

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA 2020

ESTADO DE
INFORMACIÓN NO
FINANCIERA | 2020



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 Personal

02 Cuestiones ambientales

03 Sociedad

04 Lucha contra la corrupción y el soborno

05 Respeto de los derechos humanos

46

Anexos

Índice de Contenidos

Anexo I Materias primas 2019

Anexo II Tabla completa de evolutivo 2019-2020 de remuneraciones por edad

Anexo II Tabla completa de evolutivo 2019-2020 de remuneraciones por categoría profesional

AnexoIV: Tabla completa de evolutivo 2019-2020 de remuneraciones por categoría profesional

INTRO

INTRODUCCIÓN

DUCCIÓN

SKIP INTRO ;)

- Personal
- Cuestiones ambientales
- Sociedad

- Lucha contra la corrupción y el soborno
- Respeto de los derechos humanos

INTRODUCCIÓN

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA INTERNATIONALBURGERCO. S.L. 2020

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 responsabilidad 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 tam-

bién 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 2020 fue una de las coprotagonistas de la actualidad a causa de la pandemia por COVID-19, que oficialmente comenzó en España en marzo del 2020. Las restricciones aparejadas al sector, los cierres y las ayudas fueron las principales noticias. En paralelo, también cobraban importancia los desarrollos tecnológicos y de seguridad, los productos o novedades en términos de momentos de consumo y las acciones solidarias puestas en marcha por las compañías del sector para combatir el virus. Por ende, las principales áreas de interés eran aquellas relativas a los protocolos de seguridad de la plantilla para la ejecución de su trabajo y una experiencia del cliente reforzada.



ASPECTOS DE RELEVANCIA CLAVE	ASPECTOS DE RELEVANCIA ALTA	ASPECTOS DE RELEVANCIA MEDIA
Derechos humanos Igualdad Consumidores Empleo Uso sostenible de los recursos Salud y seguridad	Relaciones sociales Gestión medioambiental Acciones para combatir el desperdicio de alimentos Subcontratación y proveedores Contaminación Economía circular y gestión de residuos Revelación de secretos de empresa*	Blanqueo de capitales Compromisos de la empresa con el desarrollo sostenible Propiedad intelectual e industrial* Publicidad engañosa* Formación Organización del trabajo Accesibilidad universal de las personas con discapacidad Lucha contra la corrupción y el soborno Protección de la biodiversidad Cambio climático

*Aspectos introducidos en 2020

Los asuntos de relevancia clave son derechos humanos, igualdad, consumidores, empleo, uso sostenible de los recursos, y salud y seguridad. Quedan clasificados como aspectos de relevancia alta las relaciones sociales, formación, la gestión medioambiental, las acciones para combatir el desperdicio de alimentos, la subcontratación y los proveedores, la contaminación y la economía circular y gestión de residuos. Finalmente, como aspectos de relevancia media ubicamos compromisos de la empresa con el desarrollo sostenible, 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 y cambio climático. 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

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA | 2020

MODELO DE NEGOCIO

INTRODUCCIÓN

MODELO DE NEGOCIO

CONTEXTO DE ACTIVIDAD

GESTIÓN DE ASPECTOS NO FINANCIEROS

- Personal
- Cuestiones ambientales
- Sociedad

- Lucha contra la corrupción y el soborno
- Respeto de los derechos humanos

ANEXOS

GOIKO

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. Aquí está permitido chuparse los dedos. 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.

KEVIN BACON



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

tra actitud y energía, nuestras ganas de seguir superándonos y de dar ejemplo. Hoy, **GOIKO®** lo conformamos más de 1.150 personas. La gran Familia GOIKO queda unida por ocho valores clave: Calidad, Buen Rollo, Crecimiento, Familia, Integridad, Eficiencia, Disrupción y Mucho Kevin.

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. En el 2020 fue más complicado percibirlo en toda su expresión debido al cierre puntual de las salas por las restricciones gubernamentales para combatir el coronavirus y a las posteriores restricciones de aforo y recomendaciones derivadas, pero la marca se preocupó por cuidar el efecto WOW y replicarlo en sus demás canales de venta: Take Away y Delivery. En España, **GOIKO®** suma 86 locales en España (85 Goikos y 1 Goiko Basics) y 2 Goikos en Francia, si bien en el 2020 el ritmo de aperturas debió descender en comparación con años anteriores por causa de fuerza mayor debido a la COVID-19.

Pese a un año complejo y marcado por una incertidumbre desconocida hasta la fecha a causa de una crisis sanitaria global, **GOIKO®** ha demostrado su buen hacer, su conexión con los clientes y su fuerza en el sector. Esto ha sido posible gracias al compromiso de las personas que trabajamos en la marca, nues-

MUJES Y VALORES PARA OTROS

LA ALCORCONAZO



#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

Y así generamos confianza, esas son las claves del valor Integridad. Somos fieles creyentes de lograr lo que nos proponemos haciendo las cosas bien.

#8 Mucho Kevin

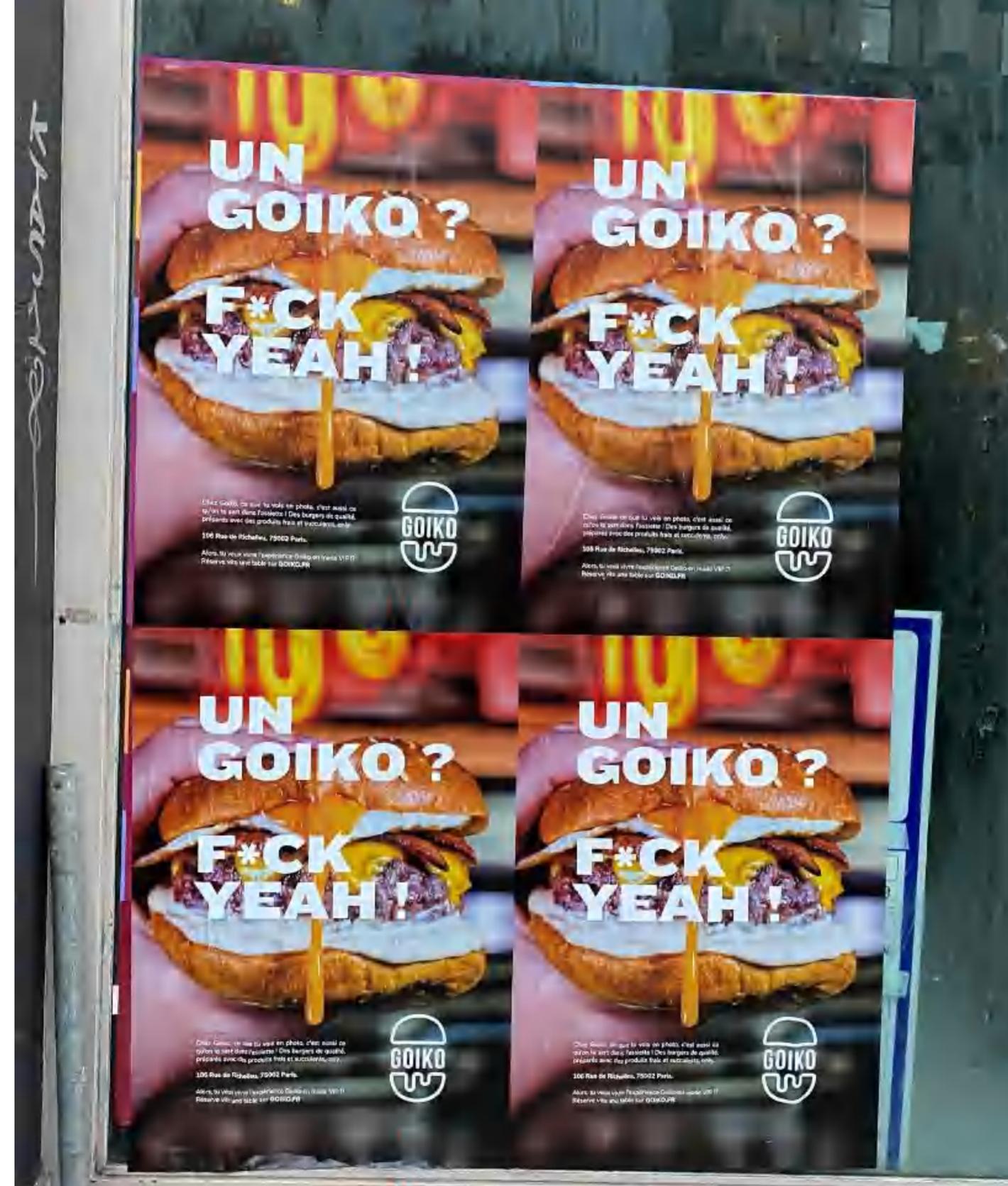
Finalmente, nuestro valor más auténtico y único: Mucho Kevin. Porque no tenemos miedo de hacer las cosas como nadie las ha hecho. Somos diferentes y un poco raros pero, sobre todo, auténticos.

El año 2020 ha sido, como para tantas otras organizaciones y personas, el año de la pandemia. Nos hemos centrado en conservar lo conseguido hasta la fecha, en velar por la protección del empleo y la sostenibilidad futura del proyecto y, a medida que se iba “asentando” la situación, en continuar liderando el sector casual dining de hamburguesas gourmet tanto por buenas prácticas como por calidad de producto y experiencia.

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 88 unidades en gestión propia entre España (86) y Francia (2), con 7 nuevos locales inaugurados en 2020, ampliando la huella que solo teníamos en Madrid en 2016 a 35 ciudades a lo largo del territorio nacional, replicando en todas ellas el éxito de público y ventas que ya alcanzamos en nuestros primeros locales madrileños, incluso en Francia, donde abrimos nuestro primer local en diciembre del 2019 e incorporamos un segundo restaurante en julio del 2020.

En este año tan complicado, **el Grupo** ha capeado el temporal y, si bien no se alcanzaron los objetivos propuestos, cuando nadie imaginaba lo que sucedería meses después, valoramos positivamente el resultado de la compañía, que apenas ha perdido ritmo en comparación con años anteriores. Esto no habría sido posible sin el apoyo de los consumidores a la hostelería a través de los canales de Take Away y Delivery y del trabajo de los equipos de Operaciones, RRHH, Tecnología, Finanzas, Growth y Expansión para aportar las mejores soluciones que velaran por trabajadores y la eficiencia operativa. También gracias al espíritu creativo del área de Marketing, que ha revalidado su engagement con nuestra comunidad en redes sociales -alcanzando los 500.000 seguidores en Instagram por primera vez y convirtiendo GOIKO en la marca más seguida de restauración en España, y ha continuado creando productos y campañas únicas para nuestro público.



CONTEXTO DE ACTIVIDAD

INTRODUCCIÓN

MODELO DE NEGOCIO

CONTEXTO DE ACTIVIDAD

GESTIÓN DE ASPECTOS NO FINANCIEROS

- Personal
- Cuestiones ambientales
- Sociedad

- Lucha contra la corrupción y el soborno
- Respeto de los derechos humanos

ANEXOS

GOIKO

CONTEXTO DE ACTIVIDAD

Como señalábamos 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 haga prever un alza de estos y por tanto no se hayan tomado medidas de cobertura, el **Grupo** está preparado para ello si existiese 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** 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), eliminación total de plásticos, 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 2020 esperamos continuar con nuestra política de expansión nacional e internacional, si bien la situación generada por el coronavirus afecta directamente al sector de la restauración y a los planes que sus actores diseñamos. Ampliaremos nuestra presencia en ciudades en las que ya contamos con Goikos o tenemos locales en obras, así como en nuevas ciudades. Esperamos terminar el 2020 consolidando nuestra marca Yakuza en España, rozando los 100 Goikos e impulsando Goiko Basics, así como con el mantenimiento, o incluso mejora, de nuestros márgenes por economías de escala y mejora de precios por volumen.

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

- 1.** Evolución de las tendencias macroeconómicas y políticas, principalmente la confianza del consumidor y el consumo de los hogares.
- 2.** Costes laborales como factor primordial en la cuenta de resultados.
- 3.** Situación del mercado inmobiliario, tanto en lo que respecta a costes de alquiler como en disponibilidad de locales.
- 4.** Desarrollo de nuevos productos y servicios, en particular el crecimiento de la entrega a domicilio (“delivery”).

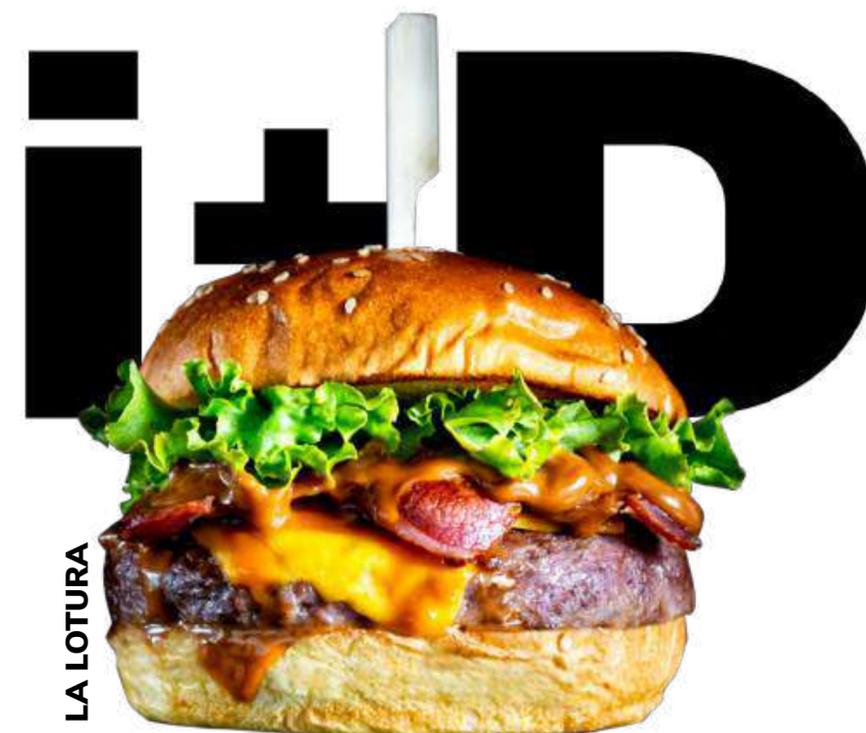
5. Crecimiento de la restauración organizada a niveles similares a los países de nuestro entorno.

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.

Nuestra actividad de i+D es constante. Si bien en el 2020 no se produjeron cambios en carta como suele ser habitual, debido a la situación pandémica, continuamos desarrollando nuevos productos en todos los canales de venta, como las Boom Balls, el Guateque, La Triple X, La Kebolla o La Kevin Costner.



GESTIÓN DE ASPECTOS NO FINANCIEROS

INTRODUCCIÓN

**MODELO DE
NEGOCIO**

**CONTEXTO DE
ACTIVIDAD**

**GESTIÓN DE ASPECTOS
NO FINANCIEROS**

- Personal
- Cuestiones ambientales
- Sociedad

- Lucha contra la
corrupción y el soborno
- Respeto de los
derechos humanos

ANEXOS

GOIKO

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

La incertidumbre por la COVID-19 que marcó el 2020 confirmó nuestra mayor certeza desde los primeros pasos de GOIKO: sin #FamiliaGOIKO no existiría el éxito de las marcas que engloba el **Grupo**. Somos fruto del esfuerzo y el compromiso de todos los que formamos el equipo y también de la confianza de los empleados para con la marca empleadora. Esta fue puesta a prueba en el 2020 por la pandemia y resultó afianzada gracias a una gestión impecable por parte del equipo de RRHH y Operaciones, guiada siempre por la máxima de proteger el empleo y la sostenibilidad futura del proyecto GOIKO.

En situaciones normales, 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. En el 2020, la Política de Gestión de Personas buscó además un **acompañamiento permanente** y una comunicación constante que ayudara al staff a comprender qué pasaba en cada momento, cómo impactaba en su vida la pandemia y qué debían tener en cuenta a la hora de interpretar las diferentes normativas y decretos-leyes publicados a lo largo del año, **con repercusiones directas tanto en su vida personal como profesional**.



«Las máximas que guiaron nuestros pasos para combatir la incertidumbre generada por la pandemia fueron dos: Acompañamiento permanente y comunicación constante con todo el equipo GOIKO.»

MARÍA JESÚS GARCÍA SAN JOSÉ (CEO)



Cada local tiene su propio dinamismo y, en él, cada uno de sus componentes juega un papel crucial, desde el Goiko Manager hasta quien acaba de comenzar su servicio de Training. Se fomenta el trabajo en equipo ante todo, la asunción de responsabilidad en el territorio de cada uno, la participación, la superación, la eficiencia, la calidad, el respeto y el comportamiento ético entre otros principios. A lo largo del 2020 no contamos con comités de empresa si bien se había iniciado ya el proceso de su constitución, que se finaliza en el 2021. Por otro lado, en el 2020 se continuaron facilitando materiales formativos a través de 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, información que desarrollamos más adelante con todo detalle.

En el 2019, destacaban la flexibilidad y la cultura colaborativa como el sello del talento en GOIKO; este **2020 no solo se han demostrado con creces, sino que a ellos se suman la resiliencia y la actitud de superación, atributos que han permitido resistir al envite de la pandemia.**

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 laborales (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). Sin duda una de las novedades del 2020 fue el **teletrabajo**. 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.

En cuanto a la puesta en marcha del teletrabajo, cabe destacar la gran adaptabilidad y eficiencia con la que los empleados continuaron asumiendo sus funciones en remoto así como los protocolos de Teletrabajo desarrollados por el equipo de RRHH. Entre ellos, se facilitó a los trabajadores de Central su silla ergonómica, pantallas y dispositivos necesarios para velar por su comodidad y salud, y también se aportó un incentivo económico mensual que permitiera complementar los gastos derivados de trabajar en el hogar.

Otra de las ventajas habitualmente ofrecidas en GOIKO es el servicio de comedor de lunes a viernes. Durante los meses de teletrabajo, este no se encontraba activo; una vez se retornó de manera alterna a las oficinas se volvió a ofrecer de manera adaptada a la pandemia, con turnos de uso del comedor y un sistema de reserva que velara por el respeto del aforo de este, con la comida seleccionada previamente vía formulario conservada en tupperes y con cubiertos y platos desechables y reciclables para minimizar el uso de elementos comunes, con sitios asignados para poder respetar las distancias de seguridad y con la obligación de desinfectar el lugar después de su uso.

Asimismo, 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. En este sentido, en el 2020 destacó la oferta de test de anticuerpos y de antígenos facilitados de manera gratuita por la compañía aseguradora en períodos de tiempo determinados, así como el protocolo de contagios y seguimiento que se aplicó.

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, 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

SE FACILITÓ A LOS TRABAJADORES DE CENTRAL SU SILLA ERGONÓMICA, PANTALLAS Y DISPOSITIVOS

LA TAMBORRA



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 Yakuzo 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 2020 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.

Las festividades de 25 de diciembre y 1 de enero no se abre como norma general y las vísperas de Navidad y Año Nuevo se abre media jornada. Todo esto fue mantenido en el 2020 con más motivo todavía para que, después de un año tan complejo e incierto, los empleados pudieran relajarse y disfrutar con sus seres queridos de estas fechas especiales.

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.

Tanto en Central como en locales se implementó durante el año el Safe Place Program, a través de la desinfección de las instalaciones y de medidas Take Away y Delivery Contactless ideadas de la mano de expertos que fomentan el cero contacto físico entre personas. Entre ellas se encuentran protocolos de uniforme y limpieza de manos, protocolos de recepción de mercancía, protocolos de desinfección de superficies y protocolos de empaquetado de pedidos entre otros, además del propio Sistema de Información de Pedidos (SIP).



Igualdad y discriminación

En el 2020, 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. Sin embargo, el diagnóstico se pudo concluir en diciembre del 2020 y el Plan de Igualdad quedará configurado durante el primer semestre del 2021. Por otro lado, a finales del 2020 se materializó una Política contra la Discriminación, recogida dentro del nuevo Código Ético procesado en la misma fecha, que abarca a todas las marcas del Grupo y que se encuentra en proceso de distribución a los empleados. Pese a no haberse activado oficialmente todavía, los datos de GOIKO, Goiko Basics y Yakuza avalan su firme creencia y defensa de los principios de igualdad y no discriminación.

El personal de GOIKO en España en 2020¹ se compone de 827 hombres y 478 mujeres, 1305 en total (33 personas menos que en el 2019, cuando había 1338 empleados). Asimismo, definimos nueve categorías profesionales diferentes, las mismas respecto a las categorías reportadas en el EINF del año 2019. 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 2020, 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 2020, nuestros empleados proceden de 27 nacionalidades diferentes. Asimismo, contamos en nuestra plantilla con cuatro personas con discapacidad (al igual que en 2019 y 2018). La edad tampoco es una traba para formar parte de la familia Goiko, donde trabajan personas desde 16 hasta más de 55 años, si bien gran parte de los empleados se ubica en la franja de 25-34 años (61%) o en la de 16-25 años (24%).

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

2020²

		RESTAU- RANTE	CEN- TRAL	YAKU- ZA	TOTAL
EMPLEADOS POR SEXO	HOMBRE	748	59	20	827
	MUJER	420	46	12	478
	TOTAL	1168	105	32	1305
EMPLEADOS POR EDAD	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	12	0	2
	TOTAL	1168	105	32	1305
EMPLEADOS POR CATEGORÍA PROFESIONAL	#1 (AYUDANTE CA- MARERO / COCINE- RO)	302	0	0	302
	#2 (CAMAREROS / COCINEROS)	641	0	23	664
	#3 (CAPITANES DE ÁREA COCINA / SALA)	142	0	5	147
	#4 (GOIKO MANA- GERS)	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
	TOTAL	1168	105	32	1305
EMPLEADOS POR PAÍS	#1 ESPAÑA	1168	105	32	1305
	#2 OTROS	0	0	0	0
	TOTAL	1168	105	32	1305

2019

		RESTAU- RANTE	CEN- TRAL	YAKU- ZA	TOTAL
EMPLEADOS POR SEXO	HOMBRE	768	55	15	856
	MUJER	431	42	9	482
	TOTAL	1217	97	24	1338
EMPLEADOS POR EDAD	RANGO#1 (16-24)	418	4	13	435
	RANGO#2 (25-34)	685	68	11	764
	RANGO#3 (35-44)	114	16	0	130
	RANGO#4 (45-54)	0	6	0	6
	RANGO#5 (>55)	0	3	0	3
	TOTAL	1217	97	24	1338
EMPLEADOS POR CATEGORÍA PROFESIONAL	#1 (AYUDANTE CA- MARERO / COCINE- RO)	380	0	0	380
	#2 (CAMAREROS / COCINEROS)	642	0	24	666
	#3 (CAPITANES DE ÁREA COCINA / SALA)	132	0	0	132
	#4 (GOIKO MANA- GERS)	63	0	0	63
	#5 (ASISTENTES)	0	5	0	5
	#6 (TÉCNICOS)	0	37	0	37
	#7 (GERENTES)	0	46	0	46
	#8 (DIRECTORES)	0	7	0	7
	#9 (CONSEJEROS)	0	2	0	2
	TOTAL	1217	97	24	1338

2. La información no es comparativa por un cambio en metodología; Para los datos del 2019 se recoge información del personal en el global del año 2019 mientras que para los datos del 2020 se recoge la foto a cierre de ejercicio (31/12/2020).

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 2020 se desglosan datos totales de contratos a fecha de cierre de dicho año. Del total de contratos, el 98,93% es de carácter indefinido (vs 95,54% en 2019). De los contratos indefinidos, un 34,4% corresponde a mujeres (vs un 30% en el 2019) y un 65,6% a hombres (vs 70% en el 2019).

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 467 mujeres, casi un 93% cuenta con contratos indefinidos (vs un 96% en los promedios del año 2019); y de un total de 830 hombres, un 98,4% cuenta con contratos indefinidos (vs 96% en el año 2019). 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.
2. En términos de edad, los empleados que representan una mayor proporción son aquellos entre 25 y 34 años (un 65% del promedio vs un 57% en el 2019).
3. En función de las categorías profesionales, son los empleados de la categoría Camareros y Cocineros los mayoritarios (50,9% del promedio vs un 49% en el 2019).

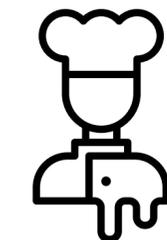
Respecto al promedio de contratos, de cara al año 2020 se ha procurado continuar con la mejora en el reporte de los datos. La circunstancia generada por el coronavirus ha ralentizado este avance y nuestro sistema de almacenamiento de información actual no permite extraer datos por meses a un año vista, pero sí se ha logrado aportar datos totales extraídos de la foto a cierre del 2020 para poder completar la información. En lugar de aportar promedios, como en el 2019, se ofrecen datos totales. Únicamente se produjeron despidos entre enero y la segunda semana de marzo del 2020, y las bajas voluntarias fueron 128. Por lo tanto, la plantilla fue prácticamente la misma entre marzo y diciembre y eso permite contar con una foto real basada en la cifra a cierre de diciembre. A futuro, esperamos lograr que nuestra herramienta de gestión permita hacer una extracción de los datos de meses pasados y no únicamente en vivo o a 31 de diciembre, para así poder contemplar promedios cotejando más meses.



**467
MUJERES**
93%
CONTRATOS INDEFINIDOS



**830
HOMBRES**
98,4%
CONTRATOS INDEFINIDOS



50,9%
**CAMAREROS Y
COCINEROS**

TABLA#2

EMPLEADOS POR TIPO DE CONTRATO - UNIFICADO

2020	A TIEMPO COMPLETO	A TIEMPO PARCIAL	TOTAL
INDEFINIDO	1228	56	1284
TEMPORAL	17	4	21
TOTAL	1245	60	1305

2019	A TIEMPO COMPLETO	A TIEMPO PARCIAL	TOTAL
INDEFINIDO	1228	60	1288
TEMPORAL	39	11	50
TOTAL	1267	71	1338

TOTAL ANUAL DE CONTRATOS POR GÉNERO - UNIFICADO

2020	CONTRATO INDEFINIDO		TOTAL	CONTRATO TEMPORAL		TOTAL
	A TIEMPO COMPLETO	A TIEMPO PARCIAL		A TIEMPO COMPLETO	A TIEMPO PARCIAL	
MUJER	433	34	467	7	1	8
HOMBRE	795	22	817	10	3	13

PROMEDIO ANUAL DE CONTRATOS POR GÉNERO - UNIFICADO

2019	CONTRATO INDEFINIDO		TOTAL	CONTRATO TEMPORAL		TOTAL
	A TIEMPO COMPLETO	A TIEMPO PARCIAL		A TIEMPO COMPLETO	A TIEMPO PARCIAL	
MUJER	352,9	17	369,9	10,9	4,2	15,1
HOMBRE	637,5	31	668,5	19	5,5	24,6
TOTAL	990,4	48	1038,4	29,9	9,7	39,6

TOTAL ANUAL DE CONTRATOS POR GÉNERO - UNIFICADO

2020	CONTRATO INDEFINIDO		TOTAL	CONTRATO TEMPORAL		TOTAL
	A TIEMPO COMPLETO	A TIEMPO PARCIAL		A TIEMPO COMPLETO	A TIEMPO PARCIAL	
RANGO #1 (16-24)	238	16	254	4	2	6
RANGO #2 (25-34)	806	29	835	12	2	14
RANGO #3 (35-44)	168	7	175	1	0	1
RANGO #4 (45-54)	17	1	18	0	0	0
RANGO #5 (+DE 55)	2	0	18	0	0	0

PROMEDIO ANUAL DE CONTRATOS POR GÉNERO - UNIFICADO

2019	CONTRATO INDEFINIDO		TOTAL	CONTRATO TEMPORAL		TOTAL
	A TIEMPO COMPLETO	A TIEMPO PARCIAL		A TIEMPO COMPLETO	A TIEMPO PARCIAL	
RANGO #1 (16-24)	318,6	16,5	335,1	9,9	4,1	14
RANGO #2 (25-34)	564,8	27	591,8	17	4,8	22
RANGO #3 (35-44)	98	4,5	102,5	3	0,8	3,8
RANGO #4 (45-54)	6,1	0	6,2	0	0	0
RANGO #5 (+DE 55)	3	0	3	0	0	0
TOTAL	990,4	48	1038,4	29,9	9,7	39,6

TABLA#2

DE CONTRATOS POR CATEGORÍA PROFESIONAL- UNIFICADO

2020

TOTAL ANUAL	CONTRATO INDEFINIDO		TOTAL	CONTRATO TEMPORAL		TOTAL
	A TIEMPO COMPLETO	A TIEMPO PARCIAL		A TIEMPO COMPLETO	A TIEMPO PARCIAL	
#1 (AYU. CAMARERO/ COCINERO)	282	11	193	7	2	9
#2 (CAMAREROS/ COCINEROS)	613	41	654	8	2	10
#3 (CAP.DE ÁREA COCINA/SALA)	145	2	147	0	0	0
#4 (GOIKO MANAGERS)	87	0	87	0	0	0
#5 (ASISTENTES)	7	1	8	0	0	0
#6 (TÉCNICOS)	31	1	32	1	0	1
#7 (GERENTES)	53	0	53	1	0	1
#8 (DIRECTORES)	9	0	9	0	0	0
#9 (CONSEJEROS)	1	0	1	0	0	0

2019

PROMEDIO ANUAL	CONTRATO INDEFINIDO		TOTAL	CONTRATO TEMPORAL		TOTAL
	A TIEMPO COMPLETO	A TIEMPO PARCIAL		A TIEMPO COMPLETO	A TIEMPO PARCIAL	
#1 (AYU. CAMARERO/ COCINERO)	277,4	18	292,7	9	2,5	11,5
#2 (CAMAREROS/ COCINEROS)	488,3	25,3	513,6	15,2	4,2	19,4
#3 (CAP.DE ÁREA COCINA/SALA)	96,5	5,2	101,7	3,1	0,9	4
#4 (GOIKO MANAGERS)	46	2,5	48,5	1,5	0,4	1,9
#5 (ASISTENTES)	3,8	0	3,8	0	1,7	1,7
#6 (TÉCNICOS)	28	0	28	0,7	0	0,7
#7 (GERENTES)	40,2	0	40,2	0,4	0	0,4
#8 (DIRECTORES)	8	0	8	0	0	0
#9 (CONSEJEROS)	2	0	2	0	0	0
TOTAL	990,5	48	1038,5	29,9	9,7	39,6

TABLA#3

Nº DE DESPIDOS

2020

		RESTAURANTE	CENTRAL	YAKUZA	TOTAL
GÉNERO	HOMBRE	45	4	4	53
	MUJER	20	2	5	27
EDAD	#1 (16-24)	16	0	1	17
	#2 (25-34)	39	2	8	49
	#3 (35-44)	10	2	0	12
	#4 (45-55)	0	2	0	2
	#5 (+DE 55)	0	0	0	0
CATEGORÍA PROFESIONAL	#1 (AYU.CAMARERO/COCINERO)	29	0	0	29
	#2 (CAMAREROS/COCINEROS)	29	0	9	38
	#3 (CAP.DE ÁREA COCINA/SALA)	5	0	0	5
	#4 (GOIKO MANAGERS)	2	0	0	2
	#5 (ASISTENTES)	0	0	0	0
	#6 (TÉCNICOS)	0	0	0	0
	#7 (GERENTES)	0	5	0	5
	#8 (DIRECTORES)	0	1	0	1
	#9 (CONSEJEROS)	0	0	0	0
TOTAL		65	6	9	80

2019

GÉNERO	HOMBRE	67
	MUJER	25
EDAD	#1 (16-24)	43
	#2 (25-34)	43
	#3 (35-44)	5
	#4 (45-55)	1
	#5 (+DE 55)	0
CATEGORÍA PROFESIONAL	#1 (AYU.CAMARERO/COCINERO)	61
	#2 (CAMAREROS/COCINEROS)	25
	#3 (CAP.DE ÁREA COCINA/SALA)	0
	#4 (GOIKO MANAGERS)	0
	#5 (ASISTENTES)	0
	#6 (TÉCNICOS)	1
	#7 (GERENTES)	4
	#8 (DIRECTORES)	1
	#9 (CONSEJEROS)	0
TOTAL		92

Desafortunadamente, a lo largo del 2020 se llevó a término el vínculo laboral con 80 empleados (12 menos que el año anterior); 27 de ellos, mujeres; y 53, hombres. De ellos, 17 tenían entre 16 y 24 años; 49, entre 25 y 34 años; 12, 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 2020, así como los del año 2019 ya publicados con anterioridad.

Si bien no se cuenta con datos totalizados del 2019 puesto que la información que se extrajo se encontraba segregada por grupos, en este 2020 el sistema de recopilación y extracción de datos ha mejorado y ha permitido obtener el dato totalizado de la brecha salarial para el Grupo completo. **Esta ha sido de un 3,70% en 2020. 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 Basics³ es del 0,97%, 18.963,32€ vs 18.778,88€ (descendiendo un 2% comparándola con el 2019, cuando esta era del 2,9%). En Central⁴, lo que en 2019 se reportaba como Operaciones, se da una brecha del 5,96%, con 37.964,64€ vs 35.703,13€ (un 18% menos que en el 2019), y en Yakuza, esta es del 1,77%, 17.396,70€ vs 17.895,35€ (alrededor de un 4% más que el año anterior, cuando era del -2,3%). 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.

Puesto que en el 2020 contamos con totalizados de Remuneraciones por rangos de edad, género y categorías profesionales, resumimos en cuerpo de texto de este EINF el comparativo de dichos totales así como las tablas independientes de Remuneración por edad, género y categoría profesional para el 2020. El resto de los datos del 2019 y su correspondiente comparativa con datos del 2020 se encuentran disponibles en el Anexo II.

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 2019-2020**

TABLA#4A

EVOLUTIVO DE REMUNERACIONES POR EDAD A NIVEL GRUPO (2019-2020)

EDAD	#1 (16-24)	#2 (25-34)	#3 (35-44)	#4 (45-55)	#5 (+DE 55)
REMUNERACIÓN 2020	18.986,56	22.763,86	30.192,15	43.011,01	38.950,00
REMUNERACIÓN 2019					

TABLA#4B

EVOLUTIVO DE REMUNERACIONES POR CATEGORÍA PROFESIONAL A NIVEL GRUPO (2019-2020)

	REMUNERACIÓN 2020	REMUNERACIÓN 2019
#1 (AYU.CAMARERO/COCINERO)	17.251,98	
#2 (CAMAREROS/COCINEROS)	17.618,71	
#3 (CAP.DE ÁREA COCINA/SALA)	21.377,62	
#4 (GOIKO MANAGERS)	25.563,25	
#5 (ASISTENTES)	19.496,00	
#6 (TÉCNICOS)	23.726,90	
#7 (GERENTES)	37.110,61	
#8 (DIRECTORES)	103.885,00	
#9 (CONSEJEROS)	0,00	

En el 2020, la brecha salarial en GOIKO fue del 3,70%, 15 puntos menor que la media del sector de la restauración según datos de CCOO. Este dato refleja el trabajo constante de la marca en materia de igualdad.



TABLA#4C

REMUNERACIÓN POR GÉNERO Y BRECHA SALARIAL (2019-2020)

	2020		2019		BRECHA SALARIAL	
	GÉNERO	REMUNERACIÓN €	GÉNERO	REMUNERACIÓN €	2020	2019
GOURMET	HOMBRE	18.963,32	HOMBRE	17.364	0,97 (Rest GOIKO + Goiko Basics)	2,9
	MUJER	18.778,88	MUJER	16.866		
OPERACIONES	HOMBRE	41.024,14	HOMBRE	37.232	15,68 (Central)	23,8
	MUJER	34.593,24	MUJER	28.365		
YAKUZA	HOMBRE	17.396,70	HOMBRE	16.292	1,77	-2,3
	MUJER	17.089,35	MUJER	16.659		
TOTAL	HOMBRE	74.324,66	HOMBRE		3,704	
	MUJER	71.571,36	MUJER			

Remuneración de directivos⁵

TABLA #5

REMUNERACIÓN DE CONSEJO Y DIRECCIÓN

2020	REMUNERACIÓN €	HOMBRE	MUJER	PROMEDIO
DIRECTIVOS		82.270 €	168.730€	103.885 €
CONSEJEROS				

TABLA#4D

TOTALES DE BRECHA SALARIAL

HOMBRE	74.324,66€
MUJER	71.571,36€
TOTAL	3,70%

2019	REMUNERACIÓN €	HOMBRE	MUJER	BRECHA SALARIAL%
DIRECTIVOS		0	0	-
CONSEJEROS		79.717€	72.955€	8,4
PROMEDIO		77.873€		-

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 esto ha cobrado una importancia añadida. Con motivo de la pandemia, hemos reforzado todos nuestros protocolos. 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, y facilitamos mascarillas a nuestro personal y gel hidroalcohólico y desinfectante desde el primer día.** 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. 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 2020 se produjeron 73 accidentes laborales con baja (vs 125 en el 2019; reduciéndose así en un 42%, dato muy positivo). 55 se dieron entre hombres y 18 entre mujeres, así como 1 enfermedad profesional en mujeres y 3 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. Sin embargo, como comentábamos anteriormente, la iniciativa “Ofi en casa” nacida de RRHH para enviar a los domicilios de los trabajadores su silla, pantalla y demás dispositivos necesarios para su trabajo resolvieron parte de esta problemática de manera inmediata. En cuanto a las oficinas de GOIKO, su ubicación permite también tener un cuidado especial de cara a proteger a sus empleados frente al coronavirus.

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 2020, 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.



KEVIN BACON



Para los cálculos de los índices se han tenido en cuenta el número total de horas anual trabajadas en 2020, que fueron 2.446.200 (vs 2.926.560 en 2019). Además, se perdieron un total de 63 jornadas por enfermedad profesional. Asumiendo una jornada diaria con 8 horas de trabajo y un total de 90 jornadas perdidas por accidente con baja, in itinere, recaídas y enfermedades profesionales, el total de horas de absentismo asciende a 124.536⁶(el aumento de horas se debe principalmente, a la situación generada por la pandemia a lo largo del 2020).

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 2020, el índice de frecuencia de accidentes total es de 29,84 en Goiko, Goiko Basics y Yakuza (vs 42,7 en el 2019).

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 0,57 (vs 0,63 en el 2019). Por lo tanto, se da un decrecimiento por segundo año consecutivo, reflejando la mejora de las instalaciones y la formación de los trabajadores para poder desempeñar sus funciones.

TABLA #6

EVOLUTIVO DE REMUNERACIONES POR CATEGORÍA PROFESIONAL A NIVEL GRUPO (2019-2020)

EMPLEADOS	HORAS DE FORMACIÓN 2020 ⁷	HORAS DE FORMACIÓN 2019 ⁸
#1 (AYU.CAMARERO/COCINERO)	2.114	776,9
#2 (CAMAREROS/COCINEROS)	4.487	1.312,5
#3 (CAP.DE ÁREA COCINA/SALA)	142	269,9
#4 (GOIKO MANAGERS)	664	128,8
#5 (ASISTENTES)	0	0
#6 (TÉCNICOS)	0	0
#7 (GERENTES)	0	93
#8 (DIRECTORES)	0	0
#9 (CONSEJEROS)	7.407	2.581,1

6. Se reportan tanto contingencias comunes como profesionales.

7. Los datos de formación por categoría profesional proceden de la herramienta formativa, que cuenta con horas de formación por cada Eje de Aprendizaje vinculadas a cada categoría profesional. Los datos han sido extraídos en enero del 2021.

8. Los datos de formación por categoría profesional en el 2019 fueron estimados puesto que no se contaba con una herramienta que permitiera relacionar las horas de aprendizaje por categoría profesional.

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 86 locales con los que cerramos 2020 sumando Goikos y Goiko Basics, 69 contaban con accesibilidad total (lo que suponía un 80% del total de nuestros locales y un incremento también comparándolo con los datos de 2019, cuando un 78,75% eran catalogados como locales de accesibilidad total). 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.

Por otro lado, ninguna de las sedes donde GOIKO se ubicó en 2020 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.

TABLA #7

2020

NÚMERO DE ACCIDENTES			NÚMERO DE ENFERMEDADES PROFESIONALES			HORAS DE ABSENTISMO
TOTAL	MUJER	HOMBRE	TOTAL	MUJER	HOMBRE	TOTAL ⁹
73	18	55	4	1	3	11.792
ÍNDICE DE FRECUENCIA DE ACCIDENTES			ÍNDICE DE GRAVEDAD DE ACCIDENTES			MUJER
29,84	20,37	33,91	0,57	0,38	0,68	2.948
						HOMBRE
						8.844

2019

NÚMERO DE ACCIDENTES			NÚMERO DE ENFERMEDADES PROFESIONALES			HORAS DE ABSENTISMO
TOTAL	MUJER	HOMBRE	TOTAL	MUJER	HOMBRE	TOTAL
125	48	77	3	3	0	15.296
ÍNDICE DE FRECUENCIA DE ACCIDENTES			ÍNDICE DE GRAVEDAD DE ACCIDENTES			MUJER
42,7	46,35	40,72	22	0,63	0,68	5.720
						HOMBRE
						9.576

9. Se incluyen únicamente contingencias profesionales.

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 2020 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). No se dispone de información para los datos de formación correspondientes a Yakuza. 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 total, se impartieron 7407 horas de formación entre los empleados de GOIKO (lo que se traduce en 5,92 horas por empleado, un 200% más que en el ejercicio anterior, cuando se impartieron 1,92 horas de formación por empleado de media).

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.

AÑO 2020

7.407H

FORMACIÓN



GEOPE
(Gestión Operativa)



DELI
(Delivery)



TALENT
(Procesos de Talento)



ADFI
(Administración Financiera)

5,92 H

POR EMPLEADO

200% MÁS QUE EN EL 2019



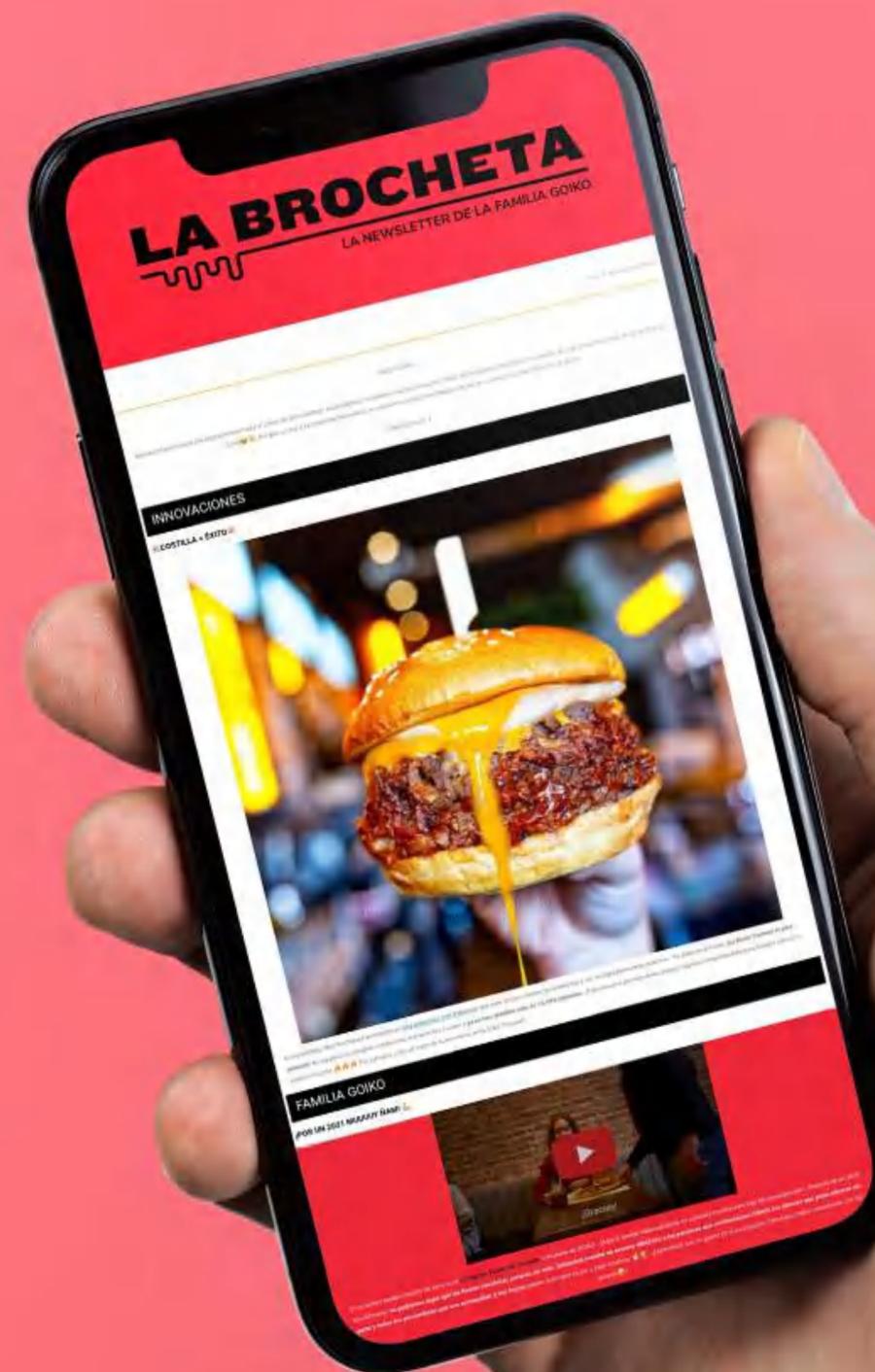
Comunicación y transparencia

Nada más ser contratados, los trabajadores son informados de la distribución de sus conceptos salariales. En 2020 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 2020 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, rebranding, 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. Adicionalmente, en el 2020 fue utilizada para informar al minuto de novedades muy relevantes para la seguridad y operativa del Grupo como:

1. Aperturas y cierres inminentes de los locales según las normativas de cada región
2. Nuevos protocolos de seguridad para empleados y clientes en locales y Central (ediciones del Safe Place Program)
3. Nuevos procedimientos a la hora de percibir pagos por parte del SEPE o siguientes pasos que la compañía llevaría a cabo de cara a actualizar expedientes
4. Noticias relacionadas con posibles ciberataques al SEPE o ataques de hackers a personas vinculadas a ERTes, para velar por la seguridad de estos

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. En concreto, en el 2020 La Brocheta fue esencial durante los primeros tres meses de pandemia, en los que su función se adaptó a las circunstancias para convertirse en el canal de comunicación directo por parte de Mara García, CEO del Grupo, hacia todos los empleados. En sus entregas semanales, informaba de las últimas novedades de la compañía en términos de gestión del virus, de los siguientes pasos que se planeaba dar o de las novedades que debían tener en cuenta los miembros del staff, además de animarles a seguir adelante y remando por el futuro de todos los que hacemos posible esta empresa y por la seguridad de nuestras familias y amigos.

3. Correo 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 2020, 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 **atendió 6.193 tickets** (intercambiando 18.759 correos).

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. En el 2020, fue una herramienta clave para poder firmar salvoconductos, protocolos de seguridad o alta en comunicaciones relacionadas con el SEPE para la correcta aplicación del ERTE.

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 no es solo cosa del futuro, sino también del presente. 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 2020, 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, en línea con el progreso seguido hasta hoy, se prevé que en el futuro exista una disminución del 30% en nuestro impacto sobre el medioambiente. No contamos con una Política medioambiental, y en los pasos que vamos tomando como compañía pueden darse imprevistos -por ejemplo, en 2020 se contabilizaron sanciones por incumplimiento de normativa ambiental por valor de 1.840€ (6.188€ menos que en el 2019), y en el 2020 varios meses estuvieron centrados en la protección del empleo a la hora de luchar contra el coronavirus y no en desarrollar más políticas medioambientales-, pero cumplimos con nuestras obligaciones y este tipo de incidentes nos impulsan a trabajar con más cuidado y detalle para evitar que vuelva a suceder e implementamos medidas de relevancia. Por ejemplo, con el objetivo de reducir los niveles de contaminación sonora -y que reflejamos en el EINF del 2019- 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 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 1.774 litros de gas refrigerante en el 2020¹⁰, si bien no podemos comparar esta cifra con el 2019 al no disponer entonces de los datos relacionados con las cargas de consumo real. Actualmente, no disponemos de una cobertura de daños ambientales en la póliza de seguros ni disponemos de medidas para prevenir, reducir o reparar las emisiones de carbono derivadas del uso de refrigerantes, pero 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.

10. Esta estimación se elabora tras tomar en cuenta el número de locales abiertos todo el año 2020, el número de recipientes situados en cada uno de ellos y su carga estimada (10 litros en total distribuidos en dos ciclos).

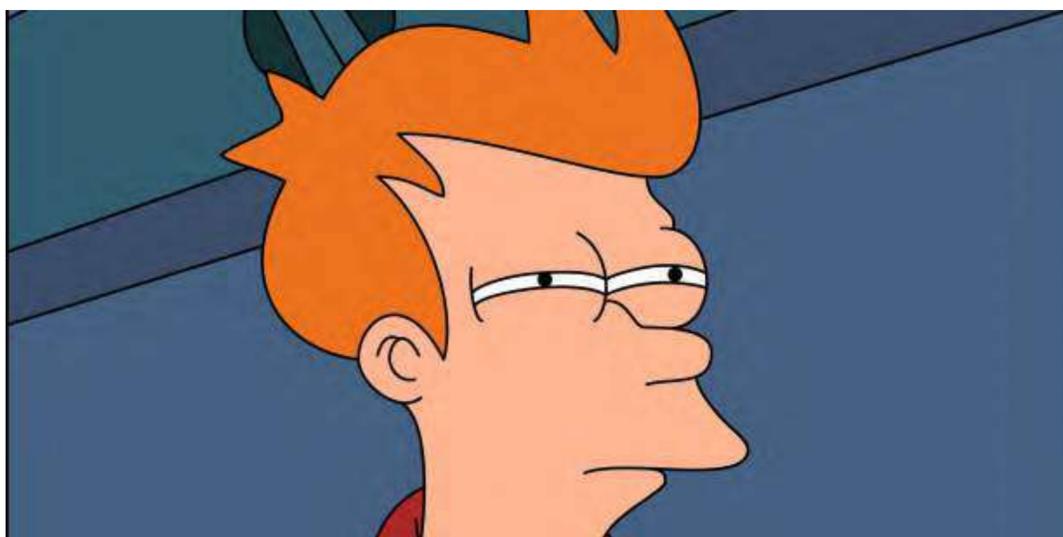
En el verano del 2020 modificamos los envases en los que empaquetamos los entrantes y burgers tanto para Takeaway como para Delivery, manteniendo su porcentaje de reciclabilidad y mejorando su funcionalidad, puesto que preservábamos mejor la comida con su nuevo formato. Este proceso de mejora del packaging se viene dando desde el 2018, cuando acometimos el primer gran cambio y pasamos de envases de plástico a envases parcialmente reciclables -incluso antes de que existiera un marco estratégico como tal, por parte de la Unión Europea, que regulara el descenso del uso de plástico y su reciclaje.



Materias primas y gestión de residuos

A continuación se detalla el desglose de las Top 50 materias primas empleadas en el 2020, siendo las más importantes las patatas y la carne de hamburguesa. En 2020, cabe destacar el consumo de 847.524 huevos (un 31% menos que en el 2019), 11.388 cookies 2.0 (un 29% menos), 5.439.420 unidades de pan (un 9% que en el 2019) y 2.940.480 tequeños (un 12% más). En vistas a presentar la información de una forma más clara y comprensible, la información no es comparable en una misma tabla. A continuación se muestran los datos del 2020 y se recogen los datos del EINF 2019 en el Anexo I:

5.439.420 PANES
+ 4.595.860 BURGERS
1.487.456 KG DE PATATAS



**MUCHAS BURGERS
CON PATATAS**

MATERIA PRIMA

Producto	Cantidad	Producto	Cantidad
Pan	5.439.420,00 uds	Tequeñón	33.240,00 uds
Carne de hamburguesa	4.595.860,00 uds	Pimiento rojo y verde	32.462,00 Kg
Patatas	1.487.456,00 Kg	Limonos	29.102,00 Kg
Teques	2.940.480,00 uds	Azúcar moreno	27.904,00 Kg
Huevo	847.524,00 uds	Helado de vainilla	26.354,88 Kg
Patatas finas	378.675,00 Kg	Miel	21.702,00 Kg
Aceite de girasol	297.510,00 Lts	Alitas crispy	19.030,00 Kg
Bacon	207.455,00 Kg	Vinagre de manzana	16.125,00 Lts
Queso cheddar	174.196,51 Kg	Nata para montar	14.052,00 Lts
Sweet potato	128.660,00 Kg	Setas	13.342,00 Kg
Tender	117.405,00 Kg	Cookie 2.0	11.388,00 uds
Mayonesa	117.019,20 Kg	Té Goiko	11.160,00 Kg
Agua	112.206,00 Lts	Salsa Worcestershire Lea & Perrins	10.908,00 Lts
Pollo empanado de Kiki	106.989,00 Kg	Calabacín	8.714,00 Kg
Aguacate	92.646,00 Kg	Polvo de barbacoa	8.030,00 Kg
Hamburguesa vegana	84.480,00 uds	Pechuga amarilla	7.990,00 Kg
Costilla	84.430,00 Kg	Azúcar blanquilla	7.679,00 Kg
Tomate	74.582,00 Kg	Mostaza normal	7.554,80 Kg
Ketchup	74.620,80 Kg	Plátano banana	6.428,00 Kg
Cebolla blanca	66.308,00 Kg	Championes	6.169,50 Kg
Pan vegano	65.840,00 uds	Frutas del bosque congeladas	5.445,00 Kg
Leche	54.552,00 Lts	Galleta maría	5.390,40 Kg
Aros de cebolla natural	41.700,00 Kg	Polvo de patatas	4.900,00 Kg
Vinagre vino blanco	41.680,00 Lts	Zumo de naranja	4.164,00 Lts
Leche condensada	33.610,80 Kg	Panela	3.388,66 Kg

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 2020 generamos 24.091,65 m³ de residuos (un 13% menos que en el 2019, cuando se registraron 27.571 m³ en el promedio de 80 restaurantes de GOIKO). Esta disminución se puede asociar al cierre de las salas por las restricciones gubernamentales para combatir la COVID-19. Este es un dato estimado calculado a partir de los 3 cubos de basura de 250 litros cada uno que tenemos en los 80 locales (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 341 días hábiles (en lugar de 361 como en el 2019, a causa del coronavirus). En otro orden de cosas, los residuos considerados peligrosos son gestionados a través de empresas autorizadas.

En el 2020, la logística de pedidos se complicó sobremanera debido al coronavirus. Las restricciones que entraban en vigor, en ocasiones con 24 horas de margen, complicaban el aprovisionamiento de los locales y el cocinado de los productos ya almacenados en el restaurante. Sin embargo, la coordinación de los equipos a la hora de realizar pedidos, su buen criterio y la práctica ya implementada en el 2019 de realizar pedidos de productos frescos en el día con el fin de que los que se reciban sean únicamente los que se prevén utilizar durante el día permitieron minimizar excedentes y lograr un volumen sobrante prácticamente inexistente al final del día.

Cuando se decretó el estado de alarma y los locales cerraron sus salas en apenas 24 horas, el producto almacenado que podía correr el riesgo de vencer si el cierre se alargaba en el tiempo fue donado a Cruz Roja para poderlo distribuir entre los más necesitados. En concreto, se donaron:

1600 KG



CEBOLLAS

1300 UDS



PAN

416 KG



PATATAS



PLÁTANOS



CALABACINES



LIMONES

Por otro lado, la concienciación en materia de gestión y seguridad alimentaria fue avanzando. No solo se incluye un eje de aprendizaje al respecto en Goiko University, la plataforma lectiva de GOIKO, sino que se incorporó a Central la figura del Responsable de Seguridad Alimentaria para revisar todos los procesos y generar las mejores prácticas a nivel compañía de una manera ordenada y estandarizada.

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: 319.675,419 Kg en el 2020 (vs 169.701.294 Kg en el 2019).
- Plásticos compostables 14.707,536 Kg en el 2020 (vs 19.876,282 Kg en el 2019).
- Plásticos LDPE 0 kg (vs 0 Kg en el 2020 en el 2019).
- Plásticos PET 3.436,291 Kg en el 2020 (vs 2.763,230 Kg en el 2019).

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 2020 si bien casi ha sido inexistente dado el teletrabajo establecido durante casi diez meses a lo largo del año. 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.

Luz

En GOIKO contamos con una instalación lumínica compuesta por luces LED casi al 100% desde nuestros primeros pasos. A cierre de 2020, entre oficinas de GOIKO y restaurantes, se consumieron 8.777.712 kWh, prácticamente lo mismo que en el 2019 (8.546.660 kWh) 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 seis 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, procedente de Canal de Isabel II, alcanzó en 2020 los 72.556 metros cúbicos (prácticamente lo mismo que en el 2019, 70.076,64 metros cúbicos 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, favoreciendo 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

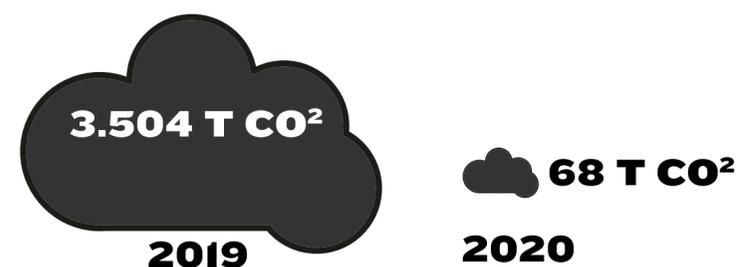
A cierre de 2020, se consumieron 393.197 m³ de gas, un 20% menos que durante el 2019 (cuando el consumo registrado fue de 493.876 m³) según los datos de facturas y cálculos estimativos -el dato real no siempre es obtenible dado que en ocasiones, son los propietarios de los locales alquilados quienes gestionan el consumo). Cabe destacar que en el 2019 comenzamos un proceso de revisión de la eficiencia de la maquinaria de nuestros restaurantes con vistas a agilizar procesos y reducir consumo, maximizando el uso de los recursos. En el 2020, se sumaron 6 locales nuevos al portfolio de GOIKO con menos emisiones de gases por colocar en sus cocinas planchas en lugar de parrillas.

Energía y emisiones

Nuestra actividad precisa el uso de la parrilla para ofrecer los productos estilo Goiko, y eso genera emisiones directas de gas natural por un lado (798,40t de Co₂, englobadas como Emisiones de Alcance 1) y, por otro lado, de electricidad (68t de Co₂, 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.

La reducción en las emisiones de CO_2 asociadas a electricidad se debe a que nuestra fuente energética es casi renovable al 100% hasta junio del 2020 y completamente renovable a partir de julio del 2020 de acuerdo con la certificación energética de nuestros proveedores, que lo acredita. En el 2019, calculamos las emisiones con un índice genérico oficial genérico en lugar del asociado a suministradoras. Por eso, este 2020, las emisiones de CO_2 asociadas a electricidad descienden tanto, puesto que nuestro índice real según la proveedora es 0 a partir de junio.

FUENTE	CATEGORÍA	EMISIÓN DE CO_2 (T) 2019	EMISIÓN DE CO_2 (T) 2020
GAS NATURAL	ALCANCE 1	1.011	798,40
ELECTRICIDAD	ALCANCE 2	3.504	68



EN EL 2020, LAS EMISIONES DE CO_2 ASOCIADAS AL CONSUMO ELÉCTRICO SON PRÁCTICAMENTE NULAS GRACIAS A LA UTILIZACIÓN DE FUENTES ENERGÉTICAS RENOVABLES EN GOIKO.

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 2019 y en el 2020. 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 2020 (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 2020 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, 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 2020 fueron 194 (un 53% menos que el año anterior, 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, limitó el incremento de personal): 27 personas en locales en Zona Norte (44 menos que el año anterior), 9 en Zona Levante (44 menos que el año anterior), 89 en Madrid y Castilla y León (la mitad que el año anterior), 12 en Andalucía (19 menos que el año anterior), 57 en Cataluña y Zaragoza (23 menos que el año anterior), 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 año 2020 no realizamos auditorías a proveedores, pero sí comenzamos la configuración de un Manual de Proveedores que sienta las bases para un nuevo modo de relacionamiento, más claro y eficiente, que activaremos desde el 2021.



1. Información fiscal

A diferencia de en años anteriores, GOIKO comenzó el 2020 desarrollando su actividad en dos países: España y Francia. La pandemia por coronavirus afectó directamente al día a día de la compañía, igual que en muchos otros sectores. En el ejercicio 2020, GOIKO registra un beneficio neto en España de -17.530.938€ (vs -7.983.402€ en 2019) y de -646.687€ en Francia (vs -259.484€ en 2019). Del mismo modo, IBC paga impuestos sobre beneficios en 2020 de 1.988.383,26€ (vs 1.024.252€ en 2019).

BENEFICIO NETO (€)

2020		2019	
ESPAÑA	FRANCIA	ESPAÑA	FRANCIA
-17.530.938	-646.687	-7.983.402	-259.484

SUBVENCIONES PÚBLICAS (€)

2020		2019	
ESPAÑA	FRANCIA	ESPAÑA	FRANCIA
2.492.220,71	0	0	0

IMPUESTO SOBRE BENEFICIOS (€)

2020		2019	
ESPAÑA	FRANCIA	ESPAÑA	FRANCIA
2.078.313,96	-646.687	1.024.252	-259.484

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.

2. Consumidores y clientes

Cada Goiko cuenta con una hamburguesa única que ha sido creada por su staff. Hasta el 2020, esta solo era distribuida en sala, pero dada la pandemia y para evitar perder los ingredientes locales especiales con los que se cocinan, también se incorporó a los canales de Take Away y Delivery de modo que los clientes pudieran disfrutarlas en sus hogares. 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.

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 2020 se registraron 17.279 tickets en Zendesk (7.000 más que en el 2019). Este incremento vino dado por un mayor volumen en los canales de Delivery y Take Away a causa de la COVID-19, que redujo el consumo en salas y redirigió al cliente a esos otros canales de venta. El 100% de los 17.000 tickets fueron resueltos (a diferencia de en 2019, cuando quedaron pendientes 1.509 tickets). Además, cabe destacar que un 79,60% de las peticiones se atendieron en el mismo día y un 83% se procesaron en menos de 48 horas, lo que denota una Atención al Cliente de gran calidad. De los 17.000 tickets, 5.930 fueron incidencias, apenas un 2% más que en el 2019. De ellas, un 43,47% corresponde a Delivery, un 40,35% al Take Away y apenas un 15% en locales; esta distribución refleja, nuevamente, la reubicación de la venta por canales a causa del coronavirus. En 2020 se recibieron 8.197 chats vía Zendesk (un 23% más que en el 2019), de los cuales se atendió más de un 98% (8.062 en total, 5 puntos porcentuales más que en el 2019). Por último, en cuanto a hojas de reclamación físicas, en los locales, se archivaron 108 (un 22% más que en el 2019, con 84 hojas y seis locales menos en activo). 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 2020 desarrollamos una nueva tecnología en tiempo express que permitiera a clientes, staff y riders tener 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 (Deliveroo, Uber Eats 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, Manuel Corbacho, rider que colabora con Deliveroo, 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.



“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”

ANTHONY FARIA

3. 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 2020 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

A la hora de contratar proveedores no contamos con requisitos obligatorios de carácter medioambiental o social ni existe una política de compras en las que se cataloguen como imprescindibles las cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales, ni realizamos auditorías específicas, pero sí valoramos positivamente que nuestros proveedores cuenten con 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.



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 2020 no se realiza formación específica sobre normas y políticas anticorrupción y soborno, pero a día de hoy el Grupo se encuentra en proceso de desarrollar este marco operativo con la ayuda de proveedores externos. Como comentábamos con anterioridad, a finales del 2020 se configuró el Código Ético del Grupo, que será distribuido y aplicado durante el primer semestre del 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 2020, dada la circunstancia generada por la COVID-19, el Grupo se ha implicado en donaciones en concepto de especie y de visibilidad de causas sociales relevantes. Si bien no se alcanzaron los 12.000€ donados en el ejercicio del 2019, dentro de la complejidad del año 2020 estamos muy felices por haber sido capaces de crear valor y apoyar causas de corazón con los recursos que teníamos disponibles.

Además de la donación de alimentos a Cruz Roja, se han puesto en marcha dos acciones muy relevantes de manera proactiva. La primera comenzó a la vez que el estado de alarma y tuvo como objetivo ayudar al colectivo social que más nos estaba ayudando a luchar contra el coronavirus: el personal sanitario. La sociedad tomó por costumbre aplaudirles a las 20:00h cada día, y nosotros decidimos darles un homenaje convirtiendo nuestras cocinas en nuestros balcones especiales desde donde expresarles nuestra gratitud. Nos sumamos a la iniciativa colectiva #Food4Heroes por la que, coordinando esfuerzos con otros restaurantes, podíamos acercar comida a diferentes hospitales.

Le dimos el toque GOIKO convirtiendo nuestras bolsas en lienzos y escribiendo sobre ellas líneas enviadas por nuestros seguidores de Instagram, quienes deseaban hacer llegar al personal sanitario sus mensajes de ánimo. En total, visitamos 10 hospitales (La Paz, Fundación Jiménez Díaz, Clínico San Carlos, H. Cruz Roja, H. de la Princesa, Milagrosa, Gregorio Marañón, Rey Juan Carlos, Hospital Universitario de Móstoles y Ramón y Cajal) y distribuimos 870 hamburguesas y 210 raciones de patatas fritas durante quince días. Esta acción tuvo un significado especial para GOIKO porque Andoni, nuestro fundador, estudió Medicina y fue residente en uno de los hospitales a los que acudimos; por ello, sentíamos que estábamos ayudando a nuestra propia familia. Además, para cerrar el 2020 decidimos llevar a cabo una entrega especial el 30 de diciembre. Entregamos 47 Fun Boxes (27 en La Paz y 20 en la Fundación Soñar Despierto, con la que también colaboramos), entregando 188 burgers más. De hecho, fue en enero del 2020 cuando comenzamos con esta fundación, a

través de la que organizamos una comida solidaria por el Día de Reyes y en la que repartimos 130 Kevin Bacons y 20 Kikis. En total, esto equivaldría a unos 1.834,04€, más el tiempo empleado de preparación y reparto para las acciones vinculadas a la donación en hospitales.

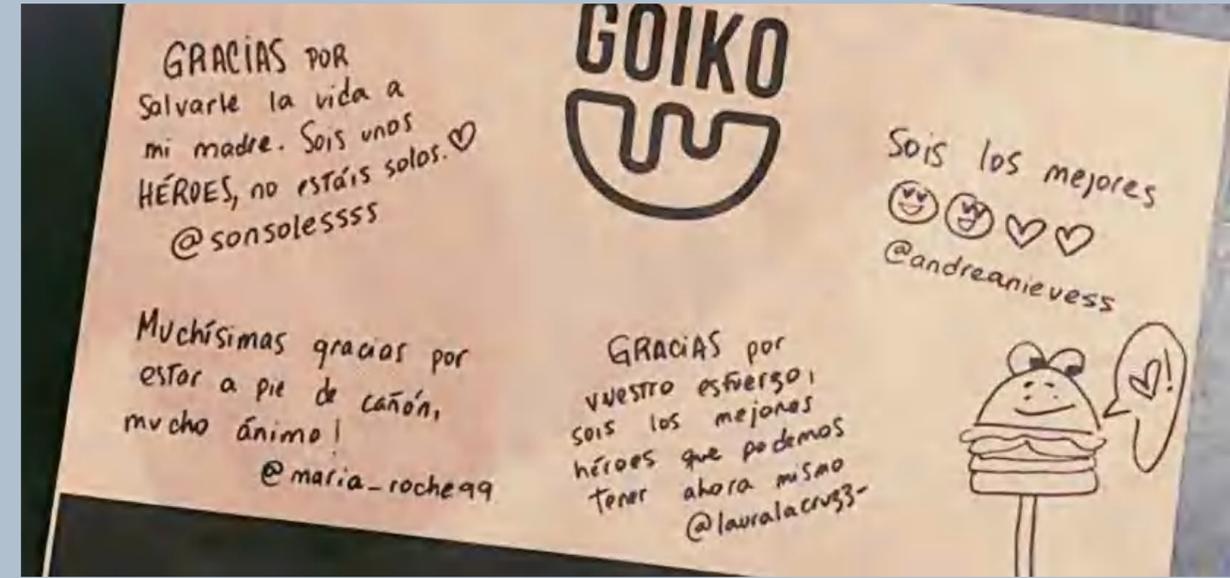
Por otro lado, para la Fundación Soñar Despierto también activamos una iniciativa espectacular. Nos dimos cuenta de que uno de los colectivos más afectados por la pandemia eran niños y jóvenes en riesgo de exclusión social que contaban de partida con menos oportunidades por su contexto familiar y social y esto se veía aún más agravado.

La Fundación Soñar Despierto anima a los jóvenes a seguir soñando y trabajando duro para hacer realidad sus sueños, y les ayudan proporcionándoles herramientas educativas, profesores, tutores y talleres, por lo que decidimos apoyarles. Contactamos con Blue Banana Brand, marca de ropa, porque ambos compartimos una visión común de superarnos y alcanzar el éxito haciendo las cosas bien, y decidimos diseñar la camiseta solidaria más cool, la «Dream Tee», con el claim «Vamos a comernos el mundo» en inglés impreso sobre ella. Los beneficios de su venta (vendimos 364 unidades) fueron destinados a este colectivo de menores a través de Soñar Despierto, por valor de 1.899,69€. Asimismo, aportamos visibilidad a la causa a través de nuestro Instagram, donde publicamos un post que alcanzó un 24.24% de engagement on reach (vs 18.26% en el sorteo previo), un 12.29% en engagement rate (vs 10.93% en el sorteo previo) y 42.5K comentarios (vs 29K en el sorteo previo), y alcanzamos titulares de prensa como La Publicidad con nuestra iniciativa.

LA CAMISETA DREAM TEE, DISEÑADA EN COLABORACIÓN CON BLUE BANANA, RECAUDÓ 1.899,69€ PARA AYUDAR A LOS JÓVENES DE LA FUNDACIÓN SOÑAR DESPIERTO A SEGUIR SUPERÁNDOSE Y FORMÁNDOSE



Convertimos nuestras cocinas en los balcones desde donde aplaudir a los sanitarios. Repartimos más de 1.000 burgers en 10 hospitales de Madrid y nuestras bolsas se llenaron de mensajes de ánimo de nuestros seguidores de Instagram.



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. Se estima que a lo largo del primer semestre del 2021 se validará internamente para, en conjunto con las comisiones de trabajo, iniciar la redacción del Plan de Igualdad y activarlo antes de que concluya el año. 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. Cabe destacar que en 2020 incorporamos la figura del Responsable de Cumplimiento dentro de GOIKO así como la figura del Responsable de Relaciones Laborales, para poder impulsar las buenas prácticas en estas materias.

Pese a no contar con medidas oficiales ni procedimientos de diligencia para prevenir, reparar, mitigar o gestionar la vulneración de DDHH, los datos con los que contamos a fecha de 2020 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. Esto fue inmensamente complicado en el 2020 dada la situación generada por la pandemia pero, aun así, se diseñaron nuevas iniciativas que permitieran esta conexión, como eventos virtuales en los que poder compartir.

En GOIKO también contamos con procedimientos de control y evaluación internos como la En-

cuesta de Clima Laboral. En circunstancias normales, esta se lanza dos veces al año y en ella se recogen preguntas que permiten al empleado valorar su situación, comunicar sus preocupaciones en el ámbito laboral, así como sus frustraciones y miedos. En el 2020 no fue posible debido a la situación generada por la pandemia, en la que los esfuerzos de RRHH estuvieron enfocados en sistemas de escucha inmediatos que pudieran resolver problemáticas urgentes como desciertos en la gestión de los pagos por parte del SEPE. En ausencia de la encuesta de Clima, el correo soportestaff@goiko.com, la red social Beekeeper y las Asambleas virtuales de las que hablábamos con anterioridad se erigieron como canal principal para que los empleados pudieran compartir sus preocupaciones y peticiones. También el diagnóstico implementado para llevar a cabo el Plan de Igualdad fue una fuente de información relevante.

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

INTRODUCCIÓN

MODELO DE NEGOCIO

CONTEXTO DE ACTIVIDAD

GESTIÓN DE ASPECTOS NO FINANCIEROS

- Personal
- Cuestiones ambientales
- Sociedad

- Lucha contra la corrupción y el soborno
- Respeto de los derechos humanos

ANEXOS

GOIKO

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

	ÁMBITOS	MARCO DE REPORTING	REF
MODELO DE NEGOCIO	Descripción del modelo de negocio: –Entorno empresarial –Organización y estructura –Mercados en los que opera –Objetivos y estrategias – Principales factores y tendencias que pueden afectar a su futura evolución	GRI 102-2 Actividades, marcas, productos y servicios GRI 102-3 Ubicación de la sede GRI 102-4 Ubicación de las operaciones GRI 102-15 Principales impactos, riesgos y oportunidades	PAG 8 - 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	PAG 12
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 GRI 102-15 Principales impactos, riesgos y oportunidades	PAG 12 - 13

CUESTIONES MEDIOAMBIENTALES

	ÁMBITOS	MARCO DE REPORTING	REF
GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL	Efectos actuales y previsibles de las actividades de la empresa	Marco interno: Descripción cualitativa de los principales efectos actuales y previsibles	PAG 37-40
	Procedimientos de evaluación o certificación ambiental	Marco interno: Descripción cualitativa de evaluaciones y certificaciones	
	Recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales	Marco interno: Descripción cualitativa de los recursos	
	Aplicación del principio de precaución	GRI 102-11 Principio o enfoque de precaución	
	Cantidad de provisiones y garantías para riesgos ambientales	Marco interno: Descripción cualitativa de las provisiones	
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	PAG 40 - 41
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	PAG 40
	Acciones para combatir el desperdicio de alimentos	Marco interno: Descripción cualitativa de la gestión de los alimentos para prevenir su desperdicio	PAG 40

CUESTIONES MEDIOAM- BIENTALES

	ÁMBITOS	MARCO DE REPORTING	REF		ÁMBITOS	MARCO DE REPORTING	REF
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	PAG 41	CAMBIO CLIMÁTICO	Elementos importantes de las emisiones de gases de efecto invernadero generadas	GRI 305-1 Emisiones directas (Scope 1) GRI 305-2 Emisiones indirectas (Scope 2)	PAG 42
	Consumo de materias primas	Marco interno: descripción cuantitativa de las materias primas consumidas y las medidas para la reducción de su consumo	PAG 39 - 40		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.	PAG 42
	Medidas adoptadas para mejorar la eficiencia de su uso	Marco interno: Descripción cualitativa de las medidas adoptadas	PAG 41 - 42		Metas de reducción establecidas voluntariamente	Marco interno: Descripción cualitativa de las metas establecidas	PAG 42
	Consumo, directo e indirecto, de energía y medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética	GRI 302-1 Consumo energético dentro de la organización Marco interno: Descripción cualitativa de las medidas adoptadas	PAG 41	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
	Uso de energías renovables	Descripción cualitativa del uso de energías renovables	PAG 42		Impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas		

CUESTIONES SOCIALES Y RELATIVAS AL PERSONAL

EMPLEO	ÁMBITOS	MARCO DE REPORTING	REF
	Número total y distribución de empleados por sexo, edad, país y categoría profesional	GRI 102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores GRI 405-1 Diversidad en órganos del gobierno y empleados	PAG 19 - 22
	Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo	GRI 102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores	PAG 22 - 23
	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	PAG 24 - 25
	Número de despidos por sexo, edad y categoría profesional	Marco interno: Número total de despidos desglosados por sexo, edad y categoría profesional	PAG 26 - 27
	Brecha salarial	Dato reportado según criterio interno a través de la siguiente fórmula: $BS = ((RH-RM) / RH) \cdot 100$ Donde, RH = Retribución media de los hombres de la plantilla RM = Retribución media de las mujeres de la plantilla	PAG 28 - 29

EMPLEO	ÁMBITOS	MARCO DE REPORTING	REF
	Remuneración media por sexo, edad y categoría profesional	Marco interno: Remuneración media incluyendo fijo/variable	PAG 27 - 29
	Remuneración media de los consejeros por sexo	Marco interno: Remuneración media de los consejeros por sexo	PAG 29
	Remuneración media de los directivos por sexo	Marco interno: Remuneración media de los directivos por sexo	PAG 29
	Implantación de políticas de desconexión laboral	Marco interno: Descripción cualitativa de las políticas vigentes	PAG 30 - 31
	Empleados con discapacidad	GRI 405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados	PAG 21
ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO	Organización del tiempo de trabajo	Marco interno: Descripción cualitativa de la organización del tiempo de trabajo	PAG 18 - 20
	Número de horas de absentismo	Marco interno: Número de horas de absentismo por accidente laboral	PAG 33
	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	PAG 19 - 20

CUESTIONES SOCIALES Y RELATIVAS AL PERSONAL

	ÁMBITOS	MARCO DE REPORTING	REF
SALUD Y SEGURIDAD	Condiciones de salud y seguridad en el trabajo	Marco interno: Descripción cualitativa de las condiciones	PAG 30 - 31
	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	PAG 32 - 33
RELACIONES SOCIALES	Organización del diálogo social	Marco interno: Descripción cualitativa de la organización del diálogo social	PAG 35 - 36
	Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país	Marco interno: número de empleados cubiertos por convenio colectivo sobre el total de empleados	PAG 15 - 17
	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	PAG 15 - 17
FORMACIÓN	Políticas implementadas en el campo de la formación	Marco interno: Descripción cualitativa de las políticas implementadas en el campo de la formación	PAG 34
	Cantidad total de horas de formación por categorías profesionales.	Marco interno: Cantidad total de horas de formación	PAG 34

	ÁMBITOS	MARCO DE REPORTING	REF
IGUALDAD	Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres	Marco interno: Descripción cualitativa de las medidas	PAG 21 y 50
	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	PAG 21 y 50
	Integración y la accesibilidad universal de las personas con discapacidad	Marco interno: Descripción cualitativa de las medidas de integración	PAG 13, 21 y 33
	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	PAG 50

INFORMACIÓN SOBRE EL RESPETO DE LOS DERECHOS HUMANOS

ÁMBITOS	MARCO DE REPORTING	REF
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	PAG 50
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	PAG 50
Denuncias por casos de vulneración de derechos humanos	Marco interno: Número de denuncias recibidas durante el ejercicio	PAG 50
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	PAG 50

INFORMACIÓN RELATIVA A LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN Y EL SOBORNOS

ÁMBITOS	MARCO DE REPORTING	REF
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	PAG 47
Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales	Marco interno: descripción cualitativa de las medidas	PAG 47
Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro	Marco interno: Cuantía de las aportaciones en euros	PAG 47 - 48

INFORMACIÓN SOBRE LA SOCIEDAD

	ÁMBITOS	MARCO DE REPORTING	REF
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	PAG 27 y 43
	Impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio	Marco interno: Descripción cualitativa del impacto	
	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	PAG 43
	Acciones de asociación o patrocinio	Marco interno: Descripción cualitativa de las principales acciones	PAG 48 - 49
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	PAG 46
	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	
	Sistemas de supervisión y auditorías y resultados de las mismas	Marco interno: Descripción cualitativa y cuantitativa de los sistemas de supervisión	

	ÁMBITOS	MARCO DE REPORTING	REF
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	PAG 45
	Sistemas de reclamación	Marco interno: Descripción cualitativa de los sistemas de reclamación	PAG 44 - 45
	Quejas recibidas y resolución de las mismas	Marco interno: Número de reclamaciones y desglose según su estado	
INFORMACIÓN FISCAL	Beneficios obtenidos país por país	Marco interno: Resultado antes de impuestos por país	PAG 44
	Impuestos sobre beneficios pagados	Marco interno: Impuesto sobre beneficios pagados	
	Subvenciones públicas recibidas	Marco interno: Subvenciones públicas recibidas	

ANEXO I: MATERIAS PRIMAS 2019

PRODUCTO	CANTIDAD	PRODUCTO	CANTIDAD
Patatas	7.832.044,00 Kg	Helado de vainilla	48.400,00 Kg
Pan	6.018.700,00 uds	Pan vegano	48.040,00 uds
Teques	2.606.400,00 uds	Plátano banana	47.630,00 Kg
Huevo	1.241.004,00 uds	Té Goiko	43.368,00 uds
Carne de hamburguesa	593.642,00 Kg	Miel	42.528,00 Kg
Sweet potato	485.472,00 Kg	Leche condensada	37.358,16 Kg
Aceite de girasol	362.400,00 Lts	Vinagre vino blanco	35.734,00 Lts
Patatas finas McCain	299.000,00 Kg	Mostaza normal	34.184,00 Kg
Bacon	232.135,00 Kg	Vinagre de manzana	26.025,00 Lts
Mayonesa	176.006,80 Kg	Pimienta roja y verde	25.545,00 Kg
Tender	171.255,00 Kg	Panela	22.632,00 uds
Tequeñón	162.788,00 Kg	Mézclum	20.737,00 Kg
Queso cheddar	157.187,00 Kg	Nata para montar	19.710,00 Lts
Aguacate	138.456,00 Kg	Azúcar blanquilla	17.974,00 Kg
Agua	132.630,00 Lts	Salsa Worcestershire Lea & Perrins	17.116,00 Lts
Hamburguesa vegana	116.460,00 uds	Setas	16.153,00 Kg
Ketchup	106.908,00 Kg	Cookie 2.0	15.180,00 uds
Limonas	86.403,00 Kg	Polvo de barbacoa	12.210,00 Kg
Cebolla blanca	84.756,00 Kg	Calabacín	9.373,00 Kg
Costilla	83.945,00 Kg	Frutas del bosque congeladas	6.845,00 Kg
Tomate	79.641,00 Kg	Pollo empanado de Kiki	6.440,00 Kg
Aros de cebolla natural	65.976,00 Kg	Alitas crispy	6.025,00 Kg
Leche	56.228,00 Lts	Championes	5.428,00 Kg
Azúcar moreno	53.712,00 Kg	Polvo de patatas	5.045,00 Kg
Pechuga amarilla	49.667,00 Kg	Galleta maría	4.876,80 Kg

ANEXO II: TABLA COMPLETA DE EVOLUTIVO 2019-2020 DE REMUNERACIONES POR EDAD**TABLA#4A EVOLUTIVO 2019-2020 REMUNERACIONES POR EDAD****GOURMET**

EDAD	#1 (16-24)	#2 (25-34)	#3 (35-44)	#4 (45-55)	#5 (+DE 55)
REMUNERACIÓN	16.686,00€	17.503,00€	17.297,00€	16.683,00€	
TOTALES	18.336,76€	19.157,48€	19.172,84€	18.911,91€	

YAKUZA

EDAD	#1 (16-24)	#2 (25-34)
REMUNERACIÓN	16.121,00€	16.795,00€
TOTALES	16.622,92€	17.676,56€

CENTRAL

EDAD	#1 (16-24)	#2 (25-34)	#3 (35-44)	#4 (45-55)	#5 (+DE 55)
REMUNERACIÓN	28.178,00€	32.934,00€	37.228,00€	35.484,00€	32.406,00€
TOTALES	22.000,00€	31.457,54€	41.211,45€	67.110,10€	38.950,00€

TABLA#4A EVOLUTIVO DE REMUNERACIONES POR EDAD A NIVEL GRUPO (2019-2020)

EDAD	#1 (16-24)	#2 (25-34)	#3 (35-44)	#4 (45-55)	#5 (+DE 55)
REMUNERACIÓN 2020	18.986,56	22.763,86	30.192,15	43.011,01	38.950,00
REMUNERACIÓN 2019					

ANEXO III: TABLA COMPLETA DE EVOLUTIVO 2019-2020 DE REMUNERACIONES POR CATEGORÍA PROFESIONAL
TABLA#4B EVOLUTIVO 2019-2020 REMUNERACIONES POR CATEGORÍA PROFESIONAL

GOURMET		
	REMUNERACIÓN	TOTALES
#1(AYU.CAMARERO/COCINERO)	16.602,00€	17.251,98€
#2 (CAMAREROS/COCINEROS)	16.782,00€	
#3 (CAP.DE ÁREA COCINA/SALA)	21.235,00€	
#4 (GOIKO MANAGERS)	24.653,00€	25.563,25€
YAKUZA		
	REMUNERACIÓN	TOTALES
#2 (CAMAREROS/COCINEROS)	16.430,00€	
#3 (CAP.DE ÁREA COCINA/SALA)	00€	
CENTRAL		
	REMUNERACIÓN	TOTALES
#5 (ASISTENTES)	21.810,00€	19.496,00€
#6 (TÉCNICOS)	22.292,00€	23.726,90€
#7 (GERENTES)	34.176,00€	37.110,61€
#8 (DIRECTORES)	77.873,00€	82.912,64€
#9 (CONSEJEROS)		0,00€

EVOLUTIVO DE REMUNERACIONES POR CATEGORÍA PROFESIONAL A NIVEL GRUPO (2019-2020)

	REMUNERACIÓN 2020	REMUNERACIÓN 2019
#1(AYU.CAMARERO/COCINERO)	17.251,98	
#2 (CAMAREROS/COCINEROS)	17.618,71	
#3 (CAP.DE ÁREA COCINA/SALA)	21.377,62	
#4 (GOIKO MANAGERS)	25.563,25	
#5 (ASISTENTES)	19.496,00	
#6 (TÉCNICOS)	23.726,90	
#7 (GERENTES)	37.110,61	
#8 (DIRECTORES)	103.885,00	
#9 (CONSEJEROS)	0,00	

ANEXO IV: TABLA COMPLETA DE EVOLUTIVO 2019-2020 DE REMUNERACIONES POR CATEGORÍA PROFESIONAL

TABLA#4C REMUNERACIÓN POR GÉNERO Y BRECHA SALARIAL (2019-2020)

	2020		2019		BRECHA SALARIAL	
	GÉNERO	REMUNERACIÓN €	GÉNERO	REMUNERACIÓN €	2020	2019
GOURMET	HOMBRE	18.963,32	HOMBRE	17.364	0,97 (Rest GOIKO + Goiko Basics)	2,9
	MUJER	18.778,88	MUJER	16.866		
OPERACIONES	HOMBRE	41.024,14	HOMBRE	37.232	15,68 (Central)	23,8
	MUJER	34.593,24	MUJER	28.365		
YAKUZA	HOMBRE	17.396,70	HOMBRE	16.292	1,77	-2,3
	MUJER	17.089,35	MUJER	16.659		
TOTAL	HOMBRE	74.324,66	HOMBRE		3,704	
	MUJER	71.571,36	MUJER			

