

**ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA 2021**

**ESTADO DE  
INFORMACIÓN NO  
FINANCIERA | 2021**



# ÍNDICE DE CONTENIDOS

**03**

## **Introducción**

Resumen

**07**

## **Modelo de Negocio**

Qué hacemos y cómo

**11**

## **Contexto de Actividad**

Políticas y Regulaciones

**14**

## **Gestión de aspectos no financieros**

01 Peronal

02 Cuestiones ambientales

03 Sociedad

04 Lucha contra la corrupción y el soborno

05 Respeto de los derechos humanos

**47**

## **Anexos**

Índice de Contenidos

Anexo I Materias primas 2020

Anexo II Tabla completa de evolutivo 2020-2021 de remuneraciones por edad

Anexo III Tabla completa de evolutivo 2020-2021 de remuneraciones por categoría profesional

Anexo IV: Tabla completa de evolutivo 2020-2021 de remuneraciones por categoría profesional

# INTRODUCCIÓN

# INTRODUCCIÓN

## ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA INTERNATIONALBURGERCO. S.L. 2021

El presente Estado de Información No Financiera se ha elaborado en línea con los requisitos establecidos en la Ley 11/2018 de 28 de diciembre de 2018 de Información No Financiera y Diversidad aprobada el 13 de diciembre de 2018 por el Congreso de los Diputados por la que se modifican el Código de Comercio, el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, y la Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas, en materia de información no financiera y diversidad (procedente del Real Decreto-ley 18/2017, de 24 de noviembre).

En su elaboración y para mejorar el resultado final, **InternationalBurgerCo.,SL** también ha considerado las directrices sobre la presentación de Informes No Financieros de la Comisión Europea (2017/C 215/01) derivadas de la Directiva 2014/95/UE. Asimismo, se ha tenido en cuenta lo establecido en la Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad de Global Reporting Initiative (Estándares GRI).



## FOCO EN LO MATERIAL

En este contexto, a través del Estado de Información No Financiera **InternationalBurgerCo., SL** tiene el objetivo de informar sobre cuestiones ambientales, sociales y relativas al personal y en relación a los derechos humanos relevantes para la compañía en la ejecución de sus actividades propias del negocio.

Esta visión integral de negocio se erige como una fotografía completa de la compañía que facilita la comprensión de los aspectos esencialmente financieros. Al mismo tiempo, identifica todos aquellos asuntos que preocupan o interesan a los grupos relacionados de la organización y eso contribuye a definir el contenido del Informe, en busca de respuestas que sean efectivas para su entorno. Como base, se han tomado los resultados del Análisis de Materialidad llevado a cabo desde 2018 en **GOIKO**, cumpliendo con los principios de inclusividad, relevancia y capacidad de respuesta del estándar AA10001.

Este estudio de materialidad ofrece las pautas específicas para una adecuada actualización de la estrategia de res-

ponsabilidad empresarial y da a **InternationalBurgerCo.,SL** la capacidad para adaptarse de forma flexible a las exigencias del mercado. Para llevar a cabo dicho estudio, se tuvieron en cuenta los asuntos relevantes del sector -en función principalmente de la conversación registrada en medios de comunicación y redes sociales- y también una valoración externa e interna de los asuntos relevantes así como la naturaleza de la compañía y las principales fortalezas y debilidades asociados al sector, analizados con minuciosidad por una compañía especializada en Cumplimiento.

En medios de comunicación, la industria de la restauración en 2021 continuó siendo una de las coprotagonistas de la actualidad a causa de la pandemia por COVID-19, cuyos estragos y medidas persistieron siendo efectivas hasta mitad de año. En paralelo, ganaron auge las tendencias green a nivel consumo, se sucedieron las noticias relacionadas con el Delivery y los cambios en los hábitos del cliente, y también se percibió una tendencia mayor por las experiencias creativas en los restaurantes.



2021

| ASPECTOS DE RELEVANCIA CLAVE   | ASPECTOS DE RELEVANCIA ALTA   | ASPECTOS DE RELEVANCIA MEDIA  |
|--|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Relaciones sociales</li> <li>• Derechos humanos</li> <li>• Consumidores</li> <li>• Uso sostenible de los recursos</li> <li>• Acciones para combatir el desperdicio de alimentos</li> <li>• Salud y seguridad</li> <li>• Empleo</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Igualdad</li> <li>• Gestión medioambiental</li> <li>• Subcontratación y proveedores</li> <li>• Economía circular y gestión de residuos</li> <li>• Revelación de secretos de empresa</li> <li>• Compromisos de la empresa con el desarrollo sostenible</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Blanqueo de capitales</li> <li>• Propiedad intelectual e industrial</li> <li>• Publicidad engañosa</li> <li>• Formación</li> <li>• Organización del trabajo</li> <li>• Accesibilidad universal de las personas con discapacidad</li> <li>• Lucha contra la corrupción y el soborno</li> <li>• Protección de la biodiversidad</li> <li>• Cambio climático</li> <li>• Contaminación</li> </ul> |

2020

| ASPECTOS DE RELEVANCIA CLAVE  | ASPECTOS DE RELEVANCIA ALTA   | ASPECTOS DE RELEVANCIA MEDIA   |
|---|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Derechos humanos</li> <li>• Igualdad</li> <li>• Consumidores</li> <li>• Empleo</li> <li>• Uso sostenible de los recursos</li> <li>• Salud y seguridad</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Relaciones sociales</li> <li>• Gestión medioambiental</li> <li>• Acciones para combatir el desperdicio de alimentos</li> <li>• Subcontratación y proveedores</li> <li>• Contaminación</li> <li>• Economía circular y gestión de residuos</li> <li>• Revelación de secretos de empresa</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Blanqueo de capitales</li> <li>• Compromisos de la empresa con el desarrollo sostenible</li> <li>• Propiedad intelectual e industrial</li> <li>• Publicidad engañosa</li> <li>• Formación</li> <li>• Organización del trabajo</li> <li>• Accesibilidad universal de las personas con discapacidad</li> <li>• Lucha contra la corrupción y el soborno</li> <li>• Protección de la biodiversidad</li> <li>• Cambio climático</li> </ul> |

Los asuntos de relevancia clave son relaciones sociales, derechos humanos, consumidores, uso sostenible de los recursos, acciones para combatir el desperdicio alimentario, salud y seguridad y empleo. Quedan clasificados como aspectos de relevancia alta la igualdad, la gestión medioambiental, la subcontratación y los proveedores, la economía circular y gestión de residuos y los compromisos de las organizaciones con el desarrollo sostenible. Finalmente, como aspectos de relevancia media ubicamos organización del trabajo, accesibilidad universal de personas con discapacidad, formación, blanqueo de capitales, lucha contra corrupción y soborno, uso sostenible de los recursos, protección de la biodiversidad, cambio climático y contaminación. Todas estas cuestiones se van detallando y explicando a lo largo de los diferentes capítulos de este documento.

El presente estado de información no financiera ha sido sometido a un proceso de revisión externa independiente. El informe de aseguramiento independiente donde se incluyen los objetivos y alcance del proceso, así como los procedimientos de revisión utilizados y sus conclusiones, se incluye al final de este documento.

# MODELO DE NEGOCIO

## MODELO DE NEGOCIO

# MODELO DE NEGOCIO

Internationalburgerco, S.L. («IBC») se crea en el mes de mayo de 2018 como vehículo para adquirir el 100% de las acciones de **GOIKO GRILL GROUP S.L.** A día de hoy, **GOIKO GRILL GROUP S.L.** gestiona, por un lado, **GOIKO GOURMET, S.L.**, que regenta el 100% de los restaurantes **GOIKO®** en España -incluida la marca **Goiko Basics®**- y por otro lado, también engloba la marca **Yakuza®**. También dentro de **GOIKO GRILL GROUP S.L.** se encuentra **GOIKO GRILL FRANCIA SASU.**, que regenta los restaurantes **GOIKO®** en Francia. En adelante, nos referiremos Internationalburgerco, S.L. como “el Grupo”.

**GOIKO®** es una marca de hamburgueserías gourmet de origen español, con presencia en España y Francia, célebre por sus icónicas burgers y su chorreo forever. Nuestro propósito es «Alimentar el deseo de superación y demostrar que todo es posible haciendo las cosas bien», y nuestra historia lo refleja. **GOIKO®** nace como **Goiko Grill®** en el 2013, en un pequeño local con apenas 30 sillas. Andoni, un joven venezolano de ascendencia vasca, cursaba el MIR en el Hospital La Paz cuando, con una ayuda de 50.000€ de su padre, emprende el sueño que cambiaría su vida y la de muchas familias más.

La defensa de la calidad del producto, la escucha al consumidor y el trato humano hacen de **GOIKO®** un espacio único y un fenómeno de encuentro social. Tras un 2020 complejo, marcado por la pandemia y las restricciones al consumo en los restaurantes, el 2021 fue protagonizando un resurgir del sector de la restauración de manera progresiva, con creciente afán por los ciudadanos de reencontrarse en las salas y gran creatividad por parte de las marcas para potenciar el efecto WOW tanto en los locales como en los demás canales de venta (TA y Delivery). En España, el **Grupo GOIKO** suma 4 restaurantes Yakuza, **GOIKO®** suma 92 locales (91 Goikos y 1 Goiko Basics) y 2 Goikos y una dark kitchen en Francia, manteniendo un ritmo de aperturas similar al 2020 dada la situación generada por la COVID-19.

Con todo, **GOIKO®** ha demostrado el poder de su marca, su estrecha relación con sus clientes, su capacidad de sorpresa y su liderazgo en tendencias en el sector. Esto ha sido posible gracias al compromiso de las personas que trabajamos en la marca, nuestra actitud y energía, nuestras ganas de seguir superándonos y de dar ejemplo. A cierre de 2021, **GOIKO®** lo conformamos casi 1.800 personas. La gran Familia **GOIKO** queda unida por ocho valores clave: Calidad, Buen Rollo, Crecimiento, Familia, Integridad, Eficiencia, Disrupción y Mucho Kevin.



ALIMENTAR EL DESEO  
DE SUPERACIÓN Y  
DEMOSTRAR QUE TODO ES  
POSIBLE HACIENDO LAS  
COSAS BIEN



KEVIN BACON



# NUESTROS

# TROS

## VALORES

## #1 La Calidad es nuestra obsesión

Mantenerla es una premisa fundacional innegociable. Cuidamos cada detalle de nuestros procesos, productos y servicio, entregándolo todo siempre sin limitarnos, para dar los mejores resultados y superar expectativas.

## #3 Buen Rollo

Porque en GOIKO® nos tratamos con respeto, cultivamos la paciencia, transmitimos alegría, somos capaces de levantar al equipo con entusiasmo y proyectamos todo el aprendizaje a nuestro futuro dentro o fuera de la compañía.

## #5 Disrupción

Es otro de nuestros valores porque nos mantenemos siempre en versión beta. Buscamos romper paradigmas y sorprender, y así lograr lo que todavía nadie ha logrado.

## #7 Eficiencia

Escuchamos, nos comparamos, medimos, adaptamos y ponemos en práctica los progresos rápidamente para ofrecer una experiencia cada vez mejor y mantenernos sostenibles en el tiempo.

## #2 Familia

Tiene que ver con que compartimos y promovemos una cultura de pertenencia donde todos somos bienvenidos. Juntos construimos algo extraordinario.

## #4 Crecimiento

Porque queremos llegar mucho más allá, superarnos, ser mejores personas y aportar valor al equipo. Siempre a por más y mejor.

## #6 Justos, honestos y transparentes

Esos tres elementos son las claves de nuestro valor Integridad. Somos fieles creyentes de lograr lo que nos proponemos haciendo las cosas bien.

## #8 Mucho Kevin

Finalmente, nuestro valor más auténtico y único: Mucho Kevin. Porque no tenemos miedo de hacer las cosas como nadie las ha hecho. Somos diferentes y un poco raros pero, sobre todo, auténticos.

El año 2020 fue el año de la pandemia, y en **GOIKO** nos centramos en conservar lo conseguido hasta la fecha y velar por la protección del empleo y la sostenibilidad futura del proyecto. Tras lograrlo, 2021 ha sido el año definitivo para constatar el liderazgo de la marca en el sector casual dining de hamburguesas gourmet, un ámbito que ha continuado ganando espacio en el mindset de los consumidores y con una presencia incontestable.

Nuestra estrategia es la de crecer orgánicamente por medio de restaurantes en gestión propia manteniendo siempre nuestros valores, y beneficiando por ello a la sociedad en general por medio de nuestra oferta honesta y transparente y, en lo particular, por la creación de empleo, riqueza y elevación de la actividad económica.

El plan de expansión nacional que hemos llevado a cabo nos ha llevado a finalizar el año con 99 unidades en gestión propia entre España (92 Goikos y 4 Yakuzas) y Francia (3), con 6 nuevos locales inaugurados en 2021.

Las ventas de la compañía en el 2021 han sido un 11% por encima del 2019 y un 30% por encima del 2020. El trabajo en equipo para lograr una experiencia imbatible que convirtiera en irresistible la vuelta a los restaurantes de **GOIKO**, así como el cuidado de los detalles en los canales de Take Away y Delivery, han hecho que la marca sea la preferida por los Millennial según el Índice Smart-Centrix y una de las tres más potentes a nivel digital, así como la organización con mayor crecimiento en su segmento a lo largo del año.



CONTEXTO DE

ACTIVIDAD

**CONTEXTO DE  
ACTIVIDAD**

CONTINUIDAD

# CONTEXTO DE ACTIVIDAD

Como se reflejaba con anterioridad, nuestro modelo de negocio es analizado a través de un modelo de gestión de riesgos en el que se identifican los factores principales inherentes y de control, estableciendo controles clave en aquellos de mayor relevancia que permitan atenuar el riesgo marginal a niveles tolerables. Entre los factores identificados cabe señalar los siguientes:



**FACTORES REGULATORIOS:** las operaciones del Grupo se encuentran sujetas a una gran variedad de normativa estatal, autonómica y local lo que supone una constante vigilancia de cumplimiento normativo en temas como medioambiente, licencias, etc. Potenciales cambios en estas regulaciones pudieran tener un efecto en mayores niveles de inversión para adaptar los locales a dichos nuevos requerimientos.



**FACTOR DE TENDENCIA DE MERCADO:** en un mundo globalizado y en permanente cambio, los gustos y hábitos de los consumidores evolucionan con gran rapidez. El Grupo hace frente a estos cambios con una política constante de innovación en productos y servicios adaptando la oferta a las necesidades de nuestros clientes.



**FACTOR DE TIPO DE INTERÉS:** al contrario de la deuda operativa del Grupo, que se encuentra a tipos fijos, la deuda de adquisición está referenciada a un tipo variable que hace que cualquier alza en Euribor tenga efecto en la generación de caja futura. Si bien la evolución actual de tipos de interés no hace prever un alza de estos y por tanto no se han tomado medidas de cobertura, el Grupo está preparado para ello si se diese un cambio en el escenario actual.



**FACTOR SANITARIO:** inherente al sector, nuestros proveedores y locales siguen los más estrictos controles sanitarios y de calidad para garantizar la ausencia de incidencias.



**FACTOR DE APROVISIONAMIENTO:** nuestros productos y recetas son únicos y en su mayoría frescos, y por tanto, los proveedores juegan un papel esencial en nuestra cadena de aprovisionamiento. Cualquier retraso o imposibilidad de garantizar el suministro tendría un gran efecto en las operaciones del Grupo. Por esto, contamos con un mínimo de 2 proveedores de productos clave preparados para cubrir la totalidad de las necesidades de abastecimiento.



**FACTOR REPUTACIONAL:** como el de cualquier marca que es líder en su segmento y en redes sociales.

El **Grupo** mantiene políticas activas de gestión de estos riesgos, implantando controles para conseguir reducir el riesgo marginal en la mayor medida posible. En particular, mencionamos las siguientes:

**A.** En temas **medioambientales** y de **seguridad alimentaria** realizamos estrictos controles de niveles de ruido con medidas de corrección material si fuese necesario (silent blocks), emisiones de humo con filtros y sistemas de extracción de última generación, reciclado de aceites, utilización de material reciclado y biodegradable (material de entrega a domicilio, consumibles, etc), la continuada reducción de plásticos en los diferentes canales de venta, seguimiento de los procesos de cocinado, etc.

**B.** En materias de **personal** se aplica una política de bandas salariales por puesto que eliminan cualquier tipo de discriminación por sexo u otro motivo, integración de personal no nacional en un elevado porcentaje, actividades de integración de equipos trimestrales y anuales (Goiko Games), políticas de anticipos de nómina al personal muy flexibles, todo ello encaminado a cumplir con una de las misiones de la empresa “ser el lugar preferido para comer de nuestros clientes y para trabajar de nuestro staff”.

**C.** Nuestro **compromiso con la comunidad** en la que desarrollamos nuestra actividad es indudable, no sólo por medio de una gran creación de empleo, sino también como impulsor de la actividad económica con unos elevados niveles de inversión en activos y generación de puestos de trabajo indirectos (proveedores, contratistas, suministros, etc).

Para el ejercicio 2022, la política de expansión nacional e internacional es ilusionante y potente, si bien en estos dos años previos las marcas hemos aprendido a barajar diferentes escenarios dada la incertidumbre generada por acontecimientos ajenos a la propia operación. Llegaremos a nuevas ciudades, reforzaremos nuestra presencia en CCAA donde ya hemos asentado la marca, y esperamos que el 2022 sea el año definitivo de la expansión en Francia. Con todo, superaremos los 100 Goikos y nuestros márgenes por economías de escala. Además, nuestra actividad de i+D fue notoria en el 2021 y continuará construyendo camino en el 2022. El desarrollo de nuevos productos en todos los canales de venta es fundamental, y nos ha valido ganar premios como el número 1 en la Paris Burger Week celebrado en verano del 2021 o ser virales en RRSS con innovaciones como La Kranch, una hamburguesa con queso rebozado con maíces MisterCorn.



Los principales factores que pueden afectar a nuestro desarrollo futuro son:

- 1.** Estado de la red de suministros a nivel global, agravada por el coste del petróleo y la situación política actual en Ucrania.
- 2.** Evolución de las tendencias macroeconómicas, principalmente la confianza del consumidor y el consumo de los hogares.
- 3.** Costes laborales como factor primordial en la cuenta de resultados.
- 4.** Situación del mercado inmobiliario, tanto en lo que respecta a costes de alquiler como en disponibilidad de locales.
- 5.** Desarrollo de nuevos productos y servicios, en particular el crecimiento de la entrega a domicilio ("delivery").
- 6.** Crecimiento de la restauración organizada a niveles similares a los países de nuestro entorno.

Dada la dispersión de nuestros locales en la geografía nacional y el número de locales existentes, ninguno de estos tiene una relevancia material por sí mismo para el conjunto del **Grupo** y además, todos nuestros restaurantes son rentables. El único elemento material considerado individualmente es la deuda derivada de la adquisición del **Grupo**, natural y esperable en este tipo de operaciones; en otro orden de cosas, de acuerdo al plan de negocio y la evolución de este, no existen dudas sobre la capacidad de generación de caja suficiente para el servicio de la deuda en las condiciones en la que dichos préstamos están estructurados.

No se han utilizado ni existen instrumentos financieros en el **Grupo**.

No existen acciones propias ni hay planes para adquirirlas en el futuro.



# GRUPO DE EMPRESAS DE ASPECTOS NO FINANCIEROS

## GESTIÓN DE ASPECTOS NO FINANCIEROS

# GESTIÓN DE ASPECTOS NO FINANCIEROS

Los siguientes subcapítulos desarrollan con mayor grado de detalle los aspectos relevantes para la compañía dentro de cada una de las cinco cuestiones planteadas:

## I. PERSONAL

### Compromiso Sostenible - Personal

Tras un 2020 de gran incertidumbre en el que el Equipo **GOIKO** mostró que su éxito radica en el cuidado de las personas, desde staff hasta clientes pasando por diversos partners, el 2021 ha consolidado el buen hacer de la marca, viendo crecer hasta en más de 600 personas su plantilla, aumentando su red de proveedores, y llegando a cada vez más clientes. Cada uno de los miembros del Equipo **GOIKO** es fundamental, y su compromiso con la marca ha permitido una evolución constante e inspiradora en el 2021.

La Política de Gestión de Personas del **Grupo** busca acentuar el empleo de calidad desarrollado en entornos seguros y saludables, que promuevan el crecimiento personal y profesional y con igualdad de oportunidades, estando siempre alineada con la estrategia de negocio para conseguir los objetivos empresariales sin dejar de respaldar los valores de la marca. Además, la transparencia y la Política de Gestión de Personas y la formación, que en el 2020 cobraron tanta importancia, se mantuvieron e impulsaron aún más en el 2021.

Además, el diálogo y la cooperación entre todas las personas que hacen posible la marca se vertebró en la creación de comités de empresa en el 2021, tal y como se proyectó en el 2020, y se invirtió en el desarrollo de las herramientas formativas de **GOIKO**. A Goiko University, sistema de training de **GOIKO**, que motivan el desarrollo de los empleados en la empresa y garantizan la excelencia en la operatividad y a través de diferentes canales de comunicación, se le sumó Goiko Academy, para incentivar las habilidades de liderazgo y gestión de equipos, que explicaremos más adelante.

Cabe destacar a modo de preámbulo que todos los empleados se encuentran cubiertos por el Convenio de Hostelería, si bien podemos distinguir entre las especificaciones de Goiko Central (oficina) y de locales (atención al público).





## 1. Goiko Central

El personal que trabaja en las oficinas se encuentra adscrito al Convenio de Hostelería de Madrid que fija el trabajo en 1.800 horas anuales. La jornada laboral consta de cinco días laborables (mayormente de lunes a viernes) y dos días de descanso. Todos los empleados han cumplido sus máximas horas en función de su jornada o tiempo trabajado y también en base al ERTE que fue aplicado debido a la situación pandémica que afectaba al país.

Las bajas se registraban siempre con parte médico, igual que sucede en los locales.

Los horarios en **Goiko Central** son flexibles y se establecen entre las partes (supervisor y empleado). El teletrabajo, hábito reforzado en el 2020, se compaginó en el 2021 con la vuelta a la vida en las oficinas. Antes de la pandemia, era una opción cuando así era solicitado bien por el supervisor o por el empleado; en el 2020, fue la norma entre marzo y noviembre -meses en los que todos los trabajadores de Central ejercieron sus funciones desde sus hogares- y también en adelante de manera rotatoria, cuando se fue implementando un modelo mixto de asistencia a Central, en grupos estancos a los que se les asignan días alternos. Este sistema rotatorio se ha mantenido a lo largo de todo el 2021 y con flexibilidad, puesto que cada equipo podía gestionar con su supervisor directo la asistencia o no asistencia los días indicados. Todos los equipos han demostrado una eficiencia y organización impresionantes en estos dos años de ritmos particulares, y esto refuerza la flexibilidad de una marca joven como **GOIKO**.

Otra de las ventajas habitualmente ofrecidas en **GOIKO** es el servicio de comedor de lunes a viernes. Desde la incorporación del sistema de asistencia rotatorio a las oficinas, se ofrecía igualmente con adaptaciones a las circunstancias: turnos de uso del comedor y un sistema de reserva que velara por el respeto del aforo de este, comida seleccionada previamente vía formulario conservada en tupperes, y cubiertos y platos desechables y reciclables para minimizar el uso de elementos comunes, así como con sitios asignados para poder respetar las distancias de seguridad y con la obligación de desinfectar el lugar después de su uso.

Además, se ofrece la posibilidad de obtener un seguro de salud privado con coste cero y con beneficios también en caso de quererlo contratar para familiares, velando por el bienestar de los empleados.

Todos estos nuevos protocolos de seguridad, tanto en Central como en Locales como de cara a clientes y proveedores quedan recogidos en el Safe Place Program, la hoja de ruta que permite convertir los establecimientos de **GOIKO** en lugares preparados para prevenir el contagio por coronavirus y salvaguardar la seguridad de todos (staff, riders, colaboradores y clientes). Fue implementado en **GOIKO** el fin de semana del 13 de marzo del 2020, siendo revisado y actualizado de manera constante desde el primer día y cumpliendo, entre otros, con el BOE del 3 de mayo, que recogía protocolos de seguridad de obligatorio cumplimiento para la reapertura paulatina del sector de la restauración. Hoy por hoy, a cierre del 2021, este protocolo ha continuado adaptándose a las circunstancias y necesidades para velar por la seguridad de todos.



## 2. Locales

El personal que trabaja en locales se encuentra adscrito al Convenio de Hostelería vigente en cada una de las localidades donde GOIKO y Yakuzza operan. Ante cualquier retraso previsible en su hora de llegada, el personal debe notificarlo a gerencia del restaurante apenas lo sepa. Hasta 15 minutos de retraso supondrán una amonestación verbal; más de 15 minutos, escrita; y tres llegadas tarde a su puesto de trabajo en tres meses, falta grave, causa de despido justificado.

En 2021 se registraba el absentismo diariamente a través de la plataforma BambooHR, gestionada por los Goiko Managers. Las vacaciones eran convenidas entre el personal y el encargado, considerando las necesidades propias del local y del resto de los empleados con más énfasis aún dadas las complejidades generadas por la pandemia por COVID-19. Los días de vacaciones anuales son los indicados según el convenio correspondiente a cada ciudad. Para permisos especiales, deben solicitarse por escrito a la gerencia con una antelación mínima de 15 días.

El calendario laboral se presenta a todos los empleados la primera semana de enero de cada año y como norma general, el local abre todos los festivos. Este calendario puede modificarse por la gerencia del local durante el año, si bien los cambios deben ser notificados al personal con una antelación mínima de 15 días.

Los horarios son rotativos y varían de acuerdo al día y horas trabajadas. Corresponden dos días libres por semana, los cuales pueden estar distribuidos en dos días libres completos o un día libre completo y dos medios días libres. Los turnos se organizan de forma equitativa entre los empleados, punto que requirió mucha más atención, control y coordinación en el 2020 dada la situación pandémica y los imprevistos que podían surgir de un día para otro a causa de posibles contactos estrechos con personas positivas en COVID-19 o por

presencia de síntomas.

Las medidas ideadas para fomentar la conciliación en locales son las siguientes:

- Todo el personal tiene derecho a una comida al día en su jornada de trabajo. Hasta el estallido de la pandemia, se intentaba organizar como momento de encuentro de todo el personal en beneficio de la comunicación y el trabajo en equipo. Desde entonces y aplicando el Safe Place Program, el personal tiene que respetar ciertas normas que refuerzan la seguridad en este momento del día: respetar las distancias, retirarse la mascarilla solo cuando se va a comer o beber y desinfectar el lugar con desinfectante después de comer.
- El personal de cocina es el responsable de realizar los pedidos necesarios semanalmente así como de cocinar el menú de comida diaria del personal, siendo este siempre equilibrado calóricamente y variado. El personal de salón se ocupa de montar la mesa y servir las bebidas.
- El restaurante invita a un café al día por persona, y es un derecho intransferible. Queda prohibida la ingesta de cualquier bebida o alimento que no esté contemplado dentro del menú del personal.
- Cada miembro del staff puede consumir un máximo de una bebida y una comida al día. El derecho no es acumulable.
- El personal puede disfrutar de algunos artículos de la carta a precio especial, cumpliendo las condiciones especiales que se detallan, y se trata de un derecho personal e intransferible. Cualquier uso indebido es sancionado. Las consumiciones del personal serán pagadas y facturadas en el momento.



### Igualdad y discriminación

En el 2021, **GOIKO** continuó trabajando para elaborar un Plan de Igualdad cuya puesta en marcha se ha visto retrasada por la pandemia ante las urgencias derivadas de esta y las necesidades diarias de la operación. Desde principios de año, se convocaron diferentes comités de empresa y se configuraron grupos de representación que pudieran realizar un seguimiento claro de las necesidades de los empleados de cara a la configuración del Plan de Igualdad. Este será concluido en el primer semestre del 2022. En paralelo, la Política contra la Discriminación de **GOIKO**, recogida dentro del Código Ético, así como los diferentes foros y canales de exposición de temas de interés (como el correo Soporte Staff), han sido notablemente útiles en defensa de los principios de igualdad y no discriminación.

El personal de **GOIKO** en España en 2021<sup>1</sup> se compone de 1.058 hombres (un 20% más que el año anterior) y 721 mujeres (casi el doble que en el 2020, cuando se registraban 478), siendo así 1.779 empleados en total (474 personas más que en el 2020, cuando los miembros del staff eran 1.305). Asimismo,

definimos nueve categorías profesionales diferentes, las mismas respecto a las categorías reportadas en el EINF del año 2020. No se estructuran en rango de salario de menor a mayor, sino que responden directamente a las responsabilidades de cada una de las posiciones. En 2021, la categoría 1 corresponde a ayudantes de cocinero o camarero; la categoría 2, a cocineros y camareros; la categoría 3, a capitanes de área de cocina o sala; la categoría 4, a Goiko Managers; la categoría 5, a asistentes; la categoría 6, a técnicos; la categoría 7, a gerentes; la categoría 8, a directores; y finalmente, la categoría 9, a consejeros.

Cabe destacar que la diversidad es un rasgo identificativo de la organización: en 2021, nuestros empleados proceden de 31 nacionalidades diferentes, más que en el 2020. Asimismo, contamos en nuestra plantilla con cuatro personas con discapacidad (al igual que en 2020). El equipo **GOIKO** lo conforman personas de todas las edades, desde 16 hasta más de 55 años, si bien gran parte de los empleados se ubica en la franja de 25-34 años (51,3%) o en la de 16-25 años (35%).



# 1.779

## EMPLEADOS EN TOTAL

# 31



## NACIONALIDADES DIFERENTES

# 4

## PERSONAS CON DISCAPACIDAD

1. El personal de Francia a cierre del 2020 lo componían 23 personas, por lo que no es material y se excluye de los datos aportados en el EINF.

# TABLA #1

## 2021

|  |   | RESTAU-<br>RANTE | CENTRAL    | YAKUZA      | TOTAL       |
|--|---|------------------|------------|-------------|-------------|
| <b>EMPLEADOS<br/>POR SEXO</b>                          | HOMBRE                                    | 959              | 70         | 29          | 1058        |
|  | MUJER                                     | 658              | 45         | 18          | 721         |
|  | <b>TOTAL</b>                              | <b>1617</b>      | <b>115</b> | <b>47</b>   | <b>1779</b> |
| <b>EMPLEADOS<br/>POR EDAD</b>                          | RANGO #1 (16-24)                          | 598              | 1          | 23          | 622         |
|  | RANGO #2 (25-34)                          | 830              | 61         | 23          | 914         |
|  | RANGO #3 (35-44)                          | 179              | 39         | 1           | 219         |
|  | RANGO #4 (45-54)                          | 10               | 11         | 0           | 21          |
|  | RANGO #5 (>55)                            | 0                | 3          | 0           | 3           |
|  | <b>TOTAL</b>                              | <b>1617</b>      | <b>115</b> | <b>47</b>   | <b>1779</b> |
| <b>EMPLEADOS<br/>POR<br/>CATEGORÍA<br/>PROFESIONAL</b> | #1 (AYUDANTE CAMARERO /<br>COCINERO)      | 704              | 0          | 0           | 704         |
|  | #2 (CAMAREROS /COCINEROS)                 | 671              | 3          | 39          | 713         |
|  | #3 (CAPITANES DE ÁREA COCI-<br>NA / SALA) | 154              | 0          | 5           | 159         |
|  | #4 (GOIKO MANAGERS)                       | 88               | 0          | 3           | 91          |
|  | #5 (ASISTENTES)                           | 0                | 13         | 0           | 13          |
|  | #6 (TÉCNICOS)                             | 0                | 40         | 0           | 40          |
|  | #7 (GERENTES)                             | 0                | 49         | 0           | 49          |
|  | #8 (DIRECTORES)                           | 0                | 9          | 0           | 9           |
|  | #9 (CONSEJEROS)                           | 0                | 1          | 0           | 1           |
| <b>TOTAL</b>   | <b>1617</b>                               | <b>115</b>       | <b>47</b>  | <b>1779</b> |             |

## 2020<sup>2</sup>

|  |   | RESTAU-<br>RANTE | CENTRAL    | YAKUZA      | TOTAL       |
|--|---|------------------|------------|-------------|-------------|
| <b>EMPLEADOS<br/>POR SEXO</b>                          | HOMBRE                                    | 748              | 59         | 20          | 827         |
|  | MUJER                                     | 420              | 46         | 12          | 478         |
|  | <b>TOTAL</b>                              | <b>1168</b>      | <b>105</b> | <b>32</b>   | <b>1305</b> |
| <b>EMPLEADOS<br/>POR EDAD</b>                          | RANGO #1 (16-24)                          | 315              | 1          | 13          | 329         |
|  | RANGO #2 (25-34)                          | 712              | 70         | 19          | 801         |
|  | RANGO #3 (35-44)                          | 140              | 22         | 0           | 162         |
|  | RANGO #4 (45-54)                          | 1                | 10         | 0           | 11          |
|  | RANGO #5 (>55)                            | 0                | 2          | 0           | 2           |
|  | <b>TOTAL</b>                              | <b>1168</b>      | <b>105</b> | <b>32</b>   | <b>1305</b> |
| <b>EMPLEADOS<br/>POR<br/>CATEGORÍA<br/>PROFESIONAL</b> | #1 (AYUDANTE CAMARERO /<br>COCINERO)      | 302              | 0          | 0           | 302         |
|  | #2 (CAMAREROS /COCINEROS)                 | 641              | 0          | 23          | 664         |
|  | #3 (CAPITANES DE ÁREA CO-<br>CINA / SALA) | 142              | 0          | 5           | 147         |
|  | #4 (GOIKO MANAGERS)                       | 83               | 0          | 4           | 87          |
|  | #5 (ASISTENTES)                           | 0                | 8          | 0           | 8           |
|  | #6 (TÉCNICOS)                             | 0                | 33         | 0           | 33          |
|  | #7 (GERENTES)                             | 0                | 54         | 0           | 54          |
|  | #8 (DIRECTORES)                           | 0                | 9          | 0           | 9           |
|  | #9 (CONSEJEROS)                           | 0                | 1          | 0           | 1           |
| <b>TOTAL</b>   | <b>1168</b>                               | <b>105</b>       | <b>32</b>  | <b>1305</b> |             |
| <b>EMPLEADOS<br/>POR PAÍS</b>                          | #1 ESPAÑA                                 | 1168             | 105        | 32          | 1305        |
|  | <b>TOTAL</b>                              | <b>1168</b>      | <b>105</b> | <b>32</b>   | <b>1305</b> |

2. Tanto en el 2020 como en el 2021, la información del personal se recoge a cierre de ejercicio (31 de diciembre), por lo que las tablas son perfectamente comparativas.



## Modelo de contratación

El Grupo **GOIKO** cree en las relaciones estables que permitan desarrollar vínculos sostenibles en el tiempo y generen relaciones de compromiso mutuo. Por ese motivo incentiva la contratación indefinida, contribuyendo a la estabilidad de sus empleados, en el ámbito profesional y personal. Para observar el modelo de contratación del 2021 se desglosan datos totales de contratos a fecha de cierre de dicho año. Del total de contratos, el 99,5% es de carácter indefinido (vs 98,93% en 2019, mejorando estos ratios por segundo año consecutivo). De los contratos indefinidos, un 40,4% corresponde a mujeres (10 puntos porcentuales más que en el 2020) y un 59,6% a hombres (vs 61% en el 2020).

A continuación, mostramos algunos de los datos que reflejan las características propias de los empleados de **GOIKO** contratados en régimen indefinido:

**1.** Cabe destacar que de un total de 721 mujeres, más de un 99% cuenta con contratos indefinidos (frente al 93% del año 2020); y de un total de 1.058 hombres, un 99,4% cuenta con contratos indefinidos (un punto porcentual más que en el 2020). Es decir, en ambos casos, este tipo de relación laboral se encuentra vigente en la gran mayoría de la plantilla, igual que en los ejercicios anteriores, y se cuida enormemente.

**2.** En términos de edad, los empleados que representan una mayor proporción son aquellos entre 25 y 34 años (un 51% frente al 65% del 2020).

**3.** En función de las categorías profesionales, son los empleados de la categoría Camareros y Cocineros los mayoritarios (39,3% vs 50,9% en el 2020).

El reporte de los datos ha sido eficientemente mejorado a lo largo del 2021 en comparación con años anteriores, puesto que se ha incorporado un sistema de almacenamiento que permite extraer datos a cierre de año para poder completar la información con exactitud. Así, se ofrecen datos totales y no promedios.



**721  
MUJERES**  
**99%**  
**CONTRATOS INDEFINIDOS**  
FRETE AL 93% DEL 2020



**1.058  
HOMBRES**  
**99,4%**  
**CONTRATOS INDEFINIDOS**  
FRETE AL 98% DEL 2020



**39,3%**  
**CAMAREROS Y  
COCINEROS**

## TABLA #2

### EMPLEADOS POR TIPO DE CONTRATO - UNIFICADO

| 2021              | A TIEMPO COMPLETO | A TIEMPO PARCIAL | TOTAL       | 2020              | A TIEMPO COMPLETO | A TIEMPO PARCIAL | TOTAL       | 2019              | A TIEMPO COMPLETO | A TIEMPO PARCIAL | TOTAL       |
|-------------------|-------------------|------------------|-------------|-------------------|-------------------|------------------|-------------|-------------------|-------------------|------------------|-------------|
| <b>INDEFINIDO</b> | 1158              | 613              | 1771        | <b>INDEFINIDO</b> | 1228              | 56               | 1284        | <b>INDEFINIDO</b> | 1228              | 60               | 1288        |
| <b>TEMPORAL</b>   | 8                 | 0                | 8           | <b>TEMPORAL</b>   | 17                | 7                | 21          | <b>TEMPORAL</b>   | 39                | 11               | 50          |
| <b>TOTAL</b>      | <b>1166</b>       | <b>613</b>       | <b>1779</b> | <b>TOTAL</b>      | <b>1245</b>       | <b>60</b>        | <b>1305</b> | <b>TOTAL</b>      | <b>1267</b>       | <b>71</b>        | <b>1338</b> |

### TOTAL ANUAL DE CONTRATOS POR SEXO - UNIFICADO

| 2021          | CONTRATO INDEFINIDO |                  | TOTAL       | CONTRATO TEMPORAL |                  | TOTAL    |
|---------------|---------------------|------------------|-------------|-------------------|------------------|----------|
|               | A tiempo completo   | A tiempo parcial |             | A tiempo completo | A tiempo parcial |          |
| <b>MUJER</b>  | 423                 | 296              | <b>719</b>  | 2                 | 0                | <b>2</b> |
| <b>HOMBRE</b> | 735                 | 317              | <b>1052</b> | 6                 | 0                | <b>6</b> |

| 2020          | CONTRATO INDEFINIDO |                  | TOTAL      | CONTRATO TEMPORAL |                  | TOTAL     |
|---------------|---------------------|------------------|------------|-------------------|------------------|-----------|
|               | A tiempo completo   | A tiempo parcial |            | A tiempo completo | A tiempo parcial |           |
| <b>MUJER</b>  | 433                 | 34               | <b>467</b> | 7                 | 1                | <b>8</b>  |
| <b>HOMBRE</b> | 795                 | 22               | <b>817</b> | 10                | 3                | <b>13</b> |

# TABLA #2

## TOTAL ANUAL DE CONTRATOS POR EDAD - UNIFICADO

| 2021            | CONTRATO INDEFINIDO |                  | TOTAL      | CONTRATO TEMPORAL |                  | TOTAL    |
|-----------------|---------------------|------------------|------------|-------------------|------------------|----------|
|                 | A tiempo completo   | A tiempo parcial |            | A tiempo completo | A tiempo parcial |          |
| <b>RANGO #1</b> | 222                 | 396              | <b>618</b> | 4                 | 0                | <b>4</b> |
| <b>RANGO #2</b> | 720                 | 190              | <b>910</b> | 4                 | 0                | <b>4</b> |
| <b>RANGO #3</b> | 193                 | 26               | <b>219</b> | 0                 | 0                | <b>0</b> |
| <b>RANGO #4</b> | 20                  | 1                | <b>21</b>  | 0                 | 0                | <b>0</b> |
| <b>RANGO #5</b> | 3                   | 0                | <b>3</b>   | 0                 | 0                | <b>0</b> |

| 2020            | CONTRATO INDEFINIDO |                  | TOTAL      | CONTRATO TEMPORAL |                  | TOTAL     |
|-----------------|---------------------|------------------|------------|-------------------|------------------|-----------|
|                 | A tiempo completo   | A tiempo parcial |            | A tiempo completo | A tiempo parcial |           |
| <b>RANGO #1</b> | 238                 | 16               | <b>254</b> | 4                 | 2                | <b>6</b>  |
| <b>RANGO #2</b> | 806                 | 29               | <b>835</b> | 12                | 2                | <b>14</b> |
| <b>RANGO #3</b> | 168                 | 7                | <b>175</b> | 1                 | 0                | <b>1</b>  |
| <b>RANGO #4</b> | 17                  | 1                | <b>18</b>  | 0                 | 0                | <b>0</b>  |
| <b>RANGO #5</b> | 2                   | 0                | <b>2</b>   | 0                 | 0                | <b>0</b>  |

## TOTAL ANUAL DE CONTRATOS POR CATEGORÍA PROFESIONAL- UNIFICADO

| 2021          | CONTRATO INDEFINIDO |                  | TOTAL      | CONTRATO TEMPORAL |                  | TOTAL    |
|---------------|---------------------|------------------|------------|-------------------|------------------|----------|
|               | A tiempo completo   | A tiempo parcial |            | A tiempo completo | A tiempo parcial |          |
| <b>CAT #1</b> | 249                 | 451              | <b>700</b> | 4                 | 0                | <b>4</b> |
| <b>CAT #2</b> | 549                 | 160              | <b>709</b> | 4                 | 0                | <b>4</b> |
| <b>CAT #3</b> | 159                 | 0                | <b>159</b> | 0                 | 0                | <b>0</b> |
| <b>CAT #4</b> | 91                  | 0                | <b>91</b>  | 0                 | 0                | <b>0</b> |
| <b>CAT #5</b> | 12                  | 1                | <b>13</b>  | 0                 | 0                | <b>0</b> |
| <b>CAT #6</b> | 40                  | 0                | <b>40</b>  | 0                 | 0                | <b>0</b> |
| <b>CAT #7</b> | 48                  | 1                | <b>49</b>  | 0                 | 0                | <b>0</b> |
| <b>CAT #8</b> | 10                  | 0                | <b>10</b>  | 0                 | 0                | <b>0</b> |
| <b>CAT #9</b> | 0                   | 0                | <b>0</b>   | 0                 | 0                | <b>0</b> |

| 2020          | CONTRATO INDEFINIDO |                  | TOTAL      | CONTRATO TEMPORAL |                  | TOTAL     |
|---------------|---------------------|------------------|------------|-------------------|------------------|-----------|
|               | A tiempo completo   | A tiempo parcial |            | A tiempo completo | A tiempo parcial |           |
| <b>CAT #1</b> | 282                 | 11               | <b>293</b> | 7                 | 2                | <b>9</b>  |
| <b>CAT #2</b> | 613                 | 41               | <b>654</b> | 8                 | 2                | <b>10</b> |
| <b>CAT #3</b> | 145                 | 2                | <b>147</b> | 0                 | 0                | <b>0</b>  |
| <b>CAT #4</b> | 87                  | 0                | <b>87</b>  | 0                 | 0                | <b>0</b>  |
| <b>CAT #5</b> | 7                   | 1                | <b>8</b>   | 0                 | 0                | <b>0</b>  |
| <b>CAT #6</b> | 31                  | 1                | <b>32</b>  | 1                 | 0                | <b>1</b>  |
| <b>CAT #7</b> | 53                  | 0                | <b>53</b>  | 1                 | 0                | <b>1</b>  |
| <b>CAT #8</b> | 9                   | 0                | <b>9</b>   | 0                 | 0                | <b>0</b>  |
| <b>CAT #9</b> | 1                   | 0                | <b>1</b>   | 0                 | 0                | <b>0</b>  |

# TABLA #3

## Nº DE DESPIDOS - UNIFICADO

### 2021

|                                 |                              |                              |
|---------------------------------|------------------------------|------------------------------|
| <b>GÉNERO</b>                   | Hombres                      | 34                           |
|                                 | Mujeres                      | 10                           |
| <b>EDAD</b>                     | 16-24 años                   | 7                            |
|                                 | 25-34 años                   | 26                           |
|                                 | 35-44 años                   | 9                            |
|                                 | 45-54 años                   | 2                            |
|                                 | >55 años                     | 0                            |
|                                 | <b>CATEGORÍA PROFESIONAL</b> | Ayudante camarero / cocinero |
| Camareros / cocineros           |                              | 11                           |
| Capitanes de área cocina / sala |                              | 10                           |
| Goiko Managers                  |                              | 2                            |
| Asistentes                      |                              | 0                            |
| Técnicos                        |                              | 2                            |
| Gerentes                        |                              | 6                            |
| Directores                      |                              | 3                            |
| Consejeros                      |                              | 0                            |
| <b>TOTAL</b>                    |                              | 0                            |

### 2020

|                                 |                              | <b>RESTAURANTES</b>          | <b>CENTRAL GOIKO GROUP</b> | <b>YAKUZA</b> | <b>TOTAL</b> |
|---------------------------------|------------------------------|------------------------------|----------------------------|---------------|--------------|
| <b>GÉNERO</b>                   | Hombres                      | 45                           | 4                          | 4             | 53           |
|                                 | Mujeres                      | 20                           | 2                          | 5             | 27           |
| <b>EDAD</b>                     | 16-24 años                   | 16                           | 0                          | 1             | 17           |
|                                 | 25-34 años                   | 39                           | 2                          | 8             | 49           |
|                                 | 35-44 años                   | 10                           | 2                          | 0             | 12           |
|                                 | 45-54 años                   | 0                            | 2                          | 0             | 2            |
|                                 | >55 años                     | 0                            | 0                          | 0             | 0            |
|                                 | <b>CATEGORÍA PROFESIONAL</b> | Ayudante camarero / cocinero | 29                         | 0             | 0            |
| Camareros / cocineros           |                              | 29                           | 0                          | 9             | 38           |
| Capitanes de área cocina / sala |                              | 5                            | 0                          | 0             | 5            |
| Goiko Managers                  |                              | 2                            | 0                          | 0             | 2            |
| Asistentes                      |                              | 0                            | 0                          | 0             | 0            |
| Técnicos                        |                              | 0                            | 0                          | 0             | 0            |
| Gerentes                        |                              | 0                            | 5                          | 0             | 5            |
| Directores                      |                              | 0                            | 1                          | 0             | 1            |
| Consejeros                      |                              | 0                            | 0                          | 0             | 0            |
| <b>TOTAL</b>                    |                              | 65                           | 6                          | 9             | 80           |

A lo largo del 2021 se llevó a término el vínculo laboral con 44 empleados (36 menos que el año 2020); 10 de ellos, mujeres; y 34, hombres. De ellos, 7 tenían entre 16 y 24 años; 26, entre 25 y 34 años; 9, entre 35 y 44 años; y finalmente, 2 tenían entre 45 y 54 años.



A continuación, se muestran los datos de remuneración media para el año 2021, así como los del año 2020, ya publicados con anterioridad.

La brecha salarial para el **Grupo** completo ha sido de un 9,27% en el 2021, si bien esta diferencia se explica por los diferentes convenios colectivos aplicados en cada región, dado que **GOIKO** tiene una política totalmente equilibrada en materia de categorías, géneros y antigüedad, que vela por la igualdad salarial en pro de las labores desempeñadas y la meritocracia del staff. Este dato refleja el buen hacer de la organización puesto que según el [Informe de brecha salarial de género](#) de CCOO del 2021 -que toma como referencia datos recogidos entre 2008 y 2018- la brecha salarial en el sector de la restauración es del 21,4%, más de 15 puntos porcentuales superior a **GOIKO**. En restaurantes de Goiko y Goiko Basics<sup>3</sup> es del 2.15%, 18.851€ vs 18.446€ (manteniéndose al mismo nivel que en el 2020). En Central<sup>4</sup>, lo que en 2019 se reportaba como Operaciones, se da una brecha del 14,91%, 52.456€ vs 44.636€ (un 8% más que en el 2020, pero un 10% menos que en el 2019), y en Yakuza, la brecha salarial es negativa, del -0,25%, con lo que las mujeres cuentan con un salario mayor al de los hombres del staff (16.982€ vs 17.025€) La fórmula empleada para calcular la brecha salarial ha sido  $\{(Remuneración\ media\ hombres - Remuneración\ media\ mujeres) / Remuneración\ media\ hombres\} * 100$ . En función del Convenio al que se ajustan los empleados (ya que, en Hostelería, difiere por regiones), en concepto de salario variable se pueden encontrar manutención, manutención en especie, plus de transporte, plus de distancia, plus de nocturnidad, ropa, plus de convenio, plus de asistencia y plus de formación.

3. Los datos de remuneración de Goiko Gourmet 2020 han sido extraídos a fecha enero 2021.

4. El cálculo de las remuneraciones medias en Central para el año 2020 no incluye lo percibido por los empleados contratados como categoría de becarios. En 2020 no hubo becarios en Central.

## Remuneraciones **TABLAS COMPARATIVAS 2020-2021**

### TABLA #4

#### EVOLUTIVO 2020-2021 REMUNERACIONES POR CATEGORÍA PROFESIONAL

| REMUNERACIÓN (€)                     | MEDIA 2020 | TOTALES 2021 | CONVENIO 2021 | % DIFERENCIAL 2021 (TOTALES VS CONVENIO) |
|--------------------------------------|------------|--------------|---------------|--|
| Cat #1 Ayudantes camarero / cocinero | 17.251,98€ | 17.478,07€   | 16.704,59€    | 96%                                      |
| Cat #2 Camareros / cocineros         | 17.618,71€ | 17.788,41€   | 17.424,48€    | 98%                                      |
| Cat #3 / Capitanes                   | 21.377,62€ | 22.041,34€   | 18.975,93€    | 86%                                      |
| Cat #4 / Goiko Managers              | 25.563,25€ | 26.747,41€   | 19.802,36€    | 74%                                      |
| Cat #5 Asistentes                    | 19.496,00€ | 19.059,54€   | 17.391,22€    |  |
| Cat #6 Técnicos                      | 23.726,90€ | 31.558,41€   | 17.732,34€    | 56%                                      |
| Cat #7 Gerentes                      | 37.110,61€ | 38.918,91€   | 17.732,34€    | 46%                                      |
| Cat #8 Directores                    | 82.912,64€ | 103.599,98€  | 17.732,34€    | 17%                                      |
| Cat #9 Consejeros                    | 0,00€      | 0,00€        | 0,00€         | 0%                                       |

## TABLA #4A

### EVOLUTIVO 2020-2021 REMUNERACIONES POR EDAD

|                |                     | 2021                     | 2020                     |
|----------------|---------------------|--------------------------|--------------------------|
|                | EDAD                | Totales Remuneración (€) | Totales Remuneración (€) |
| <b>GOURMET</b> | #1 (16-24 años)     | 17.687,60€               | 18.336,76€               |
|                | #2 (25-34 años)     | 19.041,63€               | 19.157,48€               |
|                | #3 (35-44 años)     | 19.218,68€               | 19.172,84€               |
|                | #4 (45-54 años)     |                          | 18.911,91€               |
|                | #5 (55 en adelante) |                          |                          |
| <b>YAKUZA</b>  | #1 (16-24 años)     | 16.127,24€               | 16.622,92€               |
|                | #2 (25-34 años)     | 17.881,20€               | 17.676,56€               |
| <b>CENTRAL</b> | #1 (16-24 años)     |                          | 22.000,00€               |
|                | #2 (25-34 años)     | 30.244,46€               | 31.457,54€               |
|                | #3 (35-44 años)     | 42.833,48€               | 41.211,45€               |
|                | #4 (45-54 años)     | 72.560,87€               | 67.110,10€               |
|                | #5 (55 en adelante) | 32.366,67€               | 38.950,00€               |

### EVOLUTIVO 2020-2021 REMUNERACIONES POR EDAD A NIVEL GRUPO

|              |                     | 2021                     | 2020                     |
|--------------|---------------------|--------------------------|--------------------------|
|              | EDAD                | Totales Remuneración (€) | Totales Remuneración (€) |
| <b>TOTAL</b> | #1 (16-24 años)     | 16.907,42€               | 18.986,56€               |
|              | #2 (25-34 años)     | 22.389,10€               | 22.763,86€               |
|              | #3 (35-44 años)     | 31.026,08€               | 30.192,15€               |
|              | #4 (45-54 años)     | 72.560,87€               | 43.011,01€               |
|              | #5 (55 en adelante) | 32.366,67€               | 38.950,00€               |

### EVOLUTIVO DE REMUNERACIONES POR CATEGORÍA PROFESIONAL A NIVEL GRUPO (2020-2021)

|              |                                  | 2021                     | 2020                     |
|--------------|----------------------------------|--------------------------|--------------------------|
|              | CATEGORÍA                        | Totales Remuneración (€) | Totales Remuneración (€) |
| <b>TOTAL</b> | #1 Ayudantes camarero / cocinero | 17.478,07€               | 17.251,98€               |
|              | #2 Camareros / cocineros         | 17.541,26€               | 17.618,71€               |
|              | #3 Capitanes                     | 21.410,36€               | 21.377,62€               |
|              | #4 Goiko Managers                | 24.937,60€               | 25.563,25€               |
|              | #5 Asistentes                    | 19.059,54€               | 19.496,00€               |
|              | #6 Técnicos                      | 31.558,41€               | 23.726,90€               |
|              | #7 Gerentes                      | 38.918,91€               | 37.110,61€               |
|              | #8 Directores                    | 103.599,99€              | 103.885,00€              |
|              | #9 Consejeros                    | 0,00                     | 0,00                     |

## TABLA #4B

### EVOLUTIVO REMUNERACIONES POR RANGO DE EDAD

| RANGO EDAD #1<br>(16- 24 AÑOS) | RANGO EDAD #2<br>(25 - 34 AÑOS) | RANGO EDAD #3<br>(35 - 44 AÑOS) | RANGO EDAD #4<br>(45 - 54 AÑOS) | RANGO EDAD #5<br>>55 | CATEGORÍAS                        |
|--------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|----------------------|-----------------------------------|
| 17.687,60€                     | 19.041,63€                      | 19.218,68€                      | -                               | -                    | Restaurantes GOIKO y Goiko Basics |
| -                              | 30.244,46 €                     | 42.833,48 €                     | 72.560,87 €                     | -                    | Central                           |
| 16.127,24€                     | 17.881,20€                      | -                               | -                               | -                    | Yakuza                            |
| <b>16.907,42 €</b>             | <b>22.389,10 €</b>              | <b>31.026,08 €</b>              | <b>72.560,87 €</b>              | <b>-</b>             | <b>TOTAL</b>                      |

## TABLA #4C

### EVOLUTIVO REMUNERACIONES GÉNERO Y BRECHA SALARIAL (2020-2021)

|                    | 2021   |                  | 2020   |                  | BRECHA SALARIAL (%) |  |
|--------------------|--------|------------------|--------|------------------|---------------------|--|
|                    | Género | Remuneración (€) | Género | Remuneración (€) | 2021                | 2020                                     |
| <b>GOURMET</b>     | H      | 18.851,72€       | H      | 18.963,32€       | 2,15%               | 0,97 (Restaurantes GOIKO + Goiko Basics) |
|                    | M      | 18.446,88€       | M      | 18.778,88€       |                     |  |
| <b>OPERACIONES</b> | H      | 52.456,09€       | H      | 41.024,14€       | 14,91%              | 15,68 (Central)                          |
|                    | M      | 44.636,45€       | M      | 34.593,24€       |                     |  |
| <b>YAKUZA</b>      | H      | 16.982,74€       | H      | 17.396,70€       | -0,25%              | 1,77                                     |
|                    | M      | 17.025,70€       | M      | 17.089,35€       |                     |  |
| <b>TOTAL</b>       | H      | 88.290,55€       | H      | 74.324,66€       | -                   | 3,704                                    |
|                    | M      | 80.109,02€       | M      | 71.571,36€       |                     |  |

## TABLA #4D

### TOTALES DE BRECHA SALARIAL

| HOMBRE     | MUJER      | TOTAL |
|------------|------------|-------|
| 29.430,18€ | 26.703,01€ | 9,27% |



### EVOLUTIVO REMUNERACIONES GÉNERO (2020-2021)

|                    | 2021   |                  | 2020   |                  |
|--------------------|--------|------------------|--------|------------------|
|                    | Género | Remuneración (€) | Género | Remuneración (€) |
| <b>GOURMET</b>     | H      | 18.851,72€       | H      | 18.963,32€       |
|                    | M      | 18.446,88€       | M      | 18.778,88€       |
| <b>OPERACIONES</b> | H      | 52.456,09€       | H      | 41.024,14€       |
|                    | M      | 44.636,45€       | M      | 34.593,24€       |
| <b>YAKUZA</b>      | H      | 16.982,74€       | H      | 17.396,70€       |
|                    | M      | 17.025,70€       | M      | 17.089,35€       |
| <b>TOTAL</b>       | H      | 88.290,55€       | H      | 77.384,16        |
|                    | M      | 80.109,02€       | M      | 70.461,47        |

Remuneración de directivos<sup>5</sup>**TABLAS COMPARATIVAS 2020-2021****TABLA #5****REMUNERACIÓN DE CONSEJO Y DIRECCIÓN (GENÉRICA)**

REMUNERACIÓN (€)

**2021**

|                   |                     |
|-------------------|---------------------|
| <b>DIRECTIVOS</b> | 103.240,00 €        |
| <b>CONSEJEROS</b> |                     |
| <b>TOTAL</b>      | <b>103.240,00 €</b> |

**2020**

|                   | HOMBRES  | MUJERES   | PROMEDIO  |
|-------------------|----------|-----------|-----------|
| <b>DIRECTIVOS</b> | 82.270 € | 168.730 € | 103.885 € |
| <b>CONSEJEROS</b> |          |           |           |

5. Para el cálculo de la retribución media de directivos y consejeros se ha tenido en cuenta todas las retribuciones que perciben. Los miembros del Consejo no perciben salario por su papel en dicho organismo, sino por su posición en la compañía.

**Políticas de Salud y Seguridad laboral**

Si en **GOIKO** y **Yakuza** desde el primer día venimos indicando y poniendo en práctica que la seguridad y salud de todos los empleados es el mayor tesoro para poder realizar nuestra actividad de manera excelente, en el 2020 y 2021 esto ha cobrado una importancia añadida. Con motivo de la pandemia, reforzamos todos nuestros protocolos ya existentes. Aunque no existe una política específica de desconexión laboral, sí contamos con una serie de medidas que la favorecen. Como recogemos en el apartado 1 de este informe, desincentivamos el uso de Whatsapp entre empleados tras haber implementado Beekeeper, una red social destinada única y exclusivamente a la información laboral y mensajes directos entre staff, que permite desactivar notificaciones y, en consecuencia, fomenta que Whatsapp solo sea empleado de manera personal. Asimismo, la guía de comunicación efectiva recoge políticas de comunicación interna entre miembros de la oficina y restaurantes que incluye un horario estipulado en el que está permitido comunicar, respetando días libres y horarios de picos de trabajo dentro de los locales.

Pese a que no contamos con un Comité de Seguridad y Salud como tal ni en los convenios colectivos se establecen condiciones específicas sobre la salud y seguridad, en **GOIKO** diseñamos y aplicamos el Safe Place Program de **GOIKO** en tiempo récord desde el minuto uno del estado de alarma, siguiendo las recomendaciones gubernamentales y de compañías especializadas que nos apoyaron en el proceso de confección del mismo. Asimismo, continuamos respetando las condiciones específicas sobre la salud y seguridad, promoviendo la mejora constante del medio de trabajo, incrementando el nivel de protección, la seguridad y la formación de los trabajadores para alcanzar un mayor bienestar. Incluso en Francia, donde no es obligatorio el uso de mascarilla en interiores, instamos al staff a que hagan uso de las suyas para cuidarse. También damos cumplimiento a las exigencias legales en materia de Prevención de Riesgos Laborales y contractuales que estén establecidos o se establezcan en el futuro y llevamos a cabo las siguientes políticas:

En los locales de **GOIKO, Yakuza y Goiko Basics**, a todos los camareros y cocineros se les facilitan Normas de Prevención de Riesgos Laborales básicas para su área -como se detalla en el apartado de Sociedad- que deben leer, entender e interiorizar y firmar una vez haberlo hecho, para asegurar una correcta prevención de riesgos y limitar los accidentes en la mayor medida posible. Para la interiorización del Safe Place Program, se hizo del mismo modo, compartiéndolo tanto en Beekeeper como en sus emails a través de BambooHR para su firma y también de manera física en los locales para recordar cómo proceder. En total, en 2021 se produjeron 136 accidentes laborales con baja (vs 73 en el 2020; esto supone un 50% más de accidentes laborales si bien, teniendo en cuenta el incremento de la plantilla en un 31% entre 2020 y 2021 y la reapertura de los locales en turnos habituales tras las restricciones del 2020, es una cifra muy baja que pone de manifiesto las medidas de seguridad y formación impartidas en la organización). De ellos, 97 se dieron entre hombres y 39 entre mujeres, así como 1 enfermedad profesional en mujeres y 1 en hombres.

Por otro lado, los principales riesgos asociados al teletrabajo en el hogar para la plantilla perteneciente a Central tienen que ver con la carencia de espacios acondicionados para ello. La fachada cuenta con grandes ventanales, contando con salidas al exterior o ventanas en el 85% de despachos y salas de reuniones, lo que permite una ventilación constante del espacio cuando se mantienen encuentros en ellas. Asimismo, la distribución de empleados de Central en

grupos estancos con horarios alternos a lo largo de la semana permiten que cada empleado cuente con más espacio en su puesto de trabajo y respetar así las distancias de seguridad en todo momento.

En cuanto a la climatización, la humedad y la temperatura ambiental de oficina y locales, estas cumplen con los requisitos legales, pero si se hubieran dado indicios o si los trabajadores se hubieran quejado de las condiciones de iluminación del centro, se habría procedido a la realización de medidas higiénicas de iluminación para comprobar el estado de la misma.

Para evitar caídas de personal, se desaconsejaba el uso de sillas giratorias o superficies inestables como papeleras o cajas para acceder a elementos superiores. Se colocaban señalizaciones de suelos mojados por parte del personal de limpieza y los cables de aparatos y equipos de trabajo estaban recogidos. Para evitar caídas de objetos, todos los armarios estaban anclados a la pared o se unían entre sí para evitar la caída si estaban dos o más juntos. Las zonas de paso se mantenían libres de obstáculos, etc.

Todo esto y más riesgos y medidas quedaron recogidos con detalle en la Evaluación de Riesgos Laborales llevada a cabo por CESA Prevención en 2021, donde se incluyen todo tipo de consejos y medidas preventivas que se comunican al staff. La misma compañía elaboró un Informe de Actuación en caso de Emergencia y Evacuación.



## TABLAS COMPARATIVAS 2020-2021

### TABLA #7

#### 2021

| NÚMERO DE ACCIDENTES |         |         | NÚMERO DE ENFERMEDADES PROFESIONALES |         |         |
|----------------------|---------|---------|--------------------------------------|---------|---------|
| TOTAL                | Mujeres | Hombres | TOTAL                                | Mujeres | Hombres |
| 136                  | 39      | 97      | 1                                    | 1       | 0       |

  

| ÍNDICE DE FRECUENCIA DE ACCIDENTES |         |         | ÍNDICE DE GRAVEDAD DE ACCIDENTES |         |         | HORAS DE ABSENTISMO |         |         |
|------------------------------------|---------|---------|----------------------------------|---------|---------|---------------------|---------|---------|
| TOTAL                              | Mujeres | Hombres | TOTAL                            | Mujeres | Hombres | TOTAL               | Mujeres | Hombres |
| 45,66                              | 32,23   | 55,89   | 7,99                             | 5,54    | 9,66    | 26656               | 7496    | 19160   |

#### 2020

| NÚMERO DE ACCIDENTES |         |         | NÚMERO DE ENFERMEDADES PROFESIONALES |         |         |
|----------------------|---------|---------|--------------------------------------|---------|---------|
| TOTAL                | Mujeres | Hombres | TOTAL                                | Mujeres | Hombres |
| 73                   | 18      | 55      | 4                                    | 1       | 3       |

  

| ÍNDICE DE FRECUENCIA DE ACCIDENTES |         |         | ÍNDICE DE GRAVEDAD DE ACCIDENTES |         |         | HORAS DE ABSENTISMO |         |         |
|------------------------------------|---------|---------|----------------------------------|---------|---------|---------------------|---------|---------|
| TOTAL                              | Mujeres | Hombres | TOTAL                            | Mujeres | Hombres | TOTAL <sup>6</sup>  | Mujeres | Hombres |
| 29,84                              | 20,37   | 33,91   | 0,57                             | 0,38    | 0,68    | 11792               | 2948    | 8844    |

6. Se incluyen únicamente contingencias profesionales.

Para los cálculos de los índices se han tenido en cuenta el número total de horas anuales trabajadas en 2021, que fueron 3.334.705 (vs 2.446.200 en 2020). Además, se perdieron un total de 63 jornadas por enfermedad profesional. Asumiendo una jornada diaria con 8 horas de trabajo y un total de 37.574 jornadas perdidas por accidente con baja, in itinere, recaídas y enfermedades profesionales, el total de horas de absentismo asciende a 26.656.

El Índice de Frecuencia se calcula multiplicando por un 1.000.000 el resultado de la división del número de accidentes con baja entre el número de horas trabajadas. Incluidos los accidentes in itinere y recaídas. En 2021, el índice de frecuencia de accidentes total es del 45,66 en Goiko Basics y Yakuza en Goiko, Goiko Basics y Yakuza (vs 21,03 en el 2020; esto se asocia al porcentaje de nuevas contrataciones, mucho mayor al del 2020 y que implica que el personal todavía necesita tomar práctica de sus labores para lograr disminuir el ratio).

El Índice de Gravedad se halla multiplicando por 1.000 el resultado de la división de las jornadas perdidas entre el número de horas trabajadas. Incluidas las jornadas perdidas in itinere y recaídas. En 2020, el índice de gravedad de Goiko, Goiko Basics y Yakuza es de 7,99 (vs 2,62 en el 2020, igualmente asociado al porcentaje de nuevas contrataciones como sucede con el Índice de Frecuencia de Accidentes).





## Accesibilidad

Los técnicos de inspección verifican que todo es correcto en cada local antes de su apertura validan los accesos, distribución y todas las medidas requeridas por la Ley, tanto en sala como en cocina.

De los 96 locales con los que cerramos 2021 en España sumando **Goikos**, **Yakuzas** y **Goiko Basics**, 77 contaban con accesibilidad total (lo que suponía un 80% del total de nuestros locales, igual que en el 2020). Esto quedó acreditado por el técnico de inspección que visitó cada local en la ciudad correspondiente. A día de hoy nos encontramos en colaboración con diferentes organizaciones que se encargan de inclusión laboral a personas con discapacidad. En una organización con más de 1.700 empleados, se requiere que un 2% de su plantilla la conformen personas con grado de discapacidad de al menos el 33%. En **GOIKO**, para igualar y superar este porcentaje, la compañía colabora desde hace más de dos años con un centro especial de empleo para servicios de soporte.

Por otro lado, ninguna de las sedes donde **GOIKO** se ubicó en 2021 eran propiedad de **GOIKO**, igual que sucedía en años anteriores. En caso de que se hubiera contratado una persona con alguna minusvalía, se habría adaptado el espacio de las oficinas a sus necesidades y se habría requerido a la comunidad de vecinos la posibilidad de adaptar el acceso al edificio. No hay una política como tal que garantice la integración de los empleados discapacitados en la organización, si bien forma parte del Plan de Igualdad que estamos construyendo.

## Formación

Con el objetivo de concentrar, mejorar y amplificar la formación de los empleados de **GOIKO** y reforzar todos los protocolos para combatir el coronavirus y velar por la seguridad tanto de staff como de clientes, en 2021 se continuó actualizando **GOIKO** University y su plan formativo. Bajo este proyecto se persigue englobar no solo las horas de formación práctica, sino también la documentación teórica, las iniciativas del Plan de Carrera y cualquier otra actividad relacionada con desarrollo profesional; adicionalmente, también las normativas, protocolos de uso y Preguntas Frecuentes relacionadas con la lucha contra la COVID-19. La formación de **GOIKO** University comenzó en 2019 repartida en tres ejes principales: EXSEI (Excelencia en el Servicio), ULIMA (Utilización y Limpieza de Maquinaria) y CALI (Calidad Alimentaria). En el 2020, a esos tres ejes principales se añadieron 4 ejes más GEOPE (Gestión Operativa), DELI (Delivery), TALENT (Procesos de Talento) y ADFI (Administración Financiera). En el 2021, todos esos ejes continuaron nutriéndose y, además, se lanzó Goiko Academy, un programa de formación en soft skills y habilidades de liderazgo para contribuir al crecimiento de los líderes de los locales. En total, se impartieron 4.688 horas de formación entre los empleados de **GOIKO** (lo que se traduce en 2,6 horas por empleado).

Del mismo modo, los trabajadores en locales cuentan con el Plan de Carrera **GOIKO**, un programa de desarrollo que optimiza la formación, ayuda a identificar el talento en la empresa, establece rutas de crecimiento a cada trabajador e incentiva al progreso a través de nuevos beneficios. Para garantizar el éxito del proceso de expansión de **GOIKO** es necesario estandarizar la formación que reciben los nuevos trabajadores. Existen dos tipos de carreras de crecimiento, una carrera de oficio y una carrera de puestos gerenciales y liderazgo.



**GOIKO**  
**UNIVERSITY**

2020

TRES EJES DE FORMACIÓN INICIALES

**EXSEI**  
(EXCELENCIA EN EL SERVICIO)

**ULIMA**  
(UTILIZACIÓN Y LIMPIEZA DE MAQUINARIA)

**CALI**  
(CALIDAD ALIMENTARIA)

2021

CUATRO EJES DE FORMACIÓN ADICIONALES  
AGREGADOS A GOIKO UNIVERSITY

**GEOPE**  
(GESTIÓN OPERATIVA)

**TALENT**  
(PROCESOS DE TALENTO)

**DELI**  
(DELIVERY)

**ADFI**  
(ADMINISTRACIÓN FINANCIERA)

## TABLA #6

| EMPLEADOS                              | CAT #1<br>(AYUDANTE<br>CAMARERO /<br>COCINERO) | CAT #2 (CA-<br>MAREROS /<br>COCINEROS) | CAT #3 (CA-<br>PITANES DE<br>ÁREA) | CAT #4<br>(GOIKO<br>MANA-<br>GERS) | CAT#5<br>(ASISTENTES) | CAT#6<br>(TÉCNICOS) | CAT#7<br>(GE-<br>RENTES) | CAT#8<br>(DIREC-<br>TORES) | CAT #9<br>(CONSE-<br>JEROS) | TOTAL         |
|--|--|--|------------------------------------|------------------------------------|-----------------------|---------------------|--------------------------|----------------------------|-----------------------------|---------------|
| <b>HORAS DE<br/>FORMACIÓN<br/>2021</b> | 776,9  | 1312,5                                 | 269,9                              | 128,8                              | 0                     | 0                   | 93                       | 0                          | 0                           | <b>2581,1</b> |
| <b>HORAS DE<br/>FORMACIÓN<br/>2020</b> | 2114   | 4487                                   | 142                                | 664                                | 0                     | 0                   | 0                        | 0                          | 0                           | <b>7407</b>   |
| <b>HORAS DE<br/>FORMACIÓN<br/>2019</b> | 0  | 32                                     | 480                                | 1872                               | 24                    | 608                 | 1540                     | 132                        | 0                           | <b>4688</b>   |



## Comunicación y transparencia

Nada más ser contratados, los trabajadores son informados de la distribución de sus conceptos salariales. En 2021 se continuó mejorando la comunicación interna con el personal, siendo uno de los pilares fundamentales en los que el Grupo se apoyó para hacer frente a la pandemia y gestionar la incertidumbre generada por la COVID-19:

**1. BeeKeeper:** En 2021 se continuó utilizando BeeKeeper, una herramienta que, en un formato muy similar a Facebook, aún a toda la plantilla a nivel nacional y facilita el intercambio de información, tanto operativa (nuevos productos, nueva carta, re-branding, récords, horarios, beneficios, competencias internas y chapajes de antigüedad) como de entretenimiento (cumpleaños, nacimientos, bromas, recomendaciones de ocio), en tiempo real. Esta herramienta ofrece diferentes canales de comunicación, como posts en feeds de lectura abierta a todos los miembros de ese stream, o mensajes privados en chats individuales e incluso campañas, para fomentar la participación en diferentes actividades o causas.

**2. La Brocheta:** Newsletter enviada a todo el staff con carácter semanal en el que se recopilan las últimas novedades de **GOIKO**, para que todo el staff esté al corriente de ella antes de ser compartida con nuestros clientes, en un estilo desenfadado y plagado de gifs y memes. En ella también figuran otros datos como tendencias, planes o perspectivas, y también se da uso de ella para lanzar encuestas al staff de diferente índole: desde qué contenidos agradecerían que aparecieran en ella hasta vínculos para participar en la encuesta de Clima Laboral.

**3. Correo [soportestaff@goiko.com](mailto:soportestaff@goiko.com):** Correo disponible para cualquier colaborador de la empresa. En este puede consultar cualquier duda respecto a su situación laboral personal, como nóminas, contrato, preguntas comunes, beneficios, IRPF, entre otros. Este correo es gestionado por todo el personal del departamento de RRHH, quien responde o bien organiza una reunión con el involucrado. En el 2021, este correo se convirtió en el principal aliado de RRHH y staff para poder resolver todas las dudas e incidencias relacionadas con el ERTE y los pagos por parte del SEPE. La entidad nacional registró numerosos problemas a la hora de dar de alta a trabajadores y realizar los pagos, se daban cambios con mucha frecuencia en el procedimiento, y todo esto repercutía directamente en el nivel de incertidumbre de los empleados del Grupo en un momento ya complicado de por sí. [soportestaff@goiko.com](mailto:soportestaff@goiko.com) atendió 4.498 tickets (unos 1.600 menos que en el 2020).

**4. BambooHR:** Intranet de **GOIKO** donde cualquier colaborador tiene acceso a su requerimiento de vacaciones y dispone de toda la documentación de onboarding que se comparte con él (como funciones, políticas y normativas) y otra documentación que hubiera firmado durante su recorrido profesional en la organización.

**5. Guía de comunicación efectiva:** Política de comunicación interna, adoptada por la oficina Central de Apoyo para con los restaurantes de **GOIKO**. En esta se especifica los diferentes canales de comunicación existentes, su uso correcto, y el cómo se deben construir los mensajes para los Goiko Managers. También incluye un horario estipulado donde se puede comunicar, de tal forma que se respeten los días libres y los horarios de rush (picos de trabajo) dentro de los locales.



## 2. CUESTIONES AMBIENTALES

La sostenibilidad está presente en todos nuestros planes de acción como compañía. Las compañías del siglo XXI deben ser conscientes de su impacto en su entorno y tomar iniciativas que busquen minimizar su huella negativa, o cada vez contarán con menos espacio en el mundo actual que cada día construimos con pequeños hábitos.

En **GOIKO** somos conscientes de que una actividad profesional sostenible se va construyendo día a día, con pequeños hábitos, y de que, al plantear cómo ofrecer una experiencia inmejorable a nuestros clientes en los locales y en sus casas, debemos tener en mente las necesidades del planeta. Por ese motivo, desde el 2019 estamos trabajando en el desarrollo de medidas de Gestión de Calidad y Medioambiental que nos permitan enmarcar los buenos hábitos que las personas que conforman **GOIKO** ya tienen pero que nos lleve un paso más allá: que nos ayude a cuidar del entorno, a ser más eficientes y a eliminar paulatinamente todas aquellas acciones que sean perjudiciales para el medioambiente.

En **GOIKO**, como restaurante, generamos residuos sólidos, líquidos y gaseosos, orgánicos no aprovechables, orgánicos compostables, papel y cartón, plásticos, vidrios, metales y desechos peligrosos como aceites, baterías o pilas. También debido a nuestra actividad emitimos ruidos y carbono a la atmósfera; no dispusimos de certificaciones ambientales en 2021, pero trabajamos duramente por ser eficientes y mejorar nuestra huella.

Desde el inicio de nuestras operaciones, hemos ido reduciendo el impacto de estos residuos y, si bien las compañías suelen enfrentarse a incidentes menores propias de la operación y el día a día -por ejemplo, en 2021 se contabilizaron sanciones por incumplimiento de normativa ambiental por valor de 8.656€ (6.500€ más que en el 2020, una cifra que continúa siendo llamativamente baja dado el volumen de locales y circunstancias que **GOIKO** gestiona, aún no contamos con una Política medioambiental como tal, aunque velamos por el cumplimiento de nuestras obligaciones. Este tipo de acontecimientos nos impulsan a trabajar con más cuidado y detalle para evitar que vuelva a suceder e implementamos medidas de relevancia para ser una organización cada vez más eficiente. Por ejemplo, con el objetivo de reducir los niveles de contaminación sonora -y que reflejamos en el EINF del 2020- llevamos a cabo las siguientes políticas:

- Colocación de silentblocks en las maquinarias de climatización y extracción y Malla Antivibratoria en conductos para absorber vibraciones y choques que involucran componentes mecánicos y así evitar molestias en la estructura sobre la que se encuentran apoyados.
- En las maquinarias de climatización y extracción en el exterior, ubicadas en cubierta, se realizó un apantallamiento acústico para aislar o atenuar el nivel sonoro en un determinado espacio.
- Instalaciones de conductos de salida de humos y ventilación con diámetros superiores a 500-550 mm con el fin de que no se generara ruido por el caudal del aire que expulsamos y en caso de que poseyeran un diámetro inferior a 500 mm, les instalamos silenciadores a cada uno de ellos.

- Colocación de variadores de frecuencia para controlar la velocidad y rotaciones de un motor de corriente alterna por medio del control de la frecuencia de alimentación suministrada al motor y así disminuir el ruido que genera.

En términos de impacto para con el medioambiente, la contaminación lumínica no es un aspecto material debido a la actividad de la organización. Por otro lado, aunque dada nuestra actividad no es una tarea sencilla, priorizamos la eficiencia y la reducción de la contaminación por gases invernadero en todos nuestros locales. Hoy en día contamos con aire acondicionado y recipientes que albergan gases refrigerantes en nuestros locales. Se estima una utilización de 2.138 litros de gas refrigerante en el 2021 (vs 1.774 litros en el 2020)<sup>7</sup>. Actualmente, a diferencia de en ejercicios anteriores, sí disponemos de una cobertura de daños ambientales en la póliza de seguros y, si bien todavía no disponemos de medidas para prevenir, reducir o reparar las emisiones de carbono derivadas del uso de refrigerantes, es algo que se valorará para futuros ejercicios.

Además, contamos con un personal activo en términos de sostenibilidad y cuidado del medioambiente. El reciclaje es un acto fundamental en el día a día tanto de las oficinas centrales de **GOIKO** -donde contamos con papeleras separadoras de diferentes materiales, como cartón, orgánico o plásticos, y donde empleamos vasos reutilizables- y de los locales, donde en un gran número también disponemos en cocina de contenedores separadores de vidrio, cartón/papel y orgánico.

<sup>7</sup> Esta estimación se elabora tras tomar en cuenta el número de locales abiertos todo el año 2021, el número de recipientes situados en cada uno de ellos y su carga estimada (10 litros en total distribuidos en dos ciclos).

## Materias primas y gestión de residuos

A continuación se detalla el desglose de las Top 50 materias primas empleadas en el 2021, siendo las más importantes las patatas, la carne de hamburguesa, los tequeños o las patatas finas. Llamativamente, también se cuelan en el podio los caramelos que entregamos en la cuenta y bolsas de TA y Delivery. En 2021, además, cabe destacar el consumo de 875.886 huevos (30.000 más que en el 2020), 12.268 cookies 2.0 (1.000 unidades más), así como 6.848.340 unidades de pan (más de un millón más que en el 2020) y 4.138.560 tequeños, el doble que en el 2020. A continuación se muestran los datos del 2021 y del 2020.

| ARTÍCULO               | MEDIDA | CANT. 2021  | CANT. 2020 |
|------------------------|--------|-------------|------------|
| Pan                    | Un     | 6.848.340   | 5.439.420  |
| Tequeños               | Un     | 4.138.560   | 2.940.480  |
| Caramelo duro          | Un     | 3.901.800   | -          |
| Patatas                | Kg     | 1.779.947   | 1.487.456  |
| Carne de Hamburguesa   | Kg     | 1.061.916,9 | 4.595.860  |
| Huevo                  | Un     | 875.886     | 847.524    |
| Patatas Finas          | Kg     | 491.770     | 378.675    |
| Vidrio Solan de Cabras | L      | 464.750     | -          |
| Aceite Alto Oleico     | L      | 340.575     | -          |
| Bacon                  | Kg     | 284.105     | 207.455    |
| Salsa Barba-coa Goiko  | Kg     | 260.109     | -          |
| Queso Cheddar Hochland | Kg     | 234.432.912 | 174.196,51 |

| ARTÍCULO                        | MEDIDA | CANT. 2021 | CANT. 2020 |
|---------------------------------|--------|------------|------------|
| Refresco - Vidrio Coca Cola Zer | L      | 200.090,88 | -          |
| Barriles Cerveza M              | L      | 198.760    | -          |
| Refresco-Vidrio Coca Cola       | L      | 181.771,92 | -          |
| Sweet Potato                    | Kg     | 164.440    | 128.660    |
| Pollo Empanado de Kiki          | Kg     | 151.212    | 106.989    |
| Tenders                         | Kg     | 148.995    | 117.405    |
| Beyond Burger                   | Un     | 122.640    | -          |
| Pet1.5L Agua                    | L      | 121.248    | 112.206    |
| Aguacate                        | Kg     | 101.342    | 92.646     |
| Cheesecake                      | Un     | 89.532     | -          |
| Pan Vegano                      | Un     | 88.620     | -          |
| Salsa Mayonesa Heinz            | Kg     | 81.844,8   | 117.019,20 |

| ARTÍCULO                       | MEDIDA | CANT. 2021 | CANT. 2020 |
|--------------------------------|--------|------------|------------|
| Costillas                      | L      | 200.090,88 | -          |
| Tomate Ensalada                | L      | 198.760    | -          |
| Lechuga Batavia                | L      | 181.771,92 | -          |
| Carne Chili                    | Kg     | 164.440    | 128.660    |
| Vegetariana de Edamame         | Kg     | 151.212    | 106.989    |
| Cebolla Caramelizada           | Kg     | 148.995    | 117.405    |
| Cebolla blanca                 | Un     | 122.640    | -          |
| Limonas                        | L      | 121.248    | 112.206    |
| Leche Pascual                  | Kg     | 101.342    | 92.646     |
| Vinagre Vino Blanco            | Un     | 89.532     | -          |
| Refresco - Vidrio Nestea Limón | Un     | 88.620     | -          |
| Queso Sexy                     | Kg     | 81.844,8   | 117.019,20 |
| Monodosis Ketchup Heinz        | L      | 52.824     | 74.620,80  |
| Nata Agria                     | L      | 51.384     | -          |

| ARTÍCULO                        | MEDIDA | CANT. 2021 | CANT. 2020 |
|---------------------------------|--------|------------|------------|
| Monodosis Mayonesa Heinz        | L      | 44.904     | -          |
| Queso - Rulo de Cabra           | Kg     | 44.462     | -          |
| Leche Condensada                | Kg     | 43.760,64  | 33.610,80  |
| Hamburguesas Veganas            | Un     | 43.380     | 84.480     |
| Sal Descalcificadora            | Kg     | 42.375     | -          |
| Refresco - Vidrio Fanta Naranja | L      | 42.348,24  | -          |
| Barril Cerveza SM               | L      | 41.610     | -          |
| Salsa Mayo Goiko                | Kg     | 41.418     | -          |
| Crispy Chicken Wings            | Kg     | 41.095     | 19.030     |
| Monodosis Mostaza Heinz         | L      | 40.356     | -          |
| Cebolla Frita                   | Kg     | 39.295     | -          |

Con el objetivo de combatir el desperdicio de alimentos, intentamos ser eficientes y analizamos nuestra cadena de suministros (pedidos, stock, transporte) con el fin de optimizar. Es decir, pedir lo estrictamente necesario para realizar nuestra actividad correctamente y no generar residuos innecesarios. En 2021 generamos 26.426,40 litros de residuos en los 96 restaurantes de GOIKO (vs 24.091,65 en el 2020). Este es un dato estimado calculado a partir de los 3 cubos de basura de 250 litros cada uno que tenemos en los 96 locales en España (y que se vacían 1,5 veces al día aproximadamente) y otro cubo de 50 litros (vaciado una vez al día), tomando como referencia nuestra actividad en 365 días del año. En otro orden de cosas, los residuos considerados peligrosos son gestionados a través de empresas autorizadas.

Según Ecoembes, que asume desde abril de 2018 la gestión de los residuos de envases y envases usados derivados de los productos envasados comercializados por GOIKO, estos son los datos con los que contamos en 2020:

Papel/Cartón: 293 toneladas (frente a 319.675,419 Kg en el 2020)

Plásticos compostables 16 toneladas (frente a 14.707,536 Kg en el 2020)

Plásticos LDPE: 0 kg (igual que en el 2020)

Plásticos PET: 9,1 toneladas (vs 3.436,291 Kg en el 2020)

A nivel corporativo, es decir, en la oficina de administración de GOIKO, no disponemos de un registro sobre las cantidades de residuos generados (como papel o tóner) en 2021. Por otro lado, en el 100% de los restaurantes GOIKO actualmente contamos con un equipo separador de grasa. La grasa acumulada tiene que ser separada diariamente y recogida con un espumadero, seguidamente es depositada en recipientes estancos y son recogidos por Gausem Recycle S.L. y eliminados correctamente según la normativa facilitada por dicha compañía. Una vez a la semana, el separador de grasas debe ser vaciado completamente y limpiado. Gausem Recycle S.L. es además quien se ocupa del reciclaje del aceite usado en el 100% de los locales.

## PAPEL y CARTÓN

2021

**293**  
TONELADAS

2020

**319,6**  
TONELADAS

## PLÁSTICOS COMPOSTABLES

2021

**16**  
TONELADAS

2020

**14,7**  
TONELADAS

## PLÁSTICOS PET

2021

**9,1**  
TONELADAS

2020

**3,4**  
TONELADAS

## Luz

En **GOIKO** contamos con una instalación lumínica compuesta por luces LED casi al 100% desde nuestros primeros pasos. A cierre de 2021, entre oficinas de **GOIKO** y restaurantes, se consumieron 8.803 mWh, prácticamente lo mismo que en el 2020 (8.700 mWh) según los datos de facturas y cálculos estimados -el dato real no siempre es obtenible dado que en ocasiones, son los propietarios de los locales alquilados quienes gestionan el consumo.

Los nuevos locales que inauguramos presentaban luces LED al 100%. Asimismo, como parte del rebranding, 11 locales pasaron de rótulos mixtos de led y neón a todos LED.

## Agua

El consumo de agua alcanzó en 2021 los 75.510 (vs 72.556 metros cúbicos en el 2020), según los datos de facturas disponibles en el momento de la elaboración del EINF para aquellos locales de los que somos arrendatarios y cálculos estimativos -el dato real no siempre es obtenible dado que en ocasiones, son los propietarios de los locales alquilados quienes gestionan el consumo. La actividad de **GOIKO** no implica un impacto significativo en el vertido de aguas como consecuencia de su actividad. Su consumo corresponde principalmente a acciones de limpieza y mantenimiento de los centros de trabajo, cuyo vertido se canaliza a través de la red de saneamiento pública. Además, en todos los restaurantes **GOIKO** disponemos en la pila de la cocina de una malla retenedora de residuos sólidos diseñada exclusivamente para **GOIKO** por la empresa de acero inoxidable.

En cada local contamos con pedales con válvula de retorno automático de agua. Este añadido aporta una limitación de consumo de la misma, ya que para activarlos hay que pisar constantemente, fa-

voreciendo en consecuencia el ahorro de agua. También aplicamos un tratamiento de mejoras en la purificación del agua a través del uso de un filtro descalcificador compacto automático (TDAGUA, por Tratamientos y Mejoras para la Producción de Agua S.L.) para la eliminación de la dureza mediante resinas de intercambio iónico. En las descalcificadoras, se realizaron cuatro intervenciones para mejorar el funcionamiento de los equipos. Por otro lado, cabe destacar que en el 2020 se cambiaron 18 latiguillos para reducir la pérdida de agua.

Además, la organización cuenta con otros sistemas de economización del agua como lavavajillas que aportan positivamente al medioambiente, ya que, con tan solo 1,5 litros de agua por ciclo (hasta un 46% menos de lo que usan los otros normalmente) y 0,13 kW de consumo de energía por ciclo corto, las máquinas que utilizamos han alcanzado el mejor rendimiento del mercado. El resultado es el siguiente:

- Menor tiempo y consumo de aclarado (del 20%).
- Disminución de productos químicos.
- Mayor productividad por el incremento de ciclos de lavado con la misma agua.

## Gas

A cierre de 2021, se consumieron 422.591 m<sup>3</sup> de gas (vs 393.197 m<sup>3</sup> en el 2020). Es un número más elevado dado el retorno a la operación relativamente normal tras la pandemia del 2020, si bien consumimos menos que en el 2019 -cuando teníamos 14 restaurantes menos- según los datos de facturas y cálculos estimativos -el dato real no siempre es obtenible dado que en ocasiones, son los propietarios de los locales alquilados quienes gestionan el consumo.



## Energía y emisiones

Dada nuestra actividad, generamos emisiones directas de CO<sub>2</sub> por un lado (858,08t de CO<sub>2</sub>, englobadas como Emisiones de Alcance 1) y, por otro lado, de electricidad (0t de CO<sub>2</sub>, englobadas como Emisiones de Alcance 2). Las emisiones de electricidad han sido calculadas mediante los factores de emisión del MITECO publicados para 2019 y las de gas natural han sido calculadas mediante los factores de emisión de DEFRA (Department for Environment, Food & Rural Affairs). El mencionado año no contábamos con objetivos de reducción de emisiones de gases de efecto invernadero, si bien en el futuro trabajaremos por reducir nuestra huella de carbono.

Nuestra fuente energética es renovable al 100% de acuerdo con la certificación energética de nuestros proveedores, que lo acredita y por tanto, este 2021, las emisiones de CO<sub>2</sub> asociadas a electricidad desaparecen, dado que nuestro índice real según la proveedora es 0.



### 2021

| FUENTE              | EMISIÓN DE CO <sub>2</sub> (T) 2021 | CATEGORÍA |
|---------------------|-------------------------------------|-----------|
| <b>GAS NATURAL</b>  | 858,08                              | Alcance 1 |
| <b>ELECTRICIDAD</b> | 0                                   | Alcance 2 |

### 2020

| FUENTE              | EMISIÓN DE CO <sub>2</sub> (T) 2021 | CATEGORÍA |
|---------------------|-------------------------------------|-----------|
| <b>GAS NATURAL</b>  | 798,40                              | Alcance 1 |
| <b>ELECTRICIDAD</b> | 68                                  | Alcance 2 |





## Impactos

Debido a la situación geográfica de las instalaciones, la organización no supone un peligro para la biodiversidad ni conlleva impactos negativos significativos asociados a las comunidades locales. Sin embargo, estamos constantemente pensando nuevas medidas que permitan reducir el impacto que podamos generar en nuestras comunidades. Desde 2018, cuando se modificaron las políticas de uso de aceite en los locales, contamos con filtradoras de aceite VITO Oil System y gracias a ello pasamos de usar 24 bidones de plástico con aceite al mes a 8 bidones mensuales; esto se mantuvo en el 2020 y 2021. Mediante el uso diario de VITO colaboramos con la protección de los bosques tropicales ya que se requieren menos campos de cultivo, disminuyendo así la deforestación y colaborando con la protección de animales en peligro de extinción y su hábitat.

El control de los niveles sonoros es una de las medidas de GOIKO encaminadas a reducir el impacto de nuestra actividad en nuestro entorno. En este sentido, existen canales de comunicación disponibles para recoger las sugerencias o reclamaciones de la comunidad local en la que operamos, habilitando un diálogo para la mejora continua.

Por último, para el mejor uso de la energía y pese a que las energías renovables no son la principal fuente para el desempeño de la actividad de Goiko en 2021 (igual que en años anteriores), algunas de las medidas que desde la compañía ponemos en marcha para ser más eficientes es la implementación de equipos de cocina eficientes en energía, el uso de empaques sostenibles y el apoyo de prácticas de agricultura sostenible.

Desde el 2019, existe un proyecto activo para utilizar planchas en vez de parrillas en nuestras cocinas, con lo cual se quema menos aceite y disminuimos nuestras emisiones de carbono. Se ha implementado en gran parte de los locales antiguos y todos los nuevos cuentan con dicha maquinaria. Hemos podido comprobar la reducción de los humos en prácticas diarias como la activación del equipo de extracción de humos que, con las parrillas, necesitaban ser activados al máximo de su potencia y que, con la nueva maquinaria, solo requiere un 50% en su velocidad de extracción de humos.

Asimismo, para olores, adoptamos un sistema de purificación del aire muy efectivo y práctico con el fin de realizar una descontaminación integral de los humos que generamos antes de que sean expulsados, a través de la inyección de Ozono a los conductos de salida de humos, lo cual elimina radicalmente el problema de los olores, tanto los internos del edificio, como los vertidos al exterior por los conductos de expulsión

- Se realiza un mantenimiento a fondo cada 2 meses de todo el sistema de extracción (motor, conductos, campana).
- Se realiza una limpieza profunda de la Campana 2 veces a la semana.
- Contamos con filtros electrostáticos, que es un equipo industrial de control de emisiones y evita que partículas de polvo, cenizas y humos de la combustión en procesos industriales, sean arrojados a la atmósfera.



### 3. SOCIEDAD

**GOIKO** (entonces Goiko Grill) nace en plena crisis, en el 2013, gracias al emprendimiento de Andoni Goicoechea, un joven venezolano de 25 años que llegó a Madrid para ejercer como Médico Interno Residente (MIR) en la especialidad de Geriátría en el Hospital de La Paz. Con una ayuda de 50.000€ de su padre, decidió poner en marcha una hamburguesería gourmet con la máxima calidad y atención, diseñaron la primera carta del restaurante y, de repente, nació GOIKO®. Desde los inicios, los valores de la marca han sido calidad, eficiencia y buen rollo.

En el mes de mayo de 2018 se crea Internationalburgerco, S.L. ("IBC") como vehículo para adquirir el 100% de las acciones de Goiko Grill Group, S.L., propietaria a su vez de la gestión de los restaurantes **GOIKO®** que se realiza a través de **GOIKO GOURMET, S.L.U.** y **GOIKO FRANCIA SASU**, de las que es propietaria al 100%.

A nivel organizacional, en 2021 pertenecemos a la asociación "Marcas de Restauración", cuyo objetivo fundacional es aglutinar empresas del sector con un claro compromiso de responsabilidad en su entorno, para dar servicio a una sociedad en constante cambio. Dentro de la Junta Directiva, **GOIKO** figura como vocal. A su vez, Marcas de Restauración es socio activo en la Federación Española de Hostelería (FEHR), en la defensa de los intereses comunes del sector. La pertenencia a esta organización ha sido determinante en el 2020 y 2021, puesto que se erigió como portavoz de la hostelería de cara a las discusiones públicas en materia de regulación y restricciones del sector. Asimismo, en sus reuniones periódicas se trataban temas de urgencia relacionados con operativa, Recursos Humanos, proveedores, atención al cliente y demás aspectos esenciales para la continuación de la actividad durante la pandemia, compartiendo soluciones y buenas prácticas que permitieran a este sector salir adelante.

Por otro lado, el compromiso con la comunidad se integra en nuestra estrategia corporativa, procurando impulsar la riqueza de las comunidades locales en las que aterriza un local Goiko. La contratación de empleados repercute directamente en la economía del entorno social más próximo. Según los datos, las altas procesadas en 2021 fueron 1.095 (frente a 194 en el 2020, principalmente debido a las circunstancias extraordinarias derivadas de la gestión de la pandemia del COVID-19 que, entre marzo y diciembre del 2020, condicionaron la operatividad del negocio y, en consecuencia, limitaron el incremento de personal): 203 personas en locales en Zona Norte (frente a 27 en el 2020), 74 en Zona Levante (vs 9 en el 2020), 408 en Madrid y Castilla y León (cuando en 2020 rozaban los 100), 77 en Andalucía (55 más que el año anterior), 333 en Cataluña y Zaragoza (comparado con 57 en el 2020), repercutiendo todo esto positivamente en el crecimiento de las diferentes comunidades.

Con el objetivo de mantener relaciones con los actores de las comunidades locales y establecer una vía de diálogo abierto por cualquier incidencia o asunto que pudiera surgir, **GOIKO** cuenta con delegados territoriales. Esos delegados funcionan como supervisores, portavoces e intermediarios ante cualquier asunto que emerja en su área de control. En caso de quejas, multas, incidencias de cualquier tipo así como gestión de empleados, proveedores... Ese delegado es la persona responsable de su manejo y resolución o su consiguiente traslado a Central si fuera necesario. Durante el 2021 validamos el primer Manual de Proveedores de **GOIKO**, cuya configuración comenzó en el 2020; este documento sienta las bases para un nuevo modo de relacionamiento, más claro y eficiente, de cara a una gestión excelente con todos nuestros aliados en pro de todas las partes.



### Información fiscal

En 2021, **GOIKO** desarrolló su actividad en dos países: España y Francia. La pandemia por coronavirus continuó repercutiendo en el día a día de la compañía, igual que en muchos otros sectores, y especialmente en Francia, donde los locales estuvieron cerrados hasta verano del 2021 y solo se permitía la venta en Delivery. En el ejercicio 2021, **GOIKO** registra un beneficio neto en España de 16.695.850€ (vs 17.530.938€ en 2020; esta leve diferencia es debida a las correcciones realizadas en el inmovilizado en el 2021) y de 1.040.893€ en Francia (vs 646.687€ en 2020). Del mismo modo, IBC paga impuestos sobre beneficios en 2020 de 2.078.313,96€ (vs 1.988.383,26€ en 2020).

#### BENEFICIO NETO (€)

| 2021       |           | 2020       |         |
|------------|-----------|------------|---------|
| España     | Francia   | España     | Francia |
| 16.695.850 | 1.040.893 | 17.530.938 | 646.687 |

#### IMPUESTO SOBRE BENEFICIOS (€)

| 2021    |         | 2020         |         |
|---------|---------|--------------|---------|
| España  | Francia | España       | Francia |
| 302.861 | 0       | 2.078.313,96 | 0       |

#### SUBVENCIONES PÚBLICAS (€)

| 2021    |            | 2020         |         |
|---------|------------|--------------|---------|
| España  | Francia    | España       | Francia |
| 657.511 | 147.338,73 | 2.492.220,71 | 0       |

### Consumidores y clientes

Cada Goiko cuenta con una hamburguesa única que ha sido creada por su staff. Empleamos carne natural y de alta calidad para que nuestros clientes degusten una verdadera hamburguesa gourmet. Utilizamos cortes de vaca española que solo pasamos una vez por el aro grueso de la picadora.

Todas las recetas de las salsas son propias, el pan es artesano y, antes de servirlo, nosotros mismos lo doramos. Acompañamos las hamburguesas con patatas naturales que llegan en sacos al local, y en las que se invierten varias horas cada día -cortándolas, lavándolas, pochándolas y friéndolas en aceite de girasol, tanto en **GOIKO** como en **Goiko Basics**, solo que con diferente forma- para que logren su reconocido estilo rústico, dorado y muy crujiente por fuera pero suave por dentro.

Disponemos de hojas de reclamaciones en todos los establecimientos y, de manera añadida, contamos con el Área de Atención al Cliente en Goiko Central, donde se resuelven las incidencias de cualquier índole generadas por los clientes distinguidas por local y por plataforma de delivery, y que contemplan categorías como calidad de alimento, demora en entrega, olvidos o errores en producto, y también las notificaciones de cualquier tipo relacionadas con experiencia o consultas.

Analizando el reporte de WOW-ATC durante el 2021 se registraron 38.231 tickets (prácticamente el doble que en el 2020, cuando se dieron 17.279 tickets en Zendesk y WhatsApp, canal que se incorporó a partir del Q3 y que relevó a Zendesk al 100%). Este incremento de casos vino dado por el levantamiento de las restricciones a partir de primavera, lo que contribuyó a la asistencia de más clientes a los locales, así como al mantenimiento del hábito de consumo vía Delivery, que se comenzó a instaurar en el 2020 debido a la pandemia y que es habitualmente la fuente principal de los casos que atiende WOW-ATC. Asimismo, el lanzamiento de la campaña Friends with Benefits, asociada al lanzamiento del plan de fidelidad de **GOIKO** que se comunica en noviembre, genera también una ola relevante de tickets de personas interesadas en darse de alta y poder disfrutar de la promoción asociada.



Todos los tickets fueron resueltos, igual que en el 2020. Cabe destacar que un 75% de los casos se resolvieron en menos de 24 horas, y un 80% en menos de 48 horas, en línea con los datos del 2020, lo que prueba la excelencia del servicio de WOW-ATC y su alto rendimiento para cuidar la atención al cliente. De los más de 38.000 tickets, 10.445 fueron incidencias. Esto supone un 27% del total de los casos (mientras que en el 2020 estos representaban un 34% del total, lo que indica una mejora en general en la experiencia del usuario en todos los canales de venta). De dichas incidencias, casi la mitad están asociadas al servicio de Delivery; un 27%, al Take Away (15 puntos menos que en el 2020); y un 17,8%, a locales, apenas un punto y medio más que en el 2020. El resto de incidencias estuvieron directamente vinculadas a cuestiones relacionadas con la promoción del programa de Loyalty, lo que denota el interés de los consumidores por poder disfrutar de todos sus beneficios.

En 2021 se recibieron 15.531 chats vía WhatsApp y Zendesk (menos del doble que en el 2020): WhatsApp comenzó a activarse en marzo del 2021, con lo cual, Zendesk registró en ese primer trimestre 2.427 chats. Desde entonces, los demás chats se dieron en ambas plataformas hasta verano, cuando WhatsApp fue desplegado al 100%. Por último, en cuanto a hojas de reclamación físicas, en los locales, se archivaron 98 (10 menos que en el 2020, incluso tras haber inaugurado 6 nuevos restaurantes). Los respaldos de todas ellas se encuentran en los locales donde se originó la reclamación.

La salud y seguridad de los consumidores de GOIKO son fundamentales para la buena marcha de la compañía. El Grupo lleva a cabo auditorías de sus proveedores y en ellas toma en consideración aspectos relacionados con limpieza en planta, instalaciones en planta, trazabilidad, control del agua, formación, control de proveedores, mantenimiento, plagas, residuos, información al consumidor, verificación, identificación de la empresa, buenas prácticas de

manipulación de alimentos... En ellas se detallan los aspectos imprescindibles que aseguran el buen estado de los productos que proveen y, en consecuencia, la garantía de la salud y seguridad de los consumidores.

En otro orden de cosas, en colaboración con APPCC Consulting, se imparte una Formación Inicial a todos aquellos empleados que vayan a ser manipuladores de alimentos con recomendaciones, prohibiciones y medidas esenciales para que realicen su actividad correctamente, sin repercusiones negativas en el consumidor. Esto forma parte del programa previamente mentado, GOIKO University. La información gira en torno a alimentos que requieren especial cuidado, como carnes, lácteos, salsas y huevos y derivados, su temperatura de cocinado y preservación, los procesos de etiquetado, y también a la correcta limpieza y desinfección de los alimentos, de las instalaciones, higiene personal, buenas prácticas de recepción de producto y almacenamiento, elementos críticos en la gestión de alérgenos, trazabilidad...



Por otro lado, cabe destacar que en el 2021 recibimos el premio a Mejor Solución Digital en los Premios Marcas de Restauración por la tecnología que desarrollamos en tiempo express el año anterior de cara a que clientes, staff y riders tuvieran una experiencia aún más segura al hacer un pedido en nuestro local. Se trata del Sistema de Información de Pedidos (SIP), una tecnología ideada y creada por el Equipo de Sistemas de GOIKO para el seguimiento de pedidos que permite evitar aglomeraciones en los alrededores de los establecimientos.

El SIP es una web a la que pueden acceder clientes y riders de las tres plataformas con las que GOIKO trabaja (Uber Eats, Just Eat y Glovo), donde introducir el número del pedido para verificar su estatus (En preparación VS Completado). Esta herramienta comporta varias ventajas: en primer lugar, aumenta la seguridad y facilita que se respeten todas las medidas de prevención frente al contagio por coronavirus.

Hasta la fecha, era algo común que, al interesarse por el estado de los pedidos y esperarlos, las personas tendieran a reunirse a la puerta del local. Mediante este sistema, los riders pueden aguardar desde su moto o bicicleta o simplemente permanecer a una distancia de seguridad prudencial mientras revisan la evolución del pedido en tiempo real en sus dispositivos móviles, mediante un código QR o accediendo directamente a la dirección web. Por ejemplo, un rider de una de las plataformas con las que trabajamos indica que “su uso es muy sencillo y creo que es interesante que se implemente en otros restaurantes, ya que aumenta la seguridad de los riders al recoger nuestros pedidos.”

Indirectamente, el SIP también contribuye al control del número de personas que entran al establecimiento y, en consecuencia, refuerza el bienestar de todos. En cumplimiento con las medidas de seguridad recomendadas por las autoridades, los riders no acceden al establecimiento, y el SIP permite que esto no suponga un hándicap a la hora de desempeñar su trabajo. Al poder revisar el listado de pedidos desde sus dispositivos móviles, desaparece la necesidad de intentar entrar y consultárselo al staff.

Otro beneficio es un incremento notable de la eficiencia. Dado que el estatus de preparación del pedido es compartido en tiempo real, el rider puede organizar su ruta de la manera que él mejor considere para realizar los repartos. Anthony Faria, rider que colabora con Deliveroo, destaca que “la verdad es que el SIP me facilita mi trabajo a la hora de llegar a buscar mi pedido, me resuelve el problema de ver si está listo”. También los clientes pueden decidir en qué momento salir de casa para recogerlo, evitando esperas a pie de calle.

El Delivery y el Take Away se están convirtiendo en estos tiempos en un canal de venta esencial para las marcas de restauración, una de las industrias más afectadas por la emergencia sanitaria del coronavirus. Con soluciones como el SIP, **GOIKO** aspira a contribuir positivamente en los ecosistemas de Delivery y Take Away, permitiendo una mayor coordinación y eficiencia del servicio en todas sus fases y cuidando al cliente final, y a aportar ideas al sector de la restauración que permitan protegerlo y reforzarlo.



### Subcontratación y proveedores

A la hora de supervisar y auditar los proveedores con los que **GOIKO** cuenta, la compañía APPCC Consulting certifica que **GOIKO** sigue en 2021 un plan actualizado de autocontrol, y también revisa ese plan y lo audita de manera constante. El sistema de autocontrol comprende:

1. Evaluaciones anuales de cada establecimiento
2. Evaluaciones de los proveedores en función de la periodicidad planteada en el plan de autocontrol - En ellas, como comentábamos anteriormente, se comprueba la limpieza en planta, instalaciones en planta, trazabilidad, control del agua, formación, control de proveedores, mantenimiento, plagas, residuos, información al consumidor, verificación, identificación de la empresa y buenas prácticas de manipulación de alimentos. Si se registran incidencias, se solicita inmediatamente una solución
3. Controles analíticos en función de los requerimientos establecidos por la Autoridad Sanitaria
4. Formación del personal de acuerdo a lo previsto en el plan de formación de trabajadores

Por otro lado, valoramos positivamente las certificaciones o avances de carácter medioambiental o social que nuestros proveedores realizan -y de las que nos informan proactivamente-, en especial, certificados como ISO 14001 o sellos de calidad o de Bienestar Animal. Es importante que todos ellos cuenten con políticas de APPCC y valoramos muy notablemente que cuenten con Códigos de Conducta o Ética. Además, de manera puntual, varias veces al año, comprobamos el estado y calidad de la seguridad alimentaria de las materias primas.

## 4. LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN Y EL SOBORNO

El Grupo mantiene una política de tolerancia cero hacia cualquier práctica de corrupción y soborno, tanto a nivel empresarial como entre particulares. La segregación de funciones implantada dentro de los distintos procesos y departamentos del grupo asegura una completa supervisión y monitorización de todos los flujos de efectivo que pudiesen ser utilizados para las prácticas antes mencionadas.

La gestión de tesorería, aprobación de gastos, disposiciones y pagos a terceros y empleados están sujetas a estrictos controles que aseguran la idoneidad y razonabilidad de todos los pagos realizados. Durante los años de operación del Grupo no se ha producido ningún caso de corrupción, ni la empresa o el grupo se ha visto involucrado en relaciones fraudulentas con terceros. Por la naturaleza del sector en el que opera, no existe contacto con ningún organismo público, ni se han recibido subvenciones ni otras ayudas ni se han solicitado, y sin que se haya optado nunca a obtener un concurso público.

Por lo que respecta al ámbito de particulares, todas las transacciones con otras empresas están sujetas al cuadro de apoderamiento de las diferentes sociedades, que implica la involucración del consejo de administración, el administrador único en su caso, o altos ejecutivos de la compañía de acuerdo a un criterio muy restrictivo de autorizaciones. El Grupo no ha entrado en ningún contrato que suponga un coste superior a 100.000€ anuales sin la aprobación de los más altos órganos de gobierno.

Como ya se ha explicado anteriormente y dada la naturaleza de negocio, únicamente se considera la existencia de un riesgo de corrupción y soborno en las compras de productos y servicios que realiza el grupo. El Grupo considera que los mecanismos de control en cuanto a autorizaciones y segregación de funciones en estos casos hacen que el riesgo disminuya a un riesgo marginal bajo. Nuestros proveedores de productos siguen siendo los mismos que al inicio de la actividad de la compañía, y los proveedores de servicios que se consideran no recurrentes son monitorizados por los órganos de gobierno de las sociedades. Por tanto, consideramos que el riesgo marginal en el grupo por corrupción y soborno es bajo. En 2021, de manera adicional, se llevó a cabo una formación a todos los empleados con el fin de compartir normas y políticas anticorrupción y soborno, alineada con el Código Ético del Grupo, habilitado desde el 2021.

Dada la especial naturaleza de negocio en la cual las transacciones recibidas son de pequeño importe y de imposible trazabilidad en el caso de efectivo, no existen políticas específicas de blanqueo de capitales. No se ha dado ninguna incidencia en cuanto a esta relación con terceros.

En el 2021, la labor RSC de GOIKO ha estado centrada en la economía circular. En este sentido, la marca donó 15.526€ en concepto de uniformes del staff que se encontraban en desuso por pertenecer a temporadas anteriores. Conscientes del buen uso



que otros podían dar de ellos, se optó por donarlos en septiembre a Formació y Treball, una ONG vinculada a Càritas en Barcelona desde los años 90, contribuyendo así directamente a la inserción laboral de personas en exclusión social y a la entrega de ropa a familias con escasos recursos económicos.

## 5. RESPETO DE LOS DERECHOS HUMANOS

En GOIKO no hablamos de plantilla, sino que nos referimos a nosotros mismos como Familia. La estrategia empresarial de GOIKO pasa por garantizar el bienestar de todas y cada una de las personas que trabajan en la organización y suscribiendo, asimismo, las disposiciones de los convenios fundamentales de la OIT relacionadas con la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva, la eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación, el trabajo forzoso y obligatorio y la abolición efectiva del trabajo infantil.

En 2019 comenzamos a trabajar en un Plan de Igualdad y en un Plan de Derechos Humanos que estimábamos tener listos en 2020 y que, a consecuencia de la pandemia, no pudieron configurarse. Sin embargo, en cuanto la pandemia comenzó a estabilizarse y la compañía pudo retomar otras prioridades, se retomó el Plan de Igualdad, llegando a tener el diagnóstico listo en diciembre del 2020. A lo largo del 2021 se dieron periódicamente comisiones de trabajo que iniciaron la redacción del Plan de Igualdad y que permitirán su implementación en 2022. En estos momentos, la compañía se encuentra finalizando el diagnóstico de situación, se ha concluido la revisión del contenido del mismo, se han estudiado indicaciones y modificaciones solicitadas por la parte social y se procederá a continuación a arrancar hacia la tercera y última fase: la elaboración del Plan. Lo primero que se hará es debatir medidas propuestas por la parte empresarial y la parte social, para concluir cuáles irán en el Plan de Igualdad. En paralelo a estas conversaciones se comenzará a construir el borrador y, una vez definidas las medidas, se acordarán las personas que compondrán la comisión de seguimiento, procediendo a enviar por parte

del a consultora externa las instrucciones para el registro del Plan de Igualdad, dentro de los quince días siguientes a contar desde la aprobación del mismo, como marca la normativa vigente. Por otro lado, en materia de DDHH, tal y como se recoge en nuestro Código Ético, la compañía condena el trabajo forzoso y la violación de DDHH y definir políticas oficiales que lo aseveren es una prioridad en la que GOIKO trabaja.

El Código Ético de GOIKO busca proteger los DDHH de los trabajadores; los datos con los que contamos a fecha de 2021 avalan que no hay espacio para la discriminación en GOIKO. No hemos recibido denuncias en materia de Derechos Humanos dentro de la compañía. El equipo de RRHH deja claro en todo momento que está a disposición de los empleados para recibir cualquier información, bien por email, Beekeeper o en persona, por la que pueda contribuir a mejorar su condición en la compañía o tomar medidas contra violaciones de los DDHH.

Entre las medidas de promoción del Buen Rollo (valor oficial de GOIKO) se encuentra el fomento de eventos que generen engagement entre los empleados, la interacción entre todos ellos sin importar cargo o condición y el buen ambiente.

De igual manera, cabe destacar que el cliente es el eje sobre el que pivota GOIKO: la calidad de su experiencia es esencial para el negocio y, por ello, el respeto hacia él es fundamental y cada uno de los empleados de GOIKO debe actuar en consecuencia.

# ANEXOS



**ÍNDICE DE CONTENIDOS****ANEXO:**

Índice de contenidos requeridos por la Ley 11/2018, de 28 de diciembre, por la que se modifica el Código de Comercio, el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, y la Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas, en materia de información no financiera y diversidad.

**ÁMBITOS GENERALES**

|  | <b>ÁMBITOS</b>  | <b>MARCO DE REPORTING</b>  | <b>REFERENCIA</b> |
|--|---|--|-------------------|
| Modelo de negocio                            | Descripción del modelo de negocio: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Entorno empresarial</li> <li>• Organización y estructura</li> <li>• Mercados en los que opera</li> <li>• Objetivos y estrategias</li> <li>• Principales factores y tendencias que pueden afectar a su futura evolución</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• GRI 102-2 Actividades, marcas, productos y servicios</li> <li>• GRI 102-3 Ubicación de la sede</li> <li>GRI 102-4 Ubicación de las operaciones</li> <li>• GRI 102-15 Principales impactos, riesgos y oportunidades</li> </ul> | Páginas 6-9       |
| Políticas y resultados de estas políticas    | Descripción de las políticas aplicadas por el grupo, así como los resultados de dichas políticas, incluidos los indicadores clave de los resultados no financieros pertinentes.   | GRI 103 Enfoque de gestión de cada ámbito  | Páginas 7-8       |
| Principales riesgos e impactos identificados | Principales riesgos relacionados con estas cuestiones y relacionados con las actividades del grupo, incluyendo, cuando sean relevantes y proporcionados, sus relaciones comerciales, productos o servicios que puedan tener efectos negativos en estas áreas.   | GRI 103 Enfoque de gestión de cada ámbito<br>GRI 102-15 Principales impactos, riesgos y oportunidades  | Páginas 2-4       |

**CUESTIONES MEDIOAMBIENTALES**

|  | <b>ÁMBITOS</b>   | <b>MARCO DE REPORTING</b>  | <b>REFERENCIA</b> | <b>COMENTARIOS/<br/>RAZÓN DE LA OMISIÓN</b>  |
|--|--|--|-------------------|--|
| Gestión medioambiental                               | Efectos actuales y previsibles de las actividades de la empresa  | Marco interno: Descripción cualitativa de los principales efectos actuales y previsibles           | Páginas 26-28     |  |
|  | Procedimientos de evaluación o certificación ambiental   | Marco interno: Descripción cualitativa de evaluaciones y certificaciones                           | Páginas 26-28     |  |
|  | Recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales  | Marco interno: Descripción cualitativa de los recursos   | Páginas 26-28     |  |
|  | Aplicación del principio de precaución   | GRI 102-11 Principio o enfoque de precaución   | Páginas 26-28     |  |
|  | Cantidad de provisiones y garantías para riesgos ambientales   | Marco interno: Descripción cualitativa de las provisiones  | Páginas 26-28     |  |
| Contaminación  | Medidas para prevenir, reducir o reparar las emisiones de carbono (incluye también ruido y contaminación lumínica) | Marco interno: Descripción cualitativa de las principales medidas y actuaciones                    | Página 27         | La contaminación lumínica no se considera un aspecto material para la organización |
| Economía circular y prevención y gestión de residuos | Medidas de prevención, reciclaje, reutilización, otras formas de recuperación y eliminación de desechos            | Marco interno: descripción cuantitativa de los residuos generados y las medidas para su reducción  | Página 28         |  |
|  | Acciones para combatir el desperdicio de alimentos   | Marco interno: Descripción cualitativa de la gestión de los alimentos para prevenir su desperdicio | Páginas 29-30     |  |

**CUESTIONES MEDIOAMBIENTALES**

|                                | <b>ÁMBITOS</b>   | <b>MARCO DE REPORTING</b>   | <b>REFERENCIA</b> | <b>COMENTARIOS/<br/>RAZÓN DE LA<br/>OMISIÓN</b>  |
|--------------------------------|--|---|-------------------|--|
| Uso sostenible de los recursos | Consumo de agua y el suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales                  | Marco interno: descripción cuantitativa de la cantidad de agua consumida y las medidas para su reducción                  | Páginas 30-31     |  |
|                                | Consumo de materias primas   | Marco interno: descripción cuantitativa de las materias primas consumidas y las medidas para la reducción de su consumo   | Páginas 28-29     |  |
|                                | Medidas adoptadas para mejorar la eficiencia de su uso   | Marco interno: Descripción cualitativa de las medidas adoptadas   | Páginas 29-30     |  |
|                                | Consumo, directo e indirecto, de energía y medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética | GRI 302-1 Consumo energético dentro de la organización<br>Marco interno: Descripción cualitativa de las medidas adoptadas | Páginas 31-32     |  |
|                                | Uso de energías renovables   | Descripción cualitativa del uso de energías renovables  | Páginas 31-32     |  |
| Cambio climático               | Elementos importantes de las emisiones de gases de efecto invernadero generadas                  | GRI 305-1 Emisiones directas (Scope 1)<br>GRI 305-2 Emisiones indirectas (Scope 2)  | Páginas 31-32     |  |
|                                | Medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático                        | Marco interno: Descripción cualitativa de medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático.      | Página 32         |  |
|                                | Metas de reducción establecidas voluntariamente  | Marco interno: Descripción cualitativa de las metas establecidas  | Página 32         |  |
| Protección de la biodiversidad | Medidas tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad                                      | N/A   |                   | La protección de la biodiversidad no se considera un aspecto material debido a la actividad de la organización |
|                                | Impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas                          |   |                   |  |

**CUESTIONES SOCIALES Y RELATIVAS AL PERSONAL**

|        | <b>ÁMBITOS</b>  | <b>MARCO DE REPORTING</b>   | <b>REFERENCIA</b> |
|--------|---|---|-------------------|
|        | Enfoque de gestión  |   |                   |
| Empleo | Número total y distribución de empleados por sexo, edad, país y categoría profesional                         | GRI 102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores<br>GRI 405-1 Diversidad en órganos del gobierno y empleados  | Páginas 11-13     |
|        | Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo   | GRI 102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores  | Páginas 13-16     |
|        | Promedio anual de contratos indefinidos, temporales y a tiempo parcial por sexo, edad y categoría profesional | Marco interno: Descripción cuantitativa sobre el promedio de las tipologías de contratos por sexo, edad y categoría profesional   | Página 13         |
|        | Número de despidos por sexo, edad y categoría profesional   | Marco interno: Número total de despidos desglosados por sexo, edad y categoría profesional  | Página 17         |
|        | Brecha salarial   | Dato reportado según criterio interno a través de la siguiente fórmula:<br>$BS = ((RH - RM) / RH) \cdot 100$ Donde,<br>RH = Retribución media de los hombres de la plantilla<br>RM = Retribución media de las mujeres de la plantilla | Páginas 17-21     |
|        | Remuneración media por sexo, edad y categoría profesional   | Marco interno: Remuneración media incluyendo fijo/variable  | Páginas 18-21     |
|        | Remuneración media de los consejeros por sexo   | Marco interno: Remuneración media de los consejeros por sexo  | Página 21         |
|        | Remuneración media de los directivos por sexo   | Marco interno: Remuneración media de los directivos por sexo  | Página 23         |
|        | Implantación de políticas de desconexión laboral  | Marco interno: Descripción cualitativa de las políticas vigentes  | Páginas 21-22     |
|        | Empleados con discapacidad  | GRI 405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados   | Página 11         |

**CUESTIONES SOCIALES Y RELATIVAS AL PERSONAL**

| <b>ÁMBITOS</b>           |   | <b>MARCO DE REPORTING</b>  | <b>REFERENCIA</b> |
|--------------------------|---|--|-------------------|
| Enfoque de gestión       |   |  |                   |
| Organización del trabajo | Organización del tiempo de trabajo  | Marco interno: Descripción cualitativa de la organización del tiempo de trabajo  | Páginas 8-10      |
|                          | Número de horas de absentismo   | Marco interno: Número de horas de absentismo por accidente laboral   | Páginas 9 y 23    |
|                          | Medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio corresponsable de estos por parte de ambos progenitores | Marco interno: Descripción cualitativa de las medidas  | Páginas 21-22     |
| Salud y seguridad        | Condiciones de salud y seguridad en el trabajo  | Marco interno: Descripción cualitativa de las condiciones  | Páginas 21-22     |
|                          | Número de accidentes de trabajo y enfermedades laborales por sexo, tasa de frecuencia y gravedad por sexo                                     | GRI 403-2 Tipos de accidentes y tasa de frecuencia de accidentes, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de muertes por accidente laboral o enfermedad profesional | Páginas 22-24     |
| Relaciones sociales      | Organización del diálogo social   | Marco interno: Descripción cualitativa de la organización del diálogo social   | Página 33         |
|                          | Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país   | Marco interno: número de empleados cubiertos por convenio colectivo sobre el total de empleados  | Páginas 8-9       |
|                          | Balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y la seguridad en el trabajo                                     | GRI 403-4 Temas de salud y seguridad tratados en acuerdos formales con sindicatos  | Páginas 8-9       |
| Formación                | Políticas implementadas en el campo de la formación   | Marco interno: Descripción cualitativa de las políticas implementadas en el campo de la formación  | Páginas 24-25     |
|                          | Cantidad total de horas de formación por categorías profesionales.  | Marco interno: Cantidad total de horas de formación  | Páginas 24-25     |

## CUESTIONES SOCIALES Y RELATIVAS AL PERSONAL

| ÁMBITOS            |   | MARCO DE REPORTING  | REFERENCIA           | COMENTARIOS/ RAZÓN DE LA OMISIÓN   |
|--------------------|---|---|----------------------|--|
| Enfoque de gestión |   |   |                      |  |
| Igualdad           | Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres                     | Marco interno: Descripción cualitativa de las medidas                 | Páginas 10 y 38      |  |
|                    | Planes de igualdad medidas adoptadas para promover el empleo, protocolos contra el acoso sexual y por razón de sexo | Marco interno: Descripción cualitativa de los procedimientos vigentes | Página 38            | Actualmente estamos trabajando con compañías especializadas para elaborar el Plan de Igualdad y políticas específicas contra la discriminación |
|                    | Integración y la accesibilidad universal de las personas con discapacidad   | Marco interno: Descripción cualitativa de las medidas de integración  | Página 3 y página 24 |  |
|                    | Política contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad                              | Marco interno. Descripción cualitativa de la gestión de la diversidad | Páginas 10-11        |  |

**INFORMACIÓN SOBRE EL RESPETO DE LOS DERECHOS HUMANOS**

| <b>ÁMBITOS</b>   | <b>MARCO DE REPORTING</b>   | <b>REFERENCIA</b> |
|--|---|-------------------|
| Aplicación de procedimientos de diligencia debida en materia de derechos humanos   | GRI 102-16 Valores, principios, Estándares y normas de conducta Descripción cualitativa de la gestión realizada | Páginas 38-39     |
| Prevención de los riesgos de vulneración de derechos humanos y, en su caso, medidas para mitigar, gestionar y reparar posibles abusos cometidos  | Marco interno: Descripción cualitativa de la gestión realizada  | Páginas 38-39     |
| Denuncias por casos de vulneración de derechos humanos   | Marco interno: Número de denuncias recibidas durante el ejercicio   | Páginas 38-39     |
| Promoción y cumplimiento de las disposiciones de los convenios fundamentales de la OIT relacionadas con el respeto por la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva, la eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación, la eliminación del trabajo forzoso u obligatorio y la abolición efectiva del trabajo infantil | Marco interno: Descripción cualitativa de la gestión realizada  | Páginas 38-39     |

**INFORMACIÓN RELATIVA A LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN Y EL SOBORNO**

| <b>ÁMBITOS</b>   | <b>MARCO DE REPORTING</b>  | <b>REFERENCIA</b> |
|--|--|-------------------|
| Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno | GRI 102-16 Valores, principios, Estándares y normas de conducta. Descripción cualitativa de la gestión realizada | Páginas 37-38     |
| Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales        | Marco interno: descripción cualitativa de las medidas  | Páginas 37-38     |
| Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro  | Marco interno: Cuantía de las aportaciones en euros  | Páginas 37-38     |

**INFORMACIÓN SOBRE LA SOCIEDAD**

|  | <b>ÁMBITOS</b>   | <b>MARCO DE REPORTING</b>   | <b>REFERENCIA</b>  |
|--|--|---|--------------------|
| Compromisos de la empresa con el desarrollo sostenible | Impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local                                  | Marco interno: Descripción cualitativa del impacto  | Páginas 33 y 35-38 |
|  | Impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio                       | Marco interno: Descripción cualitativa del impacto  | Página 32          |
|  | Relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos   | Marco interno: Descripción cualitativa de las principales modalidades de diálogo  | Página 32          |
|  | Acciones de asociación o patrocinio  | Marco interno: Descripción cualitativa de las principales acciones  | N/A                |
| Subcontratación y proveedores                          | Inclusión en la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales            | Marco interno: Descripción cualitativa de la gestión realizada sobre la inclusión de aspectos sociales, de igualdad de género y ambientales | Páginas 35-38      |
|  | Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental | Marco interno: Descripción cualitativa de la gestión realizada en materia de contratación de proveedores                                    | Páginas 35-38      |
|  | Sistemas de supervisión y auditorías y resultados de las mismas  | Marco interno: Descripción cualitativa y cuantitativa de los sistemas de supervisión  | Páginas 35-38      |
| Consumidores   | Medidas para la salud y la seguridad de los consumidores   | GRI 416-1 Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios                                     | Páginas 35-36      |
|  | Sistemas de reclamación  | Marco interno: Descripción cualitativa de los sistemas de reclamación   | Páginas 35-36      |
|  | Quejas recibidas y resolución de las mismas  | Marco interno: Número de reclamaciones y desglose según su estado   | Páginas 35-36      |
| Información fiscal                                     | Beneficios obtenidos país por país   | Marco interno: Resultado antes de impuestos por país  | Página 34          |
|  | Impuestos sobre beneficios pagados   | Marco interno: Impuesto sobre beneficios pagados  | Página 34          |
|  | Subvenciones públicas recibidas  | Marco interno: Subvenciones públicas recibidas  | Página 34          |



