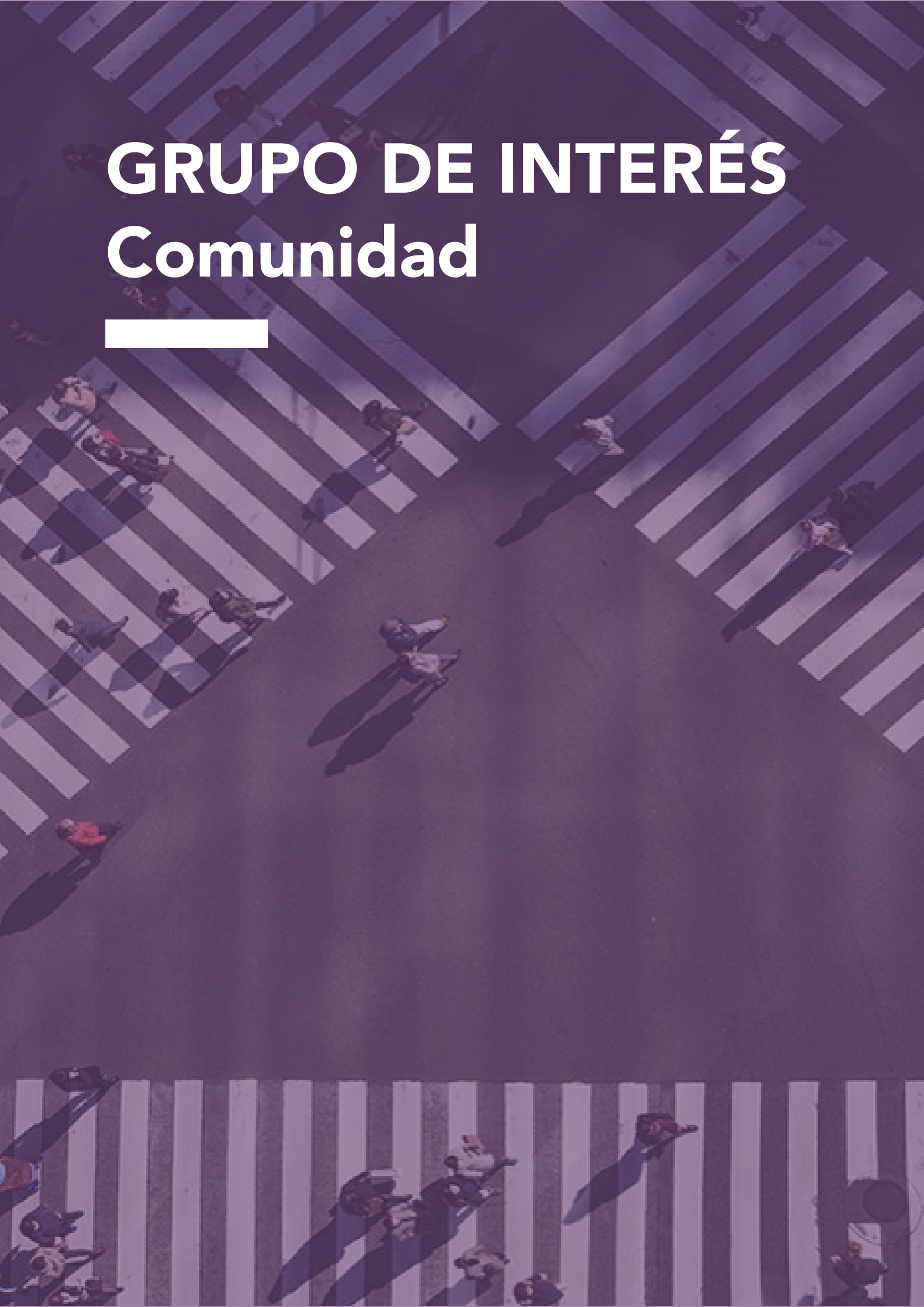
Porcentaje de proveedores que mantienen algún sistema reconocido internacionalmente de gestión en materia de calidad, seguridad alimentaria, medio ambiente, y/o prevención de riesgos laborales - Indicador de Seguimiento

Satisfacción con proveedores - Indicador de Seguimiento



GRUPO DE INTERÉS

Comunidad



GRUPO DE INTERÉS - COMUNIDAD

Alianzas entre empresas y tercer sector

Grupo Telepizza realiza numerosas alianzas para maximizar y fomentar su apoyo a la sociedad. Un primer ejemplo de esto son las "Cajas Solidarias"; iniciativa puesta en marcha por la compañía a través de la cual utiliza las cajas de sus pizzas como canal de comunicación, donándolas a fundaciones u ONGs para generar conciencia e informar sobre importantes causas sociales. En 2019, ha colaborado con 9 fundaciones diferentes: Soñar Despierto, Juegaterapia, Down España, ITER, FUNDACIÓN LaLiga, Fundación Querer, Acción contra el Hambre, Uno entre cien mil e Inocente, Inocente. De esta manera, se han donado más de 6.500.000 de cajas, que han llegado a los hogares de millones de Españoles. Otro ejemplo es la alianza que la compañía tiene con la Fundación LaLiga y con DOWN España, para promover la inclusión socio-laboral de colectivos en riesgos de exclusión.

Política RSE - Política

Colaboraciones con ONG's - Acción / Proyecto

Comité de Responsabilidad Social - Herramienta de Seguimiento

Informe o Memoria de Sostenibilidad - Herramienta de Seguimiento

Cantidad de dinero invertido en la comunidad o comunidades (en especie, productos o servicios) - Indicador de Seguimiento

En 2019 se invirtió, a través de Cajas Solidarias, una cantidad aproximada de 1.291.220 euros. Por su parte, se hizo una contribución de 50.000 euros a la Fundación LaLiga, una donación de 10.000 euros a DOWN España y se donaron más de 50.000 euros representados en donaciones de producto (pizzas principalmente) a diferentes entidades sociales.

Número de colaboraciones - Indicador de Seguimiento

Durante 2019, se lanzaron 9 campañas de Cajas Solidarias y se incorporaron 19 personas con discapacidad intelectual a la compañía, gracias a las alianzas mencionadas.

Objetivos marcados para la temática

En 2021 Grupo Telepizza firmará un convenio de colaboración con colectivo LGTBI para promover la inclusión sociolaboral. - En 2020 se establecerá una cifra de 10 MM de Cajas Solidarias donadas al año. - En 2020 se establecerá una cifra de mínimo 10 alianzas solidarias al año. - En 2020 se lanzará el Voluntariado Corporativo en España.

Contribución de la empresa al desarrollo local

La compañía, a través de su iniciativa "Telepizzas Solidarias", entrega anualmente miles de Telepizzas a personas en riesgo de exclusión social. En concreto en 2019, la compañía ha donado un total de 5.000 Telepizzas a diferentes organizaciones que trabajan día a día con personas en riesgo de exclusión social.



Alianzas entre empresas y tercer sector

Grupo Telepizza realiza numerosas alianzas para maximizar y fomentar su apoyo a la sociedad. Un primer ejemplo de esto son las "Cajas Solidarias"; iniciativa puesta en marcha por la compañía a través de la cual utiliza las cajas de sus pizzas como canal de comunicación, donándolas a fundaciones u ONGs para generar conciencia e informar sobre importantes causas sociales. En 2019, ha colaborado con 9 fundaciones diferentes: Soñar Despierto, Juegaterapia, Down España, ITER, FUNDACIÓN LaLiga, Fundación Querer, Acción contra el Hambre, Uno entre cien mil e Inocente. De esta manera, se han donado más de 6.500.000 de cajas, que han llegado a los hogares de millones de Españoles. Otro ejemplo es la alianza que la compañía tiene con la Fundación LaLiga y con DOWN España, para promover la inclusión socio-laboral de colectivos en riesgos de exclusión.

Código Ético / Conducta - Política

Política de Derechos Humanos - Política

Difusión de la política - Acción / Proyecto

Identificación de los riesgos en materia de derechos humanos - Acción / Proyecto

Mitigación y prevención de riesgos - Acción / Proyecto

Buzón de denuncias - Herramienta de Seguimiento

Nº de denuncias recibidas y resueltas - Indicador de Seguimiento



GRUPO DE INTERÉS

Medio ambiente



Conocimiento del impacto ambiental de la entidad

Durante 2019, el consumo de gas se ha reducido a 65.999 m3 debido a una menor fabricación de productos precocidos y al inicio del envío de bola de masa congelada a las tiendas de España, lo que genera menos gasto de propano. En 2019, el consumo total de materiales reciclables ha aumentado ligeramente con respecto al 2018, pasando de 4.487415,8 Kg a 4.624.072,7 Kg. El consumo de plástico ha sufrido una disminución de casi un 20% en 2019, pasando a 76.017,55 Kg.

Número de proveedores y subcontratas de bienes y/o servicios con sistemas de gestión medioambiental implantados por tipo (p.e. ISO 14001, EMAS, etc.) % - Indicador de Seguimiento



Medidas de economía circular

En la fábrica de Grupo Telepizza en España se han establecido algunas medidas que protegen y promueven una mayor responsabilidad ambiental. Un ejemplo de esto es la minimización de residuos: el 100 % del subproducto procedente del proceso de producción se destina a alimentación animal. El resto de los residuos que se producen en la planta de producción y en la plataforma Logística se gestiona al 100 % por un gestor autorizado. En 2019 Grupo Telepizza no ha contado con un sistema de energía renovable, pero está previsto para

Política Ambiental - Política

Medidas para reducir los desechos - Acción / Proyecto

Importe de las inversiones en energías renovables - Indicador de Seguimiento

Porcentaje de producto reutilizado - Indicador de Seguimiento



Consumo de la entidad

Grupo Telepizza ha implementado un sistema de iluminación LED de última tecnología, reduciendo su consumo eléctrico. De la misma manera, se estableció un sistema de recuperación de calor de condensación EXERGY para el ahorro en combustible propano.

Política Ambiental - Política

Gestión de un sistema de producción sostenible - Acción / Proyecto

Medidas adoptadas para mejorar la eficiencia en el uso de recursos - Acción / Proyecto

Movilidad Sostenible

Grupo Telepizza trabaja en el desarrollando un plan de movilidad sostenible, que incluye la implementación de motos y bicicletas eléctricas, así como coches híbridos para su sistema de reparto. En 2019, la compañía ha comenzado a incorporar motos eléctricas a su flota de reparto.

Política Ambiental - Política

Teletrabajo - Acción / Proyecto

Dentro del programa de conciliación, Grupo Telepizza ofrece a sus empleados la posibilidad de teletrabajo, un día por semana.

Plan de Movilidad Sostenible - Acción / Proyecto

Objetivos marcados para la temática

Grupo Telepizza tiene el objetivo de establecer un programa paulatino de implementación de transporte híbrido y/o eléctrico para su sistema de reparto. Para 2025, el 30% de la flota de reparto será reemplazada por vehículos eco-amigables.



Uso sostenible de recursos y tecnologías respetuosas con el medioambiente

El sistema LED instalado en la fábrica de Grupo Telepizza cuenta con detectores de presencia para gestionar la iluminación en todas las zonas de trabajo y reducción del consumo en zonas que no hay presencia de personal. El ahorro está cuantificado en 20.331 euros con respecto al total del 2018. Por otra parte, se han cambiado todas las bombas del circuito de glycol de la sala de máquinas, incorporando unas de nueva generación con control de presión para regular caudal, con lo que se consigue reducir el consumo energético en los motores de las bombas. De cara a 2020 se está instalando una planta de Gas Natural Licuado para cambiar el propano de fábrica por gas, lo que permitirá ahorrar en consumo de combustible y reducir las emisiones de CO2 entre un 25% y un 40%. Asimismo, se está estudiando la implantación de una fotovoltaica en fábrica lo que podría permitir un autoconsumo de un 20% y reducir las emisiones de CO2 en unas 400 toneladas. Asimismo, durante el 2020 está previsto el cambio de sistema productivo de fresco a congelado lo que permitirá ahorrar un 25% de consumo de agua de limpieza y de gas natural.

Política RSE - Política

Buenas prácticas para reducir el consumo de energía - Acción / Proyecto

Fomento de tecnologías más respetuosas con el medio ambiente - Acción / Proyecto

Realizar estudios sobre tecnología respetuosa con el medioambiente - Acción / Proyecto

Auditorías - Herramienta de Seguimiento

Consumo de agua - Indicador de Seguimiento

Consumo de materias primas y medidas adoptadas para mejorar la eficiencia de su uso - Indicador de Seguimiento

EMPLEADOS

DIVERSIDAD DE LA PLANTILLA EN LA ENTIDAD



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

ODS relacionado: 05 | Igualdad de género, 10 | Reducción de las desigualdades

Vinculación Ley: II. Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal: Formación, III. Información sobre el respeto de los derechos humanos

Indicador GRI: 102-8, 405, 401-1

IGUALDAD DE GÉNERO



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

ODS relacionado: 05 | Igualdad de género

Vinculación Ley: II. Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal: Igualdad, II. Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal: Empleo

Indicador GRI: 405, 406, 102-22, 401-1

OPORTUNIDADES PARA JÓVENES CON TALENTO



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

ODS relacionado: 08 | Trabajo decente y crecimiento económico, 10 | Reducción de las desigualdades

Vinculación Ley: II. Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal: Igualdad

SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO



Principio: Principio 1: Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente dentro de su ámbito de influencia.

ODS relacionado: 03 | Salud y Bienestar, 08 | Trabajo decente y crecimiento económico

Vinculación Ley: II. Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal: Salud y seguridad

Indicador GRI: 403

AMBIENTE LABORAL



Principio: Principio 1: Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente dentro de su ámbito de influencia.

ODS relacionado: 03 | Salud y Bienestar, 08 | Trabajo decente y crecimiento económico

CONCILIACIÓN FAMILIAR Y LABORAL



Principio: Principio 4: Las Empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.

ODS relacionado: 05 | Igualdad de género

Vinculación Ley: II. Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal: Organización del trabajo

Indicador GRI: 401-3, 401-2

FORMACIÓN AL EMPLEADO/A



Principio: Principio 1: Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente dentro de su ámbito de influencia.

ODS relacionado: 04 | Educación de Calidad, 08 | Trabajo decente y crecimiento económico

Vinculación Ley: II. Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal: Formación

Indicador GRI: 404

LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN Y SOBORNO DENTRO DE LA ENTIDAD

Principio: Principio 10: Las Empresas deben trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas. Incluidas la extorsión y el soborno.

ODS relacionado: 16 | Paz, Justicia e instituciones sólidas

Vinculación Ley: IV. Información relativa a la lucha contra la corrupción y soborno

Indicador GRI: 102-16, 102-17, 205-1, 205-2, 205-3



INSERCIÓN Y ACCESIBILIDAD DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD

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

ODS relacionado: 10 | Reducción de las desigualdades

Vinculación Ley: II. Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal: Empleo, II. Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal: Igualdad, II. Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal: Accesibilidad universal de las personas con discapacidad

Indicador GRI: 406



PROVEEDORES

CONTRATAR A PROVEEDORES QUE CUMPLAN CON CRITERIOS DE RSE

Principio: Principio 2: Las Empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices de la vulneración de los derechos humanos.

ODS relacionado: 08 | Trabajo decente y crecimiento económico



CLIENTES

ACCESIBILIDAD DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS



Principio: Principio 1: Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente dentro de su ámbito de influencia.

ODS relacionado: 10 | Reducción de las desigualdades, 12 | Producción y Consumo Responsable.

RESOLUCIÓN DE INCIDENCIAS Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE



Principio: Principio 1: Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente dentro de su ámbito de influencia.

ODS relacionado: 08 | Trabajo decente y crecimiento económico, 12 | Producción y Consumo Responsable.

CONSUMO RESPONSABLE



Principio: Principio 1: Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente dentro de su ámbito de influencia.

ODS relacionado: 12 | Producción y Consumo Responsable

Vinculación Ley: I. Información sobre cuestiones medioambientales: Economía Circular y prevención y gestión de residuos

Indicador GRI: 301-1



RELACIÓN DURADERA CON LOS CLIENTES

Principio: Principio 1: Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente dentro de su ámbito de influencia.

ODS relacionado: 12 | Producción y Consumo Responsable

INFORMACIÓN TRANSPARENTE AL CLIENTES



Principio: Principio 10: Las Empresas deben trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas. Incluidas la extorsión y el soborno.

ODS relacionado: 16 | Paz, Justicia e instituciones sólidas, 03 | Salud y Bienestar

Vinculación Ley: IV. Información relativa a la lucha contra la corrupción y soborno

Indicador GRI: 417

COMUNIDAD



ALIANZAS ENTRE EMPRESAS Y TERCER SECTOR



Principio: Principio 5: Las Empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.

ODS relacionado: 17 | Alianzas para lograr los objetivos

Vinculación Ley: V. Información sobre la sociedad: Compromiso de la empresa con el desarrollo sostenible

Indicador GRI: 102-13

CONTRIBUCIÓN DE LA EMPRESA AL DESARROLLO LOCAL



Principio: Principio 1: Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente dentro de su ámbito de influencia.

ODS relacionado: 02 | Hambre cero

Vinculación Ley: V. Información sobre la sociedad: Compromiso de la empresa con el desarrollo sostenible

Indicador GRI: 413-1

COMPROMISO POR LOS DERECHOS HUMANOS



Principio: Principio 1: Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente dentro de su ámbito de influencia.

ODS relacionado: 16 | Paz, Justicia e instituciones sólidas, 08 | Trabajo decente y crecimiento económico

Vinculación Ley: III. Información sobre el respeto de los derechos humanos

MEDIOAMBIENTE

CONOCIMIENTO DEL IMPACTO AMBIENTAL DE LA ENTIDAD



Principio: Principio 8: Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.

ODS relacionado: 15 | Vida de ecosistemas terrestres

Vinculación Ley: I: Información sobre cuestiones medioambientales

MEDIDAS DE ECONOMÍA CIRCULAR



Principio: Principio 8: Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.

ODS relacionado: 12 | Producción y Consumo Responsable

Vinculación Ley: I. Información sobre cuestiones ambientales: Economía Circular y prevención y gestión

Indicador GRI: 301-2, 301-3

CONSUMO DE LA ENTIDAD



Principio: Principio 7: Las Empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.

ODS relacionado: 12 | Producción y Consumo Responsable, 07 | Energía Asequible y no contaminante

Vinculación Ley: I. Información sobre cuestiones medioambientales: Uso sostenible de los recurso

Indicador GRI: 301-1, 302-1, 302-2

MOVILIDAD SOSTENIBLE



Principio: Principio 7: Las Empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.

ODS relacionado: 11 | Ciudades y Comunidades Sostenibles

ACERCA DE ESTE INFORME

La presente Memoria de Responsabilidad Social Corporativa 2019 de Grupo Telepizza informa sobre los impactos más relevantes de la compañía en el ámbito económico, social, laboral y ambiental.

Los datos que aparecen corresponden principalmente a Grupo Telepizza en España y se añaden otros datos disponibles a nivel internacional.

Dicha Memoria contempla el periodo anual de 2019 y en ella se aportan, además, algunos datos de años anteriores a modo de contextualización, con el fin de facilitar al lector la evolución de los diferentes indicadores.

Dentro de esta Memoria se recoge el Informe de Progreso de 2019 del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, realizado a través de la herramienta oficial del Pacto Mundial, el cual está incluido como documento anexo.

Para la elaboración de este Informe se han tenido en cuenta algunos de los parámetros internacionales de referencia, como los estándares de la guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad Global Reporting Initiative (GRI) y los 10 Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

Para atender cualquier duda o aclaración entorno al presente documento se pueden poner en contacto con la organización:



comunicacion@telepizza.com



916576200

GRUPO
TELEPIZZA

A blurred background image showing a pair of hands, one above the other, in a light skin tone, set against a soft, out-of-focus background.

MEMORIA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

2019

GRUPO
TELEPIZZA