



Memoria de Sostenibilidad 2019/20



Delaviuda
Confectionery Group

Construyendo un mundo más dulce



Carta CEO 6

Con paso decidido 8

Índice

En búsqueda del mejor talento 22

Creciendo en eficiencia 36

Innovación disruptiva y con impacto 54

Activos para el cambio 62

Principales cifras

casi...

100

años de historia

+

presentes en
70 países

52%
mujeres

578

colaboradores
media anual

+

3 millones de €
inversión en
producción

31
medidas de conciliación

926tn
de residuos
reciclados

4
Centros de trabajo

2 37
plantas productivas líneas de producción

Mensaje CEO



Echando la vista atrás me doy cuenta de que hemos sido capaces de preservar el empleo; hemos visto aumentada nuestra capacidad de resiliencia; y hemos apreciado cómo se han reforzado nuestros valores y sentimiento de pertenencia al Grupo.

Estimados Stakeholders,

Esta memoria de sostenibilidad del ejercicio terminado a 30 de junio de 2020, no se puede interpretar adecuadamente sin hacer mención al efecto Covid-19 que nos impactó en el último trimestre del ejercicio.

Durante los primeros nueve meses, el año discurrió según lo previsto. Todo apuntaba a que, a fecha de cierre del ejercicio, éste habría de terminar con previsible normalidad, con todos los planes de negocio y transformación planteados bien acometidos.

A mitad de marzo de 2020, saltaron las alarmas sanitarias. Millones de personas nos vimos obligados a guardar un estricto confinamiento de meses de duración, que acabó afectando a las cadenas de suministro globales y mermando económicamente, de manera asimétrica, a los diferentes sectores empresariales.

Utilizando símiles marineros, cuando en alta mar viene una gran e inesperada tormenta (en este caso, lo considero tempestad), no hay otra opción que tomar ciertas cautelas y medidas de seguridad: reforzar el puente de mando; proteger a la tripulación; correr el temporal sin parar motores y recogiendo velas; asegurar el casco del buque frente a entradas de agua; evaluar en todo momento los daños humanos y materiales; optimizar el consumo de combustible y víveres; informar y tranquilizar a la tripulación; y mantenerse informado a través de la radio y cualquier otro sistema de comunicación... Así, en medio de la marejada, en Delaviuda Confectionery Group realizamos una serie de maniobras con el fin de poner a salvo la nave y su tripulación.

A nivel de gestión sanitaria, creamos un comité de crisis. Desde este órgano adoptamos las medidas necesarias para preservar la salud de nuestras personas. Por otro lado, conscientes de que la información en tiempo real reduce la incertidumbre, dimos a la comunicación interna gran protagonismo con el único objetivo de aumentar la confianza y de apoyar y acompañar a las personas del equipo.

En lo que respecta a nuestros dos negocios, éstos se vieron fuertemente impactados por las restricciones de movilidad internacional y el confinamiento. En el caso del negocio de confitería, el turrón de España es uno de los principales souvenirs gastronómicos escogidos por los 81 millones de turistas que visitan, cada año, nuestro país. Como es lógico, debido a la restricción de los desplazamientos internacionales, este año los turistas no pudieron visitarnos, ocasionándonos la pérdida total de las ventas de turrón que generábamos en el sector del turismo y del travel retail. Por su parte, en el negocio de barritas, el descenso de las ventas estuvo motivado por el confinamiento, pues su consumo se desarrolla principalmente fuera del hogar.

En este contexto, nos vimos obligados a articular un ERTE en nuestras dos fábricas de Artenay y Sonseca, pero con el compromiso de reducir al máximo su duración. Una promesa que pudimos cumplir a tiempo.

A nivel financiero, la gestión del Grupo se volcó en reforzar su nivel de solvencia, liquidez y fondo de maniobra. Un movimiento que ha sido posible gracias al apoyo incondicional, sin garantías adicionales, de nuestros accionistas y de los bancos de relación.

Teniendo siempre presente la prudencia en la gestión, y sin poner en peligro la sostenibilidad de nuestra empresa, no dudamos en implantar otras medidas financieras, como la suspensión temporal de los gastos fijos de funcionamiento e inversiones no esenciales, que estaban ya presupuestados, pero aún no comprometidos.

Aún con todos los esfuerzos realizados, éste ha sido el primer ejercicio en la historia del Grupo en el que hemos entrado en pérdidas operativas, pues la reducción del 20% de los ingresos no pudo verse compensada con el ahorro de los gastos. Afortunadamente, estos esfuerzos no han resultado en balde, pues me enorgullece comprobar que hemos salido adelante.

Echando la vista atrás me doy cuenta de que hemos sido capaces de preservar el empleo; hemos visto aumentada nuestra capacidad de resiliencia; y hemos apreciado cómo se han reforzado nuestros valores y sentimiento de pertenencia al Grupo. Todo ello, sin perder de vista el proyecto de transformación y crecimiento en el que estamos inmersos desde hace tres años.

Para terminar, quiero aprovechar esta ocasión para agradecer profundamente a todos los stakeholders su máxima colaboración y confianza en este ejercicio tan atípico. En particular, a todas las personas que trabajan en nuestro Grupo por su gran esfuerzo y resiliencia. También, a los accionistas, que aportaron nuevos recursos; a los bancos de relación, que nos han financiado sin garantías adicionales; a los proveedores, que hicieron posible que no se rompieran las cadenas de suministro; y a todos nuestros clientes y consumidores, porque sin ellos nada sería posible y este proyecto carecería de sentido...

A todos vosotros, gracias de corazón y... continuemos navegando.

Manuel López Donaire

CEO Delaviuda Confectionery Group

Con paso decidido...

Sostenibilidad

Desestaciona-
lización

Expansión
internacional

Innovación

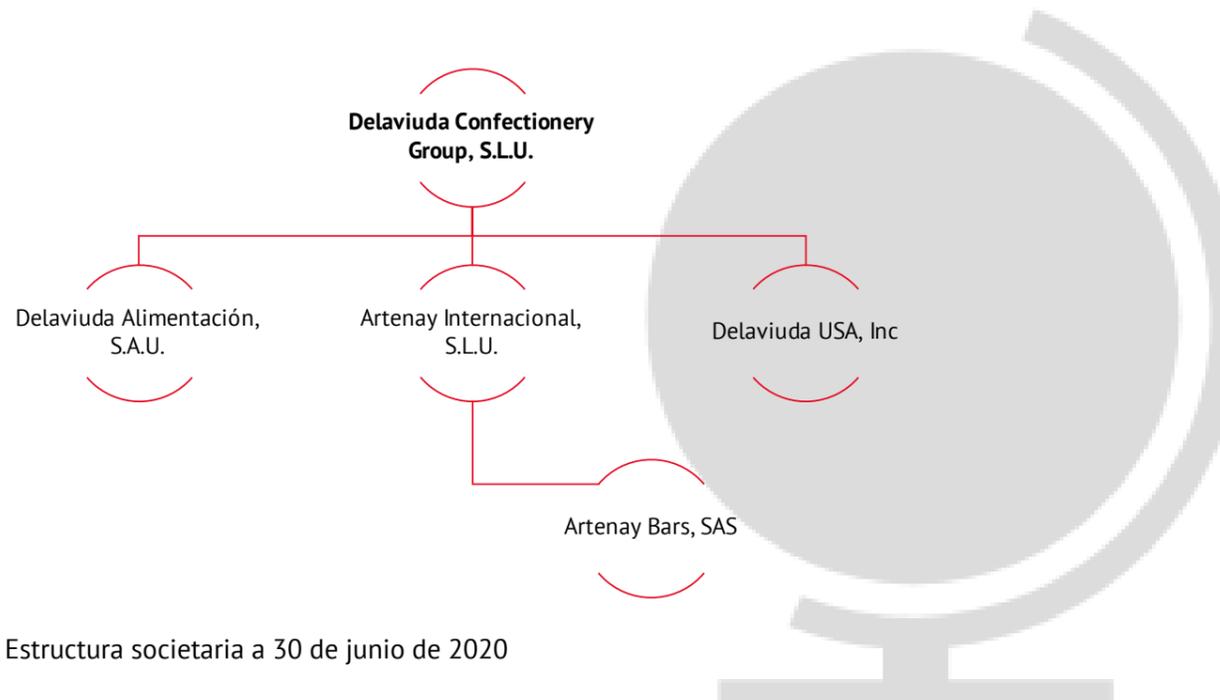
Cultura

Un año marcado por la consolidación de los proyectos estratégicos de los últimos años y el afán de superación.

Modelo de negocio y estrategia



Delaviuda Confectionery Group es hoy la compañía líder en el sector del turrón, mazapán, barritas y otros productos de confitería, que comercializa en más de 70 países con las marcas Delaviuda y El Almendro. Desde sus dos plantas, ubicadas en España (Sonseca) y Francia (Artenay), el Grupo sirve a sus clientes de la Gran Distribución, B2B, Travel Retail, Cestas y lotes navideños, Food services y otros canales alternativos.



Estructura societaria a 30 de junio de 2020

Durante este ejercicio, Delaviuda Confectionery Group, S.L.U. ha vendido a la matriz de su Grupo patrimonial, el 100% de las participaciones de Almendralia Ibérica, S.L.U., sociedad española dedicada a la explotación y posterior comercialización de almendras. No obstante Delaviuda CG conserva la gestión y los derechos de explotación de Almendralia Ibérica, S.L.U.

Delaviuda Confectionery Group se organiza en torno a tres unidades de negocio que se complementan entre sí:

Marcas

UNIDAD DE NEGOCIO DESARROLLADA
ALREDEDOR DE NUESTRAS MARCAS PROPIAS



sinónimo de calidad y bien hacer en la elaboración de especialidades navideñas, chocolates y bombones



nuestra marca experta en productos de almendra.

Artenay Foods

BAJO ESTA UNIDAD DE NEGOCIO SE INTEGRA LA MARCA DE TERCEROS TANTO PARA CLIENTES DE RETAIL COMO CLIENTES B2B EN LAS CATEGORÍAS DE BARRAS, CHOCOLATES Y BOMBONES.



Explotación de almendros

ORIENTADA A LA GESTIÓN DEL
PROYECTO ALMENDRALIA.



Estructura organizacional

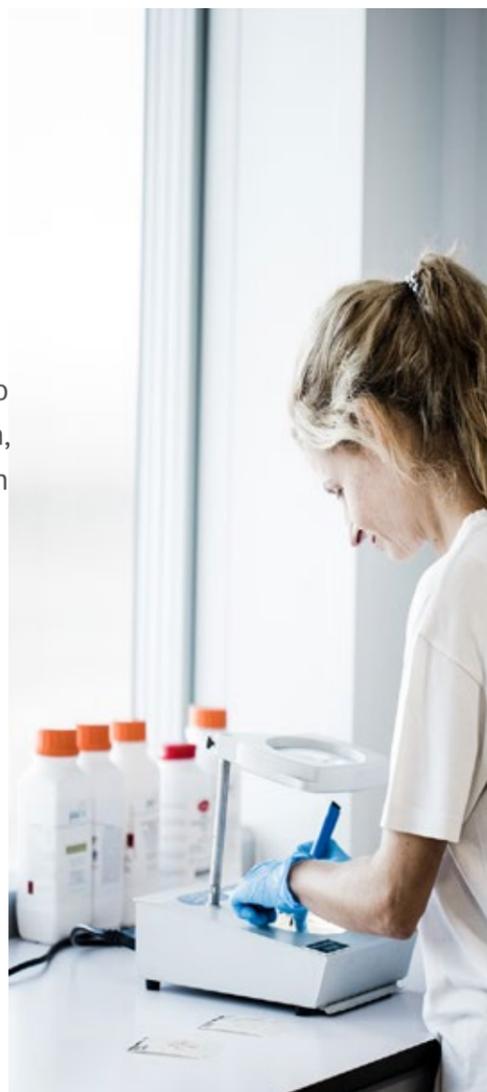
La actual estructura organizacional responde a los retos y desafíos estratégicos del Grupo.



Iniciamos el ejercicio 2019-2020 con la clara visión de continuar fortaleciendo nuestros tres retos estratégicos: la internacionalización, la desestacionalización y la reinención de la Navidad del Siglo XXI. Así, decidimos que era prioritario mantener una línea continuista para consolidar los proyectos y apuestas estratégicas desarrollados en los últimos años, especialmente en el ámbito de la innovación y de la gestión de las personas.

A continuación, se detallan algunos logros que nos han permitido seguir impulsando el consumo de turrón entre el público joven, estar presentes durante todo el año e internacionalizar el turrón con el posicionamiento de un dulce típico español.

Como novedad, hemos integrado el área de I+D en la Dirección de Calidad del Grupo, que ha pasado a denominarse “Dirección de Calidad e I+D”.



Internacionalización

- Consolidación del proyecto en Estados Unidos en el que hemos fortalecido la cartera de productos, el modelo logístico y la plantilla. Contamos con un equipo de personas local para el North East, el South East, y dos distribuidores regionales
- Consolidación del crecimiento en México, Portugal, UK y Europa Central.
- Avances en el plan de desarrollo del canal B2B.
- Consolidación de la estructura de personas Portugal y Artenay Foods con perfiles incorporados durante el ejercicio anterior.



Desestacionalización

- Ampliación de nuestra capacidad de elaboración de productos BIO.
- Las barras de almendra de El Almendro lideran y empujan el crecimiento de la categoría de barras de frutos secos.



Innovación disruptiva en Navidad

- Lanzamiento de los “Bites” de turrón de chocolate crujiente de El Almendro y de los “Sticks” de praliné de Delaviuda como propuestas de un consumo diferente, acercándonos a públicos más jóvenes.
- Posicionamiento como la empresa líder en innovación disruptiva del sector de turrónes. Cuatro de nuestras referencias se posicionaron dentro del Top 10 de ventas de Innovaciones.
- Desarrollo de nuevos formatos para mejorar la experiencia del consumo y conveniencia del turrón para la campaña de Navidad 2020.



Debido a la inesperada crisis provocada por la COVID 19, a partir del mes de marzo de 2020 tuvimos que priorizar la gestión de los impactos de la pandemia y reenfoque algunos de nuestros objetivos y proyectos estratégicos previstos para el ejercicio.

Proteger la salud de las personas y velar por su seguridad haciendo de nuestras instalaciones lugares seguros de trabajo, y garantizar el mantenimiento de nuestra actividad se convirtieron en nuestros principales objetivos. A lo largo de las siguientes páginas se describen las actuaciones que, desde las distintas áreas del Grupo, se acometieron para cumplir con dichos retos.

Gobernanza

Modelo de Gobierno

Delaviuda Confectionery Group, S.L.U. contaba con dos administradores solidarios hasta el 12 de septiembre de 2019, fecha en la que Manuel López Donaire se convierte en el **administrador único** con carácter indefinido.

La administración del Grupo se apoya en diferentes comités que ayudan al gobierno y gestión del Grupo.

En la actualidad la tercera generación de la familia se encuentra involucrada en el gobierno y gestión del Grupo.

- **Consejo Asesor Empresarial.** Constituido por el CEO, tres miembros accionistas (pertenecientes a la tercera y cuarta generación) y dos consejeros independientes que se renuevan cada cinco años. El Consejo se reúne cinco veces al año y actúa como mentor, supervisor e impulsor del Comité Ejecutivo, asesorando en los aspectos estratégicos financieros, de mercados y productos, competidores o tecnología.



- **Comité Ejecutivo.** Este Comité supervisa el desarrollo e implantación de la estrategia del Grupo, el control de los presupuestos y la coordinación de las actividades que llevan a cabo las distintas direcciones y departamentos. El Comité está formado por el CEO y las cuatro direcciones generales y se reúne mensualmente.

- **Comité de Inversiones.** Está formado por representantes de todas las áreas del Grupo quienes toman decisiones sobre las inversiones del Grupo. Se reúnen de manera trimestral.



- **Comité de Seguimiento e Innovación.** Su finalidad es impulsar y supervisar la innovación de manera transversal en el Grupo. Formado por 12 responsables de distintos departamentos y 6 personas itinerantes, se reúne quincenalmente.

- **Comité de Responsabilidad Social Corporativa (RSC).** Está formado por representantes de todas las áreas del Grupo. Se trata de un órgano interno permanente, informativo y consultivo, sin funciones ejecutivas, con facultades de información, asesoramiento y propuesta dentro del ámbito de la RSC.



Con anterioridad al decreto del estado de alarma en España se decidió crear el **Comité de Crisis**, constituyéndose como el órgano responsable de implantar medidas de prevención, control y seguimiento de la crisis sanitaria. Formado por la alta dirección y un equipo interno especializado en cuestiones legales, de personas, de salud y seguridad y de sistemas de la información del Grupo, se ha estado reuniendo semanalmente.

Con motivo de la crisis sanitaria y económica generada por la pandemia, el Grupo ha implementado una serie de medidas excepcionales con el fin de garantizar la sostenibilidad de la empresa.

Medidas implementadas

- Inyección de 2,5 millones de euros en el capital de Delaviuda Alimentación, S.A.U.
- Renuncia del accionista a la distribución de dividendo
- Reducción del salario del CEO en un 25%.
- Minoración en un 20% de la retribución de los consejeros externos.
- Adaptación de la política retributiva variable.
- Reducción de los costes fijos y de funcionamiento al mínimo indispensable.

Como consecuencia del cierre de las tiendas en los aeropuertos y de algunos establecimientos de nuestros principales clientes de barritas, el Grupo no pudo evitar tener que acogerse a un ERTE, Expediente de Regulación Temporal de Empleo, en los centros de producción de España y Francia.

No obstante, **la empresa se comprometió a anticipar el importe equivalente a la prestación por desempleo a aquellas personas afectadas por el ERTE** que acreditasen su necesidad, así como a incorporar a las personas a la mayor brevedad posible.

Finalmente, una persona solicitó el anticipo de la prestación por desempleo y la duración media del ERTE fue de 21 días, una cifra inferior a la inicialmente prevista.

Gestión ética y cumplimiento normativo

Nuestra Misión, Visión y Valores



Misión

Construir un mundo más dulce creando valor a nuestros grupos de interés.



Visión

Mantener nuestra posición de líderes mundiales marquista de "Turrón de España".

Ser una empresa de referencia internacional en la elaboración de productos de confitería marquista.

Ser una empresa de referencia líder europea de barritas para marca de terceros, que satisfagan todas las necesidades de consumo asociadas a dicho producto.



Valores

Transparencia, Prudencia, Perseverancia y Fiabilidad.



Modelo de Compliance

Los principales elementos del Sistema de Cumplimiento de Delaviuda Confectionery Group son el Código de Conducta, el Mapa de Riesgos y la existencia de la figura del Compliance Officer, responsable del buen funcionamiento del Sistema. Asimismo, se han habilitado dos canales de denuncia: compliance@delaviudad.com y compliance@artenaybars.com, donde cualquier persona puede trasladar irregularidades o plantear dudas. Durante este ejercicio no se han registrado denuncias por medio de los canales habilitados.

Con respecto a los riesgos no financieros, tomando como referencia el Código Penal y las normas ISO 31000, 19600 y 37001, y la UNE 19601, de acuerdo con su probabilidad e impacto, se identificaron como los riesgos más relevantes para el Grupo los siguientes: delitos contra la salud pública, publicidad engañosa, blanqueo de capitales y riesgos de la salud de los trabajadores derivado de la crisis sanitaria ocasionada por la COVID 19.

Para cada riesgo existen diferentes controles cuya finalidad es prevenir y minimizar dichos riesgos. Este año, asociado al riesgo de salud y seguridad por COVID, se han implementado los siguientes controles: creación del comité de crisis, elaboración de protocolos de actuación e implantación de medidas de seguridad.

En el ejercicio anterior se realizó la difusión interna y externa del Código de Conducta y sus canales de denuncia. Asimismo, se impartió formación sobre el Código de Conducta al 100% de los equipos directivos y de gestión, y a las nuevas incorporaciones. Durante este ejercicio se ha continuado con la formación a las nuevas incorporaciones

Hitos ejercicio 2019 - 2020



Delaviuda Confectionery Group, S.L.U vende a la matriz del grupo patrimonial 100% de las participaciones de Almendralia Ibérica S.L.U



Manuel López Donaire se convierte en el administrador único de Delaviuda CG



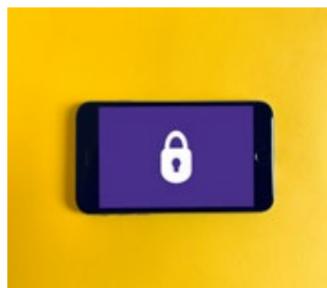
Lanzamiento de innovaciones disruptivas: Bites de turrón de chocolate crujiente de El Almendro y los Sticks de praliné de Delaviuda



Navidad 2019. Cuatro referencias de nuestras marcas Delaviuda y El Almendro dentro del Top 10 de ventas de Innovaciones en el sector del turrón



Ampliación de la certificación BIO



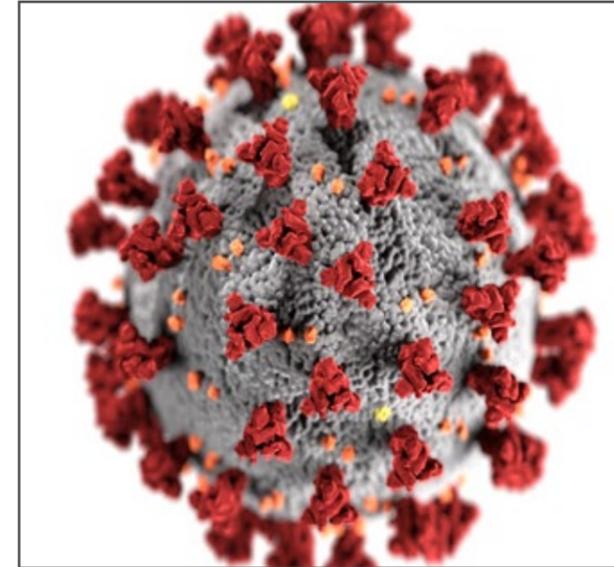
Creación de la Oficina de Seguridad y GDPR



Industrialización de nuevos productos. Bites de chocolate, Sticks de chocolate y Palitos de Turrón Blando



Primera encuesta para conocer el nivel de satisfacción de la plantilla con las medidas de conciliación



Covid 19

- Creación del Comité de Crisis Covid 19
- Establecimiento de un paquete de medidas económicas excepcionales para garantizar la sostenibilidad del Grupo.
- Elaboración de Protocolos de Actuación sobre seguridad y salud



Finalización del proyecto Confía



Donación de 200.000 kg de producto



Donación de 6.700 batas, 36.000 calzas y 98.000 gorros con mascarillas desechables al Complejo Hospitalario de Toledo Virgen de la Salud

Resultados del ejercicio

Principales magnitudes financieras

| (en miles de euros) | 2019-2020 | |
|-----------------------|-----------|---|
| Cifra de negocio | 106.118 | Delaviuda Confectionery Group obtuvo en el ejercicio fiscal terminado el 30 de junio de 2020, una cifra de negocio agregada de 106,1 millones de euros , representando la cifra global del mercado internacional un 48% de la facturación. |
| Valor generado | 77.872 | |
| EBITDA | -838 | El volumen de producción alcanzó una cifra cercana a los 15 millones de kilos frente a los 16,3 millones del pasado ejercicio. |
| Inversiones | 4.937 | |
| Patrimonio neto | 39.178 | Algunas magnitudes económicas como la cifra de negocio y el EBITDA se han visto muy afectadas por el impacto económico negativo de la crisis provocada por la COVID19. |
| Activos totales | 85.197 | |
| Deuda financiera neta | 3.292 | |
| Fondo de maniobra | 33.595 | |

Entre los meses de marzo y junio, se produjo una disminución del 50% de los pedidos de la unidad de negocio de barritas; un producto alimenticio consumido principalmente fuera del hogar cuya demanda disminuyó fuertemente a causa del confinamiento. Por su parte, el turrón es probablemente uno de los principales souvenirs gastronómicos adquiridos por los 81 millones de turistas que visitan nuestro país y que este año no pudieron visitarnos; provocando la pérdida del 100% de las ventas de turrón que solíamos realizar a través de las tiendas dedicadas al turismo y del "travel retail".

Adicionalmente, también han afectado en el resultado los gastos de implementación de medidas sanitarias para proteger la salud de las personas de la organización y el deterioro de la mercancía producida que no pudo venderse en la campaña de verano.

Creación de valor

Un año más, la prudencia ha sido una de las grandes protagonistas de la gestión financiera y estratégica del Grupo. Entendida como la capacidad de asumir riesgos con un margen de seguridad, este principio ha sido un factor de sostenibilidad; especialmente en un ejercicio como el actual. Durante este ejercicio, **Delaviuda CG ha generado valor económico directo a sus grupos de interés** en tiempos de incertidumbre, preservando el empleo, contratando a proveedores de la zona, pagando y recaudando impuestos o colaborando con la sociedad a través de donaciones, entre otras acciones.

| Valor generado (en miles de euros) | 2019-2020 |
|------------------------------------|-----------|
| Sueldos y salarios | 13.417 |
| Contribuciones a la Seg.Social | 4.463 |
| Aprovisionamientos | 59.247 |
| Impuesto Sociedades | 0 |
| Otros impuestos y tasas | 630 |
| Donaciones | 115 |

Contribución fiscal

Delaviuda Confectionery Group también contribuye al desarrollo social a través del cumplimiento de sus obligaciones tributarias. Así, nuestra contribución fiscal derivada de nuestra actividad total de casi 29 millones de euros entre impuestos directos (impuestos pagados) e indirectos (impuestos recaudados en nombre de terceros).

| Contribución fiscal 2019-2020 (en miles de euros) | Impuestos directos | Impuestos indirectos | Contribución total |
|---|--------------------|----------------------|--------------------|
| España | 4.021 | 17.168 | 21.190 |
| Francia | 1.633 | 6.039 | 7.672 |
| TOTAL | 5.654 | 23.208 | 28.862 |



El mercado del turrón en Navidad 2019

"Tal y como nos revelan los resultados, la innovación, por la que estamos apostando, va por el buen camino"

Manuel López Donaire, CEO de Delaviuda CG

Según datos de la consultora IRI sobre la campaña de Navidad 2019, en un contexto donde el **sector del dulce navideño se mantuvo estable, las marcas que hemos apostado por la innovación hemos sido las dinamizadoras del mercado de turrón.**

En esta campaña nos consolidamos como **líderes de la innovación disruptiva** por nuestra apuesta de consumir el turrón de una manera distinta. Por un lado, El Almendro, presentó los nuevos Bites de turrón de chocolate crujiente y los Palitos de Turrón de Chocolate con Turrón Blando; por otro, Delaviuda, los Sticks, una forma disruptiva de consumir turrón de chocolate, para compartir, en cualquier lugar y momento del día.

Hemos crecido un 4,6% en el mercado de turrónes sin especialidades. Las marcas Delaviuda y El Almendro crecieron en valor un 6,9% y un 3,52%, respectivamente, en el mercado de turrón. Con ambas marcas, en el Grupo hemos logrado una cuota de mercado del 12,34%. Además, nuestras **innovaciones disruptivas representaron el 1,6%** del valor en el segmento de turrónes sin especialidades.

4 referencias de nuestras marcas se posicionaron dentro del **Top 10 de ventas de Innovaciones** en el sector del turrón.



En búsqueda del...

...mejor talento

Una gestión del talento enfocada en las **PERSONAS**, centrada en su desarrollo y bienestar.

Nuestro mejor talento

El ejercicio 2019-2020 ha estado marcado principalmente por la finalización del Proyecto Confía (2017-2019) y la crisis ocasionada por la COVID-19.

En los últimos tres años, el Proyecto Confía ha buscado la transformación cultural del Grupo poniendo el foco en la implantación de un sistema de gestión de la conciliación adaptada a las necesidades de nuestros empleados, una comunicación orientada a mejorar la motivación y sentido de pertenencia, un análisis organizativo enfocado a la identificación de personas clave y la adecuación de las personas a los puestos, y el desarrollo de las competencias necesarias para lograr los retos de crecimiento del Grupo.

En el último trimestre del ejercicio, debido al impacto de la COVID, se detectó la necesidad de que el Área de Personas liderara la gestión de la crisis. En ese marco, diseñamos el **Plan ÍTACA** con la finalidad de hacer frente a los impactos de la pandemia, y de impulsar un liderazgo que nos ayude a mantenernos en la senda de crecimiento que habíamos iniciado. Este plan nos está permitiendo responder a cada situación, recuperarnos aprendiendo de la experiencia y emergiendo con más fortaleza, así como a prosperar, preparándonos y dando forma a nuestra nueva realidad.

Unas bases firmes

Gestión del talento

Nuestro proyecto de compañía requiere que contemos con el mejor talento. En este sentido, en Delaviuda Confectionery Group disponemos de un modelo de competencias que marcan **un estilo y cultura propios**.



Uno de los aspectos en los que hemos continuado trabajando ha sido el establecimiento de objetivos claros y medibles que miden el desempeño y las capacidades de nuestras personas.

Nuestro proceso de evaluación del desempeño ha perseguido los siguientes objetivos:

- **Acompañar a los responsables de equipo en el desarrollo de su liderazgo** y en su rol como evaluadores.
- **Monitorizar las evaluaciones de desempeño**, realizando un análisis riguroso a nivel global e individual sobre el grado de evolución de las personas, y la identificación de mejoras en el proceso para ejercicios posteriores.



Los resultados de la evaluación del desempeño ponen de manifiesto el desarrollo competencial de todos los colectivos de la organización y el **retorno favorable del programa formativo "Empower Yourself"**. Gracias a dicho programa se han mejorado las competencias de nuestros empleados, se ha aumentado el conocimiento del modelo de competencias y, por lo tanto, la identificación de evidencias de comportamientos en las evaluaciones.

Asimismo, se ha identificado como prioridad trabajar en un nuevo modelo de Liderazgo a raíz del nuevo contexto provocado por la Covid. Este modelo dirigido a los primeros niveles de la organización se pondrá en marcha en el próximo ejercicio.

Por último, de cara al exterior y en la línea con la apuesta por construir nuestro perfil y marca de empleador, facilitando así la selección de personas alineadas a nuestra cultura, hemos desarrollado las siguientes actuaciones:

- Presencia en redes sociales profesionales como LinkedIn o en páginas de empleo aportando contenido.
- Publicaciones en medios de comunicación como, por ejemplo, Expansión & Empleo.
- Publicaciones en nuestros canales de comunicación internos con contenido específico de talento: newsletter mensual, cartelería específica...
- Presencia en foros de empleo, eventos y comunidades donde hemos participado y contado nuestras iniciativas y experiencias.

Desarrollo formativo

En Delaviuda Confectionery Group tenemos claro que la mejor inversión que podemos hacer para el desarrollo de nuestros empleados es la formación. Por este motivo, durante el curso 2019-2020 se han impartido aproximadamente 10 mil horas de formación y un total de 141 cursos.

El Plan de formación 2019-2020 se organiza en torno a diferentes bloques formativos cuyos contenidos y acciones están alineados a la estrategia corporativa. Así, Idiomas, Formación Técnica y Desarrollo de Competencias han sido las partidas con mayor dotación presupuestaria. Durante los meses de la COVID-19, se produjo un incremento de las horas de formación online, así como la adaptación de píldoras formativas según las nuevas circunstancias.

| Tipo de formación 2019-2020 | Horas |
|---------------------------------|--------------|
| Salud y seguridad laboral | 3.643 |
| Calidad y seguridad alimentaria | 875 |
| Idiomas | 1.639 |
| Formación específica del puesto | 2.582 |
| Otras | 1.204 |
| Total | 9.942 |

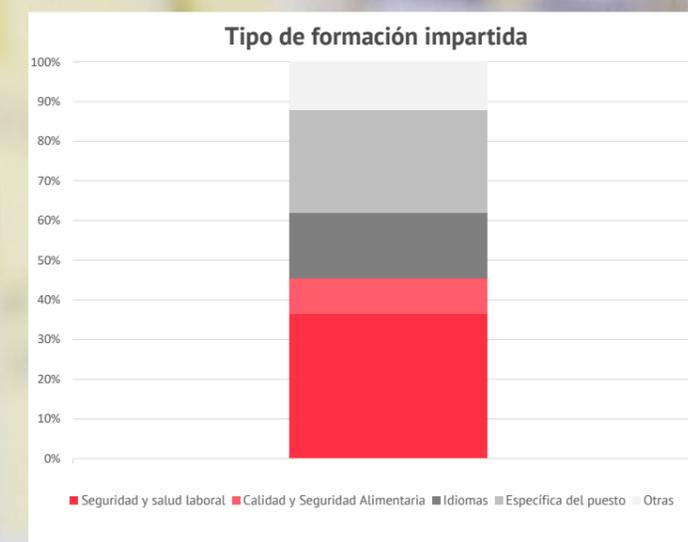


| Indicadores de formación en DCG | 2018-2019 | 2019-2020 |
|---------------------------------|-----------|-----------|
| Inversión en formación (euros) | 193.203 € | 104.797 € |
| Horas de formación | 17.990 | 9.942 |
| Nº de cursos | 105 | 141 |
| Nº de asistentes | 3.793 | 5.803 |
| Horas formación/empleo medio | 31,78 | 17,20 |

En 2018-2019 hicimos una apuesta muy fuerte por la formación de nuestra plantilla con el lanzamiento de la DCG Talent University y su programa "Empower Yourself", que supuso más de 7.000 horas de formación. En este ejercicio estaba previsto continuar el programa con la plantilla base, pero dadas las circunstancias provocadas por la pandemia se decidió posponerlo al próximo ejercicio.



| Horas por categoría profesional | 2018-2019 | 2019-2020 |
|---------------------------------|---------------|--------------|
| Directivos | 2.995 | 376 |
| Mando intermedio | 4.849 | 2.310 |
| Administrativo | 2.195 | 2.827 |
| Resto de personal | 7.951 | 4.430 |
| Total | 17.990 | 9.942 |



Comunicación y escucha

Compartir y escuchar son claves en el compromiso con nuestras personas y, en este sentido, han sido muchas las iniciativas llevadas a cabo para mejorar la comunicación, incrementar el orgullo de pertenencia, ser capaces de llegar a todos y reforzar nuestra cultura y valores, entre otras.

Principales hitos

- **Creación de una Intranet corporativa.** Es una web donde los empleados pueden encontrar documentación corporativa, relevante y noticias de interés. Es posible acceder desde cualquier dispositivo.
- **Instalación de TV en la zona de descanso de Artenay** para llegar en tiempo real a las personas del colectivo de fábrica, que no disponen de correo corporativo.
- **Campaña “Valemos por lo que Somos” para sensibilizar sobre nuestra cultura corporativa.** Ha consistido en el lanzamiento semanal de una píldora informativa centrada en un valor importante para la compañía.
- Aprobación de la **Política de Comunicación Interna y del Manual de Identidad Corporativa.**



El reto de comunicar durante la pandemia

La comunicación interna se ha convertido en una herramienta fundamental para la gestión de la pandemia. La transparencia ha sido nuestra aliada ante una situación de tanta incertidumbre para todos. Entre otras acciones, a nivel de comunicación las más significativas han sido:

- **Carta mensual del CEO** a toda la plantilla para aportar información relevante sobre la evolución de la pandemia, trasladando seguridad y tranquilidad entre las personas de la organización.
- **Comunicados internos** para informar de las medidas de gestión que se iban tomando en cada momento.
- **#Mensajepositivodeldía. y los #MailsdelViernesContraelCoronavirus:** Generamos contenidos para fomentar la implicación y unión de todas las personas. Se dirigieron a potenciar el sentimiento de pertenencia y a reforzar el vínculo con el resto de los compañeros en un momento en el que la distancia era una realidad. En concreto, se distribuyeron mensajes diarios con contenidos de ánimo, playlists colaborativas, planes para hacer en familia durante el confinamiento y píldoras informativas para hacer frente a las nuevas metodologías de trabajo, #Yotrabajo-desdecaja, entre otros.
- **Vídeo de agradecimiento** para reconocer la labor de las personas de producción, que no dejaron de acudir a su puesto de trabajo un sólo día durante el periodo que duró el confinamiento.

Especialmente relevante fue la **involucración de nuestro CEO con sus cartas mensuales** en los momentos más difíciles.



Nuestra manera de...



...Fomentar el sentido de pertenencia

- **Concurso fotografía.** “Saca el fotógrafo que llevas dentro” ha sido la temática de este año, con el objetivo de implicar al equipo en la decoración de algunas de las zonas comunes de nuestras instalaciones. En total se presentaron 76 fotografías y para la selección de las fotografías ganadoras se contó con la participación de una agencia externa de fotografía.
- **Día de las Familias.** Celebración de jornadas de puertas abiertas para los familiares de nuestros colaboradores en los que pueden conocer de primera mano el proceso de creación de los productos. En esta edición contamos con más de 130 asistentes.
- **Día de los Veteranos.** Celebración de la III Edición del Día del Veterano para conmemorar la trayectoria profesional de quienes nos han acompañado fielmente en nuestra misión de construir un mundo más dulce. La jornada tuvo lugar en el Centro de Producción de Sonseca y consistió en un desayuno con nuestro CEO, seguido de una visita guiada a fábrica que estuvo llena de recuerdos y reencuentros.

...Estar cerca y comunicarnos

- **Newsletter mensual.** Publicación mensual en la que damos a conocer de forma cercana y amigable noticias que se consideran de interés para el Grupo: asuntos corporativos, transformación cultural y de negocio y cuestiones de responsabilidad social...
- **Café con el CEO.** Desayuno informal cada tres meses en el que un grupo diverso de personas mantiene una charla distendida con nuestro CEO, Manuel López Donaire. En estos desayunos se habla sobre cuestiones relacionadas con la gestión empresarial, el Grupo, las perspectivas de futuro y cualquier otro asunto que pueda ser de su interés.



...Celebrar con los nuestros

- **DCG “Talent Show”.** Convocatoria de un concurso de talento interno, celebrado en los días previos a la Navidad, en la que los participantes pusieron a prueba su creatividad. Se trata de una iniciativa puesta en marcha en España para fomentar el grado de compañerismo, así como un buen clima laboral tras la campaña de Navidad. Para la deliberación de los vídeos ganadores participó una agencia externa de comunicación.

Jornada anual en la planta de Artenay. El día 6 de enero 2020 se celebró en Artenay el encuentro anual de comunicación. Este evento, por primera vez, unió a todo el personal de fábrica y oficinas para ser informados de los retos propuestos en el nuevo año, así como para realizar talleres formativos didácticos relacionados con la higiene y salud, calidad y seguridad en el trabajo. Gracias al formato del encuentro, nuestros compañeros de Artenay tuvieron la oportunidad de realizar actividades de teambuilding y conocerse un poco mejor.

- **Taller infantil de Navidad.** Se trata de una jornada en la que los pequeños de nuestros profesionales acuden a nuestras instalaciones para disfrutar de un taller de decoración de Navidad.



Salud y Seguridad como prioridad

Delaviuda Confectionery Group tiene el compromiso de proteger la seguridad y salud de todos sus empleados, con la convicción de que los accidentes de trabajo y enfermedades profesionales pueden y deben ser evitados. Siempre hemos trabajado en ello, pero ahora se ha puesto más de relieve con el contexto del coronavirus, donde **garantizar la seguridad del trabajador ha sido clave y prioritario para la compañía.**

En Delaviuda CG existe una cultura de seguridad preventiva basada en:

- La implementación y mejora continua del **Sistema de Gestión de Seguridad y Salud Laboral** mediante la comunicación con empleados, contratistas y otras partes interesadas.
- La **formación, adiestramiento y preparación** de los colaboradores para asegurar que están concienciados para evitar situaciones inseguras y responder rápidamente frente a eventos inesperados.
- **Influir en la formación de los contratistas, suministradores y de la comunidad** en general.

Actuaciones relevantes



3.460
horas de
formación PRL

+400
horas que en
18/19

2.989
asistentes

- **Incremento de la seguridad y prevención en nuestras instalaciones** a través de nuevos sistemas y herramientas como BITNOVA (evita intrusiones no autorizadas de personal o de vehículos ajenos a su actividad profesional) o E-COORDINA (herramienta que permite controlar y facilitar el intercambio documental entre diferentes empresas).
- **Concienciación a nuestros profesionales** sobre la importancia de la prevención y seguridad tanto en los puestos de trabajo como fuera de los mismos. Por ejemplo, se elaboraron planes de información de los puestos de trabajo evaluados o se continuó la difusión mensual de contenido de interés para la promoción y adopción de hábitos saludables como parte del Proyecto “Construyendo un mundo más saludable”.
- **Actualización de la documentación preventiva** de la empresa mediante programas de actuación internos y externos.
- **Acciones de mejora de la salud y calidad de vida:** formación en primeros auxilios para niños y adultos, organización de talleres de yoga y de estiramiento de espalda.

| Indicadores de accidentabilidad DCG | España | | Francia | |
|-------------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | 2018-2019 | 2019-2020 | 2018-2019 | 2019-2020 |
| Índice de frecuencia | 17,2 | 33,0 | 32,2 | 0 |
| Índice de gravedad | 0,33 | 0,35 | 0,08 | 0 |

Protegiendo a los nuestros frente al COVID-19

La pandemia provocada por el coronavirus ha potenciado, aún más si cabe, el compromiso de la organización con la **seguridad y salud de las personas**, convirtiéndose en **uno de los grandes retos** a los que ha tenido que hacer frente el área de Personas y Prevención.

Cabe destacar, de manera especial, el esfuerzo realizado en la planta de Delaviuda CG España que, por su marcado carácter estacional, ve incrementado considerablemente el volumen de la plantilla al acoger picos muy altos de personas durante los meses clave de la campaña; cuestión que ha obligado a la compañía a realizar un acondicionamiento de la planta de Sonseca, con la habilitación de nuevos espacios y nuevos accesos de entradas y salidas con el fin de hacer de dicho centro de trabajo un entorno seguro.



Elaboración **protocolos de actuación** adaptados a los distintos puestos de trabajo.

Suministro de **EPIS** diariamente: guantes, mascarillas, pantallas protectoras



Vigilancia específica de la salud: pruebas serológicas.

Medidas de seguridad, control e higiene: habilitación puntos de desinfección, control temperatura, reorganización uso instalaciones y flujos de circulación, labores de limpieza especializada....



Implantación del teletrabajo, con carácter general, y para aquellas personas cuyo puesto de trabajo lo permita..



Fortalecimiento del equipo de prevención: contratación de dos personas dedicadas exclusivamente a la ejecución y supervisión del cumplimiento de los protocolos de actuación anticovid..



Ajuste de la formación a la modalidad online

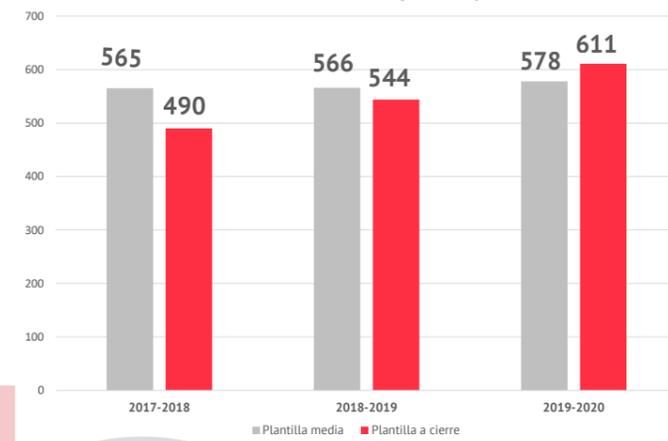


Delaviuda Confectionery Group en cifras

Durante el ejercicio 2019-2020 la plantilla media de Delaviuda Confectionery Group alcanzó la cifra de 578 colaboradores. A cierre del ejercicio, 30 de junio de 2020, la plantilla alcanzó los 611.

Debido a los periodos de campaña de la planta en España este dato se incrementa de manera notable, llegando en determinados periodos a una cifra de más de 900 colaboradores (915 en el pico más alto de este ejercicio).

Evolución de la plantilla Delaviuda Confectionery Group



52% mujeres

71% plantilla fija y fija discontinua

16 nuevas contrataciones fijas

76% personal de producción

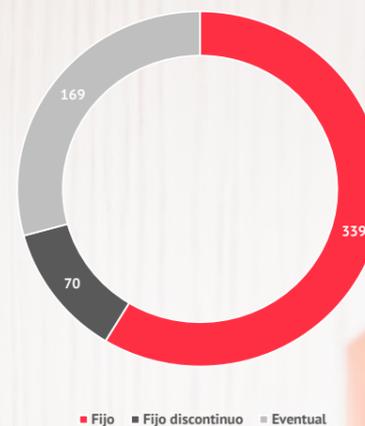
12% rotación

... Nuestras personas en cifras...

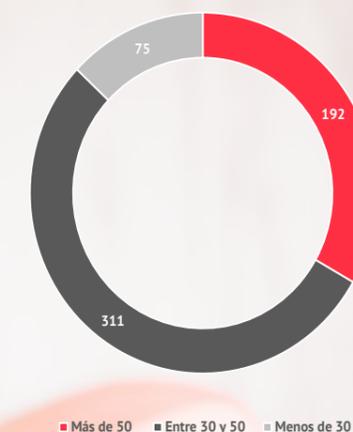


| Distribución plantilla DCG | 2018-2019 | | | 2019-2020 | | |
|----------------------------------|-----------|---------|-------|-----------|---------|-------|
| | España | Francia | Total | España | Francia | Total |
| Por sexo | | | | | | |
| Mujeres | 264 | 32 | 296 | 270 | 31 | 301 |
| Hombres | 204 | 66 | 270 | 209 | 68 | 277 |
| Por rango de edad | | | | | | |
| Más de 50 años | 154 | 33 | 187 | 163 | 29 | 192 |
| 30 a 50 años | 246 | 55 | 301 | 250 | 61 | 311 |
| Menos de 30 años | 68 | 10 | 78 | 66 | 9 | 75 |
| Por tipo de contrato | | | | | | |
| Fijo | 238 | 96 | 334 | 241 | 98 | 339 |
| Fijo discontinuo | 70 | - | 70 | 70 | - | 70 |
| Eventual | 160 | 2 | 162 | 168 | 1 | 169 |
| Por categoría profesional | | | | | | |
| Directivos | 15 | - | 15 | 11 | - | 11 |
| Mandos intermedios | 51 | 32 | 83 | 46 | 6 | 52 |
| Administrativos | 47 | 5 | 52 | 47 | 34 | 81 |
| Resto de personal | 355 | 61 | 416 | 375 | 59 | 434 |

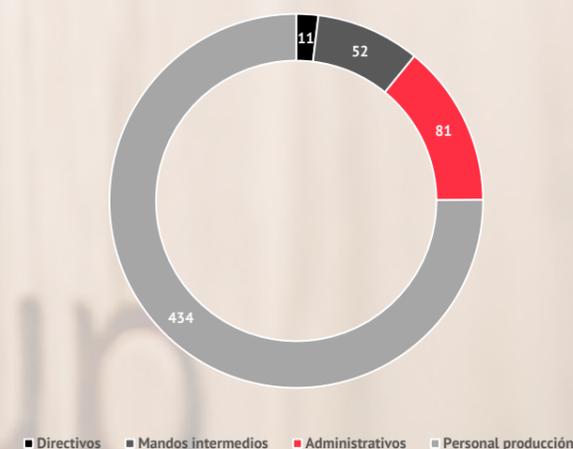
Plantilla media por tipo contrato



Plantilla media por rango de edad



Plantilla media por categoría profesional



A worker in a white lab coat and hairnet is working in a factory setting. The worker is wearing blue gloves and is holding a white object, possibly a piece of machinery or a component, and is looking down at it. The background shows industrial equipment and a large white tank. The text "Creciendo en eficiencia..." is overlaid on the image.

Creciendo en eficiencia...

“Garantizar la continuidad de nuestra actividad y mantener el nivel de servicio y compromiso con nuestros clientes han sido dos de nuestras prioridades”.

Operaciones

Este ejercicio ha estado marcado por el crecimiento y la mejora de la eficiencia y productividad de nuestras operaciones. A través de la inversión en nuestras instalaciones y la ampliación de la capacidad productiva de nuestras plantas de España y Francia, hemos eficientado los proyectos de industrialización de nuevos productos: Bites de chocolate, Stick de chocolate y Palitos de turrón blando.

Junto a lo anterior, cuando empezamos a vislumbrar las consecuencias de la pandemia de la COVID 19, desde el Departamento de Operaciones pusimos en marcha una serie de mecanismos y medidas para garantizar la continuidad de la actividad, y el nivel de servicio y compromiso con nuestros clientes, que se describen a lo largo del capítulo.

6
Protocolos de
Actuación
contra el Covid

+ 3 mill. €
en
inversiones



Invirtiendo en eficiencia

Principales actuaciones

📍 Sonseca



- ✓ **Mejora de las instalaciones:** Ampliación del almacén de materias primas. Cambio de la cubierta de fibrocemento por una de panel aislante que evita las pérdidas de energía en la refrigeración de los almacenes. Configuración de toda la estructura metálica para conseguir una mayor resistencia al fuego en caso de incendio.
- ✓ **Adquisición de una nueva línea de producción de barras de fruta** que aporta un mayor nivel de aseguramiento de la calidad y un aumento significativo de la velocidad de producción. Adicionalmente, se ha incorporado tecnología de estuchado automático "pick&place" para que todo el proceso sea en continuo hasta el paletizado.

✓ **Captura, registro y seguimiento de información:**

- Instalación y puesta en marcha de una nueva infraestructura para la captura, registro y seguimiento de los tiempos en las ordenes de producción. Esta mejora permitirá también gestionar la evacuación de emergencias, detectar de forma inmediata en el punto de encuentro ausencias de personal o visitantes...
- Avances en la captura de consumos de materias primas y notificaciones a SAP en las principales líneas de producción.

✓ **Optimización de determinados procesos industriales:**

- Adquisición de equipo de volteado automático de tabletas "topping" eliminando la manipulación en el proceso de envasado.
- Diseño, instalación y puesta en marcha de nuevas cortadora de Cubits/Bites, presenando una mayor productividad y eficiencia, con impacto directo en la reducción de mermas productivas.
- Instalación para carga de chocolate líquido en cisternas. Construcción de la infraestructura para poder llenar cisternas de chocolate leche y negro y así hacer más eficiente el transporte de estas materias primas hacia Artenay.
- Codificadores Inkjet. Renovación de equipos antiguos por otros con mayores prestaciones y eficiencia en la impresión de lote y fecha de caducidad.
- Instalación de cámaras de visión remota en los transelevadores del almacén automático, reduciendo el tiempo de indisponibilidad de las máquinas y evitando trabajos en altura.

📍 Artenay



✓ **Adquisición de nuevos equipos:**

- Instalación y puesta en marcha de equipos de envasado para la línea de barras Sollich y creación de la doble línea de envasado para la línea Togum, con impacto directo en el aumento de capacidad productiva.
- Instalación de dos depósitos para el almacenamiento de cobertura de chocolate negro y chocolate con leche. Con esta inversión se podrá recepcionar el chocolate desde cisternas, almacenarlo y bombearlo hasta las líneas donde será atemperado y consumido.
- Adquisición de dos equipos de bombeo adaptados a las nuevas materias primas utilizadas en la preparación de siropes. de



✓ **Mejora de las instalaciones:** reforma del área de descanso-comedor.

Nuevo modelo de digitalización

La actual estructura organizacional responde a los retos y desafíos estratégicos del Grupo. Nuestro reto es mantener la garantía de los servicios de T.I. (disponibilidad, capacidad, continuidad y seguridad), asegurando que las personas dispongan de servicios de máxima utilidad.



Ejes del Modelo de Transformación Digital de Delaviuda CG

Cambio cultural:

- Nuevos modelos tecnológicos como una extensión natural de nuestro entorno particular y habitual, en nuestra vida privada.
- Establecimiento de planes de comunicación de los nuevos servicios a todas las personas (talleres, procedimientos, etc.).
- Disponibilidad de un soporte cercano, completo y disponible.

Relación con el cliente

- Escucha activa de las necesidades de cada área de negocio, y de todas las personas.
- La experiencia del usuario y sus necesidades como metas de la entrega de nuestro servicio.

Modelos de negocio:

- Análisis de las tendencias del mercado tecnológico, por cada servicio en curso.
- Estudio de las debilidades, las fortalezas, las oportunidades y las amenazas de todos los servicios tecnológicos de la compañía.
- Adecuación de los servicios óptimos disponibles a nuestro arquetipo de negocio.

Productos y servicios:

- Mejora continua de los procesos y servicios en producción.
- Establecimiento de una base de conocimiento compartida, colaborativa, y documentada donde se refleja el contenido y gestión de servicios.
- Automatización de los flujos de trabajo de los servicios en curso.

Principales actuaciones

- Formación y adaptación de nuevos modelos tecnológicos.
- Aumento de competencias personales en diferentes áreas.
- Desarrollo de destrezas, habilidades y técnicas novedosas de gestión de servicios.
- Adopción de marcos de referencias de mejores prácticas de gestión (ITIL, P3O, Agile, LEAN, etc.).
- Nuevas infraestructuras tecnológicas (Artenay).
- Nuevos modelos de servicios colaborativos (TEAMS, SharePoint, Microsoft 365, etc.).
- Moderna plataforma móvil (Smartphones de última generación).
- Soporte externalizado profesional de Centro de Atención a Usuarios, que ha posibilitado el aumento de todas las nuevas capacidades.
- Actualización del contrato de comunicaciones en movilidad (reducción de costes y aumento de coberturas).
- Nueva arquitectura de puesto de trabajo de máxima movilidad (teletrabajo, etc.).
- Desarrollo del Plan Director de Seguridad de T.I.
- Nueva arquitectura hardware de nuestro ERP (SAP).
- Actualización de nuestra defensa (ciberseguridad) a una plataforma basada en inteligencia artificial, con nuevas capas de cobertura frente a ataques cibernéticos.

Ciberseguridad

En 2019-2020 hemos seguido avanzando en la construcción de un entorno que prevenga y esté preparado ante incidentes que pongan en riesgo a la organización.

En esa línea, hemos creado un órgano independiente, la Oficina de Seguridad y GDPR, compuesta por un equipo interno y externo (expertos en materia de Ciberseguridad, Protección de datos, GDPR, Jurídicos y los responsables de RRHH). Dicho órgano es el responsable de gestionar y velar por el cumplimiento de todos los recursos que sean necesarios para mantener a la organización lo más segura posible.

Asimismo, se ha continuado mejorando la seguridad en el acceso físico a los sistemas de información, en las comunicaciones de datos, en las páginas web, en los servicios de nube, en las aplicaciones y en el puesto de trabajo.



Gestión de las operaciones en el marco del Covid

Durante la fase más crítica de la pandemia, nuestra prioridad fue garantizar la continuidad de nuestra actividad, así como el nivel de servicio y compromiso con nuestros clientes.

En ese marco, trabajamos muy estrechamente tanto con nuestros proveedores para garantizar el abastecimiento de materias primas y materiales, y así evitar paradas en las líneas de producción. También lo hicimos con los operadores logísticos con la finalidad de asegurar que nuestros productos llegaban en tiempo y de forma segura a los puntos de venta.

A nivel interno, se elaboraron protocolos de salud y seguridad adaptados a las necesidades de cada planta productiva, y se establecieron reuniones diarias entre los departamentos de Planificación, Logística, Comercial, Compras y Aprovisionamientos para analizar el comportamiento de los mercados y los efectos provocados sobre las ventas de nuestros productos.

Con anterioridad al decreto del estado de alarma en España se decidió crear el **Comité de Crisis**, constituyéndose como el órgano responsable de implantar medidas de prevención, control y seguimiento de la crisis sanitaria.



En este marco, fue de especial relevancia el esfuerzo realizado en las plantas para adaptar la gestión de la cadena industrial y de suministro a la situación tan cambiante del mercado. Ejemplo de ello fue la gran volatilidad que sufrió la demanda de la categoría de barras. Este mercado se vio muy afectado cuando comenzó el confinamiento en Europa, sufriendo caídas cercana al 50% en nuestros principales mercados europeos. Este hecho requirió, por nuestra parte, un esfuerzo ímprobo para optimizar los procesos productivos y de gestión del estocaje. Este comportamiento perduró hasta la segunda quincena de mayo, momento a partir del cual comenzó a recuperarse el consumo de este tipo de productos gracias a que se relajaron algunas de las medidas COVID más restrictivas.



El departamento de Sistemas también ha ocupado un lugar destacado en la capacidad de respuesta y gestión del COVID., convirtiendo la anticipación en un principio fundamental de actuación del departamento. Con anterioridad a la declaración del Estado de Alarma en España, este área ya había desplegado la infraestructura necesaria de comunicaciones y sistemas para poder mantener el 100% de la actividad en oficinas y plantas industriales en teletrabajo. Solo el personal vinculado directamente con las plantas de producción tuvo presencia física en las instalaciones. Todos los sistemas permanecieron en funcionamiento con una tasa de servicio del 100%.



Calidad y seguridad alimentaria

Productos y servicios de alta calidad

Nuestra Política de Calidad y Seguridad Alimentaria refleja el compromiso del Grupo con los grupos de interés, de manera especial con los clientes y consumidores. Este compromiso nos exige responder de manera consistente a las necesidades expresas e implícitas de los mismos ofrecer productos seguros y de alta calidad e innovar para adaptarnos a los gustos y preferencias de los consumidores.

Disponemos de un sistema de gestión de la calidad y la seguridad de los alimentos en nuestras dos plantas, capaz de dar respuesta a las principales normas internacionales, los requisitos legales y los compromisos adquiridos con nuestros clientes.

Hemos mantenido las certificaciones BRC e IFS con la máxima calificación

| Certificaciones Alimentarias | España | Francia |
|------------------------------|--------|---------|
| IFS Food | x | x |
| BRC Food | x | x |
| Certificaciones de producto | España | Francia |
| RSPO* | x | x |
| UTZ** | x | x |
| BIO | x | x |
| Fairtrade*** | x | |

*Aceite de palma.

**Cacao. En el próximo ejercicio se migrará de la certificación UTZ a Rainforest debido a que ambas organizaciones (UTZ y Rainforest) se han fusionado, llamándose a partir de ahora Rainforest Alliance.

***Algunos productos de cacao para la marca de distribuidor

Durante este ejercicio los objetivos de calidad y seguridad alimentaria se orientaron, en línea con ejercicios anteriores, hacia el mantenimiento del nivel de reclamaciones y los niveles de homologación, así como hacia la disminución del número de reclamaciones por materia extraña.

Principales actuaciones

- Mantenimiento de las certificaciones BRC e IFS en nuestras dos plantas.
- Armonización de los sistemas de análisis de riesgos de seguridad alimentaria de las dos plantas. Este análisis de riesgos es la herramienta fundamental con la que contamos para homologar nuevas materias primas asegurándonos de que sus posibles riesgos han sido identificados y tenemos los medios adecuados para su control (planes de análisis tanto en materia prima como en producto terminado, solicitud de garantías adicionales a los proveedores etc.)
- Unificación de los registros de control de calidad y control de la producción que nos permiten ganar en eficiencia.
- Continuamos inmersos en el proyecto de envasado en atmósferas modificadas cuya finalidad es identificar qué film es más impermeable a la entrada de oxígeno (responsable del enranciamiento de la grasa de la almendra).
- Ampliación de la certificación BIO para poder importar directamente materias primas BIO en países extracomunitarios. El hecho de comprar en origen nos permite tener un mayor control sobre las materias primas, mejor trazabilidad y abaratar los costes de adquisición de las materias primas, lo que se puede traducir en mejores precios para nuestros clientes.
- Informatización del registro de los controles de procesos que facilita el trabajo y la gestión de datos. Además, eliminamos tiempo y espacio dedicado al almacenamiento de registros en formato papel.
- Ante la crisis provocada por la COVID 19 se adaptó la forma de trabajo de manera que se pudo dar el mismo nivel de servicio tanto a clientes internos como externos.

Durante este ejercicio no se han recibido denuncias a través del canal de denuncias.

Gestión de quejas y reclamaciones

En Delaviuda Confectionery Group disponemos de un procedimiento en el que se establece cómo se gestionan las posibles reclamaciones de clientes y consumidores.

La mayor parte de las reclamaciones se reciben a través del Departamento de Atención al Cliente y de las redes sociales. Una vez analizadas las causas que motivaron las reclamaciones, el Departamento de Calidad es el responsable de dar respuesta al cliente.

En el Grupo distinguimos entre reclamaciones relacionadas con productos de campaña (producción más estacional) y barras (producción todo año).

| Reclamaciones por millón de kilos fabricados | España | | Francia | |
|--|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | 2018-2019 | 2019-2020 | 2018-2019 | 2019-2020 |
| Producto de campaña | 3,90 | 4,06 | - | - |
| Barras | 9,17 | 10,06 | 14,00 | 17,02 |

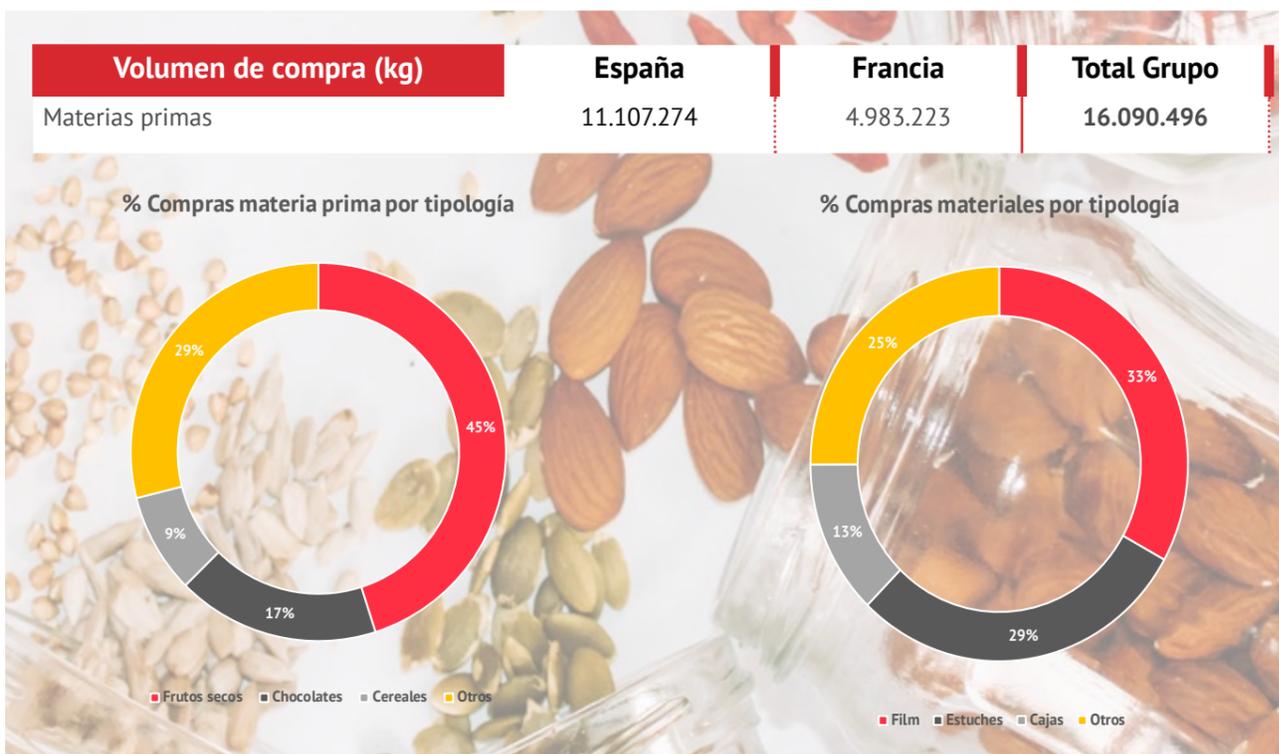
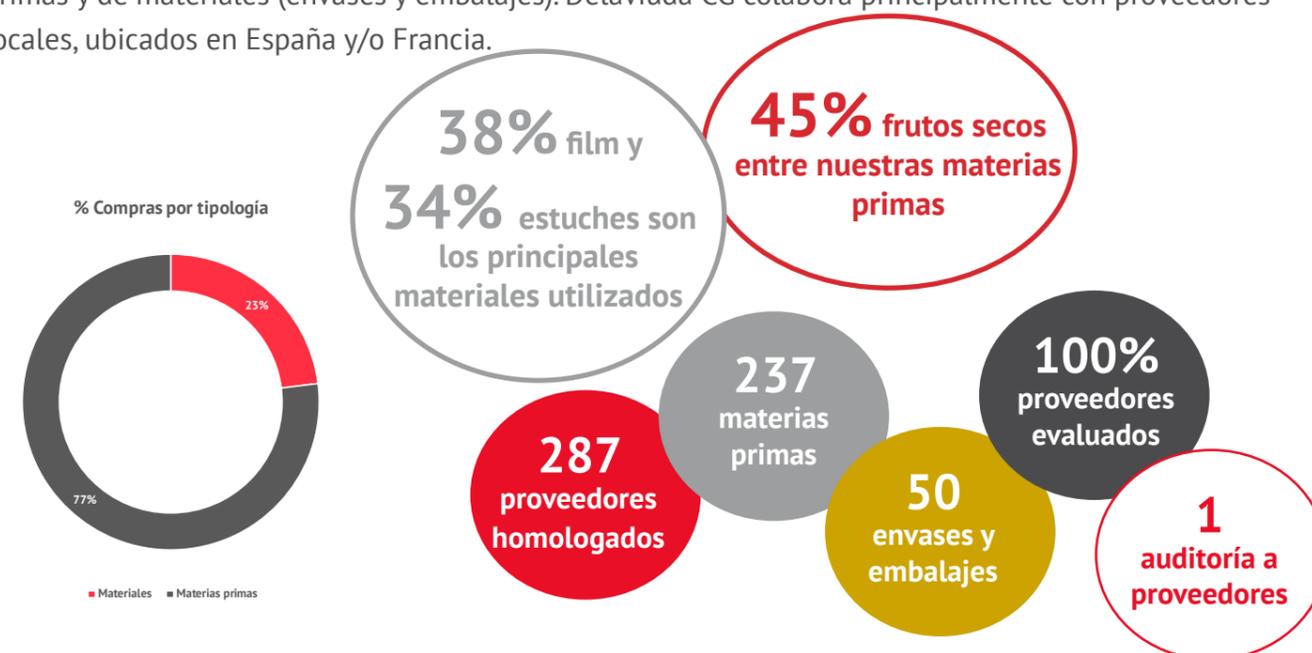
En España los principales motivos de reclamación de los productos de campaña han sido el incumplimiento de especificaciones, la presencia de cuerpos extraños, los defectos en el envasado, textura y marcado, entre otros. En el caso de barras, tanto en España como en Francia la presencia de cuerpos extraños (plásticos) y los defectos de envasado han sido las reclamaciones más recurrentes.



Gestión de materias primas y materiales

Con la finalidad de ofrecer a nuestros clientes y consumidores productos seguros y de la mayor calidad, en Delaviuda Confectionery Group exigimos a nuestros proveedores los más altos estándares de calidad y seguridad alimentaria, así como óptimos niveles de servicio.

De acuerdo con la tipología de nuestra actividad nuestros principales proveedores son de materias primas y de materiales (envases y embalajes). Delaviuda CG colabora principalmente con proveedores locales, ubicados en España y/o Francia.



Principales actuaciones



Acciones enfocadas a garantizar el abastecimiento de materia prima durante los últimos meses del ejercicio 2019-2020, coincidentes con la situación generada por la COVID19. Aprobación e implantación de un protocolo que nos permitió conocer el nivel de afectación de la pandemia de cada uno de ellos, así como ir monitorizando la evolución posterior.



Búsqueda y compra de nuevas materias primas y materiales para el desarrollo y lanzamiento de nuevos productos.



Firma de un contrato a largo plazo que nos asegura el suministro de almendra de calidad a un precio fijo.



Asistencia a ferias internacionales con la finalidad de identificar nuevas tendencias del mercado e incrementar nuestro pool de proveedores.



Apuesta por el aprovisionamiento sostenible.



Homologación y evaluación de proveedores.

Disponemos de un sistema de homologación y evaluación de proveedores aplicable a todo el Grupo, cuyo objetivo principal es garantizar la seguridad y calidad de nuestros productos.



50% de la manteca de cacao y 51% de la pasta de cacao cuentan con las certificaciones UTZ y/o Fairtrade



100% del aceite de palma es RSPO



Almendralia

Nuestra apuesta por el cultivo de la almendra en España

“Nuestro objetivo ha sido desde el principio conseguir la sostenibilidad en el suministro de las almendras que consumimos, así como obtener la máxima trazabilidad y calidad en nuestra principal materia prima”

Almendralia se constituye con el reto de integrar verticalmente nuestra principal materia prima: la almendra. A través de este proyecto nos garantizamos parte del abastecimiento de nuestra materia prima esencial: las almendras, y reforzamos la trazabilidad como elemento clave para asegurar la calidad y frescura de nuestros productos.



Gracias a nuestra larga experiencia elaborando productos con base de almendra, somos profundos conocedores de este fruto seco, lo que nos permite llevar nuestro “expertise” al origen de la cadena.

Además, Almendralia genera impactos sociales y ambientales positivos para la sociedad. Por un lado, generamos empleo en zonas rurales; y por otro, minimizamos el impacto ecológico del transporte al reducir la distancia entre el punto de recolección y producción.

Algunos hitos

2015. Inicio del proyecto tras dos años de análisis de los ámbitos fundamentales del cultivo del almendro: aspectos agronómicos de las nuevas técnicas de cultivo, idoneidad de las diferentes zonas de la Península Ibérica, potencial adaptación de los sistemas de cultivo de California, sostenibilidad de oferta y demanda, análisis de riesgos, selección varietal...

2016-2017. Preparación y plantación en nuestra finca ubicada en el valle del río Tiétar (Extremadura) de más de 70.000 almendros. Esta finca cuenta con una superficie de 200 hectáreas.

2019. Primera cosecha. Utilizamos las primeras almendras de cosecha propia para la elaboración de los productos de nuestras marcas.

2020. Incremento esperado del 40% de almendras propias en la cosecha del 2020 con respecto al 2019.



Medio ambiente

Invirtiendo en un entorno más limpio

Nuestro compromiso medioambiental, más allá del respeto de la legislación ambiental aplicable, se materializa en la realización de inversiones que reducen nuestros consumos de energía, en mejoras que repercuten en la reducción del uso de embalajes, y en una gestión adecuada de los residuos.

Durante el ejercicio 2019-2020 los objetivos ambientales de la compañía se enfocaron a generar cultura ambiental, reducir la cantidad de residuos generados, controlar los consumos de energía más significativos y diseñar una planificación ambiental acorde a las necesidades del Grupo.

| Desempeño ambiental | 2018-2019 | 2019-2020 |
|------------------------------|--------------------------------------|---|
| Consumo de energía eléctrica | 11.634.930 KWh | 12.355.230 kWh |
| Consumo de gasóleo C | 516.433 ltr. | 586.054 ltr |
| Consumo diésel | 48.112 ltr. | 31.963,8 ltr. |
| Emisiones | 4.711 Tn CO ² equivalente | 4.156,94 Tn CO ² equivalente |
| Consumo de agua | 20.092 m ³ | 21.340 m ³ |
| Residuos peligrosos | 2,33 Tn | 4,7 Tn |
| Residuos no peligrosos | 973,65 Tn | 1.646 Tn |

Eficiencia energética

En Delaviuda Confectionery Group continuamos implementando medidas e iniciativas para mejorar la eficiencia energética.

Algunas actuaciones

- Sustitución parcial de gas refrigerante en el sistema de refrigeración de la línea Aasted. Eliminación de la posibilidad de escapes de gas fluorado hacia la atmósfera ya que ahora se trabaja con agua y glicol.
- Renovación del túnel de frío en la línea de porciones de fruta. Se trata de una tecnología más eficiente energéticamente y a partir de agua glicolada en lugar de gases fluorados.
- Instalación de cortinas de aire en puntos estratégicos para minimizar las corrientes de aire causantes de pérdidas de climatización en las salas de producción.
- Renovación de los exutorios de la cubierta del almacén automático consiguiendo una mejor estanqueidad y reduciendo las pérdidas de climatización.
- Renovación de la iluminación en la zona producción por tecnología LED que aporta un ahorro de consumo energético.
- Cambio de gasoil a propano en el nuevo quemador tostador de turrón duro para mejorar su eficiencia energética.

Consumo de energía

| Consumo de energía | 2018-2019 | 2019-2020 | %Variación |
|-------------------------|-----------------------|-----------------------|------------|
| Consumo de electricidad | 11.634.930 Kwh | 12.355.230 Kwh | 6,1% |
| Intensidad energética | 0,71 kwh/kg producido | 1,51 kwh/kg producido | 1,12% |
| Consumo de gas natural | 3.244.157 Kwh | 3.040.844 Kwh - | 0,06% |
| Consumo de gas propano | 61.896 ltr. | 57.423 ltr. | -0,07% |
| Consumo gasóleo C | 516.433 ltr. | 586.054 ltr. | 0,12% |
| Consumo diesel (fibra) | 48.112 | 31.963 | -0,5% |

Gestión de residuos

La disminución de los residuos y el fomento de su reciclaje para evitar su destino a vertederos siguen siendo uno de los ejes en los que trabajamos de manera permanente.

Contamos con varios gestores autorizados que proceden a la recogida y tratamiento de los residuos generados, aportando la documentación necesaria para acreditar su destrucción, conversión o utilización.

| Residuos por tipología | 2018-2019 | 2019-2020 |
|------------------------|-----------|-----------|
| Residuos no peligrosos | 973,65 Tn | 1.251 Tn |
| Residuos peligrosos | 2,33 Tn | 6,11 Tn |

926.900 Kgs
de residuos reciclados

31%
materiales

74%
orgánico



Innovación disruptiva... ...y con impacto

“La innovación disruptiva es uno de nuestros ejes centrales de crecimiento, nos ayuda a seguir avanzando en nuestros retos estratégicos”.

Hacia una cultura de innovación disruptiva y transversal

La innovación disruptiva es el eje central de crecimiento que nos ayuda a avanzar en nuestros tres pilares estratégicos. Se trata de un concepto que trasciende más allá del desarrollo de nuevos productos. Nuestra ambición es que llegue a cada rincón de la empresa, retar el “statu quo” y encontrar una forma mejor de hacer las cosas.

Hasta la fecha, nuestra apuesta por la innovación disruptiva en algunos productos nos ha permitido ser el **player de la Navidad que más disrupción propone al consumidor** en ese periodo del año. La innovación también se traslada al ámbito comercial, en el que estamos apostando por impactar de una manera diferente, tratando de emocionar en la experiencia de compra de nuestros productos, llegando a más sitios de la mejor manera, expandiéndonos más allá del retail tradicional y obteniendo una mayor visibilidad en el punto de venta, entre otros aspectos.

Asimismo, hemos seguido apostando por la mejora continua de nuestros productos y formatos con el objetivo de seguir ofreciendo productos ricos y buenos sin sacrificar el sabor, y atendiendo a la demanda de los consumidores que optan por productos naturales y más saludables.

Modelo de innovación

Nuestro proyecto de compañía requiere que contemos con el mejor talento. En este sentido, en Delaviuda Confectionery Group disponemos de un modelo de competencias que marcan un **estilo y cultura propios**.

Delaviuda Confectionery Group dispone de un centro de I+D ubicado en Sonseca (España), formado por 12 profesionales con formación especializada y gran experiencia en la industria de alimentación (ingenieros, maestros chocolateros, pasteleros...).

Como novedad destacable, los dos equipos de I+D (I+D Marcas de Fabricante e I+D Artenay Foods) se han unificado e integrado dentro del Departamento de Calidad, que ha pasado a denominarse Departamento de Calidad y Desarrollo.

El equipo del área de Desarrollo colabora estrechamente con otros departamentos del Grupo, dando soporte a diferentes clientes y proveedores, y asistiendo a ferias internacionales para la captación de nuevas tendencias. Esto les permite obtener una visión global de las necesidades y demandas de la industria, que posteriormente aplican a los nuevos desarrollos.

Con la finalidad de dar seguimiento a los proyectos en curso, existe un Comité de Seguimiento e Innovación que es el responsable de impulsar y supervisar la innovación de manera transversal en el Grupo. Este Comité está constituido por responsables de distintos departamentos y personas itinerantes, aportando una visión global del proyecto.

Desde hace tiempo existen dos tendencias que crecen y que se estiman que lo sigan haciendo: la demanda de productos saludables e indulgentes, y la tendencia imparable del snacking enfocado al desarrollo de productos para momentos de picoteo.

En ese contexto, nuestros productos continúan dando respuesta a la demanda de snacks, productos saludables (reducción de azúcar, reducción de grasa, chocolate con alto porcentaje de cacao, con alto contenido en fibra y/o proteína, o los productos BIO), así como a colectivos con necesidades nutricionales específicas (productos sin gluten, principalmente). Además, trabajamos en la búsqueda y utilización de nuevos ingredientes con propiedades saludables atendiendo a las demandas de nuestros clientes, sobre todo de Francia y Norte de Europa.

12
personas
dedicadas en
exclusiva a I+D+i

foco
en snacking y
producto
saludable

Búsqueda y
utilización de
nuevos
ingredientes



El almendro todo año

Nuestro proyecto de desestacionalización más relevante

Nuestra estrategia de desestacionalización se basa en tres ejes: venta de nuestros productos en **mercados internacionales**, desarrollo de **snacks saludables** con implantación fuera del mercado navideño y seguir trabajando en **nuevas categorías** de producto.

Hace dos años lanzamos el proyecto todo año con la marca El Almendro introduciendo en el mercado la gama de **Cubits** y la de **Barritas de frutos secos**. Una propuesta de snacking rico y saludable con base de almendra, que aúna todo el expertise y know how de la marca en el tratamiento de este fruto seco.



Líderes en barras de frutos secos

Según los análisis de IRI a finales del ejercicio reportado, las barras de El Almendro registraron un comportamiento muy positivo, logrando un crecimiento en valor, a nivel nacional, del 49,4% con respecto al año anterior; posicionando a la marca como el nº 1 del segmento de barras de frutos secos.



Reposicionamiento El Almendro Todo Año (EATA)

- Diseño más atractivos para el consumidor.
- Adaptación de formatos de Barritas y Cubits.
- Apuesta por el lineal de barras para dar a conocer los Cubits, como snack saludable.
- Acciones de sampling para dar a conocer la nueva imagen.



Lanzamientos destacados 2019-2020



“Bites” de chocolate crujiente El Almendro



Una opción novedosa de consumir chocolate crujiente, que nos ha permitido dinamizar el segmento de chocolate crujiente. En formato bolsa zip y con tres variedades: chocolate negro 70%, chocolate con leche y blond, se trata de un formato de conveniencia único, para consumir en cualquier momento y lugar. Además... no tienen gluten.



“Sticks” de turrón de chocolate

Los “Sticks” de turrón de chocolate se han convertido en la gran apuesta de Delaviuda para reinventar la categoría de turrón de chocolate y praliné, cubriendo las tendencias actuales para atraer a nuevos consumidores.

El formato “palito” también se presenta como una buena propuesta para degustar el praliné de chocolate. La gama se lanzó con varios sabores: Turrón de chocolate negro con caramelo, Turrón de chocolate negro 70%, Turrón de chocolate leche con avellana y Turrón de chocolate leche con almendra.



Aumentamos la familia de “Palitos de turrón”



Los Palitos de Turrón se lanzaron al mercado la Navidad de 2018 con tres sabores, Tradicional, Caramelo a la Sal y Caramelo con Chocolate con Leche, como una forma ligera y atractiva de consumir turrón, más acorde con los nuevos gustos del consumidor actual.

Fue la innovación más exitosa en turrones y especialidades navideñas, alcanzando el Top 3 de la Innovación, según la consultora IRI.

Para este año, la marca ha dado un paso más, ofreciendo una nueva receta de Palitos de Turrón de Chocolate con Turrón Blando que deleitará los paladares de los “turrón lovers”.

Panettones

Relanzamos la gama de Panettones. Con una textura más tierna y suave, para la ocasión hemos apostado por dos deliciosos sabores: clásico con frutas y chocolate.



Desarrollo de productos

Consolidando nuestras propuestas más disruptivas para la Navidad 2020

La snackificación del turrón para hacer su consumo más conveniente es nuestra gran apuesta de innovación disruptiva. Durante este ejercicio los trabajos de desarrollo de productos han tenido como principal objetivo el fortalecimiento de la gama de “Sticks” de Delaviuda con nuevas variedades, así como la propuesta de nuevos formatos de producto y packaging.



Turrón en porciones, un consumo más conveniente

La marca presenta las porciones de turrón duro y blando, envueltas individualmente. Toda una propuesta de consumo más conveniente para los turrones más icónicos.

Además, también se propondrá a los consumidores del turrón más universal – el turrón de chocolate crujiente – en porciones, para degustar en cualquier momento y lugar con las porciones de Chocolate Crujiente Clásico y de Chocolate Crujiente 70% Cacao.



Delaviuda incorporará nuevas variedades en sus últimos lanzamientos

La marca reforzará la gama de Sticks para seguir dinamizando y creciendo en el segmento de los pralinés. En la próxima campaña, Delaviuda, propondrá dos nuevas variedades : Sticks Cheesecake y Sticks de tiramisú.

Además, en la gama de Panettones, la marca se sumará a la tendencia del mercado y su demanda de productos de chocolate intenso con la variedad de Panettones Chocolate Intenso.



Barritas

Continuamos apostando por la innovación, adaptándonos a las tendencias existentes en un mercado tan dinámico como es el de barritas y snacks. En esta línea, hemos lanzado productos con ingredientes y aromas naturales. Así, han visto la luz nuevas barras de frutos secos y semillas, que combinan diferentes texturas y sabores; barras deportivas y barras de cereales y frutas.



A hand is shown in silhouette, reaching upwards with fingers spread, set against a warm, golden sunset background. The sun is low on the horizon, creating a soft glow. The overall mood is one of hope and aspiration.

Activos para el cambio

“A través de nuestro lema “Construyendo un mundo más dulce”, nos comprometemos a **SER parte del cambio** que queremos ver en la **Sociedad**”.

En Delaviuda Confectionery Group nos comprometemos a ser parte del cambio que queremos ver en la sociedad. Construyendo un mundo mejor y “más dulce”.

Conscientes de la magnitud de esta ambición, aportamos nuestro grano de arena a través de iniciativas de impacto social, de cercanía y de cuidado de la salud o colaborando con los más necesitados en situaciones tan complejas como el coronavirus... Así, tratamos, año a año, que nuestro claim “Construyendo un mundo más dulce” se haga realidad en personas y circunstancias concretas.

Activos en la mejora de la sociedad

La razón de ser de Delaviuda Confectionery Group son las personas. En Delaviuda CG queremos acompañar y llevar ilusión a todos los hogares posibles. Por ello, seguimos apoyando a colectivos en situación de necesidad, a través de la donación de nuestros productos. Durante este ejercicio, hemos ayudado colaborado con asociaciones como el Banco de Alimentos de Madrid y Toledo, Cáritas, Cruz Roja o comedores sociales próximos a nuestras instalaciones. En total, desde el Grupo hemos donado 100.936 kgs de producto.

Haciendo frente al Coronavirus

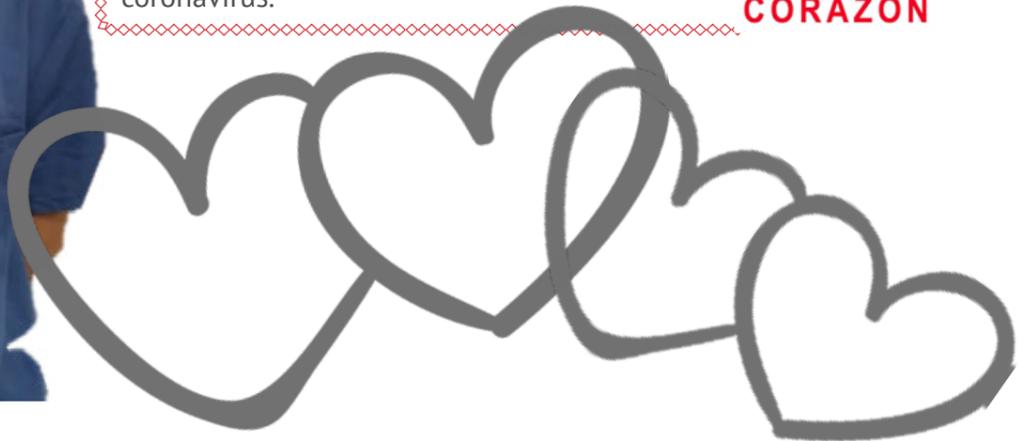
Ante la necesidad urgente de proteger a nuestros profesionales de la salud, donamos **6.700 batas, 36.000 calzas y 98.000 gorros con mascarillas desechables** al Complejo Hospitalario de Toledo Virgen de la Salud de Toledo.

Además, donamos más de **7.000 barritas de El Almendro al Hospital de campaña habilitado en IFE-MA** (símbolo de la lucha de la sociedad española contra la COVID-19) con la ilusión de aportar un extra de energía a los facultativos sanitarios y pacientes que estaban allí.

Desde Francia también entregamos **300.000 barritas** a los siguientes **hospitales e instituciones:** Centre Hospitalier Régional d’Orléans La Source, Samu Orléans, La Source, Caserne Pompiers Orléans, La Source, Caserne Pompiers Chevilly, Fédération Française de Sauvetage et de Secourisme y Banque alimentaire du Loiret.



Agradecidos por recibir el reconocimiento de...
 #Empresasconcorazón por Cáritas Diocesana de Toledo como una de las empresas comprometidas en la lucha contra la emergencia del coronavirus.



Poniendo nuestro granito de arena

Campaña de Gran Recogida del Banco de Alimentos de Madrid

Como cada año, en este ejercicio, algunos de los colaboradores de nuestras oficinas de Madrid se han querido solidarizar, participando en la Gran Recogida de Alimentos organizada por el Banco de Alimentos de Madrid.

Un andayero en Portland. Campaña el Almendro vuelve a casa por Navidad con los 40 principales

Este año lanzamos nuestra campaña “Vuelve a casa por Navidad”, unidos a uno de los programas de mayor repercusión en la audiencia joven, “Anda ya”, de los 40 Principales. Entre sus oyentes se encontraba Cayetano, un andayero residente en Portland que llevaba 5 años sin poder celebrar la Navidad con su familia y consiguió hacerlo gracias al concurso que lanzamos en este espacio. Al emotivo encuentro con su familia se unieron la emoción de los minutos en el programa de Keru Sánchez, con la elección del ganador y su historia versionada.

Activos con el futuro de nuestros jóvenes

En Delaviuda Confectionery Group estamos comprometidos con el futuro de nuestros jóvenes y, especialmente, con la sostenibilidad del empleo en tiempos de incertidumbre.

Acuerdo de colaboración con YMCA

YMCA es una organización no lucrativa, dirigida por voluntarios y voluntarias, que persigue mejorar la sociedad a través del desarrollo integral de la juventud, generando oportunidades, reduciendo su vulnerabilidad y fortaleciendo su entorno. En la actualidad esta organización con 23 centros en España.

Fruto de nuestra colaboración activa con la entidad, hemos incorporado a nuestra plantilla a una persona procedente de su programa de empleo.

Webinar empleo YMCA

El departamento de Personas de Delaviuda Confectionery Group participó en este webinar sobre empleo juvenil organizado por la ONG YMCA España. Enmarcado en el programa de empleo de dicha organización, el proyecto "NMarcha" trata de facilitar la inserción laboral a la población juvenil, uno de los segmentos de la población de nuestro país más afectados por el desempleo. En el encuentro online dedicado a este proyecto, se trataron cuestiones como las recomendaciones a tener en cuenta a la hora de elaborar el curriculum vitae, realización de entrevistas o formación sobre las principales plataformas de búsqueda de empleo.

Participación en el I Speed Job Dating AECOC

En este encuentro online 25 jóvenes universitarios conectaron con el área de Recursos Humanos de 14 empresas del gran consumo. A través de dos sesiones, los estudiantes mantuvieron encuentros virtuales de 10 minutos con las empresas participantes con el fin de entender qué perfiles son los más valorados por las compañías y postularse para iniciar una carrera profesional en el sector. El área de Personas de Delaviuda Confectionery Group participó en la iniciativa aportando su experiencia y conocimiento sobre cómo afrontar las oportunidades laborales en el sector.

Otras participaciones

Como cada año, hemos acudido a la cita anual de la Feria de Empleo universitario de Castilla-La Mancha. También hemos participado en la Mesa de Diálogo Plan de Empleo de Cruz Roja en Illescas (Toledo).



Activos con la salud y el deporte

A lo largo de este año hemos apoyado 14 eventos deportivos en los que han participado más de 26.300 personas.

- IV Carrera Popular La Nocturna Sonsecana
- Carrera "La Parisienne"
- Carrera les "Foulées roses"
- Ruta de senderismo: Hemiruta Alora
- Carrera San Silvestre Sonsecana
- Carrera Contra la Violencia de Género - corral de almaguer
- V Carrera Popular VI Marcha solidaria por la DIABETES
- III CANICROSS AMAFI
- Gala Patinaje sincronizado Madrid
- Club de Baloncesto de Sonseca
- Federación de Fútbol de Catilla- La Mancha
- Torneo de Fútbol Sonseca
- Duatlón Cross Sonseca
- Carrera por la Igualdad



Cinco de nuestros compañeros de Artenay se sumaron a la **carrera solidaria de "Theleton"**. Carrera de relevos de 42 km cuya recaudación fue destinada a impulsar la investigación sobre las enfermedades raras. ¡Nuestro equipo quedó en el puesto número 24!



Participación activa

En Delaviuda CG participamos activamente en foros, asociaciones, ferias y otro tipo de encuentros para compartir experiencias, conocimientos y tendencias que enriquecen al sector, comunidad y entorno con los que nos relacionamos.

Apoyo al crecimiento empresarial

Nuestro CEO ha participado personalmente en dos eventos destinados al crecimiento empresarial:

- **III Congreso Iberoamericano CEAPI.** Se trata del mayor encuentro empresarial iberoamericano organizado por el Consejo Empresarial Alianza por Iberoamérica (CEAPI), que durante esta edición reunió a más de 550 presidentes de grupos empresariales y miembros de familias empresarias iberoamericanas.
- **Jornada Organizaciones en crecimiento** organizada por la Asociación para el Progreso de la Alta Dirección (APD) y Caixabank en Toledo “Liderazgo Exponencial. Líderes con Estrategia”.

Además, hemos participado con la Asociación Española de Compliance (ASCOM), en el grupo de Compliance en el Sector Industrial. Y en el webinar organizado por Cajamar: “La exportación agroalimentaria ante la incertidumbre del Covid” donde se debatieron aspectos como las estrategias de internacionalización ante esta situación de incertidumbre.

Participación en asociaciones y en foros empresariales...

- **Cre100do.** Iniciativa promovida por la Fundación Innovación Bankinter, el Ministerio de Economía Industria y Competitividad, el ICEX y el Círculo de Empresarios que tiene como objetivo contribuir al desarrollo del middle market español a través de empresas excelentes.
- **CEAPI.** Consejo empresarial de 140 presidentes de las mayores empresas iberoamericanas que apuesta por fortalecer la red de relaciones y el espacio empresarial iberoamericano.
- **AECOC.** Asociación que reúne a todos los agentes de la cadena de valor, desde productores, a operadores logísticos y distribuidores para aportar valor al consumidor.
- **Foro Inserta de Castilla-La Mancha.** Espacio para asesorar, diseñar y proponer medidas en materia de inserción laboral de personas con discapacidad.
- **ASCOM.** Primera asociación profesional de estas características en España en respuesta a la necesidad de crear un espacio común para los profesionales de Compliance en nuestro país.
- **Produlce.** Asociación cuya misión es representar los intereses de los fabricantes de dulces y golosinas.
- **Asociación Netmentora Madrid.** Asociación empresarial sin ánimo de lucro, que tiene por objetivo contribuir al desarrollo social y al crecimiento económico mediante el apoyo a la creación de empresas y empleo por emprendedores.
- **Calidalia.** Sociedad que agrupa a las principales empresas de alimentación y gran consumo de España y funciona como una central de compras.
- **Asociación de la Empresa Familiar de Castilla-La Mancha** fundada con el fin de facilitar la continuidad de las empresas familiares más importantes de la región a través de la mejora del entorno legal y fiscal, el fomento de la formación, entre otras.

- **Federación de Empresarios de Toledo.** Organización que presta asesoramiento y apoyo al tejido empresarial de la región.
- **Alliance 7.** Federación Francesa de productos alimentarios que ofrece un servicio de apoyo en áreas de asuntos sociales, calidad y seguridad alimentaria, desarrollo sostenible y medio ambiente.
- **Consejo Económico y Social del Ayuntamiento de Sonseca.**



Participación en ferias. Recogiendo tendencias y presentando novedades

- **Anuga, Colonia (Alemania).** Una de las mayores ferias de alimentación y bebidas que se celebra de manera bienal y que en esta edición celebraba su 100º aniversario.
- **TFWA, Cannes (Francia).** Feria internacional donde se dan a conocer las tendencias y oportunidades, alianzas y plataformas de negocio del sector duty free y travel retail.
- **ISM, Colonia (Alemania).** Una de las ferias más importantes especializada en el sector del dulce y de los snacks, que este año celebraba su 50 aniversario bajo el título “Everything the heart desire”. En este espacio de encuentro y gran visibilidad internacional, aprovechamos para presentar las principales novedades e innovaciones lanzadas con las marcas: El Almendro y Delaviuda.
- **Gulfood Dubai.** Feria agroalimentaria de Oriente Medio que celebraba este año su 25 edición con el lema “Reconsiderando la alimentación “. Acogió a más de 5.000 exhibidores de más de 200 países, y más de 100.000 profesionales. Presentamos los nuevos Bites de turrón de chocolate El Almendro y los nuevos Sticks de Chocolate de la marca Delaviuda.



Activos con nuestros grupos de interés

Las relaciones de confianza se construyen gracias al mantenimiento de un diálogo y trato continuado. En Delaviuda CG contamos con canales de comunicación dirigidos a nuestros principales grupos de interés: accionistas, colaboradores, clientes y consumidores, proveedores y sociedad. Esta comunicación nos permite identificar sus expectativas y necesidades, y trabajar para dar la respuesta adecuada.

La transparencia ha sido uno de los ejes de actuación de este ejercicio. Entre otros, destacan la publicación de la memoria de sostenibilidad, las acciones de comunicación externa y la recurrente actualización de nuestras redes sociales corporativas.

| Grupos de interés | Canales de comunicación |
|-------------------|---|
| Accionistas | Reuniones Consejo Administración Cuentas Anuales Memoria de Sostenibilidad Web Corporativa Newsletter mensual |
| Personas | E-mail Tablón de anuncios TVs zona de descanso Newsletter mensual Buzón de sugerencias Web corporativa Reunión anual Memoria de Sostenibilidad Redes Sociales Intranet |
| Clientes | Web corporativa Eventos Ferias Memoria de Sostenibilidad Redes Sociales |
| Consumidor final | Web corporativa Redes sociales E-mail Memoria de Sostenibilidad |
| Sociedad | Web Campañas promocionales Convenios de colaboración Eventos y foros Patrocinios Entrevistas y reportajes Ruedas de prensa Redes Sociales |
| Proveedores | Web Corporativa E-mail Memoria de Sostenibilidad Redes Sociales |

Comprometidos con la agenda 2030

Nos espera la década de la acción para alcanzar los objetivos de la Agenda 2030 propuesta por Naciones Unidas. En Delaviuda Confectionery Group estamos comprometidos activamente con los objetivos de desarrollo sostenible, especialmente aquellos relacionados con la integración en el mundo laboral, la igualdad de oportunidades, la innovación, la salud y bienestar, y la pobreza.



| | |
|---|--|
| 2 HAMBRE CERO | Objetivo 2. Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible |
| 3 SALUD Y BIENESTAR | Objetivo 3. Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades |
| 4 EDUCACIÓN DE CALIDAD | Objetivo 4. Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos |
| 5 IGUALDAD DE GÉNERO | Objetivo 5. Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas |
| 8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO | Objetivo 8. Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos |
| 9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA | Objetivo 9. Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización sostenible y fomentar la innovación |
| 12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES | Objetivo 12. Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles |
| 17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS | Objetivo 17. Revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible |



Delaviuda

Confectionery Group

Construyendo un mundo más dulce

Delaviuda Confectionery Group

Área de Comunicación y Relaciones con Stakeholders

Calle Cardenal Marcelo Spínola nº 2 pl 3

28016 Madrid

comunicaciones@delaviuda.com

www.delaviudacg.com