



APOYAMOS
AL PACTO MUNDIAL

Esta es nuestra **Comunicación sobre el Progreso** en la aplicación de los principios del **Pacto Mundial de las Naciones Unidas**.

Agradecemos cualquier comentario sobre su contenido.

AVANZA FOOD



ESG
SUSTAINABILITY
AVANZA FOOD
JUNTOS ES MEJOR

INFORME DE PROGRESO

2021

AVANZA FOOD

Estructura de Contenidos

01

Carta de Renovación del Compromiso

02

Avanza Food, un gran grupo de Restauración

Avanza Food, un grupo líder de Restauración
¿Quiénes Somos?
Ámbito de actuación
Estructura organizativa
Liderando la transformación del sector
Premio a la Mejor Gestión Empresarial en 2020
Todo un referente a nivel internacional
Nuestros valores nos definen
Plan Director ESG 2019-2021
Sustainability Champion

03

Metodología

04

Análisis

Elementos aplicados por grupos de interés
Temáticas contempladas
Objetivos de Desarrollo Sostenible
Compromiso con nuestros Empleados
Compromiso con el Medio Ambiente
Compromiso con la Comunicación
Compromiso con nuestros Clientes
Compromiso con nuestros Proveedores
Compromiso con la Comunidad
Compromiso con nuestros Socios

05

Anexos

CARTA DE RENOVACIÓN DEL COMPROMISO

"Creando Valor Sostenible"

INFORME DE PROGRESO 2021



Estimados Señores,

Un año más, es un gran orgullo poder presentar nuestro Informe de Progreso 2021, con el que queremos renovar nuestro compromiso con el Pacto Mundial de Naciones Unidas, del que formamos parte desde 2018.

Hace casi cinco años que iniciamos este sueño de consolidarnos como uno de los referentes del sector en el ámbito de la Sostenibilidad y la Responsabilidad Social Corporativa, cuando nos convertimos en el primer grupo español de Restauración en unírnos a la Red Española, como miembro Signatory.

Y poco a poco, empezamos a recoger los frutos de un trabajo excepcional, realizado por todo el equipo humano de Avanza Food, en unos años que han sido especialmente difíciles para la Restauración Organizada. Pese a encontrarnos ante un escenario tremendamente convulso, hemos luchado para seguir dando continuidad a nuestro “Plan Director ESG 2019-2021”, basado en aquellos Objetivos de Desarrollo Sostenible sobre los que nuestra actividad tiene un mayor impacto, demostrando nuestro firme compromiso con la creación de Valor Sostenible, uno de nuestros pilares fundamentales.

A lo largo de 2021 hemos logrado importantes avances en nuestra apuesta por implementar medidas de economía circular, que contribuyan a reducir nuestro impacto medioambiental, y a la protección del medio ambiente. Entre otros, hemos logrado ahorrar más de 9.000 kilos de plástico en nuestros Restaurantes, evitamos la emisión de 810 Toneladas de CO2 a la atmósfera, y aportamos casi medio millón de litros de agua potable en países en vías de desarrollo, impactando en los ODS 13 (Acción por el Clima), ODS 6 (Agua Limpia y Saneamiento), ODS 7 (Energía Asequible y No Contaminante) y el ODS 12 (Producción y Consumo Responsables).

Asimismo, hemos dado un paso más en nuestra apuesta por favorecer el trabajo digno y reducir las desigualdades, contribuyendo al ODS 8 (Trabajo Decente y Crecimiento Económico). Gracias a nuestro acuerdo de colaboración con Opción 3, hemos favorecido la inserción laboral de jóvenes menores de 23 años en riesgo de exclusión social, promoviendo la diversidad, la igualdad y la inclusión, como valores fundamentales para la compañía.

Y por supuesto, hemos seguido dando continuidad a nuestro Programa “Juntos Es Mejor”, nuestro gran proyecto de RSC que pusimos en marcha en 2020, como parte de nuestra vocación y compromiso de servicio público y responsabilidad con la sociedad, haciendo posible durante 2021 que 2.154 niños y padres de más de 530 familias en situación de vulnerabilidad, pudiesen disfrutar juntos y en familia, de un plan especial en nuestros Restaurantes.

En Avanza Food queremos convertirnos en el Grupo de Restauración de referencia en el sector por nuestro Compromiso, Responsabilidad, Excelencia, Trabajo en Equipo y Audacia. Así que seguiremos remando, para ayudar a crear un mundo mejor, donde las empresas actúen de forma responsable y generen Valor Sostenible.


Sergio Rivas
CEO Avanza Food



AVANZA FOOD UN GRAN GRUPO DE RESTAURACIÓN

AVANZA FOOD, UN GRUPO LÍDER DE RESTAURACIÓN

En enero de 2018, el fondo de Capital Riesgo ABAC Solutions, y un equipo directivo con gran experiencia en el sector, tanto a nivel nacional como internacional, liderado por Sergio Rivas, compró Beer&Food a Heineken, con el objetivo de convertirse en un grupo de Restauración de referencia en el mercado español.

Desde entonces, el grupo comenzó una completa reestructuración del portfolio de Marcas y de la compañía a todos los niveles, para posteriormente iniciar un plan de expansión multimarca por toda la Península Ibérica.

Durante estos casi cinco años, la compañía se ha convertido en una de las grandes protagonistas del sector, a la vanguardia del crecimiento y expansión del Sistema de Franquicia y de la Restauración Organizada en España.

Una gran Central Franquiciadora, y una de las mayores Plataformas Multimarca de nuestro país, con más de 400 restaurantes que reciben al año a más de 10 millones de clientes, y un gran portfolio de Marcas Propias de prestigio nacional e internacional, líderes en sus segmentos, al que en 2020 se incorporaron sus Marcas Virtuales, en su firme apuesta por el canal Delivery.

En abril de 2021, el grupo iniciaba un nuevo ciclo, pasando a denominarse Avanza Food. Una nueva identidad corporativa, que reflejaba mucho mejor sus valores, así como su liderazgo, apuesta por la innovación, capacidad de superación y proyección de futuro.

Como parte fundamental de esta nueva etapa, Avanza Food apostó por una nueva Estructura Organizativa, que le permitiese hacer frente a las nuevas necesidades de consumo surgidas a raíz de la pandemia, y poder afrontar con garantías de éxito el nuevo escenario al que se está enfrentando el sector de la Restauración.

Dicha Estructura está basada en tres Divisiones estratégicas: por un lado, su División de Restaurant Brands, donde se encuentran sus Marcas más

emblemáticas, como Carl's jr., Tony Roma's, de la que a finales de 2020 se convirtió en propietaria en España, Francia, Portugal y Andorra, así como Tommy Mel's y La Chelinda.

Por otro, su División de Heineken Licenses, formada por sus Marcas más cerveceras, como Official Irish Pub, Gambrinus y Cruz Blanca.

Y, finalmente, su División de Dark Kitchens & Virtual Brands, donde la compañía ha desarrollado nuevos formatos y modelos de negocio, adaptados a las nuevas tendencias de consumo, completamente innovadores y exclusivos para el canal Delivery, consolidándose como una compañía líder e innovadora.

Y sobre todo, en 2021 el grupo iniciaba una nueva etapa, en la que seguir liderando la transformación y el crecimiento del sector, para consolidarse como un grupo de Restauración de referencia en España.



AVANZA FOOD EN CIFRAS

AVANZA FOOD EN CIFRAS

¿Quiénes somos?

Somos una gran central
franquiciadora con:

MÁS DE
400
RESTAURANTES

10%
PROPIOS

90%
FRANQUICIADOS
Y ASOCIADOS

EL **50%**

DE NUESTROS FRANQUICIADOS
CUENTAN CON MÁS DE
1 RESTAURANTE

4.200
EMPLEADOS
(DIRECTOS E INDIRECTOS)

+100 APERTURAS
OBJETIVO 2025

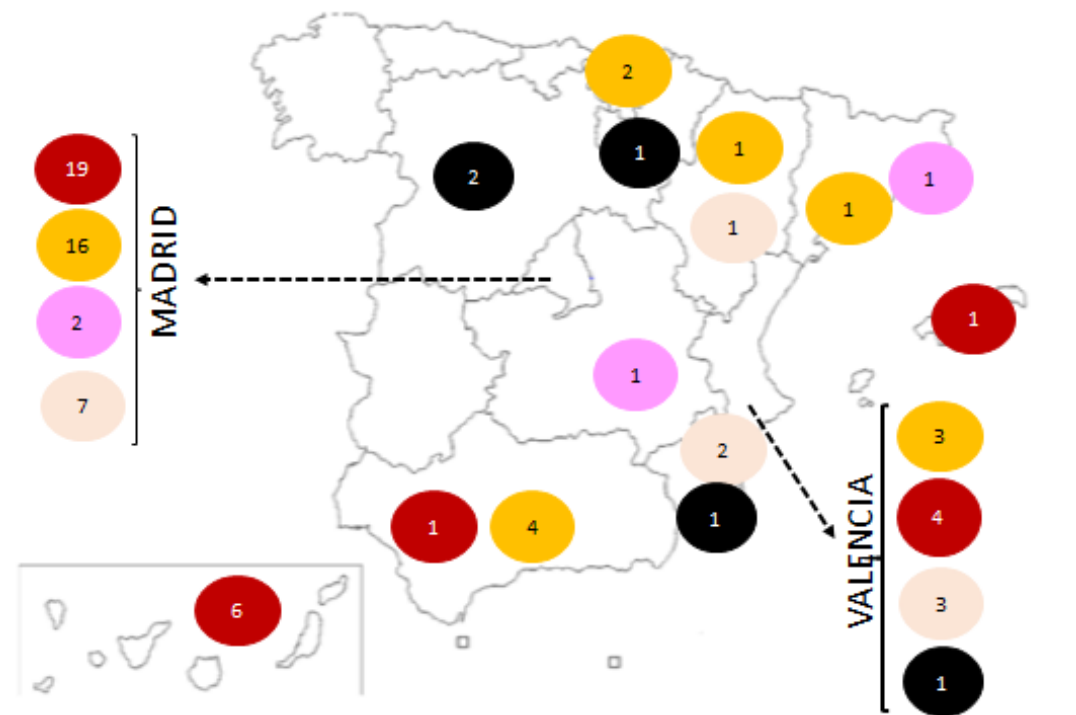
MÁS DE **10 M**
DE CLIENTES AL AÑO



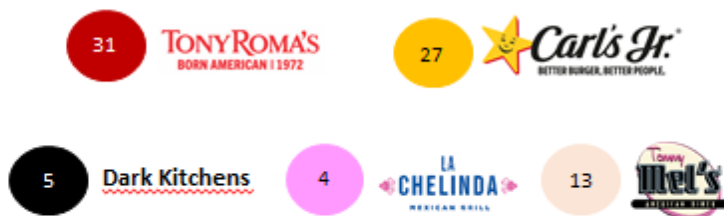
ÁMBITO DE ACTUACIÓN

A cierre de 2021, Avanza Food contaba con 423 restaurantes operativos (propios, franquiciados y asociados) en España, distribuidos en todo el ámbito nacional.

DÓNDE ESTÁN NUESTRAS MARCAS



RESTAURANTES PROPIOS Y FRANQUICIADOS



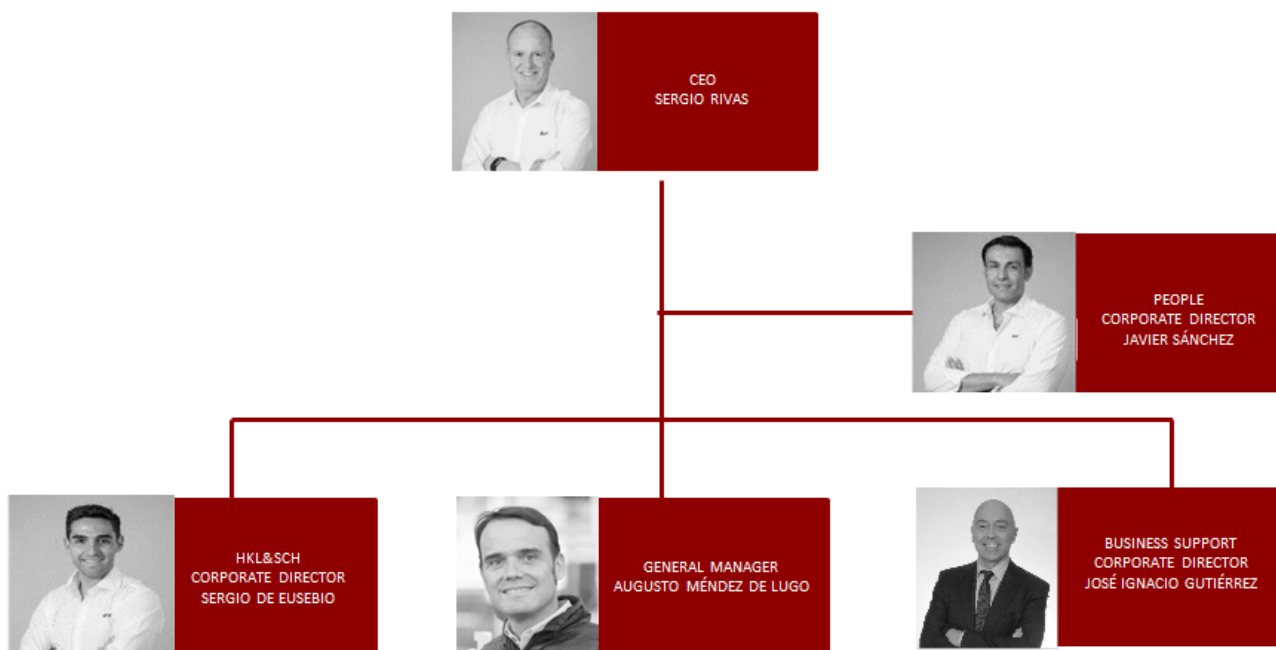
ESTABLECIMIENTOS ASOCIADOS



ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

En estos últimos cuatro años, y sobre todo desde 2020, Avanza Food ha apostado por consolidar un Comité de Dirección formado por profesionales de primer nivel, que cuentan con una dilatada experiencia en el mundo de la Franquicia y la Restauración, con el objetivo de hacer frente al nuevo escenario al que ha tenido que enfrentarse el sector de la Restauración Organizada en España.

En la actualidad, el Comité Ejecutivo de Avanza Food está formado por:



LIDERANDO EL CRECIMIENTO DEL SECTOR

2021 ha sido un año marcado por una gran inestabilidad, donde la dureza de Filomena a principios de año, y el retraso en el ritmo de la vacunación, demoraron la senda de la recuperación del sector hasta el último trimestre del año.

Un año que fue especialmente duro para las empresas de Restauración, que tuvieron que seguir lidiando con un sinnúmero de limitaciones, restricciones e imposiciones derivadas de la pandemia, que provocaron un daño irreparable para muchas compañías.

Sin embargo, lejos de rendirse, Avanza Food continuó demostrando su gran capacidad de reinversión y de transformación, en su objetivo de seguir liderando el crecimiento en el sector de la Restauración Organizada y de la Franquicia en España.

Así, en 2021 el grupo llevó a cabo 12 nuevas aperturas en nuestro país, de las marcas Carl's Jr. y Tony Roma's, así como de sus Dark Kitchens, todas ellas operadas en régimen de Franquicia.

Por un lado, el grupo anunció la apertura de 6 nuevos Carl's Jr. en España, situados en Málaga, Almería, Zaragoza y en Madrid, en las localidades de Boadilla del Monte, las Rozas y Torrejón de Ardoz.

En total, Avanza Food finalizó el año con 27 restaurantes operativos de Carl's Jr. a nivel nacional. Una Marca que se ha consolidado como una de las mayores cadenas de Restauración a nivel global, y uno de los grandes referentes de la Restauración y de la Franquicia en España.

Asimismo, en 2021 también llevó a cabo la apertura de dos nuevos restaurantes Tony Roma's en nuestro país, situados en las localidades madrileñas de El Álamo y Torrejón de Ardoz. De esta manera, el grupo retomaba el plan de Desarrollo de Tony Roma's a nivel nacional, una de sus Marcas más estratégicas, y todo un icono de la restauración realmente americana en España desde hace más de 28 años, de la que en diciembre de 2020 se

convirtió en propietario para los mercados de España, Francia, Portugal y Andorra.

Estas aperturas se unían a las 4 nuevas Dark Kitchens franquiciadas de Avanza Food que abrieron sus puertas a lo largo del año, en Salamanca, Logroño, Murcia y Gandía.

Un modelo de negocio que está teniendo una muy buena acogida en el sector, por ser un concepto muy innovador, que destaca sobre todo por su gran flexibilidad, versatilidad y rentabilidad respecto a otros formatos.

En total, el grupo sumó 9 nuevos franquiciados y 2 multfranquiciados, lo que demuestra la absoluta confianza de sus socios en sus Marcas, como una gran oportunidad de emprender negocios sólidos, rentables y con proyección de futuro.



PREMIO A LA MEJOR GESTIÓN EMPRESARIAL EN 2020



También a lo largo del pasado año, Avanza Food ha seguido haciendo historia en el sector. El 1 de julio de 2021, recibió el premio a la “Mejor Gestión Empresarial 2020” en la XVIII Edición de los Hot Concepts, los prestigiosos galardones que otorga la revista Restauración News, para reconocer la labor realizada por las principales cadenas de Restauración y la Hostelería del panorama nacional en 2020.

Se trata de una de las categorías de mayor prestigio, que suponía el reconocimiento al liderazgo y a la solidez demostrados por Avanza Food, en el que quizás haya sido el año más difícil de la Restauración Organizada en España. Y es que, sin ninguna duda, durante el año 2020, Avanza Food fue uno de los grandes protagonistas del mercado, siempre a la vanguardia y en la búsqueda de nuevas vías de crecimiento que le permitiesen seguir liderando la transformación del sector.

Este nuevo premio suponía el sexto Hot Concept para Avanza Food en 3 años. Así, en 2020 y por primera vez en sus XVII ediciones, el grupo se hizo con nada menos que 4 premios: Sergio Rivas, accionista y CEO de Avanza Food, fue nombrado “Empresario del Año”; Paz Serrano, directora Corporativa de Development & Franchise de Avanza Food, fue reconocida como “Mujer del Año”; Tony Roma’s recibió un galardón especial por su “Trayectoria Empresarial”, y la emblemática cadena de hamburgueserías californiana Carl’s Jr., se hizo con la “Mejor Campaña de Marketing”, por sus famosas “Hamburguesas Políticas”.

Galardones que se sumaban al “Premio Honorífico 2019” que Restauración News otorgó a Sergio Rivas, en reconocimiento a su trayectoria profesional de más de 25 años, y al Premio Nacional de Franquicia 2019 a la “Mejor Trayectoria Profesional en el Sector” otorgado también al directivo por parte del Salón Internacional de Franquicia (SIF) junto con la Asociación Española de Franquiciadores (AEF).

TODO UN REFERENTE A NIVEL INTERNACIONAL

También en 2021 Avanza Food ha alcanzado hitos muy importantes para una de sus Marcas más emblemáticas, Carl's Jr., que le han situado en el punto de mira del sector a nivel internacional, como gran ejemplo de su excelencia operacional.

En el mes de julio de 2021, el grupo recibió por parte de CKE, compañía propietaria de la Marca Carl's Jr. a nivel mundial, el premio "Developer of the Year 2020", que reconocía a Avanza Food como el mejor Operador de Carl's Jr. del mundo.

Un premio que supone el mayor reconocimiento a un trabajo excepcional realizado por Avanza Food, en un año sin precedentes para todos.

Este galardón se unía al premio al "Mejor Restaurante Carl's Jr. Internacional", otorgado también en el mes de julio de 2021 al establecimiento Carl's Jr. Islazul, operado por Avanza Food.

Dicho restaurante superó con la mejor nota todos los estándares de las auditorías de 2020, de entre los 1.000 establecimientos operados por Carl's Jr. fuera de Estados Unidos.

Por último, en el mes de abril tuvo lugar a la apertura del Restaurante Carl's Jr. número 1.000 fuera de Estados Unidos, situado en la localidad madrileña de Boadilla del Monte.

La evolución de Carl's Jr. en España en estos últimos años está siendo muy positiva. Nuestro país se ha convertido en el mercado europeo más importante, gracias al trabajo de adaptación, desarrollo y expansión de la Marca realizado por Avanza Food. Su labor está siendo fundamental para su crecimiento y expansión internacional en otros mercados, como Reino Unido o Alemania.



NUESTROS VALORES NOS DEFINEN

Avanza Food tiene como objetivo ser la empresa de Restauración Multimarca de referencia en el sector de la Restauración Organizada, por su **Compromiso**, **Responsabilidad**, **Excelencia**, **Trabajo en Equipo** y **Audacia**. Unos Valores Corporativos que internamente les gusta denominar como C.R.E.T.A y que son los pilares estratégicos sobre los que se sustenta el desarrollo de la compañía.



PLAN DIRECTOR ESG 2019-2021



Avanza Food tiene una clara vocación de servicio público y sentido de la responsabilidad con la sociedad.

Por ello, a lo largo de 2021 ha continuado avanzando en su firme compromiso por la creación de Valor Sostenible, apostando por toda una serie de iniciativas enfocadas en aquellos Objetivos de Desarrollo Sostenible sobre los que su actividad tiene mayor impacto, a los que se suma toda una serie de medidas dentro del área de Gobierno Corporativo, en su apuesta por la transparencia y el crecimiento sólido.

En noviembre de 2018, Avanza Food anunció su adhesión al Pacto Mundial de las Naciones Unidas, convirtiéndose en el primer grupo español de Restauración en unirse como miembro Signatory de la Red Española.

Desde entonces, la compañía puso en marcha su “Plan Director ESG Avanza Food 2019-2021”: un completo programa en materia de Responsabilidad Social Corporativa, denominada internamente ESG (por las siglas en inglés “Medio Ambiente, Social y Gobierno Corporativo”), y que agrupa objetivos claros y ambiciosos vinculados tanto a la organización, como a cada una de las personas que forman parte del grupo, con el objetivo de consolidarse como el grupo de Restauración multimarca de referencia en el sector de la Restauración Organizada.

Además, en 2021 se sentaron las bases del desarrollo de su nuevo “Plan Director ESG Avanza Food 2022-2024”, con nuevos retos para los próximos tres años, enmarcados en el ámbito del cuidado del medioambiente, la sociedad y el buen gobierno, con el objetivo de contribuir a crear un mundo mejor, donde las empresas actúen de forma responsable y generen Valor Sostenible.

SUSTAINABILITY CHAMPION



En 2021, el Comité de ESG de Avanza Food anunció la renovación de Víctor Pereira, People Director del grupo, como Sustainability Champion, quien asumía el reto, un año más, de impulsar el área de ESG a nivel corporativo, y de liderar el

“Plan Director ESG Avanza Food 2019-2021”.

Además de Víctor Pereira, el Comité de ESG está formado por 3 miembros del Comité de Dirección: Sergio Rivas, CEO; Javier Sánchez, Restaurant Brands General Manager, y José Ignacio Gutiérrez, Business Support Corporate Director. Asimismo, también lo componen Noelia Hernán, Brand Standards & Training Director, y Maite Casas, Office Manager de Avanza Food.

El Comité de ESG de Avanza Food se reunió en 2021 una vez al mes, con el objetivo de seguir avanzando en los objetivos marcados por la compañía en materia de ESG, en su compromiso con la sostenibilidad como palanca de creación de valor social, medioambiental y financiero.

Asimismo, a lo largo de 2021 Avanza Food ha sentado las bases para iniciar su camino para convertirse en una compañía con certificación B Corp, el mayor reconocimiento para aquellas empresas orientadas a la creación de valor social, económico y ambiental.

Para ello, el grupo nombró un B Corp Champion, como máximo responsable del proyecto en la compañía, que analizará los procesos y cambios necesarios para adaptarse a tan exigente estándar.



METODOLOGÍA

METODOLOGÍA

El presente Informe de Progreso está basado en la metodología de reporting, en función de los distintos grupos de interés que son prioritarios para Avanza Food.

Precisamente uno de los primeros pasos adoptados por la compañía a la hora de definir su estrategia de RSC, ha sido identificar aquellos grupos afectados directa o indirectamente por su misión empresarial, y adquirir un compromiso firme con todos ellos, lo que le permite anticipar posibles riesgos u oportunidades, y establecer políticas, acciones, herramientas e indicadores de seguimiento como los que se recogen en el presente informe.

Así, los principales grupos de interés para Avanza Food son:

- Empleados
- Medio Ambiente
- Clientes
- Comunicación
- Proveedores
- Comunidad
- Socios y Accionistas

Una vez establecidos dichos grupos, se ha procedido a identificar aquellas temáticas de sostenibilidad más significativas para los grupos de interés seleccionados.

Por último, se describe de forma detallada el trabajo de Avanza Food en cada materia, a través de:

Políticas: documentos formales plasmados por escrito que definen sus valores y comunicaciones.

Acciones/Proyectos: todas aquellas acciones llevadas a cabo a lo largo de 2021, que ayudan a dar forma a las políticas desarrolladas. Unas acciones que están planificadas en el tiempo y diseñadas en base al grupo de interés al que van dirigidas.

Herramientas de seguimiento: evaluación y control de los resultados obtenidos de las acciones implementadas.

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

Además, este Informe de Progreso está planteado en términos de medición del avance, donde lo importante es ir mejorando cada año en los compromisos adquiridos por el grupo con el Pacto Mundial y sus Principios.





ANÁLISIS

ELEMENTOS APLICADOS POR GRUPOS DE INTERÉS



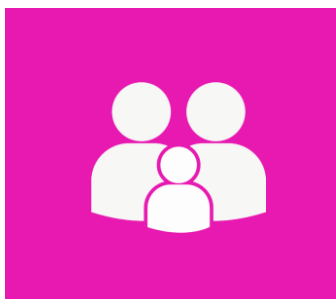
EMPLEADOS



MEDIO AMBIENTE



PROVEEDORES



CLIENTES



COMUNIDAD



SOCIOS Y ACCIONISTAS

TEMÁTICAS CONTEMPLADAS



DERECHOS
HUMANOS



NORMAS
LABORALES



MEDIOAMBIENTE



ANTICORRUPCIÓN

OBJETIVOS DE DEARROLLO SOSTENIBLE (ODS)





COMPROMISO CON NUESTROS EMPLEADOS

Ambiente laboral



En un año de gran inestabilidad, en 2021 Avanza Food ha seguido apostando por la anticipación y la implementación de medidas que garanticen la continuidad, tanto del grupo, como de cada una de sus Marcas

Plan de Contingencia 2021

Ante el escenario de gran inestabilidad que vivió el sector de la Restauración durante el año 2021, Avanza Food siguió apostando por el desarrollo de su Plan de Contingencia, puesto en marcha por la compañía desde febrero de 2020, con el objetivo de seguir anticipándose, y poder adoptar e implementar las medidas de prevención pertinentes, que garanticen la continuidad, tanto del grupo, como de cada una de sus Marcas.

Durante todo el año, el Comité de Crisis de Avanza Food, formado por 13 expertos de todas las áreas involucradas en el negocio, permaneció activo, reuniéndose de forma telemática dos días a la semana hasta julio de 2021, y una vez a la semana desde agosto de 2021 hasta la actualidad, para estar al tanto de la evolución de la compañía en todos los ámbitos de actuación.

Asimismo, a medida que el ritmo de vacunación fue progresando y que la situación sanitaria provocada por la pandemia fue remitiendo, el grupo pudo ir recuperando su actividad económica, rescatando poco a poco a sus empleados afectados por el Expediente de Regulación Temporal de Empleo (ERTE) solicitado en marzo de 2020 a la Autoridad Laboral, por causas de fuerza mayor.

A cierre de 2020 la empresa tenía 507 empleados, de los cuales 152 se encontraban en ERTE parcial y 150 en

ERTE completo. A finales de 2021, Avanza Food ya no contaba con ningún trabajador en ERTE.

Por otro lado, el 29 de enero de 2021, la Dirección de Avanza Food alcanzó un acuerdo con los representantes sindicales y miembros del Comité de Empresa, para ejecutar un Expediente de Regulación de Empleo que afectó a 125 empleados, tanto de sus restaurantes como de su sede corporativa, así como al cierre de 12 establecimientos en España (2 Tommy Mel's, 4 La Chelinda, 3 Gambrinus y 3 Tony Roma's).

Esta medida se debía fundamentalmente a las dificultades derivadas de la evolución de algunos establecimientos de la compañía desde 2019, y al plan de reajuste resultante de la fusión de algunas sociedades adquiridas durante 2018. A esto se sumaba el difícil escenario económico y de incertidumbre al que se ha estado enfrentando el sector de la restauración desde el año 2020.

Las negociaciones se llevaron a cabo siguiendo todos los procedimientos establecidos por la Ley, y se tomaron todas las medidas posibles para asegurar un diálogo fluido y positivo entre las partes, así como para la salvaguarda del empleo, buscando siempre la mejor solución para asegurar la viabilidad de la compañía, con las mayores garantías.



INFORME DE PROGRESO 2021

Nueva Política de Trabajo a Distancia

Ante la evolución de la situación del Coronavirus en España, durante el año 2021 Avanza Food siguió apostando por el sistema de teletrabajo para todo el personal de sus oficinas, garantizando la salud de sus empleados.

Para ello, el Comité de People de Avanza Food siguió de primera mano la evolución de las diferentes fases de la pandemia, y ante las nuevas olas que se fueron sucediendo, decidió postponer la vuelta presencial a las oficinas hasta septiembre de 2021.

En octubre de 2021, el grupo presentó su nueva Política de Trabajo a Distancia, que aplica a todos los trabajadores de la sede central de Avanza Food en Madrid, con el objetivo de establecer un marco de actuación respecto a la posibilidad de realizar el trabajo desde una ubicación distinta a las oficinas centrales. Una política que entró en vigor en noviembre de 2021, y que nace con el fin de ayudar a sus trabajadores a conciliar la vida laboral y la vida profesional.

La nueva política de Trabajo a Distancia de Avanza Food recoge varias opciones de trabajo en remoto, en función de los grupos a los que pertenecen los empleados, marcados por las distintas realidades de los colectivos que componen la plantilla de Avanza Food.

Para posibilitar el teletrabajo, la empresa facilitó a cada trabajador los medios imprescindibles, como un ordenador portátil, y la habilitación de los accesos necesarios en cada caso a discos virtuales corporativos. Asimismo, el grupo puso a disposición de los empleados un servicio de consulta para la solución de problemas técnicos.

Además, Avanza Food concretó en dicha política una serie de condiciones especiales, encaminadas a favorecer la salud y la conciliación familiar de sus trabajadores.

Entre otros, las mujeres embarazadas pueden optar por realizar su trabajo completamente a distancia desde la semana 24 de gestación, y después de haber disfrutado de su permiso de maternidad o paternidad, el trabajador podrá optar por trabajar a distancia de manera completa durante un periodo de hasta 2 meses.



Lanzamiento de Avanza Food Academy

Desde hace años, la apuesta por la digitalización ha sido una prioridad para Avanza Food, si bien es cierto que a raíz de la pandemia se ha producido una aceleración importante.

La digitalización forma parte de la cultura de Avanza Food, y es concebida como una pieza fundamental de su plan estratégico, que le permitirá seguir liderando la transformación del sector.

A lo largo de 2021, la apuesta por la digitalización del grupo ha sido transversal a todas las áreas de negocio, algunas de ellas tan fundamentales como la reputación online, el cumplimiento de los estándares, la gestión de empleados o la formación de equipos.

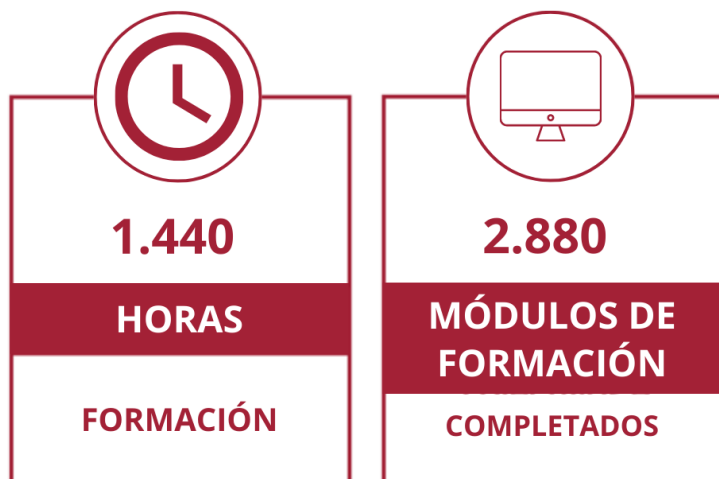
Dentro de este último ámbito, para Avanza Food la Formación de los equipos de Restaurantes es una inversión, y una prioridad que considera fundamental para la viabilidad del negocio. Y es que el grupo tiene claro que, para alcanzar un alto grado de satisfacción de sus clientes, debe apostar por formar a sus empleados.

INFORME DE PROGRESO 2021

Así, en 2021 el grupo presentó Avanza Food Academy, su nuevo centro digital de formación para franquiciados y equipos, que permite ofrecer una formación más efectiva, fijar métricas de seguimiento, y tener visibilidad en tiempo real del cumplimiento de dichas métricas.

A lo largo de 2021, el grupo logró implantar la digitalización de la formación en el 100% de los Restaurantes propios, con un total de **346 alumnos formados**. Se completaron **1.440 horas de formación**, y **más de 2.880 módulos**.

El objetivo Avanza Food es alcanzar el 100% de empleados certificados en el puesto que van a desempeñar, de tal forma que se asegure que disponen de los conocimientos y habilidades necesarios para realizar sus funciones de manera óptima.



Apuesta por una Comunicación Interna Fluida

Desde 2019, Avanza Food ha apostado por el desarrollo de un canal de Comunicación Interna con todos sus empleados, con el objetivo de fomentar el mejor ambiente laboral, un aspecto clave para el grupo.

Así, la compañía cuenta con un "Portal del Empleado", donde pone a disposición de sus trabajadores cualquier tipo de información relativa a las novedades del grupo y comunicados de interés, así como datos personales y profesionales, permitiendo una comunicación más fluida entre todos.

Allí, todos los empleados pueden consultar de forma personal todos sus datos de contratación, nóminas, Código de Conducta, políticas internas, y otros documentos relevantes. En total, a través del Portal del Empleado, en 2021 Avanza Food llevó a cabo **55 comunicados** que llegaron a un total de **165 destinatarios**.

Además, desde 2021 la compañía distribuye un Newsletter trimestral de ESG que recoge las principales iniciativas llevadas a cabo por el grupo en materia de creación de Valor Sostenible. Este Newsletter lo reciben tanto los empleados como franquiciados, proveedores, socios y otros stakeholders de referencia.

Asimismo, con motivo del cambio a Avanza Food, en 2021 el grupo apostó por la creación y difusión de un Newsletter Trimestral, titulado AVANZAMOS, que recoge las principales noticias, tanto corporativas del grupo, como de cada una de sus divisiones estratégicas, incluyendo por supuesto todos sus avances en materia de ESG.



A lo largo del año, el grupo publicó 3 newsletters, en los meses de abril, julio y noviembre, que **llegaron a más de 1.345 personas**, incluyendo empleados, franquiciados, proveedores, socios, y otros stakeholders de relevancia.

INFORME DE PROGRESO 2021

Comité de Compliance Penal

Desde 2019, Avanza Food cuenta con un “Canal de Denuncia de Compliance” , así como un “Canal de Denuncia de Acoso Laboral”, donde los empleados contactan de manera absolutamente confidencial con el equipo de Recursos Humanos, para denunciar cualquier tipo de incumplimiento del Código de Conducta de la compañía, especialmente en casos de Acoso Laboral o de Prevención de Riesgos Penales.

Durante 2021 la compañía no ha recibido ninguna denuncia de Compliance, a través de ninguno de los dos canales. Sin embargo, recibió nueve denuncias por el Canal de Acoso, aunque tres de ellas eran cuestiones para solventar dudas y las otras seis fueron gestionadas inmediatamente por Recursos Humanos.

Además, desde 2020 el grupo cuenta con un Comité de Compliance cuyo objetivo es velar por que el comportamiento de la empresa y de todos los empleados que actúan en su nombre se ajuste a la Ley y a las normas éticas que se han dado y firmado en el Código Ético de Avanza Food.



Dicho Comité lo forman tres empleados de Avanza Food con categoría de Dirección: **Dori Cerrudo, Finance Controller; Jorge Martín, Supply Chain Director,** y **Víctor Pereira, People Director y Compliance Officer del grupo.**

El Comité llevó a cabo reuniones trimestrales durante todo 2021, y las presentaciones fueron enviadas al Consejo de Administración a trimestre vencido, en los meses de enero, marzo, julio y diciembre de 2021.

Política de Acogida a Empleados

En 2021, Avanza Food siguió apostando por su “Welcome Policy”, o Política de Acogida a Empleados.

Una iniciativa que el grupo creó en 2019 para facilitar la integración de las nuevas incorporaciones de empleados a la compañía, con el objetivo de garantizar que reciben una acogida adecuada y la información necesaria, para poder desarrollar su posición de la manera más satisfactoria posible.

En un año especialmente inestable, donde las restricciones sanitarias obligaban en muchos casos a no poder llevar a cabo el trabajo de forma presencial, Avanza Food siguió apostando en 2021 por adaptar sus protocolos a la realidad de cada momento, combinando el sistema de inducción online o presencial, en función de la situación de la pandemia.

Así, el grupo desarrolló planes de inducción específicos para cada nuevo empleado de servicios centrales, a través de reuniones durante las primeras semanas de trabajo del empleado con los representantes de los diferentes departamentos del grupo, con el fin de estrechar lazos con el mayor número de empleados posible, y facilitar su integración en la compañía.

Se trata de un proyecto que fomenta la creación de un mejor ambiente laboral, creando un sentimiento de pertenencia y de equipo, y de focalización en el motor de su negocio.

One Day Working in a Restaurant

También en 2021 pudo retomar su iniciativa “One Day Working in a Restaurant”, un proyecto que el grupo puso en marcha en 2019, donde todos los empleados de su sede central deben trabajar, al menos durante un día al año, en un restaurante de la compañía.

Se trata de un proyecto que fomenta la creación de un mejor ambiente laboral, creando un sentimiento de pertenencia y de equipo, y de focalización en el motor de su negocio. Un proyecto Team Building que fomenta la involucración, el compromiso, la unidad y se reducen las barreras entre los restaurantes y las oficinas centrales, aumentando el reconocimiento y la comprensión entre compañeros.



Formación en aspectos de Derechos Humanos



Una de las máximas de Avanza Food es involucrar a sus empleados en su Política de ESG, haciendo especial hincapié en la importancia de difundir los valores de los Derechos Humanos en la plantilla

Desde su adhesión a la Red Española Pacto Mundial de las Naciones Unidas, una de las máximas de Avanza Food ha sido involucrar a sus empleados en su Política de ESG, haciendo especial hincapié en la importancia de difundir los valores de los Derechos Humanos en la plantilla.

Precisamente en su Código Ético, Avanza Food muestra su compromiso por apoyar, respetar y difundir los valores y la protección de los Derechos Humanos.

Para ello, ha llevado a cabo a lo largo de 2021 una serie de acciones encaminadas a fomentar la formación de sus empleados, así como de otros stakeholders de referencia, en esta materia.

Newsletters Trimestrales de ESG

Para fomentar los principios y valores de la Responsabilidad Social Corporativa entre los diferentes públicos, Avanza Food ha seguido apostando por la realización de Comunicaciones Trimestrales de ESG a lo largo de 2021.

Dichas comunicaciones se enviaron a modo de Newsletter en los meses de enero, abril, julio y octubre, a todos los trabajadores del grupo, así como a otros públicos de interés, como Socios, Proveedores o Franquiciados, para hacerles partícipes de todos los proyectos llevados a cabo durante dicho período, así como de otra información de interés general en materia de Responsabilidad Social Corporativa.

INFORME DE PROGRESO 2021

Entre otras secciones, todos los Newsletters de ESG de Avanza Food incluyen un apartado de Glosario, donde se comparte toda una serie de terminología del ámbito de los Derechos Humanos, y se ahonda en el significado de los diferentes valores responsables.

Asimismo, incluyen la entrevista a un empleado, colaborador o perfil relevante en materia de RSC, para dar a conocer un poco más en profundidad, su participación en diferentes iniciativas solidarias, y su colaboración en ONGs, programas de voluntariado, etc., y motivar al resto de empleados.

También incluye una sección de Cultura Responsable, dedicada a asociaciones, ONGs, proyectos de voluntariado, etc., relacionados con los proyectos de ESG Avanza Food.

En total, el 100% de empleados del grupo de Avanza Food, así como más **de 670 destinatarios externos**, han recibido los materiales de formación en materia de RSC y Derechos Humanos a lo largo de 2021.



Apuesta por la Igualdad y la Diversidad



Avanza Food apuesta por fomentar el desarrollo profesional y la igualdad de oportunidades entre todos sus trabajadores

Plan de Igualdad

Para Avanza Food, su Plan de Igualdad de Oportunidades es una política transversal a todas sus áreas, que recoge el compromiso por la igualdad de género, y la implantación y fomento de medidas de conciliación que faciliten el mejor equilibrio entre la vida personal y familiar, y las responsabilidades laborales de ambos géneros.

Política de Igualdad

Avanza Food defiende que las empresas son un núcleo importante de relaciones entre personas, y el respeto por el principio de igualdad está presente en todos los procesos de gestión de personas.

El grupo cuenta con una Política de Igualdad de Oportunidades, que promueve la diversidad como un valor, que permite confrontar diferentes puntos de vista y aportar un mayor enriquecimiento, creatividad e innovación.

Código Ético

El Código Ético de Avanza Food destaca el compromiso de la compañía por fomentar el desarrollo profesional y la igualdad de oportunidades entre todos sus trabajadores, a través de sus políticas de actuación.

INFORME DE PROGRESO 2021

Asimismo, en su Artículo número 4 recoge su compromiso por fomentar el respeto a las personas y la diversidad.

En él, se reconoce la diversidad como la combinación de destrezas, habilidades, experiencias y antecedentes que capacitan a las personas para lograr resultados extraordinarios.

Así, los trabajadores de Avanza Food perciben la diversidad de cada uno de sus compañeros como un valor diferencial que deben apoyar y respetar.

Composición de la Plantilla de Avanza Food

El equipo de Avanza Food vela por que se promueva la igualdad efectiva de sexos, garantizando su desarrollo profesional en igualdad de oportunidades.

En 2021, el grupo contaba con 969 empleados, de los cuales 385 eran mujeres y 584 hombres.

Por edades, más del 50% de los empleados eran menores de 30 años. En concreto, 518 trabajadores se encontraban en esa franja de edad, mientras que 397 tenían entre 30 y 50 años, 454 eran mayores de 50.

Compromiso con la Diversidad

Avanza Food rechaza cualquier exclusión por razón de raza, edad, sexo, estado civil, nacionalidad, creencias, o cualquier otra condición física entre sus empleados, evitando cualquier tipo de discriminación laboral en los ámbitos de acceso al empleo, promoción, clasificación profesional, formación, retribución, conciliación de la vida laboral y personal, y además condiciones laborales.

Entre otros, el grupo informa periódicamente a toda la plantilla sobre la Política de Igualdad de Oportunidades y su compromiso con esta materia.

Asimismo, desde la dirección de Avanza Food se insta a todos los responsables de gestionar equipos, a tener en cuenta lo expuesto en dicha política, para que sean siempre un ejemplo a seguir.

Todos los trabajadores del grupo deben tener presentes estos principios en el desarrollo de su actividad profesional.

Como parte de ese compromiso de igualdad, Avanza Food apuesta por la integración de colectivos específicos y el fomento de la diversidad, tanto en las relaciones entre los empleados, independientemente de su posición en la empresa, como en las relaciones con clientes, proveedores y otros colectivos de interés.



Apuesta por la inclusión de jóvenes en riesgo social

En 2021, Avanza Food anunció un acuerdo de colaboración con Opción 3, Cooperativa de Iniciativa Social que desarrolla Proyectos de Acompañamiento Social, Formación y Empleo para Jóvenes, en su apuesta por favorecer el trabajo digno y reducir las desigualdades, promoviendo la diversidad, la igualdad y la inclusión, como valores fundamentales para la compañía.

De esta manera, el grupo daba un paso más en su compromiso con la inserción laboral de jóvenes en riesgo de exclusión social, como base del futuro de la sociedad. Para ello, durante el año pasado, y a pesar de las enormes dificultades vividas con motivo de la pandemia, el grupo logró incorporar **a 7 jóvenes menores de 23 años**, en riesgo social, a sus restaurantes Carl's Jr. en España.

INFORME DE PROGRESO 2021

Todo ello a través de un programa formativo adaptado a cada uno de ellos, donde pudieron adquirir las capacidades y habilidades necesarias para desarrollarse de forma integral en la sociedad, y poder alcanzar una vida autónoma, responsable e independiente.



Inserción y accesibilidad de personas con discapacidad

La Política de Igualdad de Avanza Food se basa en el tratamiento como un igual de todas las personas que forman parte de su equipo, apostando además por la inserción de personas con discapacidad al mundo laboral.

Así, desde 2019 Avanza Food colabora con la Fundación AURA y Down Madrid, para la inclusión laboral de personas con discapacidad.

Fruto de su apuesta por favorecer un trabajo digno y reducir las desigualdades, Avanza Food recibió en 2019 el premio "Empresas con AURA", otorgado por la Fundación Aura, que reconoce a aquellas entidades que han contribuido a la inserción laboral y social de personas con discapacidad intelectual a lo largo de ese año.

Colaboración con Down Madrid



Tras haber tenido que suspender esta iniciativa durante el año 2020 por causas de fuerza mayor, en 2021 el grupo pudo retomar la continuidad de su plan de integración junto a la Asociación Down Madrid, para la incorporación **de un empleado con Síndrome de Down en un restaurante Carl's Jr.**, en su apuesta por la inclusión social y laboral de personas con discapacidad.

Se trata de una de las iniciativas más valoradas por sus empleados, y una de las más enriquecedoras para todos los que forman parte de Avanza Food.



Derecho a la negociación colectiva y respeto de los convenios



Convenio Colectivo

En enero de 2020 se firmó el primer Convenio Colectivo del Grupo de Empresas Avanza Food, con vigencia hasta finales de 2023.

Gracias a esa firma, todos los trabajadores de la compañía se rigen por un mismo Convenio Colectivo, que se adapta a la realidad de la empresa, recogiendo las particularidades de la misma.

Además, quedaron acordadas las condiciones económicas para los próximos años, y recoge un plan de incentivos para la plantilla de restaurantes, lo que sin duda contribuirá al buen desarrollo y entendimiento futuro.

Debido a la complejidad societaria y de marcas del grupo, hoy en día existen varios Comités de Empresa y varios delegados de personal que representan los intereses de los trabajadores, y que tienen contacto directo y frecuente con la dirección de la compañía.





INSPIRANDO SOSTENIBILIDAD

COMPROMISO
CON EL MEDIO AMBIENTE

Medidas de economía circular



Avanza Food promueve el consumo de energías 100% limpias, asequibles y no contaminantes, tanto en sus Restaurantes, como en sus oficinas centrales de Madrid

Energía 100% Renovable

A lo largo de 2021, Avanza Food ha continuado su compromiso para que **todos sus Restaurantes, así como su Sede Central, tengan un consumo de energía 100% procedente de fuentes renovables.**

Gracias a esta iniciativa, todos los Restaurantes de Carl's Jr., Tony Roma's, Tommy Mel's o La Chelinda, así como sus Oficinas Centrales de Madrid, han evitado la emisión de 810 Toneladas de CO2 a la atmósfera, el equivalente a casi 300 vueltas a la Tierra en coche por la línea del Ecuador, cada año.



Eliminación de plásticos de un solo uso

Además, en los últimos tres años, Avanza Food ha trabajado firmemente para eliminar el consumo de plásticos de un solo uso en todos sus Restaurantes.

En 2019, el grupo ya anunció la retirada de las tapas de los vasos y las pajitas de plástico, y desde 2020 todos

sus envases para los pedidos de Take Away y Delivery están elaborados con plástico 100% reciclable.

En 2021, Avanza Food dio un paso más, y dejó de utilizar plásticos en los juguetes de los menús infantiles, reemplazándolos por opciones de cartón, lo que ha supuesto una reducción de **1.701 kilos de plástico al año.**

También en 2021, han sustituido todos sus cubiertos (cucharas, tenedores y cuchillos) por opciones de madera, ahorrando más de **175.000 unidades** de plástico al año.

Gracias a ello, puede decir con orgullo que todos los Restaurantes de Avanza Food están libres de plásticos de un solo uso, **ahorrando más de 9.000 kilos de plásticos**, y adelantándose a la transposición de la Directiva Europea en España, que prohibirá su uso a partir de enero de 2023.



INFORME DE PROGRESO 2021

Acuerdo con Auara

En 2019, Avanza Food se sumó a las iniciativas de AUARA, compañía que distribuye agua mineral natural en botellas fabricadas con material 100% reciclado y 100% reciclable, y que invierte el 100% de sus dividendos en desarrollar proyectos de acceso y abastecimiento de agua potable en África, Sudamérica, Centroamérica y Asia.

Desde entonces, todos los Restaurantes del grupo ofrecen en su carta de bebidas la opción de agua mineral embotellada AUARA, y ha logrado importantes avances en la lucha contra el desabastecimiento de agua y en la protección del medio ambiente.

En 2021 Avanza Food ha seguido apostando por la lucha contra el desabastecimiento de agua potable en el mundo, logrando que **197 personas** tengan acceso a agua potable para siempre, y aportando más de **445.415 litros de agua** en países en vías de desarrollo.

A nivel medioambiental, se han reciclado **840 kilos** de plástico y se han ahorrado **1.400 litros de petróleo** al medio ambiente.



Reducción del Impacto Medioambiental en su Sede Central

Asimismo, desde 2019 en Avanza Food se han llevado a cabo diferentes iniciativas que promueven la reducción del impacto medioambiental en su Sede Central de Madrid.

Fomento del Reciclaje: se han instalado contenedores para el reciclaje, papel y tóners de impresoras, haciendo partícipes a todos sus empleados de la importancia del consumo responsable de recursos.

Consumo de Agua: se ha apostado por la instalación de grifos automáticos con aireadores de control de flujo en los baños, y de mecanismos de doble descarga en los inodoros, garantizando un funcionamiento óptimo en ambos casos.

Consumo Energético: se ha sustituido el sistema de iluminación de la sede, por bombillas LED de bajo consumo, y se han colocado temporizadores para el apagado y encendido automático del sistema de climatización, y para el sistema de iluminación.



BBQ
OH MY BBQ
BBQ
BBQ

COMPROMISO CON
NUESTROS CLIENTES

Apuesta por la calidad y la seguridad



El compromiso por la calidad, la higiene y la seguridad, es una prioridad para Avanza Food

Protocolo Safe&Health No-Contact Service

El compromiso por la calidad, la higiene y la seguridad, es una prioridad para Avanza Food.

A lo largo de 2020 y 2021, el grupo se ha consolidado como una compañía pionera en materia de seguridad alimentaria, que logró reforzar en tiempo récord todos sus protocolos de actuación, para garantizar la salud y el bienestar de sus clientes y empleados.

Para ello, el grupo puso en marcha en marzo de 2020 en todos sus Restaurantes de Carl's Jr., Tony Roma's, Tommy Mel's y La Chelinda, su programa Safe&Health No-Contact Service.

Se trata de un innovador sistema que garantizaba un servicio al cliente sin ningún tipo de contacto físico entre las partes en ningún momento.



Apuesta por la Digitalización y el Delivery

La pandemia ha traído consigo una aceleración muy importante de la digitalización, y el Delivery ha sido uno de los grandes protagonistas del sector.

El peso del servicio a domicilio sobre las ventas de los Restaurantes se ha duplicado en los últimos dos años, y se espera que esta tendencia se consolidará en rangos del 25% durante los próximos años, por lo que Avanza Food ha hecho una clara apuesta por la digitalización, para consolidarse como un grupo de restauración de referencia, especializado en Delivery.

Entre otros, en 2021 el grupo desarrolló un nuevo Modelo Mixto de Reparto a Domicilio, especialmente diseñado para cada Restaurante, que le permitió optimizar y rentabilizar sus operaciones.

Gracias a dicho sistema, Avanza Food logró alcanzar la excelencia operacional en todos sus Restaurantes, controlando todos los estándares de calidad.

Y lo más importante: sus clientes pudieron disfrutar de la mejor experiencia de Carl's Jr., Tony Roma's, Tommy Mel's o la Chelinda, así como de sus nuevas Marcas Virtuales, también en sus hogares y oficinas.



INFORME DE PROGRESO 2021

Nuevo Portfolio de Marcas Virtuales

Como grupo de Restauración de referencia, una de las máximas de Avanza Food ha sido intentar ir siempre por delante, buscando alternativas que le permitiesen adaptar sus modelos de negocio a las nuevas reglas de juego.

En febrero de 2021 el grupo presentó oficialmente su nueva División de Dark Kitchens & Virtual Brands, enmarcada dentro de su nueva Estructura Organizativa, y que se convertía en una de las áreas más estratégicas de la compañía.

Además, a lo largo de 2020 y 2021, el grupo apostó por el desarrollo de un nuevo portfolio de Marcas Virtuales, que operan exclusivamente en el canal Delivery.

Entre otras, en diciembre de 2021, anunció el lanzamiento de “The Burger House By Heinz”, la nueva marca virtual de Heinz y Avanza Food, con la que la compañía líder en salsas daba el salto al sector de la Restauración.

Sin ninguna duda, estamos ante el mejor ejemplo de cómo dos compañías, que son grandes referentes en sus sectores, y todo un símbolo de la apuesta por la innovación, son capaces de unirse para aportar valor y ofrecer a los consumidores nuevas propuestas gastronómicas adaptadas a las nuevas tendencias de consumo.

El resultado: una marca concebida como una auténtica hamburguesería americana, disponible a través de las plataformas de delivery.

La carta de ‘The Burger House by Heinz’ fue elaborada con el apoyo de Avanza Food, como gran experto tanto en Marcas Virtuales, como en el desarrollo de grandes marcas de gastronomía 100% americana, como Carl’s Jr., Tony Roma’s o Tommy Mel’s.



INFORME DE PROGRESO 2021

Apuesta por la Satisfacción total del Cliente

En su objetivo de digitalizar todas las áreas de negocio, Avanza Food puso especial foco en 2021 en un aspecto fundamental: la reputación online de sus Marcas.

La importancia de este área y su impacto directo en el negocio es evidente. Por ello, Avanza Food ha incorporado herramientas digitales, que le permiten medir y gestionar lo que los clientes opinan de sus Marcas, en tiempo real y desde cualquier ubicación.

Entre otras, el grupo puede analizar métricas como la valoración de los clientes en las diferentes plataformas de opinión, el número de opiniones totales de todas las plataformas, su satisfacción en función de la puntuación que dejan, así como el número de comentarios positivos, negativos y neutros, incluidos en los textos dejados por los clientes en las opiniones.

Gracias a estas rutinas, en los últimos años la compañía ha logrado mejorar de forma constante su desempeño en esta área clave del negocio.

En 2021 Avanza Food contaba con un total de **75 Restaurantes analizados**, con una puntuación global de **8.3 sobre 10**, mejorando **0,2 puntos respecto a 2020**, y **2,1 puntos** por encima de algunos de sus principales competidores.



Compromiso con la calidad y opciones saludables

Como grupo de Restauración de referencia, una de las máximas de Avanza Food durante 2021 fue seguir garantizando la confianza de un consumidor que venía de vivir una experiencia extrema sin precedentes.

En este sentido, a lo largo del año, todas sus Marcas trabajaron a fondo por adaptarse a las nuevas dietas, hábitos y estilos de vida que definen al nuevo consumidor, más actual y más exigente, y con un perfil cada vez más conectado y omnicanal.

Y por supuesto, todas sus Marcas han seguido apostando por llevar a cabo iniciativas para fomentar la salud, la calidad y la seguridad entre sus consumidores, como la presencia de menús bajos en carbohidratos diseñados por Grupo PronoKal para Tony Roma's y Tommy Mel's, la apuesta por opciones 100% Plant Based en las marcas de Tony Roma's, Carl's Jr. y Tommy Mel's, o la presencia de productos elaborados con Heura® 100% en los restaurantes de La Chelinda.



Renovación del compromiso con el colectivo celiaco

Por otro lado, un año más, en 2021 Tommy Mel's renovó su acuerdo con la Federación de Asociaciones de Celiacos de España (FACE), firmado en 2013, donde se comprometió a la implantación de sistemas que faciliten el acceso y disfrute de productos sin gluten para el colectivo celiaco en sus establecimientos. Tommy Mel's lleva más de nueve años trabajando por brindar al consumidor la opción de disfrutar en sus locales de una alternativa igual de sabrosa, atractiva y de la misma calidad que el resto de productos de su carta con total garantía gluten free.



COMPROMISO CON LA COMUNICACIÓN

INFORME DE PROGRESO 2021

Apuesta por un Plan de Comunicación de ESG

Como grupo líder, Avanza Food es consciente de la gran importancia que tiene en el sector, a la hora de contribuir a que cada vez más compañías quieran unirse a este gran reto de apostar por un mundo mejor, donde las empresas actúen de forma responsable y generen Valor Sostenible.

El grupo tiene un firme compromiso, no sólo de hacer del Pacto Mundial y sus 10 Principios parte esencial de sus valores corporativos, sino además, de actuar como prescriptor, y contribuir a difundir esos valores entre todos sus grupos de interés, como empleados, clientes, proveedores y socios.

Por ello, la compañía desarrolló durante 2021 un Plan de Comunicación de ESG proactivo, con el objetivo de compartir con los medios de comunicación todos sus avances en materia de Creación de Valor Sostenible, contribuyendo muy positivamente a generar una mayor notoriedad de todas sus acciones.

Así, a lo largo del año llevó a cabo la difusión de **3 notas de prensa** sobre la renovación de su compromiso con AUARA, la puesta en marcha de una nueva fase de su Programa “Juntos es Mejor”, o la renovación de su compromiso con el Pacto Mundial de Naciones Unidas.

Notas que fueron difundidas a medios de comunicación estratégicos de primer nivel, como prensa de información general y económica, agencias de noticias, revistas de Hostelería y Restauración, Franquicias, Sostenibilidad y RSC, que generaron impactos mediáticos de gran valor de comunicación.

Avanza Food, la Fundación «la Caixa» y CaixaBank: menús para 2.000 niños

Las tres entidades se unen para ayudar a familias que no reciben apoyo económico para su alimentación o beca-comedor pública

FOR BNL
MADRID

El grupo de restauración Avanza Food, la Fundación «la Caixa» y CaixaBank vuelven a unirse para ayudar a aquellas que más lo necesitan. Estas entidades han anunciado la puesta en marcha de una nueva edición de «Juntos es Mejor», el gran proyecto de RSC desarrollado por Avanza Food en 2020, como parte de su

vinculación y compromiso de responsabilidad con la sociedad con el objetivo de ayudar a las personas más vulnerables por la profunda crisis social y económica derivada del Covid-19. En julio de 2020, la Fundación «la Caixa» y CaixaBank se sumaron a la iniciativa de Avanza Food para ayudar a más de 200 familias de la Fundación Triaga Hugar de Madrid. En esa ocasión, hicieron llegar menús familiares de Carl's Jr. y Tony Roma's y Tomy Roma's a más de 200 hogares en riesgo de exclusión social.

En esta ocasión, las tres entidades vuelven a mostrar su compromiso por permanecer al lado de las familias más vulnerables que se ven obligadas a tener que pedir ayuda a diferentes instituciones en estos meses al no recibir apoyo económico para su alimentación o beca-comedor pública. Para ello, todos los martes de julio, agosto y septiembre, Avanza Food hará llegar 80 menús de Carl's Jr. y Tony Roma's a más de 20 familias de la Organización Altruista La Solle que desarrolla proyectos sociales educativos en el barrio madrileño de San Bernabé, en Uxama. Durante 13 semanas, la iniciativa llegará a 1.700 niños y padres, que podrán disfrutar en sus casas de una comida.



Una de las familias que disfrutó de estos menús

Los establecimientos de Carl's Jr. y Tony Roma's recibirán la visita de 180 familias vulnerables de la Asociación Bocatas

Tras la gran acogida de la iniciativa, este verano las tres insti-

de vulnerabilidad. Más de 900 niños y padres podrán disfrutar de una deliciosa comida en familia. En esta ocasión, se trata de familias atendidas por la Asociación Bocatas, que ofrece el acompañamiento integral a las personas y comunidades más desfavorecidas y que promueven la mejora de sus condiciones de vida.

Además, los portavoces de Avanza Food han participado en diferentes **reportajes y entrevistas** de importantes medios de comunicación, tanto en prensa escrita como en televisión, para hablar sobre algunas de las iniciativas llevadas a cabo en 2021.



Dinamización de Contenidos en RRSS

Y por supuesto, el grupo también utilizó sus canales corporativos, como sus perfiles en redes sociales y su página web corporativa, como herramientas fundamentales para difundir mensajes de ESG entre sus principales stakeholders, que han generado un gran impacto en su comunidad y que se refleja en el número de impresiones alcanzadas.

Así, a través de su perfil de **LinkedIn**, el grupo publicó a lo largo de 2021 **10 posts** de contenidos relacionados con su apuesta por la RSC, que alcanzaron más de **30.000 impresiones** entre sus seguidores.

Y a través de su perfil de **Twitter** (@AvanzaFood_es), el grupo publicó un total de **20 tuits** enmarcados dentro del ámbito de Creación de Valor Sostenible, que lograron generar más de **4.500 impresiones**.



INFORME DE PROGRESO 2021

También en 2021, el grupo ha publicado un total de **5 posts en su blog corporativo**, que recogen las principales acciones realizadas durante el último año en materia de Responsabilidad Social Corporativa.



EN AVANZA FOOD, #TENEMOSUNPACTO

En Avanza Food tenemos como objetivo ser la empresa de Restauración Multimarca de referencia en el sector de la Restauración [...]

SEGUIR LEYENDO



NUESTRO COMPROMISO, LA CREACIÓN DE VALOR SOSTENIBLE

Si hay un valor que nos caracteriza, es el COMPROMISO y como grupo de Restauración de referencia, lo hemos demostrado en estos [...]

SEGUIR LEYENDO

Newsletter Trimestral de ESG

Por último, a nivel interno, Avanza Food también apostó por la difusión de todos los hitos alcanzados dentro de su Plan Director ESG Avanza Food 2019-2021", a través de su Newsletter Trimestral de ESG, dirigido a todos los trabajadores del grupo, así como a otros públicos de interés, como Socios, Proveedores o Franquiciados, para hacerles partícipes de todos los proyectos llevados a cabo por la compañía, y otras informaciones de interés general en materia de RSC.



COMUNICACIÓN TRIMESTRAL SUSTAINABILITY

ABC

AVANZA FOOD REFUERZA SU COMPROMISO CON EL PACTO MUNDIAL DE NACIONES UNIDAS

original



Avanza Food, grupo de restauración de referencia, propiedad desde 2018 del fondo de inversión Abac Solutions y de su equipo directivo, refuerza su compromiso con el Pacto Mundial de Naciones Unidas, con la publicación de su Informe de Progreso 2020.

Se trata de un informe anual que recoge las principales iniciativas, políticas y herramientas puestas en marcha por el grupo a lo largo de 2020 en materia de Responsabilidad Social Corporativa, y que adquiere una especial relevancia, al tratarse de un año sin precedentes, con la peor crisis sanitaria, económica y social de los últimos tiempos, y donde la Restauración Organizada ha sido uno de los sectores más perjudicados.



ODS10. "Avanza Food refuerza su compromiso con los más vulnerables a través del proyecto Juntos es Mejor"

Sergio Rivas, CEO del grupo de restauración Avanza Food habla de su colaboración con la Fundación "la Caixa" y CaixaBank para ayudar a las familias afectadas por el COVID-19

14-09-2021 | Corresponsables (@Corresponsables)



Sergio Rivas, CEO del grupo de restauración Avanza Food

Escuchar

Sergio Rivas, CEO del grupo de restauración Avanza Food, habla con Corresponsables sobre la puesta en marcha de una nueva edición de #JuntosEsMejor, el gran proyecto de RSC desarrollado por Avanza Food en 2020, como parte de su vocación y compromiso de servicio público y responsabilidad con la sociedad, con el objetivo de ayudar a las personas más afectadas por la profunda crisis social y económica derivada del Covid-19.



COMPROMISO CON NUESTROS PROVEEDORES

Relación duradera con los Proveedores



Avanza Food apuesta por una filosofía que defiende las buenas prácticas éticas y el cumplimiento de las leyes y regulaciones aplicables al negocio, e insta a todos sus proveedores y empleados a compartir esta filosofía

Código Ético

El artículo 12 del Código Ético de Avanza Food recoge el compromiso y políticas del grupo en materia de relaciones con empresas colaboradoras y proveedores.

La calidad de los productos y servicios que las Marcas del grupo ofrecen a sus clientes, depende también en gran medida de su capacidad para obtener prestaciones excelentes por parte de las empresas proveedoras.

Por ello, la elección de proveedores debe ser transparente y meticulosa, en la perspectiva de una relación de estrecha confianza y duradera en el tiempo.

Compromiso de Buenas Prácticas

En este ámbito, Avanza Food recomienda a sus empresas proveedoras o socios comerciales, que se doten, si no las poseen, de normas éticas y sociales que respeten las prácticas compatibles con los valores de la compañía.

Asimismo, el grupo apuesta por una filosofía que defiende las buenas prácticas éticas y el cumplimiento de las leyes y regulaciones aplicables al negocio, e insta a todos sus proveedores y empleados a compartir esta filosofía.

Para ello, desde 2019 todos sus proveedores deberán firmar un documento de Compromiso de Buenas

Prácticas, confirmando la aceptación del Código Ético de Avanza Food, el cumplimiento legal y evitar cualquier tipo de conflicto de intereses que pueda surgir en el desarrollo de su actividad.

Apuesta por una Política de Compras Sostenible

Siguiendo su firme compromiso de garantizar la máxima implicación de sus proveedores y equipos en materia de Sostenibilidad y Medio Ambiente, el grupo apostó en 2021 por adaptar su Política de Compras Corporativas de 2018, para crear una Política de Compras Sostenible, que aplique a todos los productos y servicios contratados por Avanza Food, incluyendo alimentación y bebidas, envases, materiales, productos químicos, construcción, etc.

Esta Política de Compras es de cumplimiento obligatorio para todos los empleados de las empresas o sociedades del grupo que intervengan, en cualquier momento, en cualquiera de los procesos de evaluación, homologación, negociación, contratación o licitación de bienes, productos y servicios.

Como aspectos concretos de esta nueva política de Avanza Food, cabe destacar:

- En el momento de la evaluación, la compañía tendrá en cuenta a los proveedores con una función social, como Centros Especiales de Trabajo o empresas de inserción laboral acreditadas como tales, o que tengan una mayor proximidad geográfica a las actividades del grupo.
- Los procesos de compras deben asegurar la calidad del servicio, en las mejores condiciones, con el mínimo impacto ambiental, y preservando la seguridad y la salud de los trabajadores.
- La contratación de bienes, productos y servicios se ajustará en todo momento a los criterios de necesidad, idoneidad y austeridad.

Proveedores como aliados de la RSC en la empresa



Alianzas con proveedores en materia de Desarrollo Sostenible

Desde su Adhesión al Pacto Mundial de las Naciones Unidas en 2018, uno de los mayores objetivos de Avanza Food ha sido la búsqueda de alianzas con partners estratégicos, que le permitiesen alcanzar con éxito los Objetivos de Desarrollo Sostenible marcados por el grupo.

A lo largo de 2021, Avanza Food ha seguido adelante con sus acuerdos puestos en marcha en 2019 y 2020 con Grupo PronoKal, Moving Mountains®, AUARA o Axpo Iberia, compañías sin duda muy comprometidas con el fomento de la salud, la calidad y el consumo responsable, así como el acceso de agua limpia a poblaciones de países sin recursos, o la lucha contra el cambio climático.

Apuesta por una comunicación proactiva y estrecha

También en 2021, Avanza Food ha seguido apostando por seguir manteniendo una relación estrecha con sus principales proveedores, con el objetivo de mantenerles informados en todo momento de las principales novedades de la compañía.

Así, durante todo el año el grupo mantuvo con todos ellos comunicaciones periódicas, para mantenerles informados de las principales novedades y noticias que fueron marcando la actualidad.

Además, como cada año, el grupo les ha hecho partícipes de los principales logros alcanzados en materia de creación de Valor Sostenible, a través de sus Newsletters Trimestrales de ESG, así como de comunicados para informarles de las iniciativas puestas en marcha a lo largo del año.





COMPROMISO CON LA COMUNIDAD

Alianzas con el tercer sector



Llevando por bandera su lema “Juntos Es Mejor”,
Avanza Food sido todo un ejemplo de
compromiso con aquellos que más
lo necesitan durante 2021

Juntos Es Mejor

Ante una alerta sanitaria sin precedentes, Avanza Food puso en marcha en el mes de marzo de 2020 la iniciativa #JuntosEsMejor: un proyecto de UNIÓN, que se ha consolidado como el gran proyecto de Avanza Food en materia de RSC, donde el grupo ha dado lo mejor de sí mismo para ayudar a más de 5.000 personas que se han visto afectadas por una situación extrema y sin precedentes para todos.

Tras una primera fase dirigida a apoyar a todos los colectivos esenciales, que lucharon en primera línea contra la pandemia, en julio de 2020, Fundación “La Caixa” y CaixaBank se sumaron a la iniciativa de Avanza Food para ayudar a más de 280 familias de la Fundación Tengo Hogar de Madrid.

En esa ocasión, hicieron llegar menús familiares de Carl’s Jr., Tony Roma’s y Tommy Mel’s a más de 200 hogares en riesgo de exclusión, e invitaron a 80 familias a vivir una experiencia única en los restaurantes del grupo. En total, más de 1.100 niños y padres pudieron disfrutar de un plan especial de comida juntos, como hace cualquier familia, olvidando por un momento la dura situación que atravesaban.

Tras la gran acogida de la iniciativa, en julio de 2021, las tres instituciones volvieron a unirse para ayudar a aquellos que más lo necesitaban, mostrando su compromiso por permanecer al lado de las familias más vulnerables que se vieron obligadas a tener que pedir ayuda a diferentes instituciones en los meses de

verano, al no recibir apoyo económico para su alimentación o beca-comedor pública.

Durante 13 semanas, la iniciativa llegó a **2.154 niños y padres de 530 familias en situación de vulnerabilidad, con la Asociación BOCATAS y la Organización Alucinos-La Salle.**

Todos ellos pudieron disfrutar juntos y en familia, de un plan especial durante una comida o una cena, en Carl’s Jr. y Tony Roma’s, olvidándose por un momento de la crítica situación que atraviesan.



INFORME DE PROGRESO 2021

Apoyo a la Asociación AMAR

También el año pasado, el grupo volvió a aportar su granito de arena con la asociación AMAR, que busca ayudar a aquellos hombres y mujeres que padecen o han padecido violencia, tanto física como emocional, así como violencia familiar, acoso sexual o laboral, sin discriminación por género.

Así, a finales de 2021, participó en su gala anual de recaudación de fondos, para que pudiesen sortear una invitación, y que una familia pudiese disfrutar de un plan especial, en cualquiera de sus Restaurantes Carl's Jr., Tony Roma's, Tommy Mel's o La Chelinda.

Proyecto #DevolverLaSonrisa

Y en el mes de diciembre, Avanza Food reforzó su compromiso con la Asociación Cultural "Los Romeros", asociación sin ánimo de lucro de Alcolea del Río, Sevilla, para contribuir al desarrollo de su iniciativa #DevolverLaSonrisa.

En esta ocasión, una familia sevillana en riesgo de exclusión social pudo viajar a Madrid para disfrutar de todo un plan de ocio durante unos días en la capital.

Entre otras actividades, los días 5 y 8 de diciembre pudieron disfrutar de una comida especial en el restaurante Tony Roma's de Gran Vía.





COMPROMISO CON NUESTROS SOCIOS

Gobierno Corporativo



El Código Ético de Avanza Food constituye el pilar fundamental del grupo, que se sustenta sobre los valores fundamentales que deben compartir todos los que forman parte de la organización

En los últimos cuatro años, Avanza Food ha desarrollado toda una serie de políticas y códigos de conducta, que recogen los principios básicos de actuación en diferentes áreas, como su Política de Igualdad de Oportunidades, de Selección y Contratación de personal, de Compras, Pagos Internos y Externos, Viajes Corporativos, Movilidad, Sistema de Incentivos, o de Regulación de Horarios y Vacaciones, entre otras.

Código Ético

El Código Ético de Avanza Food constituye el pilar fundamental del grupo. Un documento que se sustenta sobre los valores fundamentales que deben compartir todos los que forman parte de la organización, tales como la integridad, el interés y el respeto por las personas, orientación al cliente, compromiso con los resultados, con la compañía y con los que forman parte de ella, responsabilidad social, cumplimiento incondicional del entorno legal y motivar la curiosidad intelectual de las personas.

Dicho Código Ético emana del Consejo de Administración del grupo, e incluye a todo el personal de las compañías que integran Avanza Food, con independencia de la posición que ocupen o el lugar donde desempeñen su función.

En él, se establecen las pautas generales de conducta para todos los empleados en su desempeño diario, y su interacción con clientes, proveedores, colaboradores externos, accionistas, instituciones y la sociedad en general, por lo que constituye una guía de actuación

que asegura un comportamiento adecuado en el desempeño profesional de todo su equipo.

Es, por lo tanto, un código de obligado cumplimiento para todos, y que debe ser expresamente aceptado por cada uno de ellos. Su incumplimiento es considerado como falta muy grave, y conlleva la aplicación de las medidas disciplinarias oportunas.

Consejo de Administración

El Consejo de Administración de Avanza Food es el máximo exponente del gobierno corporativo, responsable de definir, desarrollar y supervisar con total transparencia la estrategia corporativa y financiera, la estructura organizativa y la gestión de la compañía.

El órgano de gobierno ha tenido una especial relevancia, sobre todo a raíz de 2020, donde el sector de la Restauración Organizada ha tenido que enfrentarse a un nuevo escenario, sin precedentes para todos.

Durante todo el año 2021, el Consejo se reunió de manera telemática con carácter mensual, con el objetivo de analizar toda la información relativa a la compañía, y supervisar y guiar al Comité de Dirección para poder anticiparse e implementar las medidas de prevención necesarias que garantizaran la continuidad tanto del grupo como de cada una de sus marcas.

En total, el pasado año se celebraron 18 reuniones Consejo, donde se realizó un análisis profundo de un entorno económico y social muy inestable, derivado de la pandemia, así como de la situación de la compañía en



INFORME DE PROGRESO 2021

el marco de un escenario muy cambiante, revisando los resultados mensuales de cada área, y poniendo especial foco en la situación financiera y en la tesorería de la compañía.

Asimismo, el Consejo de Avanza Food siguió reuniéndose de forma trimestral para analizar los avances del grupo en materia de creación de Valor Sostenible y ESG, así como de aspectos de Compliance Penal.

El Consejo de Administración de Avanza Food está formado por: **Oriol Pinya**, Socio, Fundador y CEO de ABAC Solutions; **Federico Conchillo**, Socio de ABAC Solutions; **Lidia García Blanco**, Retail Industry Manager de Google Spain; **Luis Casals**, Secretario del Consejo y Socio de Baker McKenzie; **Mónica Comalrena**, Responsable de Operaciones de Force Manager, y **Sergio Rivas**, CEO de Avanza Food.

Además de los miembros del Consejo, en las reuniones participaron también representantes de los principales puestos de dirección de Avanza Food, así como de ABAC Solutions.

Por parte de ABAC Solutions participó **Maria Rosell**, Analista, mientras que por parte de Avanza Food estuvieron presentes: **Javier Sánchez**, Restaurant Brands General Manager; **José Ignacio Gutiérrez**, Business Support Corporate Director, y **Sergio de Eusebio**, HKL Licenses & Supply Chain Corporate Director.



Comisión de Auditoría

Por su parte, la Comisión de Auditoría de Avanza Food se reunió 3 veces a lo largo de 2021: el 18 de marzo, el 27 de abril, y el 18 de noviembre, para la supervisión de los estados financieros de la compañía, del reporte de los controles internos, así como del control y supervisión de los auditores, y de la independencia de estos y la auditoría interna.

La Comisión de Auditoría está formada por: **Oriol Pinya**, Socio, Fundador y CEO de ABAC Solutions; **Federico Conchillo**, Socio de ABAC Solutions; **Mónica Comalrena**, Presidenta de la Comisión y Responsable de Operaciones de Force Manager; **Sergio Rivas**, CEO de Avanza Food, y **José Ignacio Gutiérrez**, Business Support Corporate Director de Avanza Food.

Además, también participaron **Ambrosio Arroyo**, Socio de EY; **Alfonso Balea**, Socio de EY; **Ana Cristina Quintana**, Senior Manager de EY; **Mercè Barbe**, Finance Director de ABAC Solutions, y **Cristina Ramón**, Financial Controller de Abac Solutions.

Comité de Crisis

A lo largo de 2021, el Comité de Crisis de Avanza Food, formado por 13 expertos de todas las áreas involucradas en el negocio de la compañía, siguió reuniéndose de forma periódica para seguir de primera mano la evolución sanitaria, económica y social del país, y poder poner en marcha todas las medidas necesarias para salvaguardar a la compañía.

Dicho Comité se formó por primera vez el 26 de febrero de 2020, antes de que la pandemia llegase a España. Durante los primeros meses de la pandemia, de febrero a abril de 2020, el Comité de Crisis se reunió de forma diaria (7 días por semana) para analizar la situación en cada momento y poder tomar las medidas necesarias en cada una de las áreas del negocio.

A partir de abril de 2020, las reuniones se llevaron a cabo tres veces por semana, y desde agosto de 2020 hasta julio de 2021, el Comité de Crisis de Avanza Food se reunió dos veces a la semana.

INFORME DE PROGRESO 2021

En la actualidad, dicho Comité sigue reuniéndose cada lunes, demostrando su gran fortaleza y capacidad de anticipación ante una realidad cambiante e inesperada, lo que ha permitido a la compañía seguir siendo un ejemplo de liderazgo, reducir el impacto, y limitar la caída frente al resto del mercado.

Concesión de Préstamo Participativo de COFIDES

Asimismo, el 23 de diciembre de 2021, el Comité Técnico de Inversiones del Fondo de Recapitalización de empresas afectadas por la COVID-19 (FONREC) de COFIDES, aprobó la solicitud de financiación presentada por Avanza Food, por la que el grupo recibió en 2022 un préstamo participativo por importe de 7 millones de euros, con el que ha podido reforzar su situación patrimonial y seguir consolidándose como uno de los grupos de referencia en el sector de la Restauración Organizada en nuestro país.

Para cumplir las condiciones de elegibilidad, Avanza Food presentó durante los meses de julio a noviembre de 2021 un plan de negocio, que fue minuciosamente evaluado por los analistas de COFIDES.

En el análisis de la solicitud, por parte de COFIDES, intervinieron PKF Attest como asesor financiero, y PWC como asesor jurídico. Por su parte, Avanza Food fue asesorada en la parte financiera por Deloitte Financial Advisory, y en la legal por Baker McKenzie, avalando de este modo que el grupo cumplía con todos los requisitos.

FONREC es un fondo dotado de 1.000 millones de euros, dirigido a contribuir a la recuperación económica de aquellas empresas de mediano tamaño, que se hayan visto afectadas como consecuencia del impacto de la pandemia, siempre que no hayan tenido problemas de viabilidad antes del 31 de diciembre de 2019, y, sobre todo, que sigan siendo viables a medio y largo plazo.

Se trata de compañías que han demostrado su capacidad de crecimiento y un alto componente de innovación, de las que dependen no solo muchos empleos, sino también la supervivencia de muchas otras empresas y autónomos, teniendo un importante impacto en los territorios en las que se asientan.

Transparencia



En su compromiso de transparencia y buen gobierno, Avanza Food apuesta por una relación sólida, fluida y proactiva con sus socios

Además de las reuniones del Consejo de Administración, y de la Comisión de Auditoría, Avanza Food ha mantenido durante todo el año 2021 toda una serie de reuniones con sus socios y consejeros, con el fin de informar de primera mano sobre la evolución de las diferentes áreas de negocio de la compañía durante todo el año, y garantizar el cumplimiento del plan estratégico marcado por el grupo con absoluta transparencia. Entre otras citas, cabe destacar:

- **Avanza Food Business Update:** los consejeros de Avanza Food se reunieron, una vez al mes por videoconferencia, entre los meses de enero y junio de 2021, para informar de primera mano de los avances y novedades en los diferentes proyectos en los que trabaja la compañía.



INFORME DE PROGRESO 2021

- **Digital Transformation Review:** en su apuesta por liderar el proceso de transformación digital de la organización, sobre todo en estos últimos dos años, Avanza Food llevó a cabo en los meses de enero y febrero de 2021 reuniones con sus Consejeras Digitales especialistas, **Lidia García Blanco y Mónica Comalrena**, para analizar e impulsar la estrategia digital de la compañía.

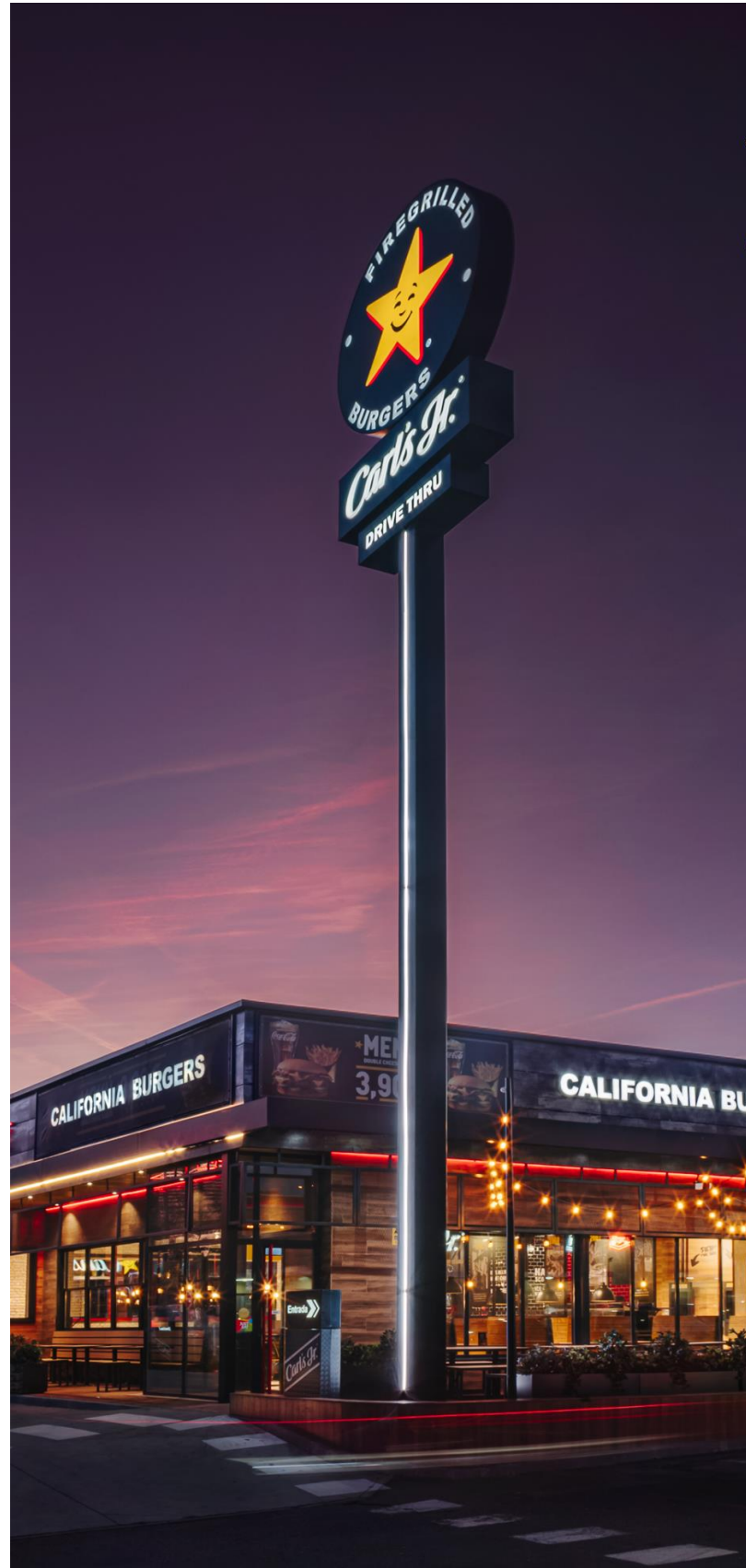
- **Sustainability Day:** los días 23 y 24 de febrero de 2021, Abac Solutions organizó su tradicional Sustainability Day.

Se trata de un punto de encuentro presidido por Oriol Pinya, donde gran parte de los directores de ABAC Solutions y todos los Sustainability Champions de las empresas participadas, incluidos **Víctor Pereira**, Sustainability Champion de Avanza Food 2021, **Noelia Hernán**, Sustainability Champion de Avanza Food 2019, y **Maite Casas**, Office Manager del grupo, se reunieron para compartir su progreso en materia de ESG, analizar estrategias y coordinar esfuerzos y métricas de seguimiento. Una jornada muy enriquecedora para todos, que sirve para tomar ideas y afinar enfoques, aprendiendo entre compañeros.

- **CEO Day:** el 20 de mayo, **Sergio Rivas**, CEO de Avanza Food, participó de forma telemática en el CEO Day, la jornada anual organizada por Abac Solutions, donde los líderes de todas sus empresas participadas se reúnen para compartir impresiones, inquietudes y experiencias de los diferentes directivos, con el objetivo de establecer grandes metas y trazar las diferentes estrategias de negocio para cada compañía.

Además, a lo largo de 2021 Avanza Food ha llevado a cabo una comunicación proactiva con sus socios, manteniéndoles informados en todo momento de todas las iniciativas y medidas tomadas por el grupo, así como de las principales comunicaciones internas y externas de la compañía, como notas de prensa, comunicados oficiales, acuerdos con proveedores, hitos, etc.

También han recibido los Newsletters de ESG trimestrales, para que conozcan de primera mano los principales avances del grupo en materia de creación de Valor Sostenible.



ANEXO

CORRELACIÓN DE TEMÁTICAS



Empleados

Diversidad de la plantilla en la entidad



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

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

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

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

Formación a empleados en aspectos de derechos humanos



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

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

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

Indicador GRI: 410, 412, 412-2

Inserción y accesibilidad de personas con discapacidad



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

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

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

Indicador GRI: 406

Igualdad de género



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

ODS relacionado: 05 | Igualdad de género, 08 | Trabajo decente y crecimiento económico

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

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

Ambiente laboral



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

ODS relacionado: 08 | Trabajo decente y crecimiento económico

Derecho a la negociación colectiva y respeto de los convenios



Principio: Principio 3: Las empresas deben apoyar la libertad de Asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.

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

Vinculación Ley: II. Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal: Relaciones sociales, III.

Información sobre el respeto de los derechos humanos

Indicador GRI: 102-41

Impulsar la sensibilización en materia medioambiental



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

ODS relacionado: 13 | Acción por el clima 12 | Producción y Consumo Responsable

Proveedores

Proveedores como aliados de RSE en la empresa



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

ODS relacionado: 17 | Alianzas para lograr los objetivos 12 | Producción y Consumo Responsable

Vinculación Ley: V. Información sobre la sociedad: Subcontratación y proveedores

Relación duradera con los proveedores



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

ODS relacionado: 08 | Trabajo decente y crecimiento económico, 17 | Alianzas para lograr los objetivos

Vinculación Ley: V. Información sobre la sociedad: Subcontratación y proveedores

Indicador GRI: 102-9

Cientes

Consumo responsable



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

ODS relacionado: 12 | Producción y Consumo Responsable, 13 | Acción por el clima

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

Indicador GRI: 301-1

Fomento de la calidad en la entidad



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

ODS relacionado: 12 | Producción y Consumo Responsable, 03 | Salud y Bienestar

Vinculación Ley: V. Información sobre la sociedad: Consumidores

Indicador GRI: 416

Comunidad

Alianzas entre empresas y tercer sector



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

ODS relacionado: 2 | Hambre cero, 10 | Reducción de las desigualdades

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

Indicador GRI: 102-13

Socios

Relación con los socios o accionistas



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

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

Medioambiente

Consumo de la entidad



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

ODS relacionado: 12 | Producción y Consumo Responsable, 7 | Energía Asequible y No Contaminante

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

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

Medidas de economía circular



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

ODS relacionado: 13 | Acción por el Clima , 6 | Agua Limpia y Saneamiento

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

Indicador GRI: 301-2, 301-3

Esta es nuestra **Comunicación sobre el Progreso** en la aplicación de los principios del **Pacto Mundial de las Naciones Unidas**.

Agradecemos cualquier comentario sobre su contenido.

AVANZA FOOD



ESG
SUSTAINABILITY
AVANZA FOOD
JUNTOS ES MEJOR

OFRECIENDO **MÁS VALOR**
A NUESTRO **PLANETA**
A NUESTROS **CLIENTES**
A NUESTROS **EQUIPOS**

AVANZA FOOD
JUNTOS ES MEJOR