

¿Qué necesitas
para hacerlo increíble?

MEMORIA DE
SOSTENIBILIDAD | **2021**



Memoria de Sostenibilidad 2021

MODERNA ALIMENTOS S. A.

Contenido

MODERNA ALIMENTOS S. A.	2
MENSAJE NUESTRO GERENTE GENERAL	7
SOMOS MODERNA ALIMENTOS S. A.	9
Moderna Alimentos	9
Filosofía corporativa	9
Cobertura.....	10
Principales cifras del año 2021	10
Nuestras marcas y productos	11
Mercados a los que servimos.....	15
Desempeño económico	16
Inversiones representativas	17
Aporte al desarrollo socioeconómico	17
Alianzas para el desarrollo sostenible.....	18
Nuestro aporte al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.....	19
SOMOS SOSTENIBLES	22
Perfil de la Memoria de Sostenibilidad 2021	22
Principios que rigen la Memoria de Sostenibilidad	22
Participación de los grupos de interés.....	23
Estudio de Materialidad	23
Temas Materiales.....	24
Nuestra estrategia de sostenibilidad	25
Gestión de temas materiales	26
Gobierno Corporativo	34
<i>Estructura del Directorio</i>	34
<i>Políticas de remuneración</i>	36
<i>Gestión de conflictos de interés</i>	36
<i>Evaluación de la gestión del Directorio</i>	37
<i>Mecanismos de autoevaluación</i>	37
Ética y transparencia	38
<i>Prácticas anticorrupción</i>	39
<i>Canales de asesoría y recepción de reportes</i>	42
PERSONAS 43	
Nuestra gente	43
Caracterización de la fuerza laboral de Moderna Alimentos	43

Estándares laborales	48
Programa de Seguridad Industrial y Salud Ocupacional	52
<i>Índices de Gestión en Seguridad y Salud en el Trabajo</i>	53
Solidez en la atención a la emergencia sanitaria COVID-19	55
Nuestra comunidad	57
1. Centro de desarrollo comunitario “Ñukata Kuyay” - Cajabamba:	57
2. Continuidad educativa:	59
3. Contribución a la seguridad alimentaria:	59
4. Voluntariado corporativo:	59
PRODUCTO 60	
PRODUCTO	60
Constante Innovación	60
Transformación digital (video más digital)	61
Certificaciones de calidad e inocuidad	62
Nutrición y comunicación responsable	63
Servicio a los consumidores	64
Satisfacción del cliente	65
<i>Supply chain</i>	66
Descripción de la cadena de suministro	66
Gestión con proveedores	67
Gestión en la cadena de suministro	68
Desarrollo de proveedores locales de materia prima	69
PLANETA 72	
Cumplimiento legal ambiental	72
Uso responsable de materia prima	73
Materia prima	73
Aditivos	73
Material de empaque	74
Insumos reciclados, productos reutilizados y materiales de envasado	75
Gestión integral de residuos	75
Recursos	76
Energía	76
Intensidad energética	78
Agua	79
Derrames significativos	80
Emisiones de toneladas de CO₂	80

Intensidad de Emisiones GEI 83

Emisiones SAO..... 83

Calidad Aire Ambiente 84

Protección de la biodiversidad 84

Iniciativas para mitigar el cambio climático 84

Moderna Alimentos S. A.
(102-1)

Coordinación general: Departamento de Responsabilidad Social Empresarial
Contenido: Moderna Alimentos S. A.
Edición, diseño y diagramación: Assistec Agencia de Comunicación Estratégica.
Fotografía: Moderna Alimentos, Gabriel Díaz
Abril, 2022

Dirección: San Gabriel Oe7-89 y Nuño de Valderrama
Teléfono: 593 2 298 5100
www.modernaalimentos.com.ec
Quito, Ecuador
(102-4)

Para comentarios y sugerencias sobre la séptima edición de nuestra Memoria de Sostenibilidad 2021,
escríbanos a: mmoreno@moderna.com.ec **(102-53)**

MENSAJE NUESTRO GERENTE GENERAL (102-14) (102-15)

Hoy más que nunca es tiempo de estar orgullosos de ser quienes somos. Ante los desafíos exigidos por la reactivación económica durante el 2021, hemos respondido con eficiencia, compromiso y ética profesional. El empeño puesto en tomar decisiones, las horas de trabajo invertidas en cada pequeña área de la empresa, la dedicación y la entrega de nuestro personal han dado los frutos esperados. Un año más compartimos con satisfacción los resultados alcanzados gracias al esfuerzo dedicado a mantener la calidad de nuestro producto, a cumplir con las expectativas de nuestros consumidores e incluso superarlas. Desde luego, toda esta actividad se ha desarrollado sin perder de vista nuestra responsabilidad ambiental y la conciencia ecológica que tanto nos caracteriza.

Nuestra generación de trabajo creció hasta alcanzar los 748 empleos directos y los 2 992 empleos indirectos; estos últimos en los sectores de transportistas, proveedores, contratistas y profesionales en servicios. Nos hemos preocupado tanto del bienestar físico como psicológico de nuestro capital humano. Hemos puesto en práctica la filosofía que afirma que sin salud física no hay bienestar mental ni emocional; por esta razón, hemos priorizado la vacunación de nuestro personal: el 99,86 % de nuestros trabajadores a nivel nacional ha recibido las tres dosis de la vacuna contra el COVID-19. De este modo participamos en la responsabilidad sanitaria que se necesita para frenar los contagios y para que todo el funcionamiento social vuelva a estar en marcha, tanto en el aspecto económico como en el del cuidado de la salud. Con un enfoque más integral, ejecutamos el programa Contrigo, dirigido al cuidado de la salud física y mental de los empleados.

En el aspecto profesional, nos encargamos de que el 100 % de nuestro personal recibiera la preparación necesaria para reforzar sus aptitudes y habilidades, con 8 466 horas de capacitación especializada. Preocupados por la seguridad laboral, implementamos el Programa SBC «Cero Accidentes», que impulsa la autonomía de los empleados para detectar, avisar y corregir sobre cualquier acto o condición insegura que pueda generar un riesgo. Asimismo, 236 personas fueron evaluadas bajo el Diagnóstico ROSA, con el fin de identificar los riesgos laborales asociados a cargos administrativos. Pausas activas y 90 sesiones de escuela postural demuestran nuestra meticulosidad y esmero en cuidar a nuestro recurso humano.

Conectados con la difícil situación de muchas personas, brindamos ayuda en diversos ámbitos. Realizamos donaciones de 49 341 kg de alimentos a 26 fundaciones a nivel nacional, beneficiando a 56 063 personas. Con el programa Compartiendo sonrisas, hicimos la donación de 14 000 kg de pan a 12 fundaciones, llegando a beneficiar a 13 000 personas en situación vulnerable. Mediante el programa Alimentamos corazones aportamos con desayunos nutritivos al bienestar de 150 niños de Monte Sinai (Guayaquil).

Además, en nuestra conexión con la comunidad, nos sumamos al proyecto «Juntos por la Educación Rural» de la Fundación Fe y Alegría, con la dotación de 20 becas escolares a niños provenientes de familias que no cuentan con los recursos necesarios para invertir en su educación.

En cuanto al producto, nos hemos enfocado en el cuidado de la salud, en la calidad y en la experiencia de consumo. Para empezar, hemos mantenido en alto la garantía de calidad al estar el 100 % de nuestros productos certificados con distintos sellos, como BPM, HACCP, FSSC 22000 y Sellos de Calidad INEN.

Lanzamos al mercado seis nuevos productos dentro las líneas YA, PAN y PASTAS, los cuales fueron diseñados para brindar el máximo de calidad alimenticia a la vez que facilitan los procesos de cocción y preparación de alimentos, de manera que el consumidor pueda hacer uso del producto de una manera intuitiva y sencilla.

Conseguimos reducir las cantidades de nutrientes que pueden ser perjudiciales para la salud: del total de productos, hemos conseguido que el 63 % sea bajo en azúcares, que el 56 % tenga fórmulas bajas en grasa saturada y que el 52 % sea bajo en sodio. Hemos logrado mantener el 89 % del portafolio de nuestros productos en semáforo verde y amarillo, lo que ratifica nuestro compromiso por mantener bajos los niveles azúcar, sal y grasa. Por otro lado, aumentamos el porcentaje de nuestro portafolio en cuando al contenido de vitaminas y minerales, pasando de un 18,24 % en 2020 a un 35 % en 2021. De esta manera cuidamos la salud de nuestros consumidores.

Asimismo, nos hemos esmerado aún más en cuidar al planeta, pues redujimos la intensidad energética en un 8,9 % en comparación al 2020 mediante la incorporación de herramientas tecnológicas para optimizar la producción en los molinos. El 30 % del consumo total de electricidad de Moderna Alimentos corresponde a energía limpia y no contaminante generada en nuestra central hidroeléctrica. Evitamos la generación de 3 230 toneladas de CO₂eq, que corresponden a la conservación de 12 888 árboles o 1 685 ha de bosque nativo. Hemos aplicado la economía circular, optimización de materiales, eficiencia energética y la reducción en el consumo de combustibles fósiles para contribuir a la disminución del impacto del ser humano en el ambiente, un problema a escala mundial.

No es arbitrario nuestro posicionamiento en el Top 5, categoría Alimentación, del Ranking de Empresas con Mejor Reputación Corporativa, en el 2021 nos seguimos consolidando como una de las mejores empresas de alimentos y la confianza de nuestros consumidores que aumenta cada día más lo demuestra. Los resultados expuestos fueron conseguidos porque somos nosotros, porque no solo sabemos lo difícil que es nuestro trabajo, sino que podemos afrontarlo y encontrar las mejores soluciones en las situaciones difíciles. Por eso, una vez más, podemos mirar con orgullo nuestra trayectoria, pero siempre pensando en que habrá un futuro aún mejor.

José Luis Vivar Zambrano
Gerente General

SOMOS MODERNA ALIMENTOS S. A.

Moderna Alimentos

(102-2) (102-5)

Somos una empresa ecuatoriana¹ de alimentos que, desde 1909, ha generado bienestar integral para sus grupos de interés y ha contribuido al desarrollo del país con un modelo de gestión sostenible e innovador.

Estamos comprometidos con la misión de satisfacer las necesidades nutricionales y los estilos de vida saludables de nuestros clientes y consumidores; por eso elaboramos y comercializamos productos nutritivos a base de trigo y sus derivados; con un gran contenido de fibra, proteína, cereales, vitaminas y antioxidantes; bajo estándares nacionales e internacionales que aseguran su calidad, inocuidad y mínimo impacto ambiental.

Filosofía corporativa

Somos líderes en la industria molinera con una exitosa trayectoria de 112 años.

Visión

Ser la empresa de alimentos más innovadora y sostenible del Ecuador.

Misión

Ser parte de los momentos de alimentación y bienestar de las familias.

Valores Corporativos

- ✓ *Empoderamiento:* Nos hacemos cargo, sin excusas, para lograr nuestros objetivos.
- ✓ *Integridad:* Somos el ejemplo para seguir en todas las acciones; buscamos la coherencia entre lo que pensamos, decimos y hacemos.
- ✓ *Pasión:* El entusiasmo y compromiso con los que trabajamos es evidente.
- ✓ *Excelencia:* Nos desempeñamos con disciplina, enfoque y calidad para exceder todos los estándares.

¹ Nuestro capital accionario es 46,58 % de participación nacional y el 53,42 % de participación extranjera, con personas naturales y jurídicas. (102-5)

Cobertura

(102-3) (102-4)

Operamos en ocho ciudades del Ecuador con seis plantas de producción y ocho centros de distribución, para abastecer eficazmente todo el territorio nacional.

Cobertura geográfica					
Localidad	Molino	Panificadora	Pastificio	Empacadora	Centro de distribución
Manta	X				X
Cajabamba	X			X	X
Cayambe	X		X		X
Quito*		X			X
Calderón					X
Cuenca					X
Guayaquil					X
Santo Domingo de los Tsáchilas					X

*Oficina matriz

¡Somos la empresa molinera más grande del país!

Principales cifras del año 2021

PERSONAS:

8 466 horas de formación y profesionalización para el 100 % del personal.

19 capacitaciones para fomentar la salud física y mental de 748 empleados.

1.136 condiciones subestándar gestionadas eficientemente para operar sanos y seguros.

63 pausas activas y 90 sesiones de escuela postural personalizadas para precautelar la salud del personal.

49 341 kg de alimentos entregados a 56 063 personas en 20 ciudades del país.

Más de USD 160 000 de inversión social en sectores vulnerables

PRODUCTO:

+7 400 kits de inocuidad entregados a clientes para asegurar la calidad de sus productos.

13 campañas para dar a conocer los beneficios nutricionales de nuestras marcas B2C.

7 nuevos productos desarrollados con ingredientes naturales y nutritivos.

100 % de nuestros productos se elaboran en plantas con certificaciones de calidad e inocuidad.

2 772 toneladas de trigo nacional adquiridas a 572 agricultores.

675 capacitaciones a nuestros clientes panificadores para ayudarlos a potenciar su negocio.

PLANETA:

6 084 MWh generados por nuestra hidroeléctrica en Cayambe.

2 763 tCO₂ eq no emitidas al ambiente, gracias al uso de energía renovable autogenerada.

7 proyectos de P+L implementados en Manta, Cayambe y Quito.

8,9 % de reducción en la intensidad energética de los molinos (vs. 2020).

126,8 toneladas de residuos orgánicos transformados en abono orgánico.

82 753 kg de desechos reciclables entregados a gestores locales.

RECONOCIMIENTOS:

Empresa Comprometida con la Responsabilidad Social LATAM 2021
CEMEFI -México

Empresa Socialmente Responsable 2021
I Edición Ecuador
CERES - Ecuador

Top 5 categoría Alimentación del Ranking de Empresas con Mejor Reputación Corporativa
MERCOSUR - Ecuador

Nuestras marcas y productos

Conocer a fondo las necesidades y expectativas de clientes y consumidores nos impulsa a estar en constante innovación de ingredientes, procesos y tecnología. Nuestros productos son creados para inspirar, nutrir, deleitar y acompañar a las familias ecuatorianas en sus momentos de alimentación y bienestar.



LÍNEA DE INDUSTRIAL B2B

Con equipos de última tecnología y una mezcla selectiva de granos de trigo, procesamos y producimos las mejores harinas del mercado: integrales, panaderas, pasteleras, galleteras y para pastas. Nuestras harinas contienen: proteína, vitaminas B1, B2, B3, ácido fólico, hierro y fibra, para cubrir los requerimientos de nutrición y calidad de los clientes.

Los productos y servicios con enfoque industrial están orientados principalmente al gremio panificador y comerciante; a quienes, además de productos de calidad excepcional ofrecemos un servicio de acompañamiento personalizado que promueve el crecimiento y desarrollo de sus negocios.

Desarrollamos un amplio portafolio de harinas fortificadas para satisfacer las necesidades de cada uno de nuestros clientes.

Principales productos	Prácticas sostenibles	Cobertura digital
Harina PaniPlus Harina Galli Top Harina Estrella de Octubre Harina Tomebamba Harina Manta Especial Harina Trébol Rojo Harina Súper Panadera	<p>Manos en la Masa Programa de formación integral a nuestra fuerza de ventas para convertirlos en asesores estratégicos para sus clientes.</p> <p>Moderna Alimentos, tu aliado en todo momento Programa de capacitación técnica, consultoría de marketing y diseño de imagen para potenciar los negocios de nuestros clientes.</p> <p>Horneando por un sueño Programa de recompensa dirigido a nuestros clientes para apoyar e impulsar su negocio.</p>	<p>Relación directa con clientes a través de nuestra fuerza de ventas.</p> <p>3 039 seguidores en la página de Facebook <i>Orgullosamente Panificador</i></p>



LÍNEA DE CONSUMO B2C

Ofrecemos, a nuestros consumidores, productos nutritivos, versátiles, fáciles y rápidos de preparar. Nuestra línea de consumo incluye panes, pastas, avena, premezclas y harina fraccionada con alto contenido nutricional.

Línea YA: harinas fraccionadas, premezclas y avena

Principales productos	Prácticas sostenibles	Cobertura digital
<p>Harinas Fraccionadas: Harina YA con polvo de hornear Harina YA sin polvo de hornear</p> <p>Premezclas Torta de chocolate YA Torta de vainilla YA Torta de naranja YA Torta Red Velvet YA Pancake YA Crema Chantilly YA</p> <p>Avena Avena en hojuelas YA Avena hojuelones YA Avena molida YA</p>	<p>Alimentamos corazones Programa alineado al ODS 3: Salud y bienestar; a través del cual aportamos en la alimentación de 150 niños en situación vulnerable que asisten al comedor comunitarios Dios Provee – El Triángulo en Monte Sinaí, Guayaquil.</p> <p>Asimismo, capacitamos a 35 madres de familia en temas de nutrición, salud y bienestar, e implementamos una pequeña biblioteca con materiales lúdicos y libros donados por los colaboradores de la empresa.</p>	<p>Marca YA fue la ganadora en la categoría Harina, en el reconocimiento Power Digital Brands, organizado por Ekos, por su presencia eficaz en Facebook e Instagram.</p> <p>Página de Facebook YA: 174 215 seguidores y 1 513 interacciones, en promedio.</p> <p>Perfil de Instagram: ofrece recetas a través de <i>lives</i> a más de 5 470 fans.</p> <p>Canal de YouTube: 261 270 visualizaciones y una retención promedio del 91 % en video.</p>

Línea de pan

Las combinaciones de ingredientes, en la línea de pan empacado, hace exquisitos a nuestros productos. La clave del sabor está en la textura, suavidad y fusión de nutrientes con recetas únicas.

Principales productos	Prácticas sostenibles	Cobertura digital
<p>Línea Moderna Pan Blanco Pan Integral Pan Sandwichero Blanco Pan Integral</p> <p>Línea Artesanal Pan Artesanal Blanco Pan Artesanal Brioche</p> <p>Línea Gourmet Pan Miel y Salvado, Avena y Salvado Pan 5 Cereales Pan 7 Cereales Pan Manzana y Macadamia Pan Mora y Nueces Pan Frutos Rojos y Almendras</p> <p>Línea Benefit Pan Benefit Centeno Pan Benefit Linaza</p> <p>Línea Kids Pan Chocopan</p> <p>Línea Fiesta Pan Hot Dog Pan Hamburguesa</p> <p>Apanadura Doradita</p> <p>Rosquitas Naturales e integrales</p>	<p>Compartiendo Sonrisas Programa alineado al ODS 2: Hambre Cero; a través del cual contribuimos en la alimentación de más de 13 000 personas, mediante la entrega periódica, a 12 fundaciones de asistencia social legalmente reconocidas, de 14 000 kilogramos de pan empacado.</p> <p>Además, implementamos una campaña de sensibilización para nuestros seguidores sobre la importancia de evitar el desperdicio de alimentos y cómo podemos contribuir a la reducción del hambre en nuestro país.</p> <p>Revalorización de residuos Gestionamos integralmente 126,8 t de residuos orgánicos transformados en 6 343 kg de abono orgánico entregado a pequeños agricultores.</p>	<p>Página de Facebook Panes Moderna: 150 083 seguidores</p>

Línea de pastas y fideos

Los productos de fideos y pastas son fabricados en nuestro propio molino semolero, que tiene la versatilidad para elaborar diferentes tipos de pastas *Premium* - larga, corta y enroscada -, de consistencia, absorción y color perfectos. Nos enfocamos en brindar opciones deliciosas y nutritivas, elaboradas 100 % con sémola de trigo *durum*.

Principales productos	Prácticas sostenibles	Cobertura digital
Fideos Cayambe Tallarín Cabellos de Ángel Broca Lazo #3 Babetin Lazo Chico Pasta Santorino Tornillo Codo Rayado Macarrón Corbata Chica Fettuccini Spaghetti Tallarín 87 Cabello de Ángel Lasagna	Somos Energía Limpia Programa alineado al ODS 7: Energía asequible y no contaminante. Mediante nuestra hidroeléctrica, el 100 % de nuestras pastas se producen con energía renovable y autogenerada, lo que nos permite reducir 2 763 t CO ₂ anuales. Adicionalmente, realizamos campañas de internas y externas de concienciación ambiental para cuidar nuestro planeta.	Página de Facebook <i>Fideos Cayambe</i> : 30 881 seguidores y 9 000 interacciones mensuales, en promedio Página de Facebook <i>Santorino</i> , con 15 920 seguidores y un alcance superior a 100 000 personas

Mercados a los que servimos

(102-6)

Desglose de ventas	Geográfico		Línea de negocio	
	Costa	Sierra	Industrial	Consumo
2020	39 %	61 %	69 %	31 %
2021	38 %	62 %	70 %	30 %

Desempeño económico

(102-7) (102-10) (102-45) (201-1) (207-1) (207-2) (207-3) (207-4)

Para nuestra empresa, los temas económicos son de gran relevancia, ya que aseguran la sostenibilidad y permanencia del negocio en las localidades donde opera.

En 2021, el fortalecimiento de capacidades como la adaptabilidad y el liderazgo fueron clave para afrontar los desafíos, garantizar una adecuada toma de decisiones y ejecutar un modelo económico-financiero exitoso y confiable, aplicando Normas Internacionales de Información Financiera NIIF (IFRS) emitidas por el Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad (IASB) y el marco regulatorio nacional aplicable.

Logramos ventas por **182 millones de dólares**, con lo cual incrementamos el capital social en un **9,93 %**, con relación a 2020.

Gestión económica de Moderna Alimentos (USD) (102-7) (201-1)			
Detalle	2019	2020	2021
Ingresos	158 524 268	165 750 297	182 221 586
Gastos operativos	127 254 210	130 736 402	150 728 765
Sueldos y prestaciones de los empleados	19 789 269	19 184 724	19 890 763
Pagos a los proveedores de capital	752 700	1 047 730	1 330 315
Pagos a gobiernos	4 348 361	4 292 851	4 133 119
Inversión social en comunidades	144 799	136 205	160 197
Valor económico retenido ²	6 305 609	10 365 534	6 014 714

Los estados financieros de la compañía de donde proviene esta información han sido revisados internamente y verificados por una firma de auditores externos e independientes que avala nuestra transparencia.

Los resultados de los informes, declaraciones y anexos son de acceso público y periódicamente son presentados a diferentes organismos de control, como la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros; y a usuarios externos, como las entidades bancarias con quienes trabajamos.

² Según la fórmula «valor económico directo generado» menos «valor económico distribuido».

Inversiones representativas (203-1)

Invertimos aproximadamente **6,7 millones de dólares** para aumentar la eficiencia operativa y capacidad de producción en nuestras líneas de negocio; asimismo, se invirtió en la adquisición de maquinarias y equipos de última tecnología para mitigar riesgos laborales, garantizar la calidad e inocuidad de los productos y reducir los impactos ambientales que pudieran presentarse en el proceso. Esto garantiza la gestión oportuna de los requerimientos de nuestros clientes y consumidores.

Aporte al desarrollo socioeconómico

Contribuimos al desarrollo social y económico del Ecuador, a través de:

- Generación de alrededor de 2 992 fuentes de empleo directo e indirecto para empleados, proveedores, transportistas, contratistas y profesionales en servicios.
- Cumplimiento del 100 % de los compromisos económicos asumidos con personas naturales, jurídicas y organismos de control, de acuerdo con la legislación ecuatoriana vigente.
- Ejecución de 6 programas sostenibles para el desarrollo de sectores vulnerables en las localidades donde operamos:
 1. Programa Cultiva:
Fomentamos la producción de trigo nacional, aportando al desarrollo del agro, y la generación de mejores ingresos para 572 productores de Carchi, Imbabura, Pichincha, Bolívar y Chimborazo.
 2. Centro Comunitario Ñukata Kuyay:
Promovemos la formación integral y el desarrollo intelectual de 1 275 niños del cantón Colta, a través de una dieta balanceada y la enseñanza de disciplinas lúdicas, artísticas y técnicas.
 3. Compartiendo sonrisas:
Contribuimos en la alimentación de 13 000 personas en situación vulnerable; a través de la dotación de 14 000 kg de pan a 12 fundaciones. Además, sensibilizamos a los consumidores para evitar el desperdicio de alimentos.

4. Alimentamos corazones:
Aportamos con desayunos nutritivos al bienestar de 150 niños de Monte Sinai (Guayaquil), así como con capacitaciones en temas de salud y nutrición a las madres que asisten al comedor comunitario.

5. Apoyo a la educación:
Entregamos becas a 25 estudiantes de la Escuela Glend Side de Fe y Alegría, para que continúen sus estudios. Además, dotamos de 7 computadores al Hogar Santa Lucía para que los niños accedan a sus clases virtuales.

6. Contribución hambre cero:
Beneficiamos alrededor de 56 063 personas a nivel nacional con la entrega de 49 341 kg de productos nutritivos elaborados a base de trigo, por un monto estimado de USD 43 841.

En 2021, invertimos voluntariamente **más de 160 mil dólares** en la ejecución de programas que aportan de manera activa al progreso de sectores vulnerables.

[Alianzas para el desarrollo sostenible](#) (102-12) (102-13)

En Moderna Alimentos fomentamos alianzas eficaces para abordar los desafíos del sector. Con este propósito participamos activa y voluntariamente en diferentes iniciativas y asociaciones gremiales o empresariales con las que tenemos objetivos en común³.

- Asociación de Gestión Humana del Ecuador (ADGHE)
- Asociación Ecuatoriana de Molineros (ASEMOL)
- Asociación de Fabricantes de Pasta del Ecuador (ASOPASTA)
- Asociación Nacional de Fabricantes de Alimentos y Bebidas (ANFAB)
- Cámara de Comercio Ecuatoriano Americana (AMCHAM)
- Cámara de Industrias de Chimborazo
- Cámara de Industrias y Comercio Ecuatoriano Alemana (AHK)
- Cámara Oficial Española de Comercio e Industrias de Quito
- Federación Ecuatoriana de Exportadores (FEDEXPOR)

³ En estas instituciones no ocupamos cargos en órganos de gobierno, la colaboración brindada es a través del pago de cuotas de afiliación o suscripción. (102-13)

De igual manera, para el fortalecimiento de la estrategia de sostenibilidad y ampliar la trascendencia de los planes sobre la comunidad, pertenecemos a:

Corporación Ecuatoriana para la Responsabilidad Social & Sostenibilidad (CERES), red compuesta por empresas públicas, privadas, fundaciones empresariales y organizaciones de la sociedad civil, comprometidas con la sustentabilidad social, ambiental y económica.

Pacto Global de Naciones Unidas - Red Ecuador, la iniciativa corporativa más grande del mundo a favor del desarrollo sostenible, en la cual las organizaciones voluntariamente se comprometen a alinear sus estrategias y operaciones con diez principios universalmente aceptados en cuatro pilares: derechos humanos, estándares laborales, ambiente y anticorrupción.

En 2021, CERES y Pacto Global Red Ecuador, se han encargado de difundir mediante sus canales de comunicación el trabajo que Moderna Alimentos ha venido realizando en cuanto a buenas prácticas de sostenibilidad y las acciones realizadas durante la pandemia.

Nuestro aporte al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible

En Moderna Alimentos sabemos que todas las decisiones y acciones que se adoptan o se dejan de ejecutar tienen implicaciones en la sustentabilidad de las siguientes generaciones; por eso trabajamos en garantizar una gestión y producción responsable que busque de manera permanente el equilibrio económico, social y ambiental.

Como miembro firmante del Pacto Mundial de Naciones Unidas reafirmamos nuestro respaldo a sus Diez Principios:

Derechos
Humanos

Estándares
Laborales

Ambiente

Anticorrupción

DERECHOS HUMANOS	1. Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos
	2. No ser cómplice de abuso de los derechos humanos
ESTÁNDARES LABORALES	3. Apoyar los principios de la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva
	4. Eliminar el trabajo forzado y obligatorio
	5. Abolir cualquier forma de trabajo infantil
	6. Eliminar la discriminación en materia de empleo y ocupación
AMBIENTE	7. Apoyar el enfoque preventivo frente a los retos medioambientales
	8. Promover mayor responsabilidad medioambiental
	9. Alentar el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas del medio ambiente
ANTICORRUPCIÓN	10. Actuar contra todas las formas de corrupción, incluyendo la extorsión y el soborno

Ratificamos el compromiso de contribuir al cumplimiento de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030; para ello, priorizamos aquellos ODS que tienen mayor impacto en nuestro accionar, para desarrollar propuestas éticas y transparentes, que respondan a los nuevos retos planteados.

En nuestra cadena de valor influimos y aportamos en 10 ODS.

Aporte a los ODS	
ODS	Iniciativas
ODS 1	Fin de la pobreza Generamos 2 992 empleos directos e indirectos entre proveedores, transportistas, contratistas y profesionales en servicio.
ODS 2	Hambre cero Aportamos a la alimentación de 14 016 familias en situación vulnerable, con la entrega de 49,3 toneladas de productos nutritivos.
ODS 3	Salud y bienestar Operamos sanos y seguros: en 2021 gestionamos oportunamente 106 condiciones subestándar con el programa «cero accidentes».

ODS 4	Educación de calidad Completamos 8 466 horas de capacitación de nuestro personal con metodologías disruptivas para mejorar su aprendizaje.
ODS 5	Igualdad de género Nos adherimos de manera voluntaria a los Principios para el Empoderamiento de las Mujeres promovido por ONU Mujeres. Fomentamos el empoderamiento de 170 mujeres que laboran en la organización
ODS 7	Energía asequible y no contaminante Generamos 6 084 MWh de energía limpia y no contaminante, que evita la emisión de 2 763 toneladas de CO ₂ eq.
ODS 8	Trabajo decente y crecimiento económico Mejoramos los conocimientos y destrezas de 1 035 maestros panificadores del país para potenciar su negocio.
ODS 10	Reducción de las desigualdades Aportamos al desarrollo integral de 1 275 niños de Colta, ayudándolos a generar un proyecto de vida en el Centro Ñukata Kuyay.
ODS 12	Producción y consumo responsables Mejoramos los ingresos de 572 productores de trigo nacional y contribuimos al desarrollo productivo del país.
ODS 13	Acción por el clima Evitamos la generación de 3 230 toneladas de CO ₂ eq, a través de la implementación de 7 proyectos de producción más limpia.



Nos sentimos orgullosos de pertenecer al programa Líderes por los ODS. A través de las mesas de trabajo de los Objetivos de Desarrollo Sostenible —ODS 2, ODS 4, ODS 5, ODS 7, ODS 10 y ODS 13— buscamos generar alianzas de impacto e intercambio de buenas prácticas en torno al desarrollo sostenible.

SOMOS SOSTENIBLES

Perfil de la Memoria de Sostenibilidad 2021

(102-32) (102-48) (102-49) (102-50) (102-51) (102-52) (102-54) (102-56)

Por octavo año consecutivo, presentamos nuestro reporte anual de los aspectos sociales, ambientales y económicos más relevantes de la compañía durante el período fiscal 2021 (1 de enero al 31 de diciembre).

Este informe se ha elaborado de conformidad con los estándares del Global Reporting Initiative (GRI): opción Exhaustiva y el Suplemento Sectorial para Alimentos Procesados GRI-G4⁴, tomando como referencia la última entrega del reporte en el 2020 y con la participación activa de las diferentes áreas de la empresa.

El contenido de la Memoria de Sostenibilidad ha sido revisado y validado por la Dirección de Asuntos Corporativos y la Gerencia General. Dada la exhaustividad de su preparación y la aplicación de los principios solicitados por el GRI, la presente edición no se sometió a una verificación externa. Además, no se detectaron reexpresiones frente al año anterior y tampoco se identificaron cambios significativos en la cobertura o alcance de cada tema material a reportar.

Principios que rigen la Memoria de Sostenibilidad

(101) (102-46) (102-47)

Nuestra Memoria de Sostenibilidad es el resultado de un proceso preciso, transparente y fiable que incluye de forma clara y comprensible los aspectos positivos y negativos del desempeño económico, social y ambiental de la compañía en 2021.

El contenido de este informe se desarrolló con base en los principios establecidos en la metodología GRI:

- **Participación de los grupos de interés**, identificamos a los actores clave relacionados o impactados por nuestras operaciones, para conocer sus expectativas en cuanto al accionar de la empresa.
- **Materialidad**, a través de este estudio, identificamos y priorizamos los temas materiales - de mayor relevancia - para la empresa y nuestros distintos grupos de interés.

⁴ En la parte final de este informe se incluye el índice de contenidos GRI, con todos los estándares utilizados y se enumera los contenidos incluidos. (102-55)

- **Contexto de sostenibilidad**, nuestra estrategia abarca la sostenibilidad como parte de la estrategia corporativa, orientada en un triple enfoque de acción denominado “3P” (Personas, Producto y Planeta).
- **Exhaustividad**, recopilamos y analizamos diferentes fuentes de información que permitan evaluar los impactos, riesgos y oportunidades relacionados con nuestra operación sostenible.

Para garantizar la trazabilidad, comparabilidad y visualizar la evolución de la empresa, se incluye información cualitativa y cuantitativa del ejercicio precedente y de la gestión de los temas materiales más significativos.

Participación de los grupos de interés

(102-40) (102-42) (102-43) (102-44) (102-21) (102-33) (102-34)

En Moderna Alimentos, consideramos que para asegurar la sostenibilidad del negocio es fundamental mantener una comunicación fluida, transparente y de doble vía con nuestros grupos de interés: accionistas, empleados, proveedores, consumidores, clientes y comunidad.

Por ello, contamos con varios mecanismos de comunicación empresariales: publicaciones digitales o impresas, contratos, oficios, reuniones, llamadas telefónicas, encuestas, correos electrónicos, redes sociales, página web y línea SOS MODERNA; que nos permiten conocer y atender sus preocupaciones con relación al desempeño ético, social y ambiental de la empresa.

Periódicamente evaluamos los canales y frecuencia de comunicación, así como sus expectativas de información sobre nuestro desempeño, para asegurar que el proceso de relación es adecuado.

Estudio de Materialidad

(102-29) (102-46) (102-47)

Cada tres años efectuamos un estudio de materialidad con el objetivo de determinar aquellos aspectos de mayor relevancia, propios de la actividad de la compañía, que influyen directamente en los intereses y evaluaciones de nuestros grupos de interés.

En 2020, contratamos la asesoría de una empresa externa, quienes en conjunto con nuestro personal realizaron el acercamiento con accionistas, empleados, proveedores, clientes, consumidores y comunidad para conocer y registrar su percepción y expectativas sobre nuestra operación. De esa

manera, garantizamos la identificación y gestión de cuestiones claves para cada grupo de interés⁵.

El procedimiento para la definición de materialidad constó de cuatro fases:

- **Revisión del ejercicio de materialidad**, para definir la necesidad o no de actualizarlo y lograr su alineación con el propósito y la estrategia de la compañía.
- **Identificación de asuntos relevantes dentro y fuera de la organización**, partiendo de los principios del contexto de sostenibilidad y de la participación de todos los grupos de interés, así como del impacto en el negocio.
- **Priorización de los asuntos identificados**, combinando factores internos como misión, visión y valores corporativos; con los principios de inclusión, relevancia y capacidad de respuesta de la metodología Five Part Test of Accountability and Topics by sector, del Global Reporting Initiative (GRI).
- **Validación de los aspectos priorizados**, los resultados de la materialidad son validados por la alta dirección; se abordan e implementan de forma transversal en todas las áreas de la empresa, convirtiéndose en los ejes conductores de la estrategia de sostenibilidad.

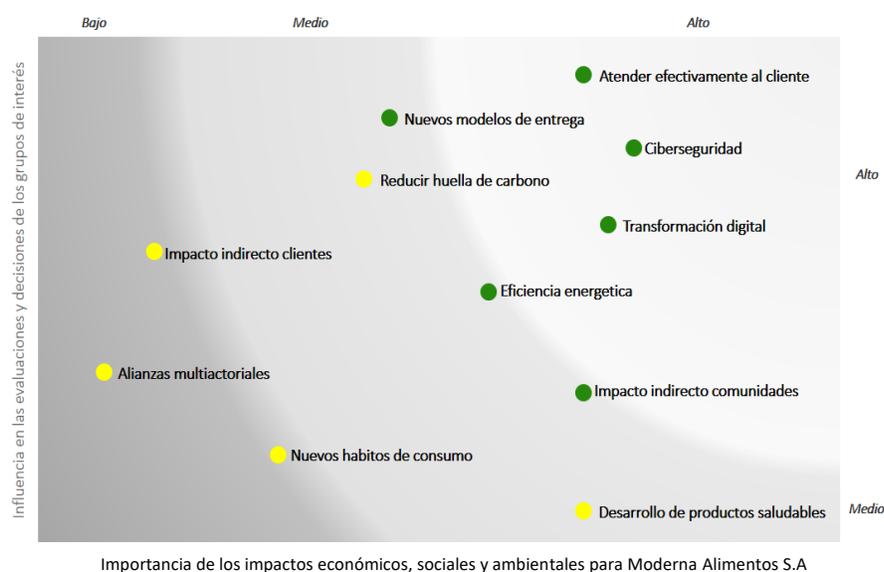
El último análisis de materialidad considera los riesgos, oportunidades e impactos que la nueva realidad COVID-19 trajo a nuestro negocio.

Temas Materiales

Identificamos once temas materiales, aquellos con mayor importancia para nuestra gestión (eje de abscisas) y para los grupos de interés (eje de coordenadas). Dentro de estos asuntos relevantes no se ha identificado ninguna limitación en su alcance y cobertura.

⁵ Estas acciones se encuentran descritas en el apartado “Gestión de la Materialidad”

Matriz de Materialidad – Nueva realidad COVID-19



No.	Tema material	Relevancia
1	Atender efectivamente al cliente	Alta
2	Ciberseguridad	Alta
3	Transformación digital	Alta
4	Nuevos modelos de entrega/negocio	Media
5	Eficiencia energética	Media
6	Impacto indirecto a comunidades	Media
7	Huella de carbono	Media
8	Desarrollar productos saludables	Media
9	Impacto indirecto a clientes	Baja
10	Nuevos hábitos de consumo	Baja
11	Alianzas multiactoriales	Baja

Nuestra estrategia de sostenibilidad

Consideramos a los diferentes grupos de interés, actores clave para el desarrollo sostenible de la empresa; nos esforzamos en generar impactos positivos en cada uno de ellos.

Para la determinación de nuestra estrategia de sostenibilidad consideramos tres fuentes de referencia:

Fuente 1: Filosofía Corporativa

Misión

“Ser parte de los momentos de alimentación y bienestar de las familias”

Visión

“Ser la empresa de alimentos más innovadora y sostenible del Ecuador”.

Valores Corporativos

Empoderamiento, Excelencia, Integridad, Pasión.

Fuente 2: Materialidad

Por segundo año consecutivo y con la finalidad de conservar una perspectiva material consistente, trazable y medible, en la presente entrega mantenemos vigentes los 11 aspectos relevantes identificados y priorizados con los grupos de interés en el levantamiento del 2020.

Fuente 3: Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

Fortalecemos la estrategia de sostenibilidad incorporando en nuestro enfoque empresarial los ODS; nos enfocamos principalmente en aquellos ODS vinculados con los temas materiales y en los que podemos hacer una contribución diferencial y de mayor impacto a través de nuestro accionar.

Trabajamos bajo un triple componente de acción:

Personas:

Promovemos el bienestar de la gente, aportamos a mejorar la calidad de vida de los empleados y las comunidades donde operamos.

Producto:

Elaboramos y comercializamos productos nutritivos y de calidad, resultado del cuidado integral de nuestra cadena de valor y una atención eficiente.

Planeta:

Implementamos proyectos de producción más limpia para reducir y mitigar nuestro impacto ambiental y conservar los recursos naturales.

Gestión de temas materiales

(102-19) (102-20) (102-29) (102-33) (102-34)

Un modelo empresarial eficiente y sustentable nace del compromiso y la participación activa de la alta dirección en la implementación de estrategias y planes de acción que gestionen los temas materiales y su relacionamiento con los grupos de interés.

En Moderna Alimentos, los directores de cada área son delegados por la alta dirección para responder, de acuerdo con la naturaleza de sus funciones, a las preocupaciones económicas, sociales, laborales y ambientales de los stakeholders.

Cada miembro del Directorio asiste a seminarios, foros, conferencias y capacitaciones, para mantenerse actualizado y fortalecer sus conocimientos, a fin de asegurar una gestión eficiente de la sostenibilidad.

A continuación, presentamos las estrategias desarrolladas y stakeholders relacionados para cada tema en 2021.

Tema material	1. Atender efectivamente al cliente
Descripción	Mejorar la atención al cliente con base en sus nuevas expectativas y necesidades, de manera efectiva y eficiente, partiendo del análisis de información y datos.
Dirección relacionada	<ul style="list-style-type: none"> Comercial
Grupos de interés	<ul style="list-style-type: none"> Clientes Consumidores Comunidad

Gestión del tema material

B2B – Industrial

- Creamos el programa “Manos en la Masa” con el fin de convertir a la fuerza de ventas en el mejor aliado para nuestros clientes; a través de 282 horas de capacitación los vendedores fortalecieron sus conocimientos para brindar soluciones rápidas y efectivas a los usuarios.
- Dotamos de 7 400 cofias, mandiles, camisetas y bolsos a nuestros clientes, con el objetivo de precautelar la calidad e inocuidad de sus productos.
- Gestionamos oportunamente las necesidades de 6 850 clientes a través de la línea SOS MODERNA y nuestra fuerza de ventas. Aportamos en el cambio de imagen de 19 panaderías y la remodelación de 4 locales.
- Potenciamos nuestro programa de fidelización Horneando por un Sueño en el que más de 300 clientes pudieron canjear sus puntos acumulados por el premio de su preferencia, como hornos y refrigeradoras.
- Realizamos 675 visitas técnicas personalizadas y gratuitas a nuestros clientes panaderos e industriales para ayudarlos a potenciar su negocio. Además, capacitamos a nuestros distribuidores del canal de panaderías para una atención efectiva al cliente en varias ciudades del país.

B2C – Culinarios:

- Entregamos 200 canastas de productos YA, 10 hornos y 10 licuadoras, premios a nuestros consumidores que participaron en los concursos, retos, lives y actividades convocadas por la marca.
- Lanzamos 8 campañas a lo largo del año para interactuar con nuestros consumidores e informarles sobre los beneficios de nuestros productos. Las campañas contenían posteos sobre los usos prácticos de nuestros productos, lives de estilos de vida saludable y preparación de recetas, y concursos con premios en efectivo, equipos de cocina y canastas de la marca. En total,
- Realizamos 10 lives de cómo realizar recetas con avena y harina, y de cómo hacer deliciosas tortas Ya Kids con los más pequeños de la casa.
- Registramos a más de 452 consumidores como parte de nuestra ComuniYA.
- Desarrollamos 10 Retos Ya que consistían en hacer varias recetas con nuestros productos y el consumidor que los realizaba todos, se ganaba \$5.000 en efectivo. Tuvimos 418 consumidores participaron y 68 completaron todos los retos. La campaña tuvo un alcance de 1.7M usuarios únicos y 6M de impresiones en total.
- Hicimos un concurso por la temporada de navidad, Navi YA, en que los consumidores realicen recetas con harina Ya y se sorteaban 2 premios de \$2.500 en efectivo. Esta campaña logro un alcance de 70.000 usuarios únicos y 127.046 visualizaciones de video.
- Acompañamos la campaña de lanzamiento de las Tortas YA Kids Dino, Dulce y Purpurin con una ruta colegial que consistía en un programa de valores utilizando la imagen de los personajes de las tortas. La actividad llegó a 15 colegios de Quito y Guayaquil, entreteniéndolo a más de 3.000 estudiantes.

B2C –Pan:

- Solucionamos oportunamente 230 de 238 PQRs de nuestros consumidores y clientes.
- Creamos 5 campañas a lo largo del año para comunicar los atributos de nuestros panes y apanadura Doradita; lanzamiento de los nuevos empaques Gourmet; productos bollitos Brioche y Chocopan, y comunicar las variedades de panettones para la temporada de navidad.
- Realizamos varios concursos y tuvimos la interacción de miles de consumidores, con más de 10 ganadores.

B2C – Pastas:

- Respondimos y gestionamos, con mayor agilidad, los 31 PQRs del negocio de pasta tras seleccionar una agencia de medios digitales estratégica.
- Activamos la marca CAYAMBE en medios digitales para fortalecer nuestra comunidad de consumidores, generar mayor engagement, desarrollar awarness y fortalecer la intención de compra. Realizamos contenidos mensuales de recetas para interactuar con nuestros consumidores.
- Desde octubre de 2021, relanzamos la marca de pasta SANTORINO. Reactivamos la presencia de Santorino en medios, plataformas digitales, medios ATL y con una página web como un repositorio digital de recetas que se potenciará durante el 2022

Innovación

- Aplicamos metodologías internacionales para comprender las reconocimientos internacionales que permite entender las motivaciones humanas para comprar y consumir productos relacionados a nuestro giro de negocios. La metodología es un elemento esencial para armar los planes de negocio de las áreas de marketing e innovación, conociendo las motivaciones humanas de compra y consumo, con el fin de atender efectivamente a nuestros clientes y consumidores para ofrecer productos innovadores.

TI

- Desarrollamos un catálogo digital con información de todos los productos de Moderna Alimentos para la fuerza de ventas con el objetivo de ofrecer un mejor servicio a nuestros clientes.
- Implementamos MAIA (Moderna Alimentos Inteligencia Artificial), una plataforma de servicios diseñada para brindar soluciones ágiles y de calidad a más de 50 requerimientos tecnológicos.

Tema material	2. Ciberseguridad
Descripción	Crear o implementar tecnologías para resguardar y proteger información. (Big data, inteligencia artificial y compras electrónicas).
Dirección relacionada	<ul style="list-style-type: none"> • Finanzas, Administración & TI. • Recursos Humanos
Grupos de interés	<ul style="list-style-type: none"> • Accionistas • Empleados • Clientes

Gestión del tema material

TI:

- Creamos políticas alineadas a la ISO 27001 Sistema de Gestión de Seguridad de la Información para garantizar la confidencialidad, integridad y disponibilidad de los datos.
- Innovamos nuestro sistema de ciberseguridad con la implementación de un antivirus de alta tecnología, nubes para amenazas de red y un doble factor de autenticación sobre las herramientas digitales.
- Realizamos capacitaciones de protección de datos y prevención de fraudes y ataques informáticos a nuestro personal.

Tema material	3. Transformación digital
Descripción	Implementar procesos automatizados y digitalizados para aumentar eficiencia y eficacia.
Dirección relacionada	<ul style="list-style-type: none"> • Finanzas, Administración & TI. • Recursos Humanos • Operaciones y Supply Chain • Comercial • Sostenibilidad
Grupos de interés:	<ul style="list-style-type: none"> • Empleados • Accionistas • Clientes • Comunidad

Gestión del tema material

Recursos Humanos & TI:

- Impartimos talleres específicos para más de 100 ejecutivos de venta, orientados al manejo de herramientas de atención al clientes, como WhatsApp Business.
- Capacitamos a cerca de 200 empleados en el uso de paquetes informáticos que dispone la empresa, como: Microsoft Office 365, Power Business Intelligence (PBI), para facilitar su trabajo diario.
- Mejoramos la adaptabilidad y eficiencia del teletrabajo, a través de la automatización de procesos y plataformas. Aplicando conceptos de UX (experiencia de usuario), renovamos plataformas digitales como, E-Learning Siembra, con un módulo para ingresar por celular.

Operaciones y Supply Chain & TI:

- Implementamos herramientas digitales como RPA (Robotic Process Automation) para reducir el tiempo de ingreso, elaboración, obtención de información y visualización de datos del área administrativa, financiera, logística y de producción.
- Desarrollamos iniciativas de automatización de procesos para el ingreso de pedidos y devoluciones en los autoservicios más grandes, con lo que disminuimos el tiempo de gestión, carga operativa y costos para el área logística.
- Automatizamos el proceso de digitación del consumo de trigo y la elaboración de harina en los molinos, para evitar el riesgo de errores en la transcripción de datos y disponer de información en menor tiempo para la planeación de la producción.

Tema material	4. Nuevos modelos de entrega/negocio
Descripción	Ampliar la distribución a tiendas o pequeños negocios e implementar nuevos canales de entrega a domicilio.
Dirección relacionada	<ul style="list-style-type: none"> • Comercial • Operaciones y Supply Chain
Grupos de interés	<ul style="list-style-type: none"> • Consumidores • Clientes
Gestión del tema material	
<p>Supply Chain & Comercial:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comercializamos nuestros productos a través de varias plataformas digitales de servicio a domicilio, para satisfacer la demanda de nuestros consumidores durante el confinamiento. • Creamos Canal Hogar, nuestro propio servicio a domicilio. Gracias a alianzas estratégicas incorporamos productos complementarios de 11 marcas en el catálogo de venta. Alrededor de 1.940 hogares en Quito y Guayaquil recibieron nuestros productos sin salir de casa. • Ubicamos una tienda móvil en los exteriores de un centro comercial de Quito, para brindar una alternativa de compra diferente, reduciendo el tiempo de espera y aglomeraciones de los supermercados. • Visitamos algunas urbanizaciones de Quito con nuestro carro de pan urbano, estilo Food Truck, donde las familias podían comprar directamente los productos de Moderna Alimentos, sin la necesidad de una aplicación. • Comercializamos nuestros productos a tiendas de barrio en Santo Domingo, Ambato, Quito, Manta y Guayaquil mediante el canal de distribución Tienda a Tienda (TAT). • Cubrimos más de 1.000 nuevos puntos en todo el país con nuestros dos canales de distribución: Autoservicios Independientes (ASIS) y Tienda a Tienda (TAT). • Aumentamos la distribución de nuestras pastas, llegamos a más de 16.000 tiendas a nivel nacional. 	

Tema material	5. Eficiencia energética
Descripción	Implementar proyectos de eficiencia energética en las operaciones.
Dirección relacionada	<ul style="list-style-type: none"> • Operaciones y Supply Chain • Sostenibilidad
Grupos de interés	<ul style="list-style-type: none"> • Accionistas • Empleados • Clientes • Consumidores • Comunidad
Gestión del tema material	

Operaciones & Sostenibilidad:

Optimizamos el uso de Implementamos 3 proyectos de Producción más Limpia en nuestra operación, con el objetivo de reducir la cantidad de energía requerida para proporcionar productos y servicios:

- Reducción del 31,98 % en el consumo de energía eléctrica por cambio de tubos fluorescentes a lámparas LED en la planta de Cajabamba.
- Reducción del 20,61 % en el consumo de energía eléctrica por eficiencia en el proceso de descarga de trigo en la planta de Cajabamba.
- Reducción del 74,19 % en el consumo de energía, por la implementación de un variador de velocidad eléctrico en el área de recepción de trigo en la planta de Manta.

Tema material	6. Impacto indirecto a comunidades
Descripción	Apoyar a las comunidades aledañas a las plantas de producción a mejorar sus condiciones de vida.
Dirección relacionada	<ul style="list-style-type: none"> • Sostenibilidad • Comercial
Grupos de interés	<ul style="list-style-type: none"> • Comunidades • Proveedores
Gestión del tema material	
<p>B2C - Línea de consumo pan:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entregamos más de 12.000 panettones en Quito, Guayaquil, Cuenca, Riobamba, Manta, Cayambe y Santo Domingo, endulzando la Navidad de 8.000 familias, a través de la campaña "Detalles que sorprenden". <p>Sostenibilidad:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entregamos 20 becas estudiantiles a niños provenientes de familias que no cuentan con los recursos necesarios para invertir en su educación, como parte del proyecto "Juntos por la Educación Rural" de la Fundación Fe y Alegría. De esta manera apoyamos a reducir la tasa de analfabetismo y deserción escolar en el año lectivo 2021 -2022. • Aportamos a la alimentación de 56.063 personas en situación vulnerable, con la entrega de 49.341 kg de alimentos inocuos y nutritivos a 26 fundaciones a nivel nacional. • 251 niños del Cantón Colta adquirieron nuevas habilidades y fortalecieron su carácter en el Centro de Desarrollo Comunitario Ñukata Kuyay, a través del aprendizaje de nuevas disciplinas como Estimulación temprana, Danza, Música, Pintura, Encuentro de la Palabra, Jugando con los números, Adaptación curricular. 	

Tema material	7. Huella de carbono
Descripción	Medir la huella de carbono corporativa para reducir y mitigar emisiones de gases de efecto invernadero.

Dirección relacionada	<ul style="list-style-type: none"> • Sostenibilidad • Operaciones y Supply Chain
Grupos de interés	<ul style="list-style-type: none"> • Comunidad • Empleados
Gestión del tema material	
Sostenibilidad:	
<ul style="list-style-type: none"> • Evitamos la generación de 3.230 toneladas de CO₂eq, que corresponden a la conservación de 12.888 árboles o 1.685 ha de bosque nativo, a través de la autogeneración de energía limpia y la implementación de proyectos de optimización de materiales, economía circular, eficiencia energética y reducción en el consumo de combustibles fósiles. 	

Tema material	8. Desarrollar productos saludables
Descripción	Elaborar productos bajos en grasas saturadas, grasas trans, sodio y azúcar; que incluyan fibra, vitaminas y minerales que aporten a la salud de nuestros clientes y consumidores.
Dirección relacionada	<ul style="list-style-type: none"> • Comercial
Grupos de interés	<ul style="list-style-type: none"> • Clientes • Consumidores
Gestión del tema material	
B2C - Línea de consumo YA:	
<ul style="list-style-type: none"> • Introducimos al mercado YA multisequillas: harina de trigo combinada con otros cereales (superfoods): quinoa + avena + centeno + linaza para ofrecer al consumidor un producto funcional con aportes nutricionales. • Creamos el nuevo Pancake de Avena (100 % avena): las características físico-químicas de la beta-glucano contribuyen en la reducción de las cifras de colesterol sanguíneo, así como a controlar la glucosa y la respuesta insulínica. 	

Tema material	9. Impacto indirecto a clientes
Descripción	Apoyar a los clientes para mejorar sus estrategias de negocio.
Dirección relacionada	<ul style="list-style-type: none"> • Comercial • Operaciones y Supply Chain
Grupos de interés	<ul style="list-style-type: none"> • Clientes
Gestión del tema material	

Supply Chain & B2C – Línea de consumo

- Capacitamos a nuestros distribuidores en temas de calidad; buenas prácticas de almacenamiento, distribución y transporte (BPA/BPD/BPT); manejo de finanzas y estrategias de marketing; ayudando a mejorar la administración y rentabilidad de su negocio.

B2B - Línea industrial

- Incluimos productos de bioseguridad y limpieza industrial en el catálogo de nuestro programa de fidelización y recompensa "**Horneando por un sueño**", durante la emergencia sanitaria.
- Compartimos contenidos de finanzas, orden y limpieza, servicio al cliente, marketing, entre otros, para potenciar las pequeñas panaderías mediante nuestra fan page **Orgullosamente Panificador**.
- Brindamos asesoría técnica a nuestros clientes panaderos y les entregamos más de 13.000 kits de mascarillas y guantes; 14.000 mandiles y cofias; y 1.600 kits de señaléticas con normas de bioseguridad para sus locales, a fin de apoyar la seguridad en sus procesos y facilitar su incorporación a la nueva normalidad.

Tema material	10. Nuevos hábitos de consumo
Descripción	Fomentar campañas de marketing y comunicación enfocadas en salud, nutrición, ambiente y responsabilidad social para clientes.
Dirección relacionada	<ul style="list-style-type: none"> • Comercial • Operaciones y Supply Chain
Grupos de interés	<ul style="list-style-type: none"> • Clientes • Consumidores
Gestión del tema material	
B2C - Línea de consumo PAN:	
<ul style="list-style-type: none"> • Promovemos una nutrición balanceada: el pan Integral de 600 gramos tiene 12 % de fibra y 12 % de proteína de los valores diarios requeridos para una alimentación saludable, en una sola rebanada. • Aumentamos la vida útil de nuestro pan a través de la reingeniería del producto, sin preservantes ni conservantes añadidos, manteniendo sus características de sabor y textura. 	
B2C - Línea de consumo YA:	
<ul style="list-style-type: none"> • Realizamos 6 transmisiones en vivo para presentar recetas saludables con nuestra harina YA multisemillas. • Producimos y comercializamos harina YA de 250 g y avena YA de 100 g para familias pequeñas y aquellas que disminuyeron su capacidad de compra. • Incorporamos en nuestros empaques mensajes de conciencia ambiental con imágenes de animales autóctonos, para promover el reciclaje, cuidado y limpieza del planeta. 	
Supply Chain:	
Contamos con la certificación FSC (Forest Stewardship Council o Consejo de Administración Forestal en español) en el 90 % de nuestros empaques de cartón, para contribuir a la conservación de los bosques y a sus valores sociales, culturales y ambientales.	

Tema material	11. Alianzas multiactoriales
Descripción	Crear alianzas para fortalecer la distribución y comercialización de nuestros productos; y la generación de proyectos sociales o ambientales.
Dirección relacionada	<ul style="list-style-type: none"> • Operaciones y Supply Chain • Comercial
Grupos de interés	<ul style="list-style-type: none"> • Clientes • Consumidores • Comunidades
GESTIÓN DEL TEMA MATERIAL	
<p>Operaciones y Supply Chain:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Generamos alianzas comerciales y estratégicas con clientes, agencias y aplicaciones móviles para incrementar los canales de distribución y venta, favoreciendo la disponibilidad y accesibilidad de nuestros productos para los consumidores. <p>B2C - Línea de consumo YA:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aportamos a la reactivación económica de 120 pequeños negocios de la provincia del Guayas (comedores, pastelerías, panaderías y ambulantes) en alianza con la fundación Karla Morales, mediante la entrega de 5.000 kg de harina YA. • Auspiciamos el primer concurso infantil de ética y valores “Crecer Honesto” organizado por la Cámara de Comercio de Quito, con el objetivo de promover la honestidad, integridad, responsabilidad, respeto y solidaridad en niños y adolescentes, a través de obras artísticas. 	

Gobierno Corporativo (102-26)

Contamos con políticas y procedimientos que garantizan un buen gobierno corporativo, responsable de asegurar la sostenibilidad de la empresa y la creación de valor en el largo plazo, mediante la incursión en nuevos mercados, la investigación y desarrollo de productos que satisfagan las necesidades de clientes y consumidores, la eficiencia operativa y el estricto cumplimiento de normas y principios para una gobernanza transparente, que beneficien de forma equitativa a nuestros grupos de interés.

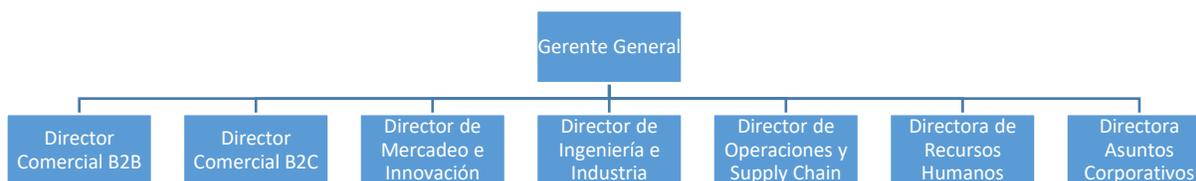
Estructura del Directorio

(102-18) (102-23) (102-24) (102-25) (202-2) (405-2)

El Comité de Alineamiento Directorio (CAD), órgano de gobierno interno, es el encargado de definir la filosofía y estrategia de la compañía, instrumentos que serán presentados a la Junta de Accionistas, órgano regulador de la empresa, para su respectiva aprobación. De esta manera, tenemos claro a dónde nos dirigimos y cuál es el camino que debemos seguir.

El CAD está conformado por ocho personas; siete directores de área y el gerente general, quien lo dirige y es el responsable del alcance, seguimiento y validación de los planes económicos, operativos, comerciales, ambientales y sociales.

Estructura del Directorio



En cuanto a composición por género, dos de sus miembros son mujeres y seis hombres; por su origen, el 75 % de los directivos son nacionales y el 25 % extranjeros; sus edades oscilan entre los 36 y 67 años.

En Moderna Alimentos la selección y designación de los directores responde a la estructura de la empresa. Cuentan con formación académica, competencias técnicas y de liderazgo alineadas a sus cargos, que les permiten ejecutar la estrategia empresarial y de sostenibilidad.

Además, se consideran otros criterios experiencia, igualdad de género, diversidad e independencia, ya que no son parte del grupo de accionistas.

Para el cumplimiento de las metas propuestas en el mapa estratégico y el manejo eficiente de temas económicos, sociales y ambientales, contamos con los siguientes comités de trabajo:

Comités ejecutivos:

- Comité semanal con el Directorio presidido por el gerente general.
- Comité mensual con el Board of Directors (accionistas) dirigido por la presidenta de la junta de accionistas.

Comités no ejecutivos:

- Comités operativos de negocio mensuales.
- Comités operativos de áreas mensuales.
- Foro trimestral de avance de objetivos.
- Comités Paritarios y Subcomités de Seguridad Industrial y Salud Ocupacional.

Como respuesta a la emergencia sanitaria se activaron los siguientes comités:

- **Comité de Manejo de Crisis (CMC):** conformado por los directores de cada área; para liderar y definir las estrategias financieras, comerciales y operacionales, cuando se presenten amenazas o emergencias que afecten la integridad de los empleados, la continuidad del negocio y el apoyo a la comunidad.
- **Comité de Operaciones de Emergencia (COE):** equipo designado por el CMC en cada localidad -incluyendo plantas, centros de distribución y oficinas administrativas-. Los miembros del COE son capacitados previamente en la gestión de los diferentes eventos que se presenten y tienen la capacidad de tomar decisiones basadas en los protocolos de emergencia y los recursos internos con los que cuenta cada sitio de trabajo.

Políticas de remuneración

(102-35) (102-36) (102-37) (202-1) (45-2)

La asignación de las remuneraciones del órgano superior de gobierno se realiza sobre la base de estudios de mercado, bandas salariales y análisis comparativos sectoriales. Estos insumos son proporcionados por consultoras calificadas, lo que nos permite ofrecer un paquete salarial competitivo, para atraer a los mejores talentos.

El salario de cada empleado obedece a su puesto de trabajo, nivel de impacto, responsabilidades, experiencia, educación y habilidades requeridas para el cargo. La relación del salario entre hombres y mujeres es 1:1, no hace distinción de género, edad o pertenencia a minorías, ya que se sustenta en la igualdad de oportunidades y no discriminación.

El 80 % de los empleados recibe un monto superior al mínimo sectorial y cumple con todos los requisitos determinados en la legislación ecuatoriana. Los valores son aprobados por el director de cada área de acuerdo al desempeño del evaluado.

Gestión de conflictos de interés

(102-25)

Para asegurar la imparcialidad e independencia en la toma de decisiones, es necesario identificar y gestionar posibles conflictos de interés. Con este fin y para mantener actualizada esta información, anualmente el área de Recursos Humanos emite el **Formulario de declaración para prevención de un posible conflicto de interés**, cada empleado lo llena conforme a las políticas contempladas en el el **Código de Ética y Conducta para empleados**.

El documento establece que ningún trabajador de la compañía tendrá intereses directos, indirectos, familiares, financieros o de otro tipo con ninguna entidad o persona natural que mantenga negocios con Moderna Alimentos o sus relacionados; sin que previamente exista una aprobación escrita por parte de la Dirección de Recursos Humanos, o de acuerdo con su importancia, por parte de la Gerencia General.

Si algún empleado omite información relevante o incumple con diligenciar este documento, la organización podrá aplicar las medidas disciplinarias que considere pertinente e incluso podrá dar por terminada la relación laboral.

Evaluación de la gestión del Directorio

(102-28) (102-31)

Anualmente, la gestión de los miembros del Directorio se evalúa con base al cumplimiento de los objetivos estratégicos y de área, establecidos en el Balanced Score Card y Business Plan.

Trimestralmente, las direcciones y gerencias presentan los avances alcanzados en las actividades y procesos operacionales, ambientales, sociales y económicos resultantes del respectivo análisis de riesgos y oportunidades para la sustentabilidad del negocio. Con esta información se establece la continuidad o modificación de los proyectos de cada área, manteniendo siempre un enfoque material.

Mecanismos de autoevaluación

Como parte del compromiso con la excelencia y como herramienta de evaluación, postulamos nuestros proyectos sociales, económicos y ambientales a convocatorias de reconocimiento de buenas prácticas sostenibles.

En 2021, obtuvimos las siguientes distinciones:

Reputación Corporativa

- Top 5 categoría Alimentación dentro del Ranking de Empresas con Mejor Reputación Corporativa realizado por Monitor Empresarial de Reputación Corporativa (MERCO) – Ecuador.
El estudio integra varios criterios, como: ética, responsabilidad social, talento humano, innovación, calidad de la oferta comercial, resultados financieros y presencia internacional.

Personas

- Por segundo año consecutivo recibimos el reconocimiento “Empresa Comprometida con la Responsabilidad Social en América Latina 2021”, del Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI), por la gestión ética y desempeño sostenible en los ámbitos económico, social y ambiental de nuestras operaciones.
- Reconocimiento “Empresa Socialmente Responsable 2021”, de la Corporación Ecuatoriana para la Responsabilidad Social & Sostenibilidad (CERES). Somos 1 de las 21 empresas a nivel nacional en ser reconocidas por su modelo de gestión integral, innovador y replicable en cuatro ámbitos estratégicos: ética empresarial, calidad de vida en el trabajo, vinculación con la comunidad y cuidado ambiental.

Producto

- Reconocimiento Marca YA como “Power Digital Brand” por Grupo Ekos, en base a la presencia eficaz en redes sociales (Facebook e Instagram). Para construir el ranking de marcas más influyentes en redes sociales, a través de un software, se mide la información de cada uno de los canales digitales, a fin de calcular el Indicador de Influencia.

Planeta

- Certificación Ecuatoriana Ambiental “Punto Verde - Empresa Ecoeficiente”, otorgada por el Ministerio de Ambiente, Agua y Transición Ecológica, por la ejecución de cinco proyectos de producción más limpia en nuestra Planta de Producción Cajabamba. Esta distinción, es uno de los reconocimientos más importantes a nivel nacional en cuanto a gestión y cuidado ambiental

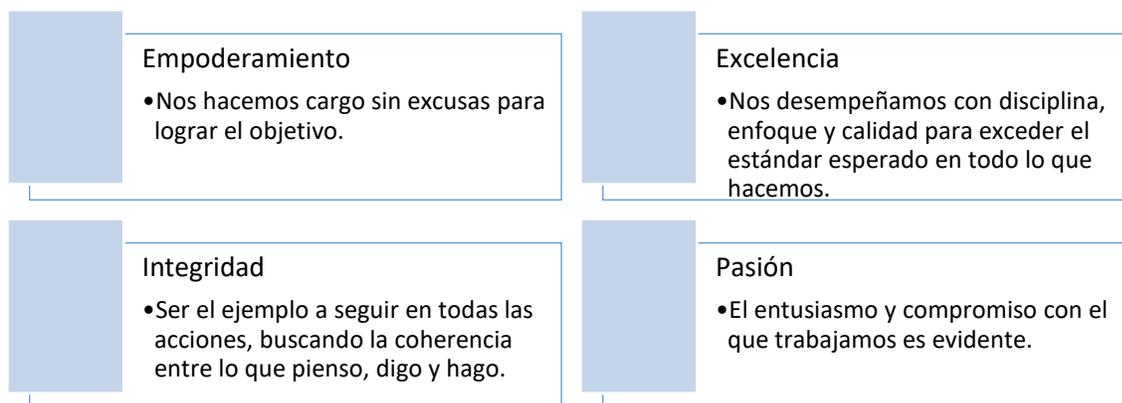
Ética y transparencia (102-16)

Una trayectoria exitosa depende de una labor diaria profesional, honesta, justa y respetuosa con sus empleados, accionistas, clientes, consumidores, proveedores y comunidad.

Nuestros valores corporativos: empoderamiento, excelencia, integridad y pasión promueven los principios éticos de transparencia, compromiso y responsabilidad. Con nuestro Código de Ética y Conducta establecemos las pautas generales que rigen el accionar de nuestros empleados en el cumplimiento de sus funciones, así como en sus relaciones comerciales y profesionales; así fortalecemos los controles internos y gestionamos

adecuadamente los riesgos de ética empresarial que se presenten en la compañía.

El Código de Ética y Conducta se entrega a cada nuevo empleado durante el proceso de inducción. El documento requiere la confirmación de recepción por escrito, comprometiendo al personal con su cumplimiento y a comunicar cualquier indicio de delito o irregularidad en las actividades de la compañía. Adicionalmente, dictamos talleres presenciales y virtuales al 100 % del personal en cada una de nuestras localidades, para mantenerlos informados y actualizados.



En 2021, con el objetivo de fortalecer la cultura organizacional y el conocimiento de la filosofía corporativa (misión, visión y valores), todas las áreas de la compañía desarrollaron 4 desayunos remotos y temáticos. Los líderes de cada equipo aprovecharon este espacio para compartir sus experiencias y afianzar las actitudes y comportamientos éticos asociados a cada valor.

Prácticas anticorrupción
(205-2)

Además, implementamos políticas de gestión ética nacionales e internacionales, como:

Lucha contra la corrupción
(102-17) (205-1)

Para mitigar el riesgo de prácticas antiéticas, realizamos exámenes periódicos y especiales de auditoría a todas las áreas de la compañía, en el 100 % de nuestros centros de trabajo, para verificar el cumplimiento de políticas, leyes y disposiciones; salvaguardar los activos; validar la información administrativo-financiera y determinar la eficacia de las operaciones. Adicionalmente, brindamos asesoría legal a empleados y/o proveedores con quienes mantenemos relación comercial para prevenir acciones u omisiones éticas.

Asimismo, estamos alineados a estándares internacionales como “Foreign Corrupt Practices Act” (*Ley de Prácticas Corruptas en el Extranjero*), que tiene por objetivo prevenir, investigar y sancionar los actos de corrupción y soborno de individuos, empresas y funcionarios.

Durante el 2021, no se identificaron casos de corrupción en la compañía.

Asistencia financiera

(201-4) (412-3)

No recibimos ningún tipo de ayuda monetaria, entendida como desgravaciones o créditos fiscales, ayudas de inversión, subvenciones, exención de regalía, incentivos financieros u otros similares por parte del gobierno.

En este período no se registraron contratos o acuerdos de inversión significativos con el Gobierno Nacional para tener beneficios tributarios, que incluyan cláusulas de Derechos Humanos o que hayan sido objeto de análisis en esta materia.

Además, ningún gobierno: sea nacional, provincial o cantonal, forma parte de la estructura accionaria de la empresa.

Independencia política

(415-1)

No realizamos contribuciones en efectivo ni en especie, directa o indirectamente a ninguna organización política o entidad estatal, conforme lo establecido en nuestras políticas internas.

No discriminación y anti-acoso

(406-1)

Promovemos la igualdad de oportunidades para nuestros empleados. Creemos que un ambiente laboral óptimo, libre de discriminación o acoso, beneficia el desempeño del personal y de la organización. Contamos con canales de asesoría y recepción de reportes, que permiten al público interno realizar sus denuncias o reclamos de una manera segura y confidencial.

Durante el 2021 no se registró ningún caso o denuncia formal por discriminación o acoso. De identificarse algún incidente que pueda afectar a los empleados, se procede en total apego a nuestros valores y principios, para tomar las acciones correctivas pertinentes.

Libertad de asociación y erradicación del trabajo infantil, trabajo forzoso u obligatorio

(407-1) (408-1) (409-1)

Cumplimos con la legislación laboral aplicable y con los diez principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas. Garantizamos que nuestros empleados ejerzan sus derechos de libertad de asociación y negociación colectiva, conforme a lo legalmente permitido, en las localidades donde operamos.

Realizamos negocios responsables, en los contratos firmados con proveedores y contratistas nos comprometemos a respetar las leyes ecuatorianas y los convenios internacionales, asegurando que no exista ninguna forma de explotación infantil, trabajo forzoso u obligatorio, o cualquier otro incumplimiento de los derechos laborales.

En este año no se identificaron casos o denuncias relacionada; sin embargo, si en algún momento se evidencia alguna falta o trato injusto, Moderna Alimentos exigirá a través de los mecanismos contractuales aplicables, el cumplimiento de todas las cláusulas establecidas y las acciones de gestión de proveedores correspondientes.

Derechos Humanos

(412-1)

Consideramos que los Derechos Humanos representan un firme compromiso con el respeto y la protección de la libertad, el bienestar y la dignidad de las personas. En Moderna Alimentos cumplimos estrictamente con las regulaciones, normas, principios constitucionales, resoluciones nacionales de ordenamiento territorial y derechos de los pueblos locales, reconocidos en la Declaración Universal de los Derechos Humanos y en los principales acuerdos internacionales, relacionadas a personas o colectivos en las plantas de producción y centros de distribución a nivel nacional y con todos los grupos de interés.

En 2021, el 100 % de nuestras plantas de producción recibieron la visita de organismos de control como el Ministerio de Trabajo, ARCSA, MAATE y Cuerpo de Bomberos, para validar, supervisar y evidenciar el cumplimiento de aspectos laborales y de Derechos Humanos.

Capacitación en Derechos Humanos

(412-2)

Durante 2021, capacitamos a 748 empleados, que representan el 100 % de nuestro personal administrativo y operativo a nivel nacional, en políticas y procedimientos relativos a Derechos Humanos.

Abarcamos temas relacionados como:

- Balance vida- trabajo.
- Código de Ética y Conducta para empleados.
- Enfermedades de transmisión sexual: prevención y cuidado.
- Filosofía corporativa: misión, visión, valores corporativos.
- Finanzas personales.
- Planificación familiar – Salud sexual y reproductiva.
- Prevención en el consumo de alcohol, tabaco, drogas.
- Protocolos y medidas de prevención COVID-19.
- Reglamento de Higiene y Seguridad en el Trabajo.
- Relaciones familiares saludables.
- Riesgos psicosociales – Acoso laboral.
- Salud corporativa.
- Talleres de manejo de emociones.
- Teletrabajo – Manejo de relaciones interpersonales.

Canales de asesoría y recepción de reportes

(102-17)

Para garantizar un comportamiento ético, responsable y transparente en nuestras acciones, a nivel nacional, disponemos de mecanismos confiables y seguros para la denuncia de conductas poco éticas o ilícitas. Los más utilizados son:

- Correos electrónicos particulares o anónimos dirigidos al personal de Recursos Humanos o a directivos de la empresa.
- Mensajes electrónicos a través de nuestra página web: www.modernaalimentos.com.ec.
- Llamadas a la línea SOS MODERNA **1800 200 300**.

Una vez reportada la información, ésta se canaliza con el área Legal y el departamento de Recursos Humanos para su respectiva investigación, gestión y documentación, manteniendo en todo momento la confidencial de la información.

PERSONAS

Nuestra gente

Nuestros empleados son la base fundamental para el funcionamiento de la empresa, su trabajo, dedicación y compromiso contribuye al cumplimiento de los objetivos y metas propuestas.

Valoramos el esfuerzo de nuestra gente, mantenemos el firme compromiso de aportar a su crecimiento personal y profesional, con un enfoque integral, a través de:

- Propiciar un entorno de trabajo respetuoso, que garantice la diversidad, equidad, inclusión, no discriminación y libre asociación.
- Promover la formación, el liderazgo y desarrollo de habilidades, así como la conciliación entre la vida laboral y familiar.
- Garantizar el respeto a los derechos humanos fundamentales, rechazando cualquier práctica que afecte la dignidad individual o colectiva.
- Aplicar las medidas necesarias para alcanzar altos niveles de seguridad y salud en todos los puestos de trabajo.
- Fomentar la comunicación, participación y sentido de pertenencia.

Caracterización de la fuerza laboral de Moderna Alimentos⁶ (102-8) (405-1)

La composición laboral de la empresa es la siguiente:

Caracterización laboral por género		
Categoría	2020	2021
Mujeres	177	170
Hombres	544	578
TOTAL	721	748

748 empleados	24 % menores de 30 años	70 % entre 30 y 50 años	6 % mayores de 50 años
-------------------------	-----------------------------------	-----------------------------------	----------------------------------

⁶ El área de Recursos Humanos no establece ningún indicador de minorías. Los procesos de selección, contratación, remuneración y promoción de cargo se basan en un modelo de *Gestión por Competencias*, que prioriza la evaluación de la capacidad e idoneidad de las habilidades, conocimientos y destrezas medibles de los trabajadores.

El 23% del personal es femenino y el 77% es masculino, esta diferencia se debe a que, en las áreas de producción y logística, la mayoría de los postulantes son hombres. Sin embargo, promovemos la equidad de género e inclusión laboral en los equipos de trabajo.

Por tipo de contrato y género

Caracterización laboral por tipo de contrato y género			
Categoría	Mujeres	Hombres	Total
Indefinido	163	535	698
Juvenil	-	4	4
Parcial	2	-	2
Emergente	5	39	44
TOTAL	170	578	748

Por región, localidad, género y grupo etario

Caracterización laboral por región, localidad, género y grupo etario								
Región	Localidad	Femenino	Masculino	Total	Menos de 30 años	Entre 30 y 50 años	Más de 50 años	Total
Sierra	Ambato	-	2	2	-	2	-	2
	Cajabamba	16	57	73	17	46	10	73
	Calderón	7	28	35	1	28	6	35
	Cayambe	8	82	90	31	56	3	90
	Cuenca	2	10	12	1	10	1	12
	Ibarra	-	4	4	-	4	-	4
	Quito	80	240	320	76	230	14	320
Costa	Guayaquil	39	56	95	30	61	4	95
	Manta	12	92	104	18	78	8	104
	Machala	-	1	1	1	-	-	1
	Santa Elena	1	-	1	-	1	-	1
	Santo Domingo de los Tsáchilas	4	5	9	1	8	-	9
Amazonía	Lago Agrio	1	1	2	-	2	-	2
TOTAL		170	578	748	176	526	46	748

Por cargo, género y grupo etario

Caracterización laboral por cargo, género y grupo etario						
Cargo	Femenino	Masculino	Total	Menos de 30 años	Entre 30 y 50 años	Más de 50 años
Analista	16	24	40	24%	76 %	-
Asistente	23	82	105	20 %	70 %	10 %
Coordinador	11	28	39	10 %	87 %	3 %
Director	2	6	8	-	88 %	12 %
Especialista	10	13	23	9 %	91 %	-
Gerente	8	22	30	3 %	77 %	20 %
Jefe	20	35	55	4 %	93 %	4 %
Operativo	40	291	331	38 %	59 %	3 %
Supervisor	13	17	30	10 %	80 %	10 %
Técnico	6	18	24	8 %	79 %	13 %
Vendedor	21	42	63	10 %	71 %	19 %
TOTAL	170	578	748			

Contrataciones y rotación

(401-1)

El índice de rotación acumulado a diciembre de 2021 fue de 17,85 %, siendo cuatro puntos porcentuales menos frente a la gestión en el 2020, como resultado de la implementación de estrategias que fomenten el trabajo en equipo, la motivación personal de cada empleado y la comunicación interna.

Índice de rotación de personal		
Moderna Alimentos	2020	2021
Índice de rotación de personal	21,99 %	17,85 %

A continuación, detallamos las contrataciones por género y grupo etario:

Contratación de personal		
Nuevas contrataciones	Femenino	Masculino
Menores de 30 años	14	95
Entre 30 y 50 años	18	26
Total	32	121

En el último trimestre del año, el número de contrataciones incrementó por la contratación temporal de personal de apoyo para la producción navideña en la planta de pan (Quito). Del total de personas contratadas en 2021, el **21 % fueron mujeres.**

Contratos por servicios complementarios

Contratamos a empresas que prestan servicios complementarios, en alimentación, limpieza y seguridad, con base al Mandato Constituyente No.8. Las empresas que prestan estos servicios son responsables de asumir todas las prestaciones sociales y de ley para su personal. Sin embargo, para garantizar el cumplimiento de los requisitos establecidos, a través de nuestro sistema de calificación de proveedores, realizamos el seguimiento periódico de sus obligaciones laborales.

Personal por tipo de servicios complementarios	
Tipo de servicio	Número de personas
Alimentación	17
Limpieza	10
Seguridad	30
Total	57

Capacitación **(404-1)**

En Moderna Alimentos entendemos a la formación y el desarrollo profesional como un factor esencial para el crecimiento de cada empleado y de la propia empresa.

Mediante evaluaciones de desempeño identificamos las fortalezas, oportunidades de mejora y perfil profesional de los empleados, con el objetivo de implementar programas de capacitación alineados con la estrategia corporativa y las necesidades de cada área o negocio.

Considerando las diferentes jornadas laborales, implementamos las siguientes modalidades de capacitación:

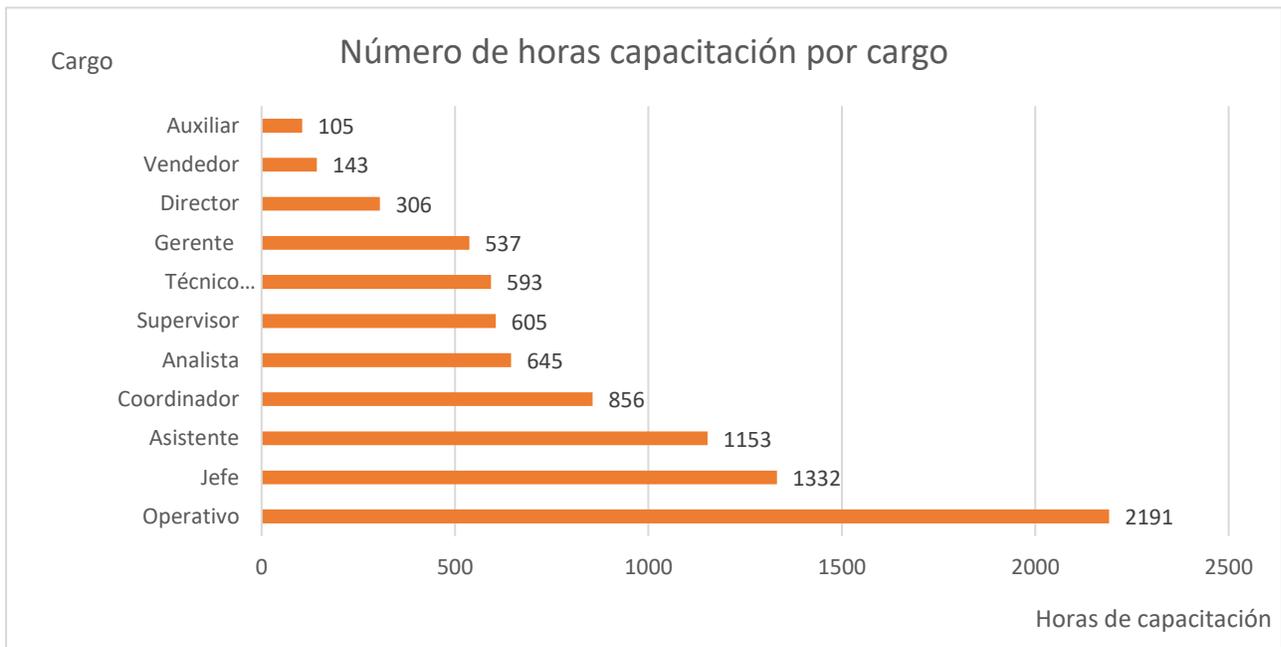
- Internas: modalidades virtuales y presenciales, en temas de calidad, seguridad industrial, salud ocupacional y trabajo social.
- Externas: cursos, talleres y programas de formación, dictados por facilitadores externos, encaminados a fortalecer habilidades y adquirir nuevos conocimientos.

Indicadores de capacitación 2021						
Categoría	Interna			Externa		
	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total
Horas de capacitación anual	2.710	591	3.301	3.285	1.880	5.165
No. total de participantes	578	170	748	399	148	547
Promedio horas/empleado	4,69	3,48	4,41	8,23	12,7	9,44

A través de nuestra plataforma de educación en línea SIEMBRA, capacitamos al 100 % del personal en temas relacionados con el Código de Ética y Conducta, Reglamento de Higiene y Seguridad en el Trabajo, Bioseguridad, Calidad, Seguridad Industrial, Ventas, entre otros.

Con la incorporación de los cursos normativos en línea, los empleados pueden capacitarse de una manera dinámica y participativa en horarios flexibles, ya que están disponibles a cualquier hora del día y se puede acceder a ellos desde cualquier computadora o dispositivo móvil.

Número de horas de capacitación por cargo



Nota: Para el cálculo se consideró el número total de empleados (170 mujeres y 578 hombres).

Evaluación para la mejora continua
(404-3)

Cada año realizamos evaluaciones para medir el progreso de los objetivos planteados y dar seguimiento de manera efectiva al desempeño de nuestro personal. En este proceso, empleado y su jefe directo se reúnen para registrar el porcentaje de cumplimiento, identificar oportunidades de mejora y establecer planes de acción para su desarrollo.

Evaluación de desempeño 2021				
Categoría profesional	Sexo		Total	Porcentaje
	Femenino	Masculino		
Jefe	16	34	50	18%
Asistente	19	29	48	18%
Analista	28	18	46	17%
Supervisor	9	23	32	12%
Coordinador	16	15	31	11%
Gerente	7	19	26	9%
Bodeguero	3	19	22	8%
Técnico	3	11	14	5%
Director	2	4	6	2%
TOTAL	103	172	275	100 %

Evaluamos al 50 % del personal (38 % femenino y 62 % masculino), según la nómina de la empresa.

Estándares laborales
(404-2)

Contrigo

La nueva normalidad provocada por la pandemia de la COVID-19 ha generado cambios en los hábitos y las formas de trabajo. Por ello y alineados a los objetivos estratégicos de la compañía, desde abril 2020, en Moderna Alimentos implementamos el programa de bienestar integral CONTRIGO, que en 2021 contempló las siguientes actividades:

Área	Temática	No. de beneficiarios
Educación Financiera	Caminamos CONTRIGO en tu manejo financiero - Quito	110 en Quito
	Aprende a organizar tus finanzas con la metodología F.I.R.E	247 a nivel nacional
	Finanzas Personales: videos "Juan el capo de las finanzas"	1.563 visualizaciones
Apoyo Psicológico	Estamos CONTRIGO en el manejo de tus emociones - pérdidas	22 a nivel nacional
	Atención Trabajo Social casos personalizados	88 nacional
	Contrigo Cuidamos de tu Salud - Día Mundial de la Salud Mental	98 nacional
Salud y bienestar	Estamos CONTRIGO durante la Lactancia Materna	25 a nivel nacional
	CONTRIGO y tu salud - Chequeos Médicos Ejecutivos 2021	8 a nivel nacional
	Vamos a movernos CONTRIGO en las pausas activas	110 a nivel nacional
Manejo emocional	Mujer Única y Moderna - Webinar	58 a nivel nacional
	CONTRIGO valoramos, respetamos y admiramos a las mujeres / Lineamientos para prevenir el acoso laboral dentro del ambiente laboral	341 a nivel nacional
	CONTRIGO cuidamos las relaciones saludables - Padres Reales No perfectos	25 a nivel nacional
	Estamos Contrigo y tu Familia - Coaching para Adolescentes	23 a nivel nacional
	CONTRIGO en tu Bienestar - Padres Extraordinarios	118 a nivel nacional
Desarrollo socioafectivo	Estamos CONTRIGO en tus momentos especiales: Cumpleaños, Nacimientos, Fallecimientos, Día del Trabajo, Día de la Madre, Día del Padre, Día del Niño	748 a nivel nacional
	Reconocimiento al Personal por años de servicio - Un legado de Conquista	60 a nivel nacional
	Cocinando Momentos Contrigo - Mini Pizzeritos 2021	60 a nivel nacional
	Compartimos CONTRIGO una deliciosa tradición	748 a nivel nacional
	CONTRIGO Vivimos una Increíble Navidad	748 a nivel nacional

Licencia de maternidad y paternidad

(401-3)

Creemos que la forma más eficaz de aportar a las familias trabajadoras es incentivando, tanto a las madres como a los padres, a desempeñar un rol activo en su vida familiar.

Durante el año 2021, los empleados tanto en jornada completa como a tiempo parcial gozaron de sus licencias parentales tal como lo estipula la ley, con un porcentaje de reincorporación del 100% en el caso del personal masculino y del 67% del personal femenino, ya que al cierre de este reporte se registran 4 mujeres en goce de su periodo de maternidad.

Indicador ⁷	2021		
	Femenino	Masculino	Total
Número de empleados que tuvieron derecho al permiso por maternidad o paternidad	12	21	33
Número de empleados que ejercieron su derecho al permiso por maternidad o paternidad	12	21	33
Número de empleados que se reincorporaron al trabajo tras finalizar su permiso por maternidad o paternidad	8	21	29
Número de empleados que se reincorporaron al trabajo tras finalizar su permiso por maternidad o paternidad y que continúan siendo empleados doce meses posteriores	8	21	29

Tasa de regreso al trabajo: 88 %

Tasa de retención de empleados: 88 %

Desde 2019, contamos con salas de lactancia totalmente equipadas y adaptadas a las necesidades de las usuarias en Cajabamba, Guayaquil, Quito y Manta. En Moderna Alimentos estamos convencidos de que propiciar estos espacios fortalece el vínculo entre madre e hijo y genera beneficios incontables para ambos.

⁷ Tasa de regreso al trabajo: número de empleados que regresaron del permiso parental versus número de empleados que debía regresar del permiso parental. Tasa de retención al trabajo: número de empleados retenidos doce meses luego del permiso parental versus número de empleados que regresan del permiso parental

Incentivos laborales
(201-3) (401-2)

En 2021, ofrecimos a nuestros empleados beneficios sociales y corporativos, a pesar de la situación crítica que enfrentamos por la pandemia, que les permitan estar a gusto en su trabajo y mejorar su productividad.

Todos los trabajadores, sin distinción de jornada, tienen el mismo trato y los mismos incentivos que aquellos con contrato indefinido.

Incentivos laborales	
Beneficios	Detalle
Prestaciones laborales	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Décimo tercer y cuarto sueldo. ✓ Fondos de reserva. ✓ Vacaciones. ✓ Utilidades.
Salud y bienestar	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Atención médica y fisioterapia gratuitas para los empleados en cada uno de los centros de trabajo. ✓ Chequeos médicos ocupacionales, anuales y gratuitos. ✓ Seguro de vida con cobertura por incapacidad o invalidez, el 100% del costo de la prima lo asume la empresa. ✓ Seguro médico privado, la empresa asume hasta el 60% del costo de las primas para el personal y sus familias. ✓ Créditos hospitalarios y subsidio por enfermedad del 25%. ✓ Cobertura total por maternidad, sin deducible ni copago. ✓ Tarjetas de descuento y crédito en farmacias.
Plan de jubilación	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Asesoramiento en los requisitos y trámites necesarios a realizar previo a su jubilación. ✓ Acompañamiento emocional y psicológico para una adaptación positiva de las personas próximas al cese laboral.
Tecnológicos	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Planes de telefonía móvil corporativos para garantizar la movilidad y conectividad en cualquier momento para los empleados. ✓ App Conexión Contrigo, que provee de datos móviles al personal sin celular corporativo, a fin de que puedan acceder a las diferentes aplicaciones de la compañía. ✓ Entrega de kits digitales y ergonómicos para teletrabajo.
Complementarios	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Beneficio de alimentación en cada una de las localidades. ✓ Áreas de recreación lúdicas, que aportan a un ambiente de trabajo positivo y a la buena salud mental de todos los empleados. ✓ Kit de bienvenida con todos los productos Moderna Alimentos. ✓ Tarjeta Supermaxi para el descuento del 30% en todos nuestros productos. ✓ Entrega de un bono navideño para los empleados y sus hijos menores de 12 años.

	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Actividades lúdicas y divertidas para compartir en familia; talleres de cocina, dibujo y pintura, campañas ambientales.
Reconocimientos ocasionales	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Agasajos y reconocimientos especiales para celebrar fechas relevantes como Día del Padre, Día de la Madre, cumpleaños, aniversario de trabajo, entre otros.

Programa de Seguridad Industrial y Salud Ocupacional (403-1) (403-4)

Consideramos el bienestar de las personas como el eje central de nuestras operaciones. Estamos comprometidos con fomentar una cultura de seguridad y salud que proporcione un ambiente de trabajo sano y seguro para nuestros empleados.

Cumplimos con la normativa de seguridad y salud ocupacional vigente, sustentada en el Art. 326, numeral 5 de la Constitución del Ecuador, en Normas Comunitarias Andinas, convenios internacionales de la Organización Internacional del Trabajo, Código del Trabajo, Reglamento de Seguridad y Salud de los Trabajadores y Mejoramiento del Medio Ambiente de Trabajo, decretos ejecutivos y acuerdos ministeriales.

Contamos con un Comité Central y Subcomités Paritarios de Seguridad y Salud en el Trabajo (SST), además de delegados de SST, dependiendo del número de personas en cada uno de nuestros centros de trabajo; sus representantes son elegidos anualmente en una asamblea general y sus nombres son registrados en el Ministerio del Trabajo.

Periódicamente realizan inspecciones a los puestos de trabajo, para detectar acciones o condiciones inseguras e identificar oportunidades enfocadas a reducir los riesgos laborales.

Los comités y subcomités representan al 100% de los empleados de la empresa y son un componente clave para precautelar la salud y bienestar de los trabajadores.

*Índices de Gestión en Seguridad y Salud en el Trabajo*⁸.
(403-2) (403-3)

Clasificamos los accidentes de trabajo en dos tipos: los que ocurren dentro de los centros de trabajo y los que suceden fuera de ellos. Los accidentes fuera de las instalaciones se denominan itinerarios (accidentes en el trayecto de viaje trabajo – hogar) y comisión de servicios.

Durante el 2021 registramos once accidentes dentro de nuestras instalaciones (11 hombres), con un acumulado de 209 días perdidos por reposo médico. Gracias al compromiso de todo el personal con la seguridad, no se registraron víctimas fatales. Los accidentes fueron reportados conforme el Reglamento de Riesgos del Trabajo CD 513 emitido por el IESS y registrados en el Sistema Único de Trabajo (SUT).

Localidad	Número de accidentes	Días perdidos	IF ⁹	IG ¹⁰
Cajabamba	1	15	1,13	16,98
Calderón	1	12	2,73	32,71
Cayambe	1	22	0,84	18,42
Cuenca	-	-	-	-
Guayaquil	2	50	1,83	45,72
Manta	2	86	1,56	67,15
Quito	4	24	0,94	5,73
Santo Domingo	-	-	-	-
Total	11	209	1,13	23,34

Tasa de Riesgo (TR): Promedio de días perdidos producto de cada accidente de trabajo ocurrido en 2021.

$$TR = \frac{\# \text{ de días perdidos}}{\# \text{ de lesiones}} = \frac{209}{11} = 19$$

⁸ En Moderna Alimentos no existen sindicatos, razón por la cual todos los temas de salud y seguridad son tratados directamente con los empleados.

⁹ **Índice de Frecuencia (IF):** Número de accidentes que se produjeron por cada 200.000 horas/hombre de exposición al riesgo.

¹⁰ **Índice de Gravedad (IG):** Número de días perdidos a causa de los accidentes de trabajo que se produjeron en la empresa en 2021.

Reforzamos nuestra cultura de seguridad¹¹. (video resumen)

Como parte del compromiso de Moderna Alimentos en mantener una operación sana y segura, implementamos el **Programa de Seguridad Basada en comportamientos (SBC) "Cero Accidentes"**. Este programa de observación involucra y empodera a todos los trabajadores de la empresa para identificar, reportar y corregir actos y condiciones inseguras, los mayores causantes de accidentes de trabajo.

En 2021, con el Programa SBC "Cero Accidentes", alcanzamos 1.136 reportes de los cuales 301 fueron actos inseguros, 48 actos seguros y 787 condiciones inseguras. El 84% de los planes de acción de estas observaciones fueron cerrados con éxito, gracias a la retroalimentación y el reforzamiento positivo en la operación diaria.

Adicionalmente, con el fin de promover el bienestar del personal en cada localidad, se ejecutaron las siguientes acciones:

- 184 inspecciones aleatorias de los puestos de trabajo a nivel nacional para verificar el cumplimiento de normas de seguridad en la operación.
- 4 entrenamientos en actividades de alto riesgo como trabajos en alturas, espacios confinados y LOTO (Bloqueo y etiquetado) usando tecnología de realidad virtual a 29 personas en las plantas de Manta, Cayambe, Cajabamba y Quito.
- 236 personas evaluadas bajo el Diagnóstico ROSA (Rapid Office Strain Assessment o Valoración Rápida del Esfuerzo en Oficinas) para identificar el nivel de riesgos asociados a los puestos de trabajo administrativos.
- 63 pausas activas y 90 sesiones de escuela postural ejecutadas para prevenir y aliviar tensiones musculares de forma personalizada. Además, se brindaron pautas para una postura ergonómica y ejercicios de elongación a 110 participantes a nivel nacional.

En 2022, lo haremos increíble con la nueva propuesta del Programa SBC "Cero Accidentes", edición Línea de Fuego, este concepto se utiliza para identificar

¹¹ No contamos con actividades laborales que impliquen una alta incidencia o alto riesgo de enfermedades relacionadas con su actividad.

un lugar en donde una persona puede ser impactada, golpeada o atrapada por objetos, materiales o cualquier tipo de energía que se libere y así actuar correctamente para evitar accidentes por actuaciones riesgosas.

Solidez en la atención a la emergencia sanitaria COVID-19

(102-15)

En 2021, nos enfrentamos a los retos asociados con la pandemia de la COVID-19 apoyados en nuestros valores corporativos y soportados en la resiliencia de un modelo de negocio ágil y competitivo liderado por un equipo humano capaz y comprometido.

Frente a esta nueva realidad cuidamos la vida y la salud de las personas, aseguramos el suministro de alimentos inocuos y nutritivos, mediante las siguientes acciones:

- Análisis y evaluación de riesgo personalizado a cada empleado, en función de su puesto de trabajo, enfocado a la prevención de COVID-19.
- Asignar a modalidad Home Office / Teletrabajo al personal vulnerable, cargos administrativos y de áreas de soporte, para prevenir contagios y reducción de aforos en nuestras oficinas, plantas y centros de distribución.
- Dotar de kits para mitigar la COVID-19 a los empleados y sus familias (alcohol, mascarillas y gel antibacterial).
- Implementar medidas de bioseguridad para prevenir el contagio por COVID-19, con la aplicación del protocolo de contingencia por sospecha de un caso positivo, cumplimiento de normas de distanciamiento y del aforo en las áreas de trabajo.
- Colocar de afiches informativos con las medidas de bioseguridad y normas de distanciamiento en diferentes áreas.
- Establecer el aforo de áreas comunes, casilleros y comedores; implementación de acrílicos como protecciones de barrera física.
- Reforzar la limpieza de la maquinaria, vehículos de carga, herramientas de trabajo, escritorios, teléfonos, equipos de cómputo como también otros dispositivos y equipos que se usan frecuentemente.

- Realizar charlas virtuales y presenciales de concientización y medidas de bioseguridad para la prevención de la COVID-19 en todas las localidades.
- Efectuar una encuesta de salud previo al ingreso del personal, como medida de prevención de posibles contagios de COVID-19.
- Controlar el ingreso a los centros de trabajo de todas las personas (verificación de temperatura y revisión de síntomas); entrega de mascarilla KN95, lavado y desinfección de manos y calzado.
- Verificar permanente el cumplimiento de las medidas de prevención e higiene en proveedores de servicios de catering, seguridad y limpieza.
- Asistencia directa del médico ocupacional para la evaluación de síntomas y evitar la exposición a posibles contagios al acudir a centros médicos.
- Chequeos periódicos y pruebas aleatorias para descartar posibles casos positivos de COVID-19.
- Apoyo psicológico, sesiones de coaching y webinars para el manejo de crisis y control de emociones al personal.
- Restringir los viajes y desplazamientos a los estrictamente necesarios y promover las reuniones por canales digitales.

Adicionalmente, desarrollamos la campaña **“Si te cuidas tú, nos cuidamos todos”**, espacio en que 11 equipos multidisciplinarios de todas las localidades, nos enseñaron de una manera dinámica y divertida como prevenir el contagio por coronavirus (COVID-19) en los hogares y lugares de trabajo.

Asimismo, fuimos parte activa del Plan de Vacunación 9/100, unimos fuerzas y trabajamos enfocados en proporcionar lugares de inmunización seguros para los trabajadores de la empresa, sus familiares y la comunidad aledaña a nuestras plantas de producción.

En Moderna Alimentos, el 99,86% de nuestros trabajadores a nivel nacional han recibido las tres dosis de la vacuna anti-COVID-19, así aportamos a la reactivación económica, productiva y social que beneficia a todos.

Nuestra comunidad

(203-2) (413-1)

Aplicamos un enfoque responsable en nuestro modelo de negocio, generamos impactos positivos en la cadena de valor y en las comunidades donde estamos presentes.

Creemos firmemente en el desarrollo de los grupos vulnerables del país, por ello, implementamos proyectos sostenibles para apoyarlos en su progreso y construcción de un mejor futuro en medio de una crisis sanitaria mundial.

En 2021, alineados a nuestra estrategia empresarial y los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 de las Naciones Unidas, trabajamos en los siguientes ejes:

1. Centro de desarrollo comunitario “Ñukata Kuyay” - Cajabamba:

La planta de Cajabamba está ubicada en el cantón Colta, desde hace 112 años, lo que nos permite mantener una estrecha relación con la comunidad y conocer de cerca su realidad.

Uno de los sectores más afectados durante la emergencia sanitaria ha sido el sistema educativo; esta pandemia ha obligado a cerrar instituciones educativas y a emplear otras formas de enseñanza como la educación virtual. Sin embargo, no todos los estudiantes han tenido las mismas oportunidades. En el Ecuador 90.000 alumnos han abandonado sus estudios; 7 de cada 8 niños no cuentan con equipos tecnológicos para su uso personal; 8 de cada 10 hogares no tienen internet y 6 de cada 10 escolares afirman que están aprendiendo menos.

Con estos antecedentes y con el objetivo de que los niños y niñas del cantón tengan acceso a la educación virtual, mejoren su autoestima, fortalezcan sus habilidades y desarrollen todo su potencial, el 9 de febrero del 2021, el Centro de Desarrollo Comunitario **Ñukata Kuyay** (Quien te quiere, Quien te cuida), reanudó sus operaciones. Para ello se implementaron las siguientes acciones:



A través de la Gamificación reforzamos la capacidad de los estudiantes para solucionar problemas y generamos interés por las actividades escolares.

En 2021, mediante el aprendizaje de disciplinas lúdicas, artísticas y técnicas como la música, pintura, lenguaje y matemáticas, alcanzamos los siguientes resultados:

Encuentro con la palabra	Jugando con los números
56 niños y niñas adquirieron nuevos conocimientos y mejoraron su expresión escrita y oral reduciendo su rezago escolar.	56 estudiantes con necesidades educativas especiales recibieron clases de nivelación de conocimientos.
Música	Dibujo y pintura
38 niños y niñas desarrollaron destrezas musicales para el canto, guitarra, piano y violín, conforme sus preferencias.	35 participantes fortalecieron su creatividad y aprendieron nuevas técnicas para realizar sus propios diseños.
Adaptación curricular	Clases virtuales
10 estudiantes de bachillerato reciben refuerzo académico en Física, Química y Matemáticas con voluntarios.	8 estudiantes contaron por primera vez con el servicio gratuito de internet y computadoras, herramientas básicas para su educación.
Danza	Estimulación temprana
14 estudiantes mejoraron su coordinación, concentración, memoria y expresión artística.	20 estudiantes de educación inicial desarrollaron sus destrezas motrices y habilidades sociales.

Además, para evitar la propagación del virus y mitigar su impacto, realizamos charlas presenciales con el médico ocupacional de la localidad de Cajabamba, para informar a los estudiantes, padres de familia y maestros del centro, acerca de las medidas de bioseguridad y prevención de la COVID-19, así como para despejar sus inquietudes.

2. Continuidad educativa:

Nos sumamos al proyecto “Juntos por la Educación Rural” de la Fundación Fe y Alegría, con la dotación de 20 becas escolares a niños provenientes de familias que no cuentan con los recursos necesarios para invertir en su educación. De esta manera apoyamos a reducir la tasa de analfabetismo y deserción escolar en el año lectivo 2021 -2022.

3. Contribución a la seguridad alimentaria:

La pandemia por COVID-19 ha restringido el acceso a alimentos suficientes, seguros y nutritivos en la población, la inseguridad alimentaria es uno de los restos a enfrentar para salvaguardar la salud de la población.

Ante esta coyuntura, en 2021, contribuimos a la alimentación de 56.063 personas en condición vulnerable con la entrega de 49.341 kilogramos de productos alimenticios inocuos, nutritivos y saludables, aportando al cumplimiento de las metas del ODS 2: Hambre Cero.

4. Voluntariado corporativo:

Ejecutamos acciones para la protección y conservación de los recursos naturales, por motivo del Día Mundial del Ambiente, 54 voluntarios de la planta de producción de Cayambe participaron en la jornada de limpieza organizada por el GAD Municipal de Cayambe.

Los participantes contaron con los insumos de bioseguridad necesarios para prevenir cualquier tipo de contagio por COVID-19 y recolectaron 890 kilogramos de residuos que fueron gestionados adecuadamente.

Relaciones comunitarias:

(411-1) (413-2) (G4-FP3)

Durante el período reportado en este informe y como resultado de nuestro desempeño transparente y responsable, no registramos ningún incidente relacionado con violaciones de los derechos de los pueblos indígenas en nuestras localidades. Tampoco registramos denuncias sociales, disputas industriales o protestas por parte de nuestros empleados o de las comunidades aledañas.

PRODUCTO

PRODUCTO

Nos aseguramos de producir alimentos nobles y verdaderos, elaborados a partir de materias primas selectas; utilizando ingredientes naturales, nutritivos y de excelente calidad.

Aportamos a la alimentación y bienestar de clientes y consumidores, incorporando al mercado productos, libres de preservantes, con un alto contenido de fibra, proteínas, cereales, vitaminas y antioxidantes. Asimismo, productos con niveles bajos y moderados de azúcar, grasa saturada y sal.

Cumplimos los parámetros, normas y reglamentos establecidos por los organismos de vigilancia y control, para la elaboración, etiquetado y comercialización de productos alimenticios. Como resultado, en 2021, no incurrimos en multas o demandas por competencia desleal, prácticas monopolísticas u otras similares.

Constante Innovación

(103-3)

Desde el área de Innovación nos enfocamos en escuchar, entender y satisfacer los requerimientos nutricionales y organolépticos¹² de los consumidores, aprovechando las oportunidades de negocio y enfrentando los desafíos cambiantes del sector.

Para ello, constantemente investigamos y analizamos las tendencias del mercado; las preferencias y hábitos del consumidor y los requisitos legales o técnicos aplicables.

Vivimos la innovación con base en cuatro pilares:

- Invencción: Creamos e inventamos diferentes productos y soluciones con base en las necesidades de nuestros clientes y consumidores.
- Reinvención: Nuestra meta es seguir inspirando a nuestros clientes y consumidores a través de una alimentación sana y responsable.
- Innovación interna: Mejoramos nuestros procesos productivos y administrativos para ser cada vez más eficientes.
- Cambio cultural: Proponemos nuevas ideas que generen un impacto positivo en los momentos de alimentación de las familias ecuatorianas.

¹² Organoléptico: corresponde a las características físicas que tiene la [materia](#) en general y que puede ser percibido por los órganos de los sentidos, como por ejemplo: [sabor](#), [textura](#), [olor](#), [color](#) y [temperatura](#).

En 2021 lanzamos al mercado los siguientes productos:

B2C - Línea YA: Harinas Fraccionadas, Premezclas y Avena:

- Harina YA con levadura 1 kg, brinda la fórmula perfecta de harina de trigo y levadura para preparar pan o pizza en casa, sin necesidad de ser un experto panadero.
- YA Torta Dinosaurio (Dino) 500 g; YA Torta Unicornio (Dulce) 500 g; YA Torta Arcoíris (Purpurin) 515 g, divertidas premezclas sabor a chicle, fresa y vainilla elaboradas con colorantes naturales como: clorofilas y carotenos obtenidos a partir de frutas y verduras.

B2C- Línea PAN:

- Pan Moderna Artesanal Integral 560 g, opción ideal para cubrir los requerimientos diarios de fibra. Elaborado con harina integral y endulzado con panela, no contiene colorantes.
- Bollitos Chocopan 420 g, exquisito pan redondo elaborado a partir de harina integral de trigo, relleno de chispas de chocolate, fuente de energía con un contenido bajo en grasa.
- Bollitos Brioche 420 g, delicioso pan de horno, elaborado con harina de trigo fortificada y mantequilla de verdad. Su contenido de azúcar, sal y grasa es menor al máximo permitido en el Sistema de Semaforización de la ARCSA.

B2C - Línea PASTAS: Santorino:

- Renovamos los empaques del portafolio de pastas Santorino: cabello de ángel, corbata chica, codo rayado, fettuccini, lasagna, macarrón, spaghetti, tallarín, tornillo. Productos elaborados con sémola de trigo durum de alta calidad que permite una alimentación saludable y balanceada.

[Transformación digital \(video más digital\)](#)

Nuestro enfoque de innovación digital está centrado en las necesidades del cliente. Cada proyecto comienza con el análisis de datos, que se complementa con las mejores prácticas de agilidad, procesos Lean y experiencia del usuario (UX – User Experience).

En la ruta de transformación digital, el área de Tecnología de la Información actualizó nuestro sistema de gestión empresarial (ERP - Enterprise Resource

Planning) a SAP S/4 HANA, logrando integrar los procesos comerciales, productivos, operativos, logísticos, financieros y de gestión, en una sola plataforma vanguardista, intuitiva y eficaz.

En 2021, contamos con plataformas digitales de primer nivel para promover una cultura digital en la organización, tomar decisiones basadas en datos, aplicar la automatización robótica de tareas digitales (RPA - Robotic Process Automation) y detectar oportunidades para incrementar la eficacia en los procesos de la cadena de valor y soporte.

Además, nuestros colaboradores se comunican y trabajan de manera colaborativa en la plataforma digital más innovadora e integral para empresas que es Workplace. De esta manera tienen acceso desde cualquier dispositivo y desde cualquier lugar para mantenerse informados de lo que sucede en la empresa y compartir sus experiencias.

Certificaciones de calidad e inocuidad

(G4-FP5)

Para garantizar la calidad de nuestros productos contamos con certificaciones de cumplimiento de normativas nacionales e internacionales de gestión e inocuidad alimentaria como: BPM, HACCP, FSSC 22000, SMETA y Sellos de Calidad INEN; auditadas y validadas por los organismos de control competentes, según la norma ISO 19011 "Directrices para la Auditoría de Sistemas de Gestión".

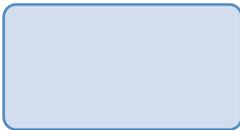
En el siguiente cuadro, detallamos las certificaciones obtenidas en cada planta de producción durante el 2021:

Certificaciones de calidad 2021

PLANTA	BPM	HACCP	FSSC 22000	SMETA
Cajabamba	✓	✓	✓	✓
Cayambe Molino	✓	✓	✓	✓
Cayambe Pastificio	✓	-	✓	✓
Quito	✓	✓	-	-
Manta	✓	✓	✓	✓
Porcentaje de certificación	100 %	80 %	80 %	80 %

Además, obtuvimos 41 sellos de Calidad INEN, que validan la eficacia operacionales en el proceso productivo, la competencia técnica del personal y la implementación adecuada del sistema de gestión.

100% de nuestros productos se elaboran en plantas con certificaciones de calidad e inocuidad alimentaria nacionales e internacionales.



Buenas Prácticas de Manufactura (BPM)

- Manejo y manipulación de alimentos que se ajusta a cada etapa del proceso, para garantizar calidad e inocuidad.



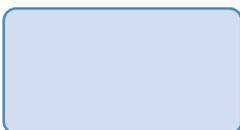
Análisis de peligros y puntos críticos de control (HACCP)

- Proceso sistemático que asegura la inocuidad alimentaria. Se analizan riesgos y puntos críticos de control para prevenir los peligros químicos, físicos y biológicos.



Sistema de Gestión de Seguridad Alimentaria (FSC 22000)

- Norma que especifica los requisitos a cumplir en la cadena de suministro de alimentos, asegurando que lleguen al consumidor en perfecto estado.



Auditoría de Comercio Ético de Miembros de SEDEX (SMETA)

- Auditoría externa que permite evidenciar los principios de la producción ética y socialmente responsable de la cadena de suministro.



Sellos de Calidad INEN

- Reconocimiento otorgado por el Servicio Ecuatoriano de Normalización a un producto que cumple los requerimientos de calidad e inocuidad y se elabora bajo un sistema de gestión de calidad.

Nutrición y comunicación responsable

(206-1) (416-1) (417-1) (417-2) (419-1) (G4-FP6) (G4-FP7) (G4-FP8)

En Moderna Alimentos tenemos el compromiso de proporcionar una información nutricional clara y transparente de nuestros productos, que les permita a clientes y consumidores escoger los que mejor se adapten a su alimentación, edad y estilo de vida.

Para asegurar que la información del etiquetado sea accesible y de fácil comprensión, nos regimos a normas y reglamentos técnicos como: NTE INEN 1334 "Rotulado de Productos Alimenticios para Consumo Humano"; RTE INEN 022 "Rotulado de Productos Alimenticios Procesados, Envasados y Empaquetados", y "Reglamento de Etiquetado de Alimentos Procesados para el Consumo Humano", elaborado por la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA).

El 100% de nuestros productos cumplen con las normas y reglamentos técnicos establecidos para el etiquetado de alimentos.

Adicionalmente, incluimos en nuestros empaques el **Sistema Gráfico de Semaforización**¹³, para la lectura del contenido de azúcares, grasa y sodio (sal), con base a porciones de 100 gramos de alimento procesado. De esta manera, los consumidores pueden tomar decisiones informadas para una nutrición adecuada, previniendo enfermedades de alta incidencia como sobrepeso y obesidad.

El 89 % de nuestro portafolio tiene semáforo verde y amarillo, lo que indica que el contenido de azúcar, grasa saturada y sodio es menor al 15%, 20% y 0,6%, respectivamente.

El 63% de los productos procesados son bajos en azúcares; el 56% tienen fórmulas bajas en grasa saturada y el 52% son bajos en sodio; asimismo, el 35,33% de nuestro portafolio tiene un contenido alto de vitaminas y minerales, y el 7,33% cuenta con un nivel significativo de fibra, de acuerdo con la norma NTE INEN 1334 "Rotulado de Productos Alimenticios para Consumo Humano – Requisitos para las Declaraciones Nutricionales y Declaraciones Saludables".

En lo referente al empaque utilizado, por tratarse de alimentos de libre consumo, no requiere incluir información sobre su manejo, instrucciones de ingesta o formas de manipulación. Sin embargo, para que el consumidor puede clasificar adecuadamente sus residuos, se incluye la codificación del material usado, según el RTE INEN 100 "Materiales y Artículos Plásticos destinados a estar en contacto con los Alimentos".

Para la fecha de cierre de este reporte, no se identificaron sanciones por incumplimiento en el etiquetado; tampoco incurrimos en multas o demandas por atentar contra la libre competencia u otras similares.

Servicio a los consumidores

(416-2) (417-3) G4-FP4) (418-1)

Constantemente realizamos campañas y eventos para acercarnos e informar a los consumidores sobre los usos y beneficios de nuestros productos; además, de compartir, contenidos relacionados con alimentación y estilos de vida saludable.

En 2021, implementamos 17 campañas de marketing con actividades digitales y presenciales, como videos en vivo con recetas fáciles, rápidas, nutritivas y accesibles; desarrollo de un catálogo digital con la información de nuestros

¹³ El reglamento de etiquetado no aplica para harinas, pastas ni avenas.

productos, capacitaciones técnicas y asesorías personalizadas con el objetivo de ofrecer un mejor servicio a nuestros clientes.

Durante el período reportado no tuvimos reclamos por filtración de información de ninguno de nuestros grupos de interés: clientes, empleados, comunidad o accionistas, que pudieran afectar su privacidad o normal desempeño.

Para prevenir cualquier tipo de sanción por incumplimiento a normativas o códigos relativos a la publicidad o campañas de las marcas y a la seguridad & salud de productos y servicios, periódicamente nos mantenemos informados sobre las regulaciones emitidas por las autoridades de vigilancia y control pertinentes, como: Ley Orgánica de Comunicación, Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado, Manual de Buenas Prácticas Comerciales para el sector de los Supermercados y/o similares y sus proveedores.

Satisfacción del cliente

(102-43)

La adecuada y oportuna atención de los clientes es una prioridad, por ello aplicamos herramientas y criterios para identificar, monitorear y evaluar sus requerimientos y expectativas, aplicamos herramientas de medición y seguimiento, como:

- **Net Promotor Score (NPS):** Este indicador parte de una pregunta clave a los clientes: "*Usando una escala del 1 al 10, ¿qué tanto recomendaría nuestros productos?*".

Consultamos a 6 850 clientes y alcanzamos un resultado positivo del 83,26%, lo que muestra que 8 de cada 10 clientes recomiendan nuestros productos.

- **Sistema PQRs – SOS Moderna:** Nos permite gestionar de forma eficiente las *Peticiones, Quejas, Reclamos y Sugerencias* recibidas de nuestros clientes y consumidores.

En 2021 recibimos 494 casos; el 100 % fueron solucionados en el mismo período. El tiempo de respuesta promedio fue de 6 días laborables, objetivo establecido en este año.

- **Asesoría personalizada:** Con el uso de herramientas digitales, el equipo de ventas mantiene una comunicación efectiva con sus clientes, a fin de comprender sus dudas y necesidades, lo que nos permite brindar un soporte y orientación personalizado sobre las características y beneficios de nuestras marcas.

Supply chain

El área de supply chain brinda soporte a los clientes internos para cubrir sus necesidades y demandas dentro de la cadena de valor. Además, genera relaciones éticas y transparentes con los proveedores, con base en:

- Código básico iniciativa de comercio ético
- Política de compras
- Código de ética y conducta para proveedores/contratistas
- Procedimiento de calificación, evaluación y desvinculación de proveedores

En 2021, cubrimos la evaluación del 85% del total de proveedores de materia prima, empaques y afines, utilizando criterios de calidad, ambiente, estándares laborales, derechos humanos y responsabilidad social. Para asegurar la objetividad y transparencia, el proceso fue desarrollado por una empresa externa e independiente, La meta para el 2022 es cumplir con la calificación del 100% de este grupo.

Con el sistema Drive-in, fortalecimos el servicio de entrega de nuestros productos a nivel nacional, monitoreamos el 96% de los pedidos para medir con precisión la hora de entrega y las novedades presentadas por los clientes al momento de recibir el producto. Adicionalmente, capacitamos a 281 transportistas y estibadores en protocolos para la prevención de COVID-19, servicio al cliente y calidad de entrega, buscando identificar oportunamente cualquier inconveniente en la distribución y garantizar una atención adecuada.

Descripción de la cadena de suministro

(102-9) (102-10)

En nuestra cadena de suministro contamos con cinco equipos que trabajan coordinadamente en el abastecimiento de materias primas y distribución de productos requeridos para la atención oportunamente a los clientes.

Trade de trigo: encargado del suministro del trigo, principal materia prima par la elaboración de nuestros productos.

Compras: responsable de la gestión de materias primas, empaques y aditivos, así como de productos comercializados, mediante el aseguramiento de niveles óptimos de calidad y costo.

Planeación: orientado a la proyección de demanda de las líneas de producto que ofrecemos al mercado. Lidera la planificación de producción y el traslado de producto terminado hacia los CD.

Pedidos: gestiona los pedidos diarios de los clientes, buscando responder a sus necesidades con inmediatez y calidad.

Logística: encargado de la distribución eficiente y sostenible de los productos hacia nuestros clientes.

Gestión con proveedores

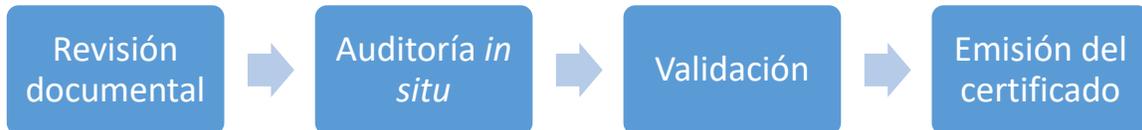
(308-1) (308-2) (407-1) (408-1) (409-1) (414-1) (414-2) (G4-FP2)

Nuestros proveedores son un componente básico para el éxito de la empresa. Por ello, creamos relaciones comerciales a largo plazo, civiles y mercantiles basadas en la mutua dependencia, la coincidencia de metas y el principio de ganar-ganar. De este forma, alcanzamos las mejores condiciones de compra la compañía.

Las personas o empresas interesadas en proveer bienes o servicios para el desarrollo de nuestros procesos deben cumplir con los requisitos establecidos en el *Código de ética y conducta para proveedores/contratistas*, en donde constan los lineamientos éticos para el manejo de las relaciones comerciales. Este documento se entregó y socializó al 100% de nuestros socios estratégicos.

Adicionalmente, a través del *Sistema de Calificación de Proveedores* realizamos una evaluación sistemática del desempeño de nuestros proveedores, para identificar oportunidades de mejora, establecer acciones correctivas necesarias y fortalecer la cadena de valor. El proceso consta de las siguientes etapas:

Gráfico. Proceso de calificación de proveedores



De acuerdo con los siguientes criterios:



En 2021 se evaluaron 307 proveedores de acuerdo con el siguiente detalle:

CALIFICACIÓN DE PROVEEDORES 2021		
Tipo	Descripción	Porcentaje
A	Todos los proveedores de bienes que intervienen en el proceso productivo o bienes para comercializar.	27 %
B	Los que ofrecen bienes y servicios de apoyo o soporte a las áreas de producción, almacenamiento, distribución y ventas.	67 %
C	Los que brindan bienes o servicios de orden administrativo.	6 %
Total		100 %

El 100% de nuevos proveedores cumplen con criterios ambientales, laborales, de seguridad y derechos humanos, estándares previos al inicio de su relación con la empresa.

De acuerdo con nuestra política de compras y después de las evaluaciones realizadas, el 100 % del volumen de adquisiciones cumplen con normas y estándares nacionales e internacionales (p. ej.: FSSC 22000, ISO 9001, ISO 18001, ISO 26001, ISO 45001, BPM, DDHH, Ethical Trading Initiative, Estándares GRI).

Asimismo, durante las auditorías de verificación no se identificaron impactos sociales o ambientales negativos, ni casos en los que la libertad de asociación o el derecho a la negociación colectiva pueda infringirse o estar amenazada; o que exista un riesgo significativo de casos de trabajo infantil, forzoso u obligatorio.

Gestión en la cadena de suministro

Personal de Seguridad

(410-1)

Para garantizar la competencia y atención oportuna del equipo de seguridad física, solicitamos a la empresa contratista la formación integral de los agentes. En 2021, la contratista certificó que su personal recibió capacitaciones periódicas en materia de Derechos Humanos y normativas para la seguridad corporativa, con un promedio de 24 horas por persona.

Distribución de compras

(204-1)

Contribuimos a dinamizar la economía nacional priorizando las zonas donde operamos. Estamos comprometidos en promover la igualdad de oportunidades, sin discriminación de origen, y apoyar a proveedores y

contratistas locales para cumplir con los estándares establecidos en nuestras políticas.

A continuación, detallamos las compras realizadas en 2021:

Distribución de compras	
Detalle	Porcentaje
Locales	80,97 %
Importaciones	19,03 %

Distribución de compras locales	
Localidad	Porcentaje
Plantas de producción	47 %
Centro de distribución	53 %

Distribución de compras locales por planta	
Planta	Porcentaje
Quito	49 %
Cayambe	27 %
Manta	17 %
Cajabamba	7 %

Para este cálculo, se excluyen los valores de compra de trigo, debido a que la mayor parte de esta materia prima se importa, pues el trigo que se siembra y cosecha en el país no cubre la demanda de industria molinera. Además, las características del trigo nacional -bajo contenido proteico y de gluten- limitan su uso en la elaboración de harinas para panificación.

Sin embargo, mantenemos nuestro compromiso de promover y apoyar el desarrollo de los proveedores locales de materia prima a través del programa *Cultiva*.

[Desarrollo de proveedores locales de materia prima](#)

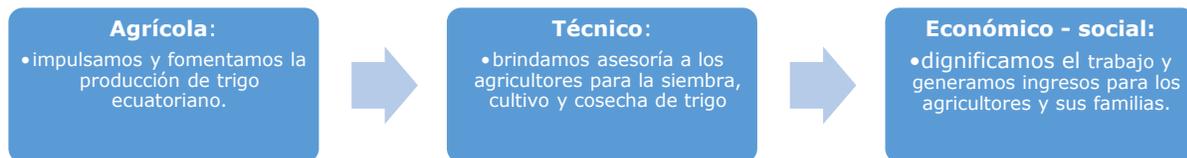
(203-1) (203-2)

Debido a nuestro giro de negocio, que consiste en la elaboración de productos derivados de trigo, el desarrollo del sector agrícola relacionado con esta semilla requiere nuestro compromiso y apoyo.

Por ello, a partir del 2010, implementamos el programa *Cultiva* para fomentar la producción de trigo nacional, asegurar la calidad de la materia prima, fortalecer los conocimientos y mejorar los ingresos de los agricultores insertados en nuestra cadena de valor.

Cultiva contribuye a la producción de trigo ecuatoriano, a través de las siguientes etapas: inspección de terrenos, entrega de semilla certificada, asistencia técnica y garantía de compra del 100% de la cosecha.

Este modelo de negocio agrícola sostenible se enfoca en 3 ejes:



1. **Agrícola:** Para garantizar el rendimiento de los cultivos a través de una mayor productividad, entregamos semilla de trigo certificada, que cumple con todos los estándares exigidos por el Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias, INIAP.

Desde el 2014 hasta el 2021 se han entregado 682.475 kg, lo que representa un financiamiento de USD 505.207 para los agricultores.

Adicionalmente, trabajamos en el desarrollo y mejoramiento de la semilla, junto con el Ministerio de Agricultura, INIAP y GADs de las localidades donde se implementa el programa.

Evolución de la calidad de semilla de trigo			
Factor / Año	2013	2017	2021
Falling Number (segundos)	242,00	237,00	259,00
Peso Electrolito (Kg/Hl)	76,72	78,76	79,50
Humedad (%)	14,30	13,98	13,69
Impurezas (%)	3,75	1,29	1,42
Gluten (%)	22,94	22,33	26,56

Estas acciones incrementaron el número de hectáreas cultivadas, de 21 ha en 2010 a 1.595 ha en 2021 con un rendimiento de 3,40 t/ha.

2. **Técnico:** Brindamos capacitaciones sobre la importancia del cultivo de trigo en el país, manejo de semillas, técnicas de siembra y cosecha. Además, realizamos visitas técnicas en campo y a las plantas producción de Cayambe y Cajabamba, con el objetivo de visibilizar las buenas prácticas agroindustriales.

386 agricultores capacitados en técnicas de cultivo de trigo nacional, así como en procesos de producción que se realizan en las Plantas de Moderna Alimentos.

3. **Económico - Social:** Desde hace 11 años trabajamos con agricultores de las provincias de Carchi, Imbabura, Pichincha, Bolívar y Chimborazo, generando oportunidades de negocio y crecimiento local en el sector agrícola.

Beneficiamos a 572 agricultores de las zonas norte y centro del país, compuestas por:

124 pequeños
agricultores

15 productores
industriales

8 asociaciones
de productores

En 2021 adquirimos 2.772 toneladas de trigo, el 41% de la cosecha nacional destinada a la industria molinera.

Datos infografía 2021

- 572 familias beneficiadas en Carchi, Imbabura, Pichincha, Bolívar y Chimborazo.
- 386 agricultores capacitados en técnicas de cultivo de trigo nacional, y en procesos productivos de nuestras plantas.
- 115.830 kg de semilla certificada entregadas a los agricultores, lo que representa un financiamiento de USD 87.979.
- 1.595 hectáreas de trigo cultivadas con un rendimiento de 3,40 t/ha.
- 2.772 toneladas de trigo nacional adquiridas, por USD 1,34 millones, que corresponde al 41% del total de producción de trigo ecuatoriano.

PLANETA

PLANETA

Para Moderna Alimentos el cuidado y la protección ambiental son aspectos esenciales en todas las operaciones que desarrollamos; estamos comprometidos con:

- Utilizar eficazmente los recursos y adquirir maquinaria sostenible, para reducir el impacto ambiental de la producción y el consumo de bienes y servicios.
- Gestionar de manera integral los residuos, incorporando criterios de economía circular que permitan su revalorización.
- Fomentar una cultura de consumo responsable a través de la promoción y sensibilización de buenas prácticas ambientales.
- Evaluar el desempeño de nuestros indicadores ambientales, para proponer oportunidades de mejora *verde*.
- Implementar iniciativas de Producción Más Limpia, para mitigar la generación de emisiones de Gases Efecto Invernadero (GEI) y reducir la huella de carbono corporativa.

Cumplimiento legal ambiental

(102-11) (307-1) (413-2)

Cumplimos con la normativa ambiental nacional vigente en cada una de las localidades donde operamos. Nos mantenemos atentos e informados de las resoluciones, ordenanzas y regulaciones emitidas por las autoridades de vigilancia y control a nivel local y nacional, para gestionar oportunamente los lineamientos aplicables a nuestro accionar.

Contamos con un equipo multidisciplinario capacitado y calificado en la gestión de riesgos ambientales, que periódicamente evalúa nuestro impacto en el entorno, quienes en caso de identificar alguna desviación o situación incertidumbre en el cumplimiento del Plan de Manejo Ambiental, aplicando el **principio de precaución** implementarán acciones para prevenir, eliminar y disminuir la probabilidad de ocurrencia de cualquier efecto adverso.

Durante 2021 no recibimos reclamos, denuncias o demandas por parte de las comunidades donde operamos; tampoco registramos multas o sanciones por incumplimiento de la legislación ambiental.

Uso responsable de materia prima

Materia prima

(301-1)

El trigo es la principal materia prima de nuestros procesos de producción, utilizado en la elaboración de harinas, sémola, pan y pastas de la mejor calidad.

Volumen de materia prima

En 2021 aumentamos el consumo de materia prima, debido al desarrollo de estrategias de marketing y alianzas comerciales con un componente de servicio excepcional, que nos permitieron incrementar el volumen de nuestras ventas.

Planta	Trigo adquirido a proveedor externo (t)	
	2020	2021
Cajabamba	46.293,04	48.722,57
Cayambe	70.398,04	89.125,72
Manta	95.089,08	111.977,51
Total	214.500,30	249.825,80

Planta	Producción interna (t)	
	2020	2021
Panificadora (masa)	10.140,89	9.004,90
Pastificio (sémola)	7.465,99	8.630,65
Total	17.606,88	17.635,55

Aditivos

Añadimos enzimas y agentes oxidantes que otorgan propiedades específicas a las harinas con la que se elaboran pan, galletas, pasteles, entre otros; permitiéndonos contar con una amplia variedad de productos que satisfacen las necesidades de nuestros clientes.

Los aditivos utilizados provienen de fuentes renovables, extraídos por procesos biotecnológicos, y cumplen con la Norma General para Aditivos Alimentarios – *Codex Alimentarius*.

Planta	Aditivos (t)	
	2020	2021
Cajabamba	13,06	15,95
Cayambe	125,71	98,39
Manta	20,58	24,65
Panificadora	50,22	44,59
Total	209,94	183,58

Durante este período, el consumo de aditivos disminuyó 12,40 % con relación a 2020; gracias a la innovación de recetas y productos, sin que se altere su calidad, textura, olor, color y sabor.

Material de empaque

(301-2) (301-3)

Para el empaque de los productos de la línea B2B (harina) utilizamos principalmente sacos y láminas de polipropileno, plástico *stretch* e hilo; en la línea B2C (harina fraccionada, pan y pastas) empleamos en menor medida fundas plásticas y cartón.

Planta	Material de empaque (t)	
	2020	2021
Cajabamba	126,00	103,97
Cayambe	175,00	187,23
Manta	212,04	211,51
Panificadora	126,47	181,93
Pastificio	105,28	198,99
Total	744,79	883,63

El consumo de material de empaque está relacionado con el volumen de producción de las plantas, su variación se determina por la planificación nacional que se organiza mensualmente y se ajusta cada semana de acuerdo con la demanda del mercado.

En 2021, a nivel nacional, aumentamos un 18,64 % el uso de materiales de empaque, resultado del incremento de producción habitual en las plantas de Cayambe (molino y pastificio).

Insumos reciclados, productos reutilizados y materiales de envasado

Dado que nuestro giro de negocio es la fabricación de alimentos, debemos garantizar la inocuidad de estos; por esta razón, no incorporamos insumos reciclados o materiales de envasado recuperados dentro de los procesos. Sin embargo, trabajamos con los proveedores de material de empaque en la implementación de estrategias que favorezcan el aprovechamiento y revalorización en el ciclo de vida de sus productos, sin que esto afecte los estándares de calidad establecidos por la compañía.

Como parte de estas iniciativas, tenemos:

- Adquisición de empaques de cartón que cuentan con la Certificación FSC (Forest Stewardship Council o Consejo de Administración Forestal en español), que garantiza una forestal ambientalmente apropiada, económicamente viable y socialmente beneficiosa.
- Compra y reposición de pallets fabricados con resina ecológica.
- Reciclaje de rollos de core stretch film (rollos) para un tratamiento óptimo por parte del proveedor.
- Reducción de plástico y cartón utilizados como empaques primarios y secundarios en la adquisición de enzimas y oxidantes.
- Renovación de moldes de pan, en los cuales no es necesario el uso de aceite desmoldante.

Gestión integral de residuos¹⁴

(306-2) (306-4)

En Moderna Alimentos, nos enfocamos en la reducción, clasificación diferenciada, reciclaje, inserción en nuevos ciclos productivos y como último recurso en caso de no ser aprovechados, la disposición final de nuestros residuos.

¹⁴ En cumplimiento de la legislación ambiental vigente y el Convenio de Basilea sobre el control de los movimientos transfronterizos de los desechos peligrosos, no tratamos, transportamos, importamos o exportamos ningún tipo de material peligroso.

Clasificamos los residuos en: **peligrosos**, aquellos que por sus características corrosivas, reactivas, tóxicas, inflamables, biológico-infecciosas y/o radioactivas pueden causar daño a las personas o al ambiente; y **no peligrosos**, los que no representan un riesgo para la salud, no contaminan y se reciclan.

En 2021, promovimos la clasificación diferenciada de 236.142 kg de residuos no peligrosos en nuestras plantas, materiales reciclables como: cartón, papel, plástico y chatarra, que fueron entregados a recicladores base de la comunidad, generando empleo y dinamizando la economía del sector.

Además, para aportar a la conservación de los recursos, trabajamos en la revalorización de 126,8 t de residuos orgánicos que fueron transformados en 6.343 kg de abono orgánico, reinsertado en nuevas cadenas productivas de pequeños agricultores.

Finalmente, y con base a la normativa vigente, entregamos 72.659 kg de desechos peligrosos al gestor ambiental calificado por la Autoridad Ambiental Nacional para su tratamiento y disposición final.

Recursos

Energía

(103-1) (103-2) (103-3)

En la elaboración, almacenamiento y distribución de nuestros productos, consumimos **energía renovable**, proveniente de nuestra hidroeléctrica y la red distribuidora, y **energía de fuentes no renovables**, combustibles de origen fósil, como diésel y GLP.

En 2021, iniciamos la implementación de un Sistema de Gestión de la Energía basado en el estándar ISO 50001 para gestionar y mejorar el desempeño energético y a la vez reducir las emisiones de Gases Efecto Invernadero (GEI).

Consumo total GLP

(302-1)

Empleamos Gas Licuado de Petróleo (GLP) en nuestra planta de pan para el funcionamiento de los hornos, en el resto de las localidades, y en menor medida como combustible de los montacargas.

Planta	Consumo total de GLP ¹⁵ (TJ)	
	2020	2021
Cajabamba	0,87	0,63
Cayambe	0,22	0,09
Manta	1,14	0,67
Panificadora	13,58	14,19
Total	15,93	15,58

Consumo total diésel

(302-1)

El diésel es la fuente de energía más importante en la planta de pastas, se usa en el proceso de secado; en la planta de pan es usado para el funcionamiento de calderos y hornos secundarios y en los molinos permite accionar los generadores eléctricos, en caso de cortes eléctricos.

Planta	Consumo total de diésel ¹⁶ (TJ)	
	2020	2021
Manta	0,82	1,36
Panificadora	4,98	4,69
Pastificio	8,74	13,13
Total	14,64	19,18

Consumo total de energía eléctrica

(302-1) (302-2)

El 30% del consumo eléctrico en nuestras plantas de producción es autogenerado por nuestra central hidroeléctrica de 1,65 MW, ubicada en Cayambe, de esta manera reducimos el abastecimiento de energía del Sistema Nacional Interconectado y evitamos la generación de emisiones GEI por el uso de energía limpia.

15 Para calcular la energía, utilizamos el poder calorífico del GLP: 45.343,044 J/kg.

16 Para calcular la energía, utilizamos el poder calorífico del diésel: 146.520.000 J/gal.

Planta	Consumo eléctrico total ¹⁷ (TJ)			
	2020		2021	
	Propio	Externo	Propio	Externo
Cajabamba	-	11,02	-	11,44
Cayambe	12,32	4,19	13,12	4,37
Manta	-	25,57	-	27,33
Panificadora	-	3,14	-	4,32
Pastificio	4,27	-	7,26	-
Total	16,59	43,92	20,38	47,46

En 2021, el consumo de energía eléctrica alcanzó 18.843 MWh, correspondientes a 67,84 TJ, lo que significó un aumento de 12,11% en comparación con la demanda de energía de 2020; siendo la más significativa la planta de pastas, debido al incremento de su producción habitual.

Intensidad energética

(302-3) (302-4) (302-5)

La intensidad energética se calcula relacionando el consumo eléctrico expresado en terajulios (TJ) con la cantidad de materia prima, en toneladas (t), procesada en cada planta. Mientras más bajo es el resultado, más eficiente es el consumo de este recurso en el proceso operativo.

Planta	Intensidad energética (x 10 ⁻⁴ TJ/t)	
	2020	2021
Cajabamba	2,38	2,35
Cayambe	2,35	1,96
Manta	2,69	2,44
Panificadora	3,10	4,80
Pastificio	5,72	8,41
Total	16,23	19,95

¹⁷ Para convertir entre unidades de medida de una misma magnitud física, en este caso, la energía solo se ocupó el factor de conversión entre 1 W.s = 1 J, o su equivalente 1kWh = 3,6 x 10⁶ J. Adicional 1TJ = 1x10¹² J.

Al comparar los valores 2020 y 2021 de este indicador, registramos una disminución del 8,9% en los molinos de Cajabamba, Cayambe y Manta, resultado de la optimización de los procesos productivos, adquisición de maquinaria eficiente, instalación de iluminación LED y concienciación del personal para el uso adecuado de los recursos.

En el caso de las plantas de pan y pastas se evidencia un aumento de la intensidad energética, consecuencia del incremento de su producción.

Agua

(303-1) (303-3) (306-1)

El consumo de agua está relacionado directamente con el tipo de producto que se elabora en cada planta. En los molinos, el agua se usa para el acondicionamiento del trigo, se absorbe y no genera efluentes. Asimismo, en las plantas de pan y pastas, el agua es un ingrediente indispensable en el proceso de transformación de la materia prima en masa y sémola respectivamente.

Planta	Consumo de agua (m ³)	
	2020	2021
Cajabamba	1.304	1.418
Cayambe	3.524	3.313
Manta	6.029	6.128
Panificadora	12.349	10.660
Pastificio	1.513	1.538
Total	24.719	23.057

El agua que se consume en cada una de las localidades proviene de la red de suministro público. Sin embargo, en Cayambe, con la respectiva autorización del organismo de control competente, obtenemos este recurso de una vertiente natural ubicada en los predios de la planta.

Generación de efluentes

(303-2) (306-5)

Al desarrollar nuestros procesos de producción en seco no generamos efluentes industriales, por esta razón, no reciclamos o reutilizamos el agua en la operación.

Sin embargo, en 2021, como resultado del lavado de gavetas en la planta de Quito generamos 8.914 m³ de aguas residuales, los cuales previo a su descarga fueron

sometidos a un pretratamiento primario y caracterizaciones fisicoquímicas por un laboratorio ambiental externo acreditado para garantizar que cumplen con los parámetros requeridos por la normativa ambiental vigente y que no representan ningún riesgo de afectación para el entorno.

Derrames significativos

(306-3)

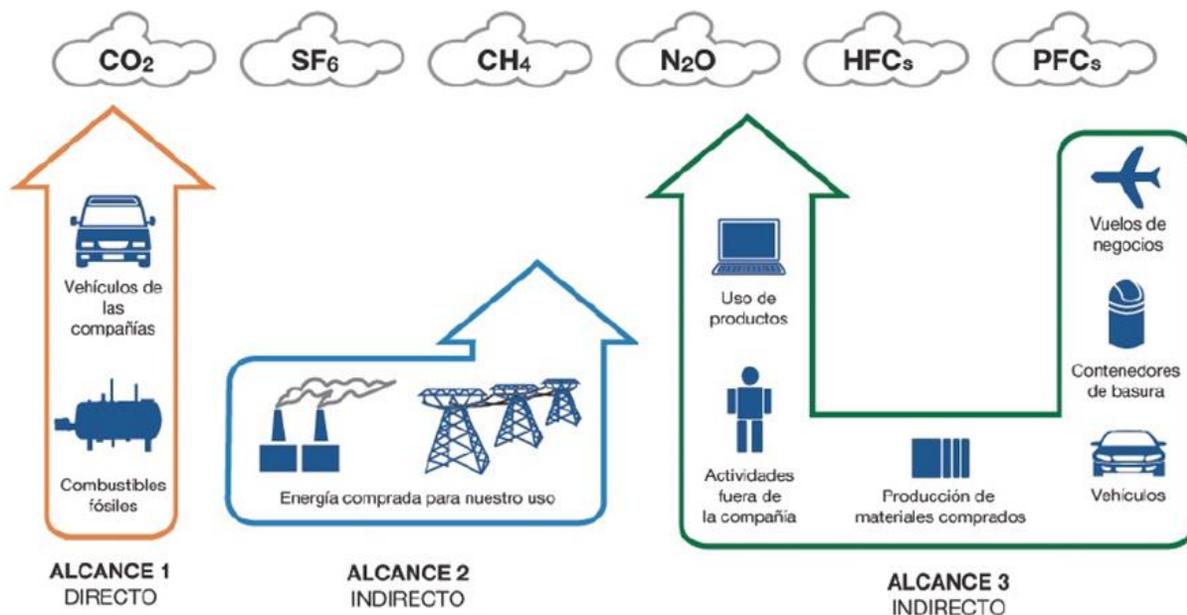
Como parte de nuestra mejora continua contamos con planes de contingencia y brigadas de emergencia para prevenir y de ser necesario atender y controlar de forma ágil, eficaz y segura posibles eventos adversos que puedan afectar a las localidades donde operamos.

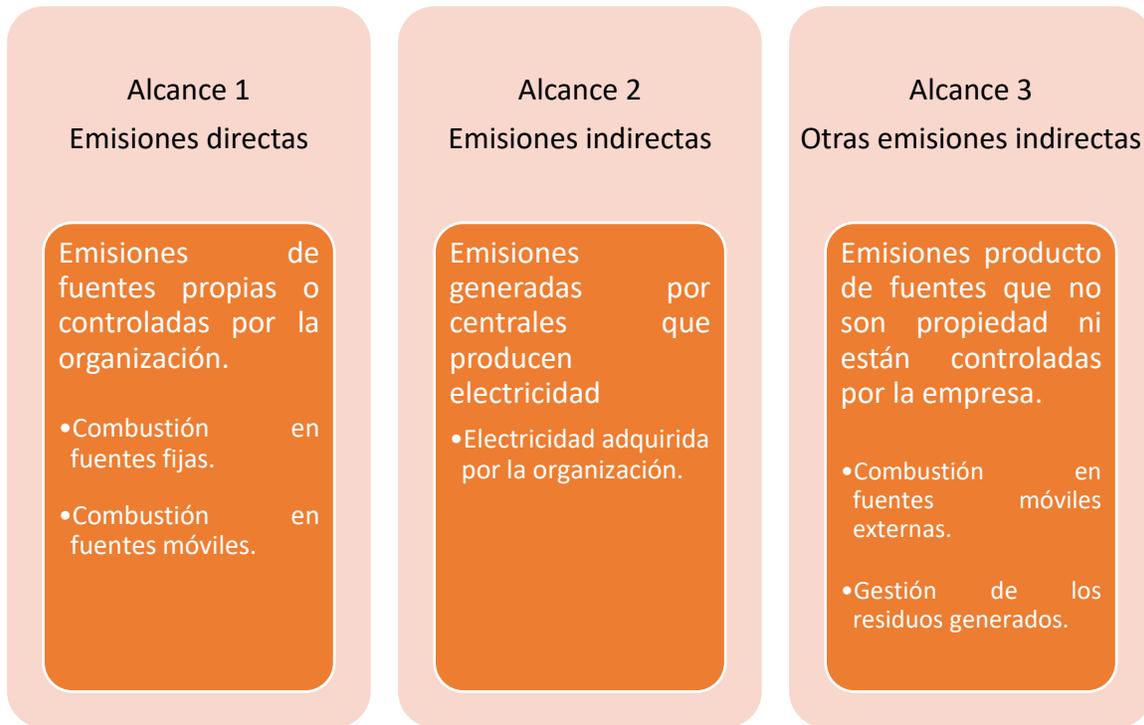
En el período de este reporte no se registró ningún tipo de derrame.

Emisiones de toneladas de CO₂

(103-1) (103-2) (103-3)

La Huella de Carbono (HC) representa el volumen total de gases de efecto invernadero (GEI) que producen las actividades directas e indirectas de la organización; se expresa en **unidades de carbono equivalente (CO₂eq)**. Según su alcance, las emisiones GEI pueden clasificarse en:





Desde el 2017 mantenemos un registro de las emisiones GEI relacionadas con nuestra operación, de acuerdo con lo establecido en el Estándar Corporativo de Contabilidad y Reporte - Protocolo de GEI y la Norma ISO 14064-1 "Especificación con orientación, a nivel de las organizaciones, para la cuantificación y el informe de las emisiones y remociones de GEI".

Emisiones Alcance 1

(305-1)

Para el reporte de las emisiones GEI – Alcance 1 consideramos el consumo de combustibles (GLP y diésel) utilizado durante las actividades de las plantas de producción. No tomamos en cuenta el transporte de materiales, productos, residuos, trabajadores y pasajeros, ya que son ajenas a las actividades controladas por la empresa.

Para el cálculo de las emisiones en este alcance, empleamos los factores de emisión provistos por el IPCC 2006, Volumen 2. Energía. Combustión Estacionaria. Cuadro 2.2¹⁸; dando los siguientes resultados:

¹⁸ Diesel: 74,1 tCO₂/TJ; 0,003 tCO_{2e} de CH₄/TJ y 0,0006 tCO_{2e} de N₂O/TJ – GLP: 64,2 tCO₂/TJ; 0,003 tCO_{2e} de CH₄/TJ y 0,0006 tCO_{2e} de N₂O/TJ

Planta	Emisiones Alcance 1 (tCO _{2e})	
	2020	2021
Cajabamba	56	55
Cayambe	14	12
Manta	134	124
Panificadora	1.241	1.124
Pastificio	647	425
Total	2.902	1.740

Emisiones Alcance 2

(305-2)

Para la emisiones GEI - Alcance 2 tomamos los datos de energía eléctrica comprada por cada una de nuestras plantas; al ser energía de la red pública, utilizamos el factor de emisión de CO₂¹⁹ del Sistema Nacional Interconectado del Ministerio del Ambiente (2019), propio del sector eléctrico del Ecuador.

Planta	Emisiones Alcance 2 (tCO _{2e})	
	2020	2021
Cajabamba	1.390	1.345
Cayambe	528	610
Manta	3.224	3.042
Panificadora	396	412
Total	5.596	5.409

En 2021, evitamos la generación de **2.763 toneladas de CO₂ equivalente** por la producción de 6.084 MWh de energía renovable en nuestra hidroeléctrica ubicada en Cayambe.

¹⁹ Electricidad: 0,45x10⁻³ tCO₂/kWh; 0,00139 x10⁻³ tCO_{2e} de CH₄/kWh y 0,00267x10⁻³ tCO_{2e} de N₂O/kWh.

Emisiones Alcance 3

(305-3)

Conforme lo establecido en el Protocolo GEI y la Norma ISO 14064, donde menciona que es recomendable pero no obligatorio presentar el Alcance 3, para este reporte no consideramos las emisiones indirectas resultantes de la extracción y producción de materias primas e insumos, los viajes de trabajo con medios externos; tampoco el transporte de materiales, combustible y productos realizados por terceros.

Intensidad de Emisiones GEI

(305-4) (305-5)

Para calcular la intensidad de emisiones GEI se suman los valores Alcance 1 y 2 y se divide para el total de materia prima procesada en cada una de las plantas.

Planta	Intensidad de emisiones GEI (tCO ₂ e/t)	
	2020	2021
Cajabamba	0,03	0,03
Cayambe	0,01	0,01
Manta	0,04	0,04
Panificadora	0,16	0,15
Pastificio	0,09	0,09
Total	0,33	0,32

Logramos una ligera reducción de la intensidad de emisiones GEI en relación con 2020, 3,03%, gracias a la reducción del uso de combustibles fósiles y la autogeneración de energía limpia.

Emisiones SAO²⁰

(305-6)

La ejecución de nuestras operaciones no implica la producción, importación o exportación de Sustancias Agotadoras de la Capa de Ozono (SAO); actualmente el Protocolo de Montreal ha logrado disminuir la producción, consumo y tasa crecimiento de la concentración atmosférica de varias de estas sustancias: CFC, HCFC, halones, y bromuro de metilo.

²⁰ SAO – Sustancias Agotadoras de la Capa de Ozono.

Calidad Aire Ambiente

(305-7)

En Moderna Alimentos, monitoreamos semestralmente la calidad del aire ambiente con un laboratorio externo acreditado, conforme lo dispuesto en la normativa ambiental vigente, cumpliendo los parámetros establecidos en el Texto de Legislación Ambiental Secundario Ministerio del Ambiente (TULSMA), Norma Calidad de Aire Ambiente, lo que garantiza que no generamos ninguna afectación al entorno en las localidades donde operamos.

Protección de la biodiversidad

(304-1) (304-2) (304-3) (304-4)

Nuestras instalaciones no están localizadas cerca de áreas protegidas, hábitats restaurados o espacios de alto valor en términos de diversidad biológica; lo que asegura que las actividades de la empresa no representan un impacto significativo sobre la biodiversidad.

Asimismo, dentro de las instalaciones no se encuentran especies incluidas en la Lista Roja de la UICN o registros nacionales de conservación; con base a lo indicado en los certificados de intersección, requisito previo para la obtención de los permisos ambientales para nuestra operación.

Iniciativas para mitigar el cambio climático

(201-2)

El cambio climático es una de las principales amenazas que, en la actualidad, tiene que afrontar la sociedad. Si no logramos alcanzar el Acuerdo de París, para mantener el incremento de la temperatura global por debajo de los 1,5°C, las consecuencias son imprevisibles y pueden llegar a ser catastróficas.

Para aportar al cumplimiento de las metas del Objetivo de Desarrollo Sostenible 13: Acción por el Clima y los efectos del cambio climático adoptamos medidas urgentes, centradas en la reducción de emisiones GEI, como las que detallamos a continuación:

Monitoreos ambientales: Invertimos USD 11.314 en el monitoreo de ruido ambiental, calidad del aire ambiente emisiones de fuentes fijas y gestión de desechos, para cuantificar el impacto de nuestros procesos en el entorno e implementar planes de contingencia frente a cualquier desviación que se presente.

Conciencia ambiental: Concientizamos al personal sobre el uso eficiente del agua, el ahorro energético, la gestión de residuos, el reciclaje y la reutilización de papel.

Proyectos de producción más limpia: En 2021, evitamos la generación de 3.230 toneladas de CO₂eq, que corresponden a la conservación de 12.888 árboles, a través de las iniciativas que se detallan a continuación:

 **Energía renovable autogenerada:**

- ✓ Generación hidroeléctrica promedio anual de **6.084 MWh**, energía limpia y no contaminante, que evita la emisión de **2.763 toneladas de CO₂eq**.

 **Eficiencia energética:**

- ✓ Renovación del sistema de iluminación de la planta Cajabamba a tubos LED, con lo cual se redujo el **32 %** del consumo de energía eléctrica.
- ✓ Disminución del **74 %** del consumo de energía del área de recepción de trigo en nuestra planta Manta, por optimización del proceso.

 **Gestión integral de residuos:**

- ✓ Recuperación del **32 %** de los desechos en la prelimpieza de trigo, por un nuevo sistema de recepción de trigo.
- ✓ Revalorización de **126,8 t** de residuos orgánicos transformados en **6.343 kg** de abono orgánico entregado a pequeños agricultores.

 **Optimización de Materiales:**

- ✓ Reincorporación de **9.092 kg** de polvo de trigo en el proceso productivo.
- ✓ Reducción del **27 %** de materiales de empaque por la implementación de máquinas eficientes.

 **Reducción del consumo de combustibles fósiles:**

- ✓ Reducción de **58.440 kg** de GLP por el cambio de equipos a combustión por montacargas eléctricos.
- ✓ Disminución de **6.897 gal** de diésel por la optimización del sistema de vapor.

Algunas de estas iniciativas han sido reconocidas por el Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica de Ecuador como proyectos de producción más limpia, otorgándonos las siguientes distinciones:

- 1 Certificación Ecuatoriana Ambiental Punto Verde mención Empresa Ecoeficiente²¹ – Planta de Producción Cajabamba; siendo la primera industria molinera en recibir dicha mención.

Para el 2022, como parte de nuestra estrategia de sostenibilidad ambiental, nos enfocaremos en la certificación como “Empresas Ecoeficientes” de las plantas de producción de Manta y Cayambe.

²¹ Según el Acuerdo Ministerial 140 del Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica de Ecuador, una empresa se convierte en ecoeficiente cuando alcanza cuatro Puntos Verdes; sin embargo, la compañía fue más allá al incorporar un proyecto adicional.