



APOYAMOS  
AL PACTO MUNDIAL

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

Agradecemos cualquier comentario sobre su contenido.

**AVANZA FOOD**



**INFORME DE PROGRESO**

**2020**

**AVANZA FOOD**

# Estructura de Contenidos

01

**Carta de Renovación del Compromiso**

02

**Avanza Food, un gran grupo de Restauración**

Avanza Food, un grupo líder de Restauración

¿Quiénes Somos?

Ámbito de actuación

Estructura organizativa

Liderando la transformación del sector

Haciendo historia en la Restauración Organizada en España

Nuestros valores nos definen

Plan Director ESG 2019-2021

Nuevo Sustainability Champion 2020

03

**Metodología**

04

**Análisis**

Elementos aplicados por grupos de interés

Temáticas contempladas

Objetivos de Desarrollo Sostenible

Compromiso con nuestros Empleados

Compromiso con el Medio Ambiente

Compromiso con nuestros Clientes

Compromiso con nuestros Proveedores

Compromiso con la Comunidad

Compromiso con nuestros Socios

05

**Anexos**

---

# CARTA DE RENOVACIÓN DEL COMPROMISO

*"Seguimos AVANZANDO"*

## INFORME DE PROGRESO 2020

Estimados Señores,



Es todo un orgullo presentar, un año más, nuestro Informe de Progreso 2020, con el que renovamos nuestro compromiso con el Pacto Mundial de Naciones Unidas, del que formamos parte desde 2018, cuando nos convertimos en el primer grupo español de Restauración en unirse como miembro Signatory de la Red Española. Y esta vez lo hacemos como Avanza Food, nuestra nueva identidad corporativa, que refleja mucho mejor nuestros valores y proyección de futuro.

Lamentablemente, el año 2020 ha marcado un antes y un después para todos, donde nos hemos tenido que enfrentar a la peor crisis sanitaria, económica y social de los últimos tiempos. Una crisis en la que el sector de la Restauración Organizada está siendo uno de los más afectados, con continuas limitaciones y restricciones de horarios y aforos que han afectado muy negativamente al día a día de nuestros negocios.

Pero precisamente en tiempos de crisis, es cuando las grandes empresas y equipos demuestran su solidez y liderazgo. Por ello, como grupo de Restauración de referencia, hemos sido todo un símbolo de lucha, buscando siempre nuevos modelos de negocio que nos permitiesen seguir liderando la transformación del sector. Y sobre todo, demostrando nuestro firme compromiso con la sostenibilidad, como palanca de creación de valor social, medioambiental y financiero.

Pese a las enormes dificultades, hemos seguido dando continuidad a nuestro “Plan Director ESG Avanza Food 2019-2021”, basado en aquellos Objetivos de Desarrollo Sostenible, sobre los que nuestra actividad tiene un mayor impacto. Entre otros, hemos logrado importantes avances en la lucha contra el desabastecimiento de agua y en la protección del medio ambiente, gracias a nuestro proyecto con AUARA, contribuyendo al ODS 6. También hemos impactado muy positivamente al ODS 7, a través de la firma de un contrato de suministro eléctrico con Axpo Iberia, por el que desde julio de 2020, todos nuestros Restaurantes tienen un consumo de energía 100% procedente de fuentes renovables. Y hemos seguido avanzado en nuestro compromiso con el ODS 13, a través de la eliminación de plásticos de un solo uso en todos nuestros restaurantes.

Y por supuesto, como parte de nuestra vocación de servicio público y responsabilidad con la sociedad, hemos sido todo un ejemplo de compromiso con aquellos que más lo necesitan, a través de la iniciativa “#JuntosEsMejor”, nuestro gran proyecto de unión desde 2020, que nos ha permitido estar al lado de todos aquellos colectivos esenciales, que lucharon en primera línea contra el COVID-19, así como de cientos de familias en riesgo de exclusión social, cuya situación se ha visto especialmente agravada desde el inicio de la pandemia, contribuyendo así a los ODS 10 y 2.

En Avanza Food queremos ser la empresa de Restauración Multimarca de referencia en el sector de la Restauración Organizada, por nuestro Compromiso, Responsabilidad, Excelencia, Trabajo en Equipo y Audacia. Seguimos avanzando, para crear un mundo mejor, donde las empresas actúen de forma responsable y generen Valor Sostenible, ya que como bien reza nuestro lema: Juntos Es Mejor.



Sergio Rivas  
CEO Avanza Food



**AVANZA FOOD**

JUNTOS ES MEJOR

**AVANZA FOOD**

**UN GRAN GRUPO DE RESTAURACIÓN**

## **AVANZA FOOD, UN GRUPO LÍDER DE RESTAURACIÓN**

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

Durante estos tres años, se ha convertido en uno de los grandes protagonistas del sector, a la vanguardia del crecimiento y expansión del Sistema de Franquicia y de la Restauración Organizada en España.

Una gran Central Franquiciadora con más de 400 restaurantes que reciben al año a más de 10 millones de clientes, y un gran portfolio de Marcas Propias de prestigio nacional e internacional, líderes en sus segmentos, como Carl's Jr., Tony Roma's, Tommy Mel's, La Chelinda, Official Irish Pub, Gambrinus, y Cervecería Cruz Blanca, así como sus nuevas Marcas Virtuales, que el grupo ha desarrollado en el último año para impulsar su división de Dark Kitchens y su firme apuesta por el canal Delivery.

En abril de 2021, el grupo pasó a denominarse Avanza Food. Una nueva identidad corporativa, que refleja mucho mejor sus valores, así como su liderazgo, apuesta por la innovación, capacidad de superación y proyección de futuro. Una nueva etapa, con la que quiere seguir liderando la transformación del sector y consolidarse como un grupo de Restauración de referencia en España.



## AVANZA FOOD EN CIFRAS

### ¿Quiénes somos?

Somos una gran central franquiciadora con:

MÁS DE **400**  
RESTAURANTES

**10%**  
PROPIOS

**90%**  
FRANQUICIADOS  
Y ASOCIADOS

EL **50%**

DE NUESTROS FRANQUICIADOS  
CUENTAN CON MÁS DE  
1 RESTAURANTE

**4.161**  
EMPLEADOS  
(DIRECTOS E INDIRECTOS)

**200** APERTURAS  
OBJETIVO 2025

MÁS DE **10 M**  
DE CLIENTES AL AÑO



## ÁMBITO DE ACTUACIÓN

A cierre de 2020, Avanza Food contaba con 419 restaurantes operativos en España, distribuidos en todo el ámbito nacional.

### DÓNDE ESTÁN NUESTRAS MARCAS



### RESTAURANTES PROPIOS Y FRANQUICIADOS



### ESTABLECIMIENTOS ASOCIADOS



## ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

A lo largo de 2020, en el que sin duda ha sido el año más difícil al que nos hemos tenido que enfrentar, Avanza Food ha apostado por consolidar un Comité de Dirección formado por profesionales de primer nivel, que cuentan con una dilatada experiencia en el mundo de la Franquicia y la Restauración, con el objetivo de hacer frente al nuevo escenario al que ha tenido que enfrentarse el sector de la Restauración Organizada en España.

En la actualidad, el Comité Ejecutivo de Avanza Food está formado por 6 miembros:



AF

### LIDERANDO LA TRANSFORMACIÓN DEL SECTOR

Avanza Food ha sido, sin ninguna duda, el mejor ejemplo de liderazgo, lucha y superación en el sector de la Restauración Organizada durante 2020.

Un año que ha marcado un antes y un después para todos, donde hemos tenido que enfrentarnos a la peor crisis sanitaria, económica y social de nuestros tiempos. Y un año, donde su fortaleza y vocación de líder han quedado más patentes que nunca. Y es que en tiempos de crisis, es cuando las grandes empresas y los grandes equipos, demuestran su solidez y liderazgo.

Tras días de mucha incertidumbre, el 14 de marzo de 2020 el Gobierno de España declaró el Estado de Alarma, por el que entre otras medidas, se decretaba la suspensión de prácticamente toda la actividad comercial, incluyendo la Hostelería y la Restauración.

Sin embargo, como parte de su vocación de servicio público, compromiso y responsabilidad con la sociedad, Avanza Food fue una de las pocas compañías en tener claro desde el principio que debía mantener algunos restaurantes operativos de Carl's Jr., Tony Roma's, Tommy Mel's y La Chelinda, siempre y cuando fuese posible, dando servicio a través de las Plataformas de Delivery.

Llevando por bandera su lema "Juntos Es Mejor", Avanza Food ha luchado por buscar siempre alternativas que le permitiesen seguir avanzando, anticipándose y adaptándose a la nueva realidad, para seguir liderando la transformación del sector.

Para ello, desde mediados de 2020 Avanza Food apostó por una nueva Estructura Organizativa basada en tres Divisiones estratégicas: por un lado, su División de Restaurant Brands, donde se encuentran sus Marcas más emblemáticas, como Carl's Jr., Tony Roma's, Tommy Mel's y La Chelinda. Por otro, su División de Heineken Licenses, formada por sus Marcas más cerveceras, como Official Irish Pub, Gambrinus y Cruz Blanca.

Y finalmente, su nueva División de Dark Kitchens & Virtual Brands, una de las áreas más estratégicas para la compañía, que engloba los nuevos modelos de negocio completamente innovadores y exclusivos para el canal Delivery desarrollados por el grupo en 2020, como consecuencia de la aceleración de la digitalización de la Restauración Organizada en España.

Así, durante 2020 Avanza Food creó un portfolio de más de 10 Marcas Virtuales, que le permitieron adaptarse con rapidez a las nuevas tendencias del sector, lograr una mayor cuota de mercado, reducir el impacto, y limitar la caída frente al resto de operadores del sector.

Y en julio de 2020 abrió su primera Dark Kitchen en Valladolid: un proyecto que el grupo testó y desarrolló durante ese año, convirtiéndose en una compañía pionera, y que le ha llevado a apostar por el sistema de franquicias para su expansión a lo largo de 2021.

Por todo ello, en 2020 Avanza Food se ha consolidado como uno de los grandes protagonistas del sector, siempre a la vanguardia en la búsqueda de nuevas vías de crecimiento, que le permitan seguir liderando la transformación del sector de la Restauración Organizada y de la Franquicia en España.



## HACIENDO HISTORIA EN LA RESTAURACIÓN ORGANIZADA EN ESPAÑA



El liderazgo y la solidez demostrados por Avanza Food en los últimos años, y en especial desde marzo de 2020, han quedado patentes en el sector.

Prueba de ello es que en 2020 el grupo recibió nada menos que cuatro premios

en la XVII Edición de los Hot Concepts, considerados como los premios más prestigiosos de la Hostelería y la Restauración a nivel nacional, que otorga anualmente la revista Restauración News.

Unos galardones que tienen un especial mérito, porque el jurado está compuesto por directivos y profesionales de grandes empresas del sector, y por tanto, los premios suponen un reconocimiento de la propia industria.

Así, Sergio Rivas, CEO de Avanza Food, fue galardonado con el premio Hot Concept al Empresario del Año, una de las categorías de mayor prestigio. Tras haber recibido el Premio Honorífico 2019 de Restauración News, y el Premio Nacional de Franquicia 2019 a la mejor Trayectoria Profesional en el Sector, concedido por el Salón Internacional de Franquicia junto con la Asociación Española de Franquiciadores, el directivo volvía a recibir el respaldo y reconocimiento por parte de los profesionales del sector, como uno de los directivos más destacados en el ámbito de la Restauración Organizada en España.

Por su parte, Paz Serrano, directora Corporativa de Real Estate & Franchise fue nombrada “Mujer del Año”, categoría que se estrenaba por primera vez en

dicha edición, reconociendo su labor como una de las grandes directivas del sector.

También la Marca Tony Roma’s recibió el Hot Concept a su Trayectoria Empresarial, por sus casi 50 años de historia a nivel mundial, y 25 años de presencia en España, donde fue la primera cadena 100% americana en abrir sus puertas, y donde ha logrado posicionarse como una de las marcas más emblemáticas de la restauración temática organizada a nivel nacional.

Y por último, la cadena de hamburgueserías californiana Carl’s Jr., se hizo con el premio a la mejor Campaña de Marketing por su *“Respect The Democracy. Si nos va a tocar comérmolos, al menos disfrutemos de su sabor.”*

Por primera vez en sus 17 ediciones de historia, una misma compañía se alzaba con cuatro galardones, consolidando a Avanza Food como un grupo de Restauración de referencia a nivel nacional, y uno de los grandes protagonistas del sector a lo largo del año.



## NUESTROS VALORES NOS DEFINEN

Avanza Food tiene como objetivo ser la empresa de Restauración Multimarca de referencia en el sector de la Restauración Organizada, por su **Compromiso**, **Responsabilidad**, **Excelencia**, **Trabajo en Equipo** y **Audacia**.

Unos Valores Corporativos que internamente les gusta denominar como C.R.E.T.A y que son los pilares estratégicos sobre los que se sustenta el desarrollo de la compañía.



- C** ▶ **COMPROMISO** Desarrollamos nuestra actividad comprometiéndonos socialmente con las personas y ambientalmente con nuestro entorno. Lo hacemos de forma sostenible en el tiempo, dedicando recursos económicos y humanos. Hacemos siempre lo que decimos.
- R** ▶ **RESPONSABILIDAD** Nuestros procesos y proyectos siguen una metodología que nos permite trabajar con el mayor rigor y transparencia. Somos responsables de nuestro trabajo y de nuestras acciones.
- E** ▶ **EXCELENCIA** Estamos comprometidos en ofrecer la mejor calidad en todas nuestras Operaciones, el Producto que Servimos, el Ambiente que creamos y el Servicio que Prestamos.
- T** ▶ **TRABAJO EN EQUIPO** Trabajar unidos, fomentar la participación, compartir el conocimiento y remar todos juntos, hacen que lleguemos más lejos. Juntos es Mejor.
- A** ▶ **AUDACIA** Tenemos la capacidad de detectar lo que puede crear Valor y nos atrevemos a llevarlo a cabo.

### PLAN DIRECTOR ESG 2019-2021



A lo largo de 2020, pese a las enormes dificultades de un año sin precedentes para todos, el grupo ha continuado avanzando en su firme compromiso por la creación de Valor

Sostenible, apostando por toda una serie de iniciativas enfocadas en aquellos Objetivos de Desarrollo Sostenible sobre los que su actividad tiene mayor impacto, a los que se suma toda una serie de medidas dentro del área de Gobierno Corporativo, en su apuesta por la transparencia y el crecimiento sólido.

Si hay una frase que define a Avanza Food es su lema “*Juntos es Mejor*”. Un lema que refleja la esencia de sus valores corporativos, y su firme compromiso por hacer del Pacto Mundial y sus 10 principios parte de su estrategia y cultura corporativa, y contribuir a crear un mundo mejor, donde las empresas actúen de forma responsable y generen Valor Sostenible.

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

Desde entonces, la compañía ha puesto en marcha su “Plan Director ESG Avanza Food 2019-2021”: un completo programa en materia de Responsabilidad Social Corporativa, denominada internamente ESG (por las siglas en inglés “Gobierno Corporativo, Social y Medio Ambiente”), con el objetivo de consolidarse como el grupo de Restauración multimarca de referencia en el sector de la Restauración Organizada.

Un programa que agrupa objetivos claros y ambiciosos vinculados tanto a la organización, como a cada una de

las personas que forman parte del grupo, y refleja sus valores corporativos que se resumen en las siglas C.R.E.T.A.

### NUEVO SUSTAINABILITY CHAMPION 2020



En febrero de 2020 el Comité de ESG de Avanza Food nombró a Víctor Pereira, People Director del grupo, nuevo Sustainability Champion, el máximo responsable de impulsar el área de ESG a

nivel corporativo, y de liderar el “Plan Director ESG Avanza Food 2019-2021”.

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

Pese a la situación extraordinaria vivida durante todo el año 2020, el Comité de ESG de Avanza Food continuó reuniéndose una vez al mes, con el objetivo de seguir avanzando en los objetivos marcados por la compañía en materia de ESG, en su compromiso con la sostenibilidad como palanca de creación de valor social, medioambiental y financiero.



# METODOLOGÍA

### METODOLOGÍA

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

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

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

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

Una vez establecidos dichos grupos, se ha procedido a identificar aquellas temáticas de sostenibilidad más significativas para los grupos de interés seleccionados. Por último, se describe de forma detallada el trabajo de Avanza Food en cada materia, a través de:

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

**Acciones/Proyectos:** todas aquellas acciones llevadas a cabo a lo largo de 2020, que ayudan a dar forma a las políticas desarrolladas. Unas acciones que están planificadas en el tiempo y diseñadas en base al grupo de interés al que van dirigidas.

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

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

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



# ANÁLISIS

## ELEMENTOS APLICADOS POR GRUPOS DE INTERÉS



EMPLEADOS



MEDIO AMBIENTE



PROVEEDORES



CLIENTES



COMUNIDAD



SOCIOS Y ACCIONISTAS

## TEMÁTICAS CONTEMPLADAS



## OBJETIVOS DE DEARROLLO SOSTENIBLE (ODS)





# COMPROMISO CON NUESTROS EMPLEADOS

### Ambiente laboral



**Garantizar el bienestar, la salud y la seguridad de sus empleados, así como facilitar la conciliación laboral y familiar han sido prioritarios para Avanza Food durante 2020**

#### Plan de Contingencia 2020

Desde el principio de la pandemia, Avanza Food tuvo claro que para superar una crisis, había que estar bien preparados e intentar ir por delante de los acontecimientos. Por eso la compañía permaneció muy atenta desde principios de 2020 a las noticias que llegaban, primero de China, y luego de otros países, y que hicieron dar la voz de alarma.

El 26 de febrero de 2020, cuando la epidemia llegó a Italia y semanas antes de que llegase a España, Avanza Food activó un Comité de Crisis formado por 13 expertos de todas las áreas involucradas en el negocio, y puso en marcha todo un Plan de Contingencia, identificando los posibles escenarios, para anticiparse, adoptar e implementar las medidas de prevención pertinentes, que garantizaran la continuidad tanto del grupo como de cada una de sus Marcas.

Tras decretarse el primer Estado de Alarma por parte del Gobierno en España el 14 de marzo, Avanza Food cerró al público todos sus Restaurantes, manteniendo la operativa solo en algunos de ellos a través de las Plataformas de Delivery.

Con el objetivo de salvaguardar la compañía, el 17 de marzo el grupo se vio obligado a solicitar un Expediente de Regulación Temporal de Empleo (ERTE) por causas de fuerza mayor a la Autoridad Laboral.

En este caso, fue un ERTE global, aunque la compañía mantuvo operativo a un grupo reducido del equipo, que siguió trabajando con el objetivo de adaptar el modelo

de negocio al nuevo escenario al que se debía enfrentar la Restauración Organizada en España.

Avanza Food permaneció en contacto permanente con todos los empleados afectados por el ERTE, apoyándoles, facilitándoles información, y solucionando posibles dudas que pudiesen tener sobre el procedimiento, plazos, etc.

A medida que el plan de Desescalada anunciado por el Gobierno en el mes de mayo lo fue permitiendo, Avanza Food fue rescatando del ERTE a sus empleados. A cierre de 2020 la empresa tenía 507 empleados, de los cuales 152 se encontraban en ERTE parcial y 150 en ERTE completo.

#### Apuesta por la conciliación familiar y el teletrabajo

Ante la evolución de la situación del Coronavirus en España, y siguiendo las recomendaciones de las autoridades sanitarias, Avanza Food apostó desde el 11 de marzo de 2020 por el sistema de teletrabajo para todo el personal de sus oficinas, garantizando la salud de sus empleados y sus familias, y facilitando la conciliación laboral y familiar de sus trabajadores.

Para ello, durante las semanas previas, el equipo de People realizó las gestiones necesarias para corroborar que todos los empleados contaban con recursos suficientes para poder llevar a cabo su actividad profesional desde sus hogares.

Así, todos los empleados de las oficinas centrales de Avanza Food que no se vieron afectados por el ERTE, estuvieron trabajando en remoto desde entonces hasta 2021. El total, fueron 53 empleados.

El Comité de People de Avanza Food siguió de primera mano la evolución de las diferentes fases de la pandemia durante los meses posteriores a la caída del primer Estado de Alarma en junio de 2020, y ante las nuevas olas que se fueron sucediendo, decidió postponer la vuelta presencial a las oficinas hasta septiembre de 2021.

## INFORME DE PROGRESO 2020

### Plan Restaurant Covid Free

Si hay algo que ha demostrado Avanza Food a lo largo de toda esta pandemia, es su compromiso con la salud y la seguridad de todos sus empleados, intentando ir por delante en materia de prevención.

Desde el primer momento de la crisis sanitaria, el grupo apostó por seguir todas las recomendaciones y protocolos que llegaban por parte de las Autoridades Sanitarias, el Gobierno y la OMS, con el fin de priorizar la salud de sus empleados y sus familias, compartiendo con todos ellos todas las pautas y medidas generales de prevención a seguir en cada caso.

Además, Avanza Food fue una de las pocas compañías en tener claro desde el principio que debía mantener algunos locales operativos, siempre y cuando fuese posible, dando servicio a través de las Plataformas de Delivery. Y como corresponde, lo hizo siguiendo las máximas exigencias de control, seguridad, higiene y calidad que la situación requería y requiere, garantizando la salud y el bienestar de sus empleados y clientes.



Así, en marzo de 2020, y en tiempo récord, Avanza Food fue pionera en la adaptación de todos sus procesos y protocolos, poniendo en marcha su programa Safe&Health No-Contact Service. Se trata de todo un programa que refuerza los Planes de Higiene y Sistemas APPCC de sus restaurantes, garantizando un servicio al cliente sin ningún tipo de contacto físico entre las partes en ningún momento, ni en el restaurante, ni en el momento de entrega, tanto en

Delivery (No-Contact Delivery) como en los pedidos para recoger en el restaurante (No-Contact Take Away) o en el servicio a coche (No-Contact Drive Thru), servicios que la compañía fue incorporando de forma pionera, a medida que las diferentes fases de la Desescalada lo fueron permitiendo.

En junio de 2020, y dando un paso más en su apuesta por garantizar los máximos estándares de seguridad y calidad tanto para sus empleados como clientes, Avanza Food puso en marcha el Plan Restaurant Covid Free.

Para ello, el grupo llegó a un acuerdo con Quirónprevención, para que se validasen los protocolos de prevención puestos en marcha por el grupo desde el comienzo de la crisis sanitaria.

Dicho plan constó de cuatro fases: Consultoría, Implantación, Verificación y Certificación, donde se analizaron y mejoraron todas las medias establecidas dentro del programa Safe&Health No-Contact Service.

Finalmente, el grupo recibió el sello de "Certificación de Protocolo Seguro Covid-19", que garantiza que todos sus restaurantes de Carl's Jr., Tony Roma's, Tommy Mel's y La Chelinda, así como sus oficinas centrales de Madrid, son espacios 100% seguros.

Además, desde el mes junio de 2020 Avanza Food realizó mensualmente pruebas de detección de Covid-19 a toda la plantilla, tanto en restaurantes como en oficinas centrales. En total, **de junio a noviembre de 2020 se realizaron 1.402 test de antígenos en toda la plantilla.**



## INFORME DE PROGRESO 2020

### Adelanto de nóminas a Empleados

Asimismo, debido a la saturación de los Sistemas de la Administración durante los primeros meses del Estado de Alarma, y ante la gran inquietud generada por la demora en el pago de las prestaciones por parte del Servicio Público de Empleo Estatal, Avanza Food se puso a disposición de todos sus trabajadores afectados por el ERTE, llevando a cabo el pago de las nóminas de marzo, abril y mayo, como anticipo de las nóminas futuras una vez se reincorporaran del ERTE, con el objetivo de que pudiesen hacer frente a sus necesidades y obligaciones, contribuyendo a reducir la gran incertidumbre vivida en esos días tan difíciles para todos.

En total, **402 empleados de Avanza Food recibieron dicho anticipo. El importe total adelantado por el grupo en concepto de nóminas durante los meses de marzo, abril y mayo fue de 172.506,38€.**



### Apoyo Psicológico

La crisis sin precedentes provocada por el Covid-19 no solo dejó en 2020 consecuencias económicas y sociales, sino que también nos puso a prueba como personas.

Dentro de su Plan de Apoyo, consciente de que una parte importante de su plantilla estaba pasando por circunstancias muy difíciles y complicadas, el grupo llegó a un acuerdo con Azor & Asociados, un gabinete psicológico de reconocido prestigio, con el objetivo de poner a disposición de sus empleados un acceso online gratuito a su amplio catálogo de material estructurado.

### Homenaje a sus Empleados

Uno de los grandes aprendizajes que nos ha dejado esta crisis sanitaria, es el enorme valor que tienen las personas.

Así, en junio de 2020 Avanza Food quiso rendir homenaje a todos sus empleados de los restaurantes Carl's Jr., Tony Roma's, Tommy Mel's y La Chelinda, que permanecieron operativos desde el principio de la alerta sanitaria del Covid-19.

Para ello, Avanza Food realizó un vídeo con imágenes de todos sus trabajadores, agradeciéndoles en primera persona el enorme esfuerzo, dedicación y compromiso que mostraron, y por haber estado a la altura de las circunstancias, en la que sin duda fue la etapa más extrema que ha tenido que afrontar el grupo.

El vídeo se puede visualizar [aquí](#).



### Juntos con Bustos es Mejor

El compromiso de Avanza Food con la Responsabilidad Social Corporativa y la creación de Valor Sostenible, tiene también una parte importante a nivel interno.

Así, en 2020 la compañía puso en marcha “Juntos con Bustos es Mejor”, una iniciativa solidaria, con el objetivo de apoyar a dos empleados del grupo, que atravesaban por una situación familiar muy difícil.

José Luis Bustos y Evelyn Sam, empleados de Tony Roma's, son padres de 3 niños, de los cuales 2 de ellos han sido diagnosticados de Trastorno del Espectro

## INFORME DE PROGRESO 2020

Autista (TEA) y el tercero, lamentablemente, también se encontraba en proceso de diagnóstico en 2020.

Debido a la falta de recursos por parte de los padres para poder hacer frente a los costes de las terapias y medicamentos más adecuados para sus hijos, Avanza Food realizó una aportación económica de su partida presupuestaria del Plan de ESG 2020 a ambos trabajadores, y al mismo tiempo animó a sus empleados y otros grupos de interés a unirse a esta iniciativa.



En total, gracias a la solidaridad y al compromiso de todos los involucrados en este proyecto de UNIÓN y de apoyo interno, **Avanza Food logró recaudar más de 3.000 euros**, que fueron destinados íntegramente a la familia Bustos, para que pudiesen hacer frente a los tratamientos más adecuados para sus hijos, y poder maximizar sus capacidades de

crecimiento, aprendizaje y desarrollo, logrando mayores efectos positivos tanto en sus síntomas como en sus aptitudes.

### Apuesta por una Comunicación Interna Fluida

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

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

Allí, todos los empleados pueden consultar de forma personal todos sus datos de contratación, nóminas, Código de Conducta, políticas internas, y otros documentos relevantes.

Se trata de una herramienta al servicio de los trabajadores, que durante el año 2020 se ha convertido en un canal de comunicación fundamental para la compañía, que le ha permitido mantener informados a sus empleados en todo momento, al no encontrarse físicamente trabajando en las oficinas.

Entre otros, la compañía puso a disposición de sus trabajadores a través del Portal del Empleado toda la información relativa a recomendaciones sanitarias de prevención del Covid-19, así como las diferentes comunicaciones oficiales del grupo, o las iniciativas puestas en marcha a lo largo del año, con el objetivo de que tuviesen información de primera mano de todo.

En total, a través del Portal del Empleado, **Avanza Food publicó 96 comunicados colectivos y 54 comunicados individuales que llegaron a un total de 10.711 receptores.**



### Creación del Comité de Compliance Penal

En 2019 Avanza Food puso a disposición de todos sus empleados un "Canal de Denuncia de Compliance", así como un "Canal de Denuncia de Acoso Laboral" donde los empleados contactan de manera absolutamente confidencial con el equipo de Recursos Humanos, para denunciar cualquier tipo de incumplimiento del Código de Conducta de la compañía, especialmente en casos de Acoso Laboral o de Prevención de Riesgos Penales.

**Durante 2020 la compañía no ha recibido ninguna denuncia a través de ninguno de los dos canales.**

## INFORME DE PROGRESO 2020

Asimismo, a través del Portal del Empleado, todos los trabajadores de Avanza Food tienen, desde el 3 de febrero de 2020, acceso al Manual de Prevención de Riesgos Penales y al conocimiento de los procedimientos definidos en el mismo.

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

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

El Comité llevó cabo reuniones trimestrales durante todo 2020, y las presentaciones fueron enviadas al Consejo de Administración a trimestre vencido, en los meses de abril, julio y octubre de 2020.

### Política de Acogida a Empleados

En 2020, Avanza Food siguió apostando por su “Welcome Policy”, o Política de Acogida a Empleados. Una iniciativa que el grupo creó en 2019 para facilitar la integración de las nuevas incorporaciones de empleados a la compañía, con el objetivo de garantizar que reciben una acogida adecuada y la información necesaria, para poder desarrollar su posición de la manera más satisfactoria posible.

Conscientes de la importancia de poder llevar a cabo el proceso de integración de nuevos empleados en la compañía, en unas condiciones que no eran las normales, ya que la plantilla no se encontraba trabajando de forma presencial en las oficinas, Avanza Food apostó por un sistema de inducción online, adaptando sus protocolos a la realidad del momento.

Para ello, se elaboraron planes de inducción específicos, a través de reuniones telemáticas durante las primeras semanas de trabajo del empleado con los representantes de los diferentes departamentos del grupo, con el fin de estrechar lazos con el mayor

número de empleados posible, y facilitar su integración en la compañía.

### One Day Working in a Restaurant

Si hay algo que refleja la filosofía de trabajo de Avanza Food es su iniciativa “One Day Working in a Restaurant”: un proyecto que el grupo puso en marcha en 2019, donde todos los empleados de su sede central deben trabajar, al menos durante un día al año, en un restaurante de la compañía.



En 2020, debido a la COVID-19, Avanza Food sólo pudo implementar este gran proyecto durante los primeros meses del año, hasta el primer Estado de Alarma decretado por el Gobierno en el mes de marzo. Sin embargo, a lo largo de 2021 el grupo ha vuelto a retomar esta iniciativa con todas las garantías de seguridad e higiene para todos.

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

Un proyecto Team Building que fomenta la involucración, el compromiso, la unidad y se reducen las barreras entre los restaurantes y las oficinas centrales, aumentando el reconocimiento y la comprensión entre compañeros.

### Formación en aspectos de Derechos Humanos



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

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

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

Para ello, ha llevado a cabo a lo largo de 2020 una serie de acciones encaminadas a fomentar la formación de sus empleados, así como de otros stakeholders de referencia, en esta materia.

#### Newsletters Trimestrales de ESG

Para fomentar los principios y valores de la Responsabilidad Social Corporativa entre los diferentes públicos, Avanza Food ha seguido apostado por la realización de Comunicaciones Trimestrales de ESG a lo largo de 2020.

Dichas comunicaciones se enviaron a modo de Newsletter en los meses de enero, abril, julio, octubre y diciembre a todos los trabajadores del grupo, así como a otros públicos de interés, como Socios, Proveedores o Franquiciados, para hacerles partícipes de todos los proyectos recogidos en el “Plan Director ESG Avanza Food 2019-2021”, así como de otra información de

interés general en materia de Responsabilidad Social Corporativa.



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

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

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

En total, el 100% de empleados del grupo de Avanza Food han recibido los materiales de formación en materia de RSC y Derechos Humanos a lo largo de 2020.

## Igualdad de género



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

### Plan de Igualdad

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

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

### Igualdad de Género en la Plantilla

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

En 2020, la compañía ha seguido apostado por la paridad. Prueba de ello es que **el porcentaje de mujeres del total de la plantilla del grupo es del 48,5%, frente al 45,2% registrado en 2019, lo que supone un 3,2% más en tan solo un año.**

Asimismo, **el 33% (2 de 6) de los miembros que forman el Comité de Dirección de Avanza Food, son mujeres directivas:** Paz Serrano, Directora Corporativa de Real Estate & Franchise, y Rosa Carvalho, directora Corporativa de Marketing y Comunicación del grupo.



Precisamente en 2020, Paz Serrano recibió el premio a la “Mujer del Año” en la XVII Edición de los los premios premios Hot Concepts, los galardones más prestigiosos del sector de la Hostelería y Restauración que otorga cada año la revista Restauración News.

Un premio que reconoce su labor como una de las grandes directivas del año del sector, cuya figura ha sido clave para el crecimiento y desarrollo estratégico del grupo en estos años.

### Apuesta por la diversidad



Avanza Food tienen un firme compromiso por fomentar el respeto a las personas y apuesta por la diversidad como la combinación de destrezas, habilidades, experiencias y antecedentes que capacitan a las personas para lograr resultados extraordinarios

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

#### Política de Igualdad

Avanza Food defiende que las empresas son un núcleo importante de relaciones entre personas.

El respeto por el principio de igualdad está presente en todos los procesos de gestión de personas. Avanza Food cuenta con una Política de Igualdad de Oportunidades, que promueve la diversidad como un valor, que permite confrontar diferentes puntos de vista y aportar un mayor enriquecimiento, creatividad e innovación.

#### Código Ético

El Código Ético de Avanza Food recoge en su Artículo número 4 su compromiso por fomentar el respeto a las personas y la diversidad.

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

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

#### Sensibilización en igualdad de oportunidades

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

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

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

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



## INFORME DE PROGRESO 2020

### Inserción y accesibilidad de personas con discapacidad



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

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

Lamentablemente, debido a la situación tan excepcional como la vivida durante 2020, por motivos de seguridad Avanza Food no pudo dar continuidad a su plan de inclusión social y laboral de personas con discapacidad.

Sin embargo, en 2021 el grupo ha retomado la continuidad de su plan de integración, en su apuesta por la inclusión social y laboral de personas con discapacidad. Una de las iniciativas más valoradas por sus empleados, y una de las más enriquecedoras para todos los que forman parte de Avanza Food.

## Derecho a la negociación colectiva y respeto de los convenios



### Convenio Colectivo

En enero de 2020 se firmó el primer Convenio Colectivo del Grupo de Empresas Avanza Food.

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

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

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



# COMPROMISO CON EL MEDIO AMBIENTE

## Medidas de economía circular



Avanza Food promueve el consumo de energías 100% limpias, asequibles y no contaminantes en todos sus Restaurantes

### Reducción de plásticos de un solo uso

En los últimos tres años, Avanza Food ha demostrado un firme compromiso por eliminar el consumo de plásticos de un solo uso en todos sus restaurantes.

En 2019, el grupo ya anunció la retirada de las tapas de los vasos y las pajitas de plástico de las máquinas de refill de bebidas en todos sus locales.

Con ello, logró reducir el consumo de plásticos de un solo uso en 132 kilos en 2019 y 1.153 kilos en 2020, lo que significa un crecimiento de más de 1.000 kilos en un año.

Asimismo, desde 2020 todos sus envases para los pedidos de Take Away y Delivery están elaborados con plástico 100% reciclable.



### Acuerdo con AXPO

En julio de 2020, Avanza Food anunció la firma de un contrato de suministro eléctrico con Axpo Iberia, para que todos sus restaurantes tengan un consumo de energía 100% procedente de fuentes renovables.

De este modo, el grupo dio un paso más en su firme apuesta por la sostenibilidad y la lucha contra el cambio climático.

Para ello, Axpo Iberia certifica que la energía eléctrica suministrada a todos los restaurantes de Avanza Food es 100% clase A, es decir, procedente en su totalidad de fuentes renovables.

Gracias a esta iniciativa, los restaurantes de Carl's Jr., Tony Roma's, Tommy Mel's o La Chelinda, **evitan cada año la emisión de una media de 810 toneladas de CO2 a la atmósfera, el equivalente a casi 300 vueltas a la Tierra en automóvil por la línea del Ecuador.**



# INFORME DE PROGRESO 2020

## Acuerdo con Auara

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

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

Gracias a este acuerdo, en 2019 Avanza Food logró contribuir al **reciclaje de más de 20.000 botellas**, al ahorro del consumo de más **de 1.000 litros de petróleo**, reduciendo así el impacto negativo en los organismos y ecosistemas, y que más de **100 personas** de países desfavorecidos tuviesen acceso a agua potable para siempre, aportando más de **73.279 litros de agua** en países en vías de desarrollo.

Y en 2020, a pesar de los efectos de la pandemia, Avanza Food ha seguido apostando por la lucha contra el desabastecimiento de agua potable en el mundo junto a AUARA, logrando que **114 personas** tengan acceso a agua potable para siempre, y aportando más de **287.500 litros de agua** en países en vías de desarrollo. A nivel medioambiental, se han reciclado **528 kilos de plástico**, y se han ahorrado **880 litros de petróleo** al medio ambiente.

### IMPACTO ALCANZADO EN 2019 Y 2020





# COMPROMISO CON NUESTROS CLIENTES

## Apuesta por la calidad y la seguridad



Si hay algo que ha sido prioritario para el grupo en 2020, ha sido intentar ir por delante en materia de prevención, calidad, higiene y seguridad en sus Restaurantes

### Protocolo Safe&Health No-Contact Service

A lo largo de 2020, Avanza Food ha sido todo un ejemplo de compromiso por la calidad, higiene y seguridad en sus restaurantes.

Al seguir manteniendo algunos restaurantes operativos durante los meses del primer Estado de Alarma, Avanza Food reforzó en tiempo récord todos sus protocolos de control, seguridad, higiene y calidad, garantizando la salud y el bienestar de sus clientes.

Para ello, al igual que en su sede corporativa, el grupo puso en marcha en marzo de 2020 en sus restaurantes de Carl's Jr., Tony Roma's, Tommy Mel's y La Chelinda, su programa Safe&Health No-Contact Service, garantizando un servicio al cliente sin ningún tipo de contacto físico entre las partes en ningún momento.

### Comunicación proactiva y fluida

Además, el grupo apostó por mantener una comunicación proactiva y fluida con sus clientes, para mantenerles informados en todo momento de los nuevos protocolos, las medidas de prevención puestas en marcha, las reaperturas llevadas a cabo a lo largo de todas las fases en la Desescalada, horarios, etc.

Y sobre todo, trasladándoles una total confianza y seguridad, para garantizar en todo momento la mejor experiencia en sus establecimientos, como siempre ha hecho.

Entre otros, el grupo diseñó infografías informativas con sus nuevos protocolos de seguridad, que puso a disposición de sus clientes tanto en puertas de acceso y terrazas, como el interior de sus restaurantes, así como en otros elementos promocionales y en los perfiles de redes sociales de todas sus marcas, y apostó por establecer una relación más directa, personal y cercana con sus clientes, algo fundamental en el sector de la restauración, que permite estrechar lazos y lograr su fidelidad.



### Adaptación a las nuevas tendencias y hábitos de consumo

La pandemia ha acelerado la transformación de la sociedad y la digitalización. Ha habido un auge de medios de comunicación digitales, un mayor uso de redes sociales, y se ha intensificado la aparición de nuevas aplicaciones, plataformas y canales prácticamente nuevos a lo largo de 2020.

Toda esta evolución se ha visto reflejada en las nuevas tendencias y hábitos de consumo de la población, donde se ha avanzado muchos años en el proceso de digitalización, lo que se traduce en un aumento muy significativo de compras online. En el caso de la

## INFORME DE PROGRESO 2020

restauración, hablamos de una mayor penetración de los canales de Take Away y Delivery.

Como grupo de Restauración de referencia, una de las máximas de Avanza Food durante 2020 fue volver a ganar la confianza de un consumidor que venía de vivir una experiencia extrema sin precedentes.

En este sentido, a lo largo del año todas sus Marcas trabajaron a fondo por adaptarse a las nuevas dietas, hábitos y estilos de vida que definen al nuevo consumidor, más actual y más exigente, y con un perfil cada vez más conectado y omnicanal, por lo que gran parte del foco del grupo se puso el entorno digital, en la apuesta por el Delivery, y en la adaptación de su oferta al nuevo escenario al que se está enfrentando la Restauración Organizada en España.

Para ello, en 2020 Avanza Food creó un portfolio de más de 10 Marcas Virtuales, que le permitieron abarcar una mayor cuota de mercado, y adaptarse con rapidez a las nuevas tendencias del sector.



### Compromiso con la calidad y opciones saludables

Y por supuesto, las marcas más emblemáticas del grupo han seguido apostando por llevar a cabo iniciativas para fomentar la salud, la calidad y la seguridad entre sus consumidores, como la presencia

de menús bajos en carbohidratos diseñados por Grupo PronoKal para Tony Roma's y Tommy Mel's, la apuesta por opciones 100% Plant Based en las marcas de Tony Roma's, Carl's Jr. y Tommy Mel's, o la presencia de productos elaborados con Heura® 100% en los restaurantes de La Chelinda.

### Renovación del compromiso con el colectivo celiaco

Por otro lado, en 2020 Tommy Mel's renovó su acuerdo con la Federación de Asociaciones de Celiacos de España (FACE), firmado en 2013, donde se comprometió a la implantación de sistemas que faciliten el acceso y disfrute de productos sin gluten para el colectivo celiaco en sus establecimientos.

Consciente de que hay un porcentaje de la población, cada vez mayor, que requiere de unas circunstancias específicas que le condicionan a la hora de disfrutar de ciertos alimentos, Tommy Mel's lleva más de ocho años trabajando por brindar al consumidor la opción de disfrutar en sus locales de una alternativa igual de sabrosa, atractiva y de la misma calidad que el resto de productos de su carta con total garantía gluten free.





# COMPROMISO CON NUESTROS PROVEEDORES

### Relación duradera con los Proveedores



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

#### Código Ético

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

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

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

#### Compromiso de Buenas Prácticas

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

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

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

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

#### Apuesta por una comunicación proactiva y estrecha

En un año tan difícil como el 2020, Avanza Food tuvo clara su apuesta por seguir manteniendo una relación estrecha con sus principales proveedores, con el objetivo de mantenerles informados en todo momento de la situación de la compañía.

Así, durante todo el año Avanza Food ha llevado a cabo comunicaciones periódicas con todos ellos, para mantenerles informados de las principales novedades y noticias que fueron marcando la actualidad, desde las medidas de prevención adoptadas por el grupo, hasta la apuesta por el teletrabajo, la reapertura de establecimientos en las diferentes fases de la Desescalada, o el lanzamiento de su protocolo Safe&Health-No Contac.

Además, como cada año el grupo les ha hecho partícipes de los principales logros alcanzados en materia de creación de Valor Sostenible, a través de sus Newsletters Trimestrales de ESG, así como de comunicados para hacerles partícipes de su acuerdo con Axpo Iberia, o para anunciarles la puesta en marcha del proyecto Juntos Es Mejor.



### Proveedores como aliados de la RSC en la empresa



#### Alianzas con proveedores en materia de desarrollo sostenible

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

Además de sus acuerdos puestos en marcha en 2019 con Grupo PronoKal, Moving Mountains® o AUARA, compañías sin duda muy comprometidas con el fomento de la salud, la calidad y el consumo responsable, así como el acceso de agua limpia a poblaciones de países sin recursos, en 2020 Avanza Food anunció **la firma de un contrato de suministro eléctrico con Axpo Iberia, para que todos sus restaurantes tengan un consumo de energía 100% procedente de fuentes renovables.**

Un acuerdo que marca un antes y un después en Avanza Food, en su objetivo de ir por delante en materia de responsabilidad social y la lucha contra el cambio climático, especialmente en un año tan difícil, y con el que refuerza su compromiso con el consumo de energías limpias, asequibles y no contaminantes, que es uno de los Objetivos de Desarrollo Sostenible más importantes para el grupo.





# COMPROMISO CON LA COMUNIDAD

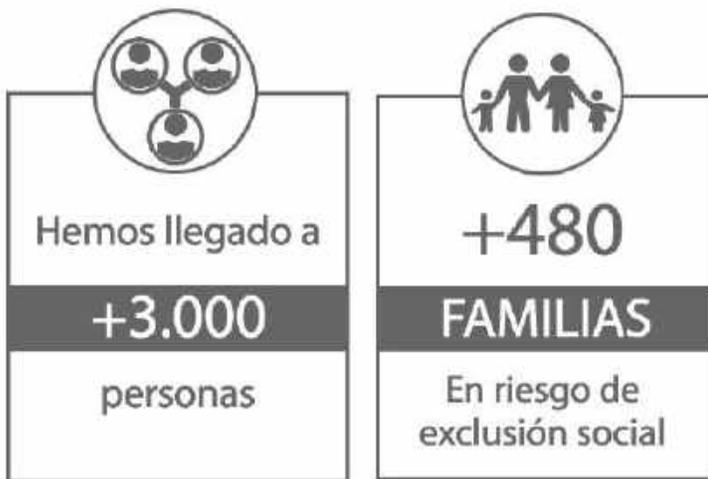
## Alianzas con el tercer sector



Llevando por bandera su lema “Juntos Es Mejor”, Avanza Food ha sido todo un ejemplo de compromiso con aquellos que más lo necesitan, en una crisis sanitaria, económica y social sin precedentes

### Juntos Es Mejor

Ante una alerta sanitaria sin precedentes, Avanza Food puso en marcha en el mes de marzo de 2020 la iniciativa #JuntosEsMejor: un proyecto de UNIÓN, que se ha consolidado como el gran proyecto de Avanza Food en materia de RSC, donde el grupo ha dado lo mejor de sí mismo para ayudar a **más de 3.000 personas** que se vieron afectados por una situación extrema y sin precedentes para todos.



### Primera Fase: marzo – junio 2020

Desde finales de marzo, hasta la finalización del primer Estado de Alarma el 21 de junio, Avanza Food quiso agradecer la gran labor realizada por todos aquellos colectivos esenciales que, con su lucha, valentía y esfuerzo, hicieron posible que saliésemos adelante durante la primera ola de la pandemia.

Así, a través de #JuntosEsMejor, hizo llegar más de 100 envíos semanales de menús de Carl's Jr., Tony Roma's y Tommy Mel's a sanitarios, personal de cocina y limpieza de los principales hospitales de Madrid, así como a las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado, personal de Correos, farmacias, periodistas, centros de Atención Primaria, fundaciones y centros de ayuda a discapacitados, o personal de seguridad privada, entre otros.

En total, durante esta primera fase **Avanza Food hizo llegar más de 1.000 envíos de menús a más de 60 colectivos esenciales de Madrid, Valencia, Palma de Mallorca o Bilbao**



### Segunda Fase: julio 2020

Una vez lograda una cierta estabilidad en esa primera fase de alerta sanitaria, Avanza Food puso en marcha en el mes de julio una segunda fase del proyecto. En esta ocasión, el grupo contó con el respaldo de un líder como CaixaBank, a través de la Fundación La Caixa, para hacerlo posible.

## INFORME DE PROGRESO 2020

Las tres entidades pusieron el foco en todos aquellos damnificados por la profunda crisis social y económica derivada de la pandemia. En concreto, en aquellas familias que se vieron obligadas a tener que pedir ayuda a diferentes instituciones, y cuya situación se vio especialmente agravada por la COVID-19.

De esta manera, el proyecto llegó a cientos de familias de la Fundación Tengo Hogar de Madrid, organización que busca ayudar a las familias en riesgo de exclusión social, a ser económicamente independientes, y poder así integrarse de nuevo en la sociedad actual, recuperando una vida digna.

Para ello, a lo largo del mes de julio, entregaron cada semana menús familiares para cuatro personas de Tony Roma's, Carl's Jr., y Tommy Mel's a más de 200 familias, e invitaron a más de 80 familias, para que los fines de semana de julio pudiesen acudir a los restaurantes del grupo, a disfrutar JUNTOS de una comida o de una cena, y sentirse, por un día, protagonistas de un plan especial.

**En total, #JuntosEsMejor logró llegar en julio a más de 280 familias: más de 1.000 niños y padres que, por un momento, pudieron olvidar su situación, y disfrutar de un plan especial de comida JUNTOS y en familia.**



### Tercera Fase: octubre-diciembre 2020

Finalmente, tras el repunte de casos de la segunda ola del Coronavirus en nuestro país, durante los meses de octubre y noviembre de 2020, Avanza Food puso en marcha una tercera fase del proyecto, de la mano de EMERCAM, la Unidad en Servicio para las Emergencias de la Comunidad de Madrid, con el objetivo de seguir ayudando a familias en riesgo de exclusión y vulnerabilidad, que se encuentran en situación crítica.

Asimismo, el grupo retomó los envíos a los colectivos esenciales de la Comunidad de Madrid, como Centros de Atención Primaria, Protección Civil, Bomberos o Policía Local, que nuevamente volvían a ponerse a disposición de los ciudadanos, para hacer frente a la COVID-19. Durante ocho semanas, #JuntosEsMejor distribuyó de forma semanal 100 menús de Tony Roma's, Carl's Jr. y Tommy Mel's a 25 familias en situación de vulnerabilidad de la Comunidad de Madrid, y 30 envíos semanales a colectivos esenciales.

En total, durante esta tercera fase de octubre y noviembre, Avanza Food hizo llegar su apoyo a **más de 200 familias (800 niños y adultos) y 240 miembros de colectivos esenciales, es decir, más de 1.000 personas.**





**COMPROMISO CON  
NUESTROS SOCIOS**

### Gobierno Corporativo



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

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

#### Código Ético

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

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

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

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

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



#### Consejo de Administración

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

El órgano de gobierno ha tenido una especial relevancia durante todo el año 2020, reuniéndose con carácter mensual con el objetivo de conocer toda la información relativa a la compañía, y supervisar y guiar al Comité de Dirección para poder anticiparse e implementar las medidas de prevención necesarias que garantizaran la continuidad tanto del grupo como de cada una de sus marcas.

Durante los meses de enero y febrero de 2020 el Consejo se reunió de forma presencial en Madrid, y desde el mes de marzo hasta diciembre, dichas reuniones, dada la situación de excepción, se siguieron manteniendo semanalmente hasta agosto de 2020, y con carácter bimensual de agosto a diciembre de 2020, por vía telemática.

## INFORME DE PROGRESO 2020

En total, en 2020 se celebraron 32 reuniones Consejo, donde se realizó un análisis profundo de un entorno económico y social sin precedentes, así como de la situación de la compañía en el marco de un escenario inestable y muy cambiante, revisando los resultados mensuales de cada área, y poniendo especial foco en la situación financiera y en la tesorería de la compañía.

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

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

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

Por parte de ABAC Solutions participó **María Rosell**, Analista, mientras que por parte de Avanza Food estuvieron presentes: **Javier Sánchez**, Restaurant Brands General Manager; **Rosa Carvalho**, directora Corporativa de Marketing y Comunicación; **Paz Serrano**, Real Estate & Franchise Corporate Director; **Raimundo Jiménez Alba**, Business Support Corporate Director, y **Sergio de Eusebio**, HKL Licenses & Supply Chain Corporate Director.

### Comisión de Auditoría

Por su parte, la Comisión de Auditoría de Avanza Food se reunió los días 17 y 25 de marzo de 2020, para la supervisión de los estados financieros de la compañía, del reporte de los controles internos, así como del control y supervisión de los auditores, y de la independencia de estos y la auditoría interna.

La Comisión de Auditoría está formada por: **Oriol Pinya**, Socio, Fundador y CEO de ABAC Solutions; **Federico**

**Conchillo**, Socio de ABAC Solutions; **Mónica Comalrena**, Presidenta de la Comisión y Responsable de Operaciones de Force Manager; **Sergio Rivas**, CEO de Avanza Food, y **Raimundo Jiménez Alba**, Business Support Corporate Director de Avanza Food.

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

### Comisión de Nombramientos y Retribuciones

También la Comisión de Nombramientos y Retribuciones de Avanza Food se reunió dos veces en 2020: el 12 de febrero y el 20 de marzo, apenas unas semanas después del primer Estado de Alarma decretado por el gobierno.

Dicha Comisión se encarga de validar, a propuesta de Avanza Food, la contratación de nuevos directores, de revisar los procedimientos de promoción interna en puestos de relevancia, y de aprobar las subidas salariales anuales o puntuales que no estén recogidas en el I Convenio Colectivo del Grupo de Empresas Avanza Food.

Está formada por: **Oriol Pinya**, Socio, Fundador y CEO de ABAC Solutions; **Lidia García Blanco**, Presidenta de la Comisión y Retail Industry Manager de Google Spain; **Federico Conchillo**, Socio de ABAC Solutions; **Sergio Rivas**, CEO de Avanza Food, y **Javier Sánchez**, Restaurant Brands General Manager de Avanza Food.



## INFORME DE PROGRESO 2020

### Comité de Crisis

El 26 de febrero de 2020, cuando la epidemia llegó a Italia y semanas antes de que llegase a España, Avanza Food activó un Comité de Crisis formado por 13 expertos de todas las áreas involucradas en el negocio.

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

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

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



## Transparencia



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

Además de las reuniones semanales del Consejo de Administración, y de las Comisiones de Auditoría y de Nombramientos y Retribuciones, Avanza Food ha mantenido durante todo el año 2020 toda una serie de reuniones con sus socios y consejeros, con el fin de informar de primera mano sobre la evolución de las diferentes áreas de negocio de la compañía durante todas las fases de la pandemia, y garantizar el cumplimiento del plan estratégico marcado por el grupo con absoluta transparencia.

Entre otras citas, cabe destacar:

- **Avanza Food Business Update:** cada semana, a excepción de las semanas previas al Consejo y las del Consejo, los consejeros de Avanza Food se reunieron por videoconferencia para informar de primera mano de los avances y novedades en los diferentes proyectos en los que trabaja la compañía.
- **Digital Transformation Review:** en su apuesta por liderar el proceso de transformación digital de la organización, sobre todo en este año donde se ha producido una aceleración de la digitalización del sector de la Restauración Organizada en España, Avanza Food llevó a cabo reuniones mensuales con sus Consejeras Digitales especialistas, **Lidia García Blanco y Mónica Comalrena**, para analizar e impulsar la estrategia digital de la compañía.
- **Sustainability Day:** el 6 de febrero de 2020, Abac Solutions organizó su tradicional Sustainability Day, un punto de encuentro presidido por Oriol Pinya, donde gran parte de los directores de ABAC Solutions y todos los Sustainability Champions de las empresas participadas, incluidos **Víctor Pereira**, Sustainability

## INFORME DE PROGRESO 2020

Champion de Avanza Food 2020, y **Noelia Hernán**, Sustainability Champion de Avanza Food 2019, se reunieron para compartir su progreso en materia de ESG, analizar estrategias y coordinar esfuerzos y métricas de seguimiento. Una jornada muy enriquecedora para todos, que sirve para tomar ideas y afinar enfoques, aprendiendo entre compañeros.



- **CEO Day:** asimismo, **Sergio Rivas**, CEO de Avanza Food, participó el 24 de abril en el CEO Day, la jornada anual organizada por Abac Solutions.

En esta ocasión, debido a la situación sanitaria, los líderes de todas sus empresas participadas se reunieron de forma telemática para compartir impresiones, inquietudes y experiencias de los diferentes directivos ante una situación sin precedentes, con el objetivo de establecer grandes metas y trazar las diferentes estrategias de negocio para cada compañía.

Además, a lo largo de 2020 Avanza Food ha llevado a cabo una comunicación proactiva con sus socios, manteniéndoles informados en todo momento de todas las iniciativas y medidas tomadas por el grupo, así como de las principales comunicaciones internas y externas de la compañía, como notas de prensa, comunicados oficiales, acuerdos con proveedores, hitos, etc.

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



# ANEXO

# CORRELACIÓN DE

# TEMÁTICAS



## Empleados

### Diversidad de la plantilla en la entidad



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

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

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

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

### Formación a empleados en aspectos de derechos humanos



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

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

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

**Indicador GRI:** 410, 412, 412-2

### Inserción y accesibilidad de personas con discapacidad



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

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

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

**Indicador GRI:** 406

### Igualdad de género



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

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

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

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

## Ambiente laboral



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

**ODS relacionado:** 08 | Trabajo decente y crecimiento económico

## Derecho a la negociación colectiva y respeto de los convenios



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

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

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

**Indicador GRI:** 102-41

## Impulsar la sensibilización en materia medioambiental



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

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

## Proveedores

### Proveedores como aliados de RSE en la empresa



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

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

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

### Relación duradera con los proveedores



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

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

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

**Indicador GRI:** 102-9

---

## Cientes

---

### Consumo responsable



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

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

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

**Indicador GRI:** 301-1

---

### Fomento de la calidad en la entidad



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

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

**Vinculación Ley:** V. Información sobre la sociedad: Consumidores

**Indicador GRI:** 416

---

## Comunidad

---

### Alianzas entre empresas y tercer sector



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

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

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

**Indicador GRI:** 102-13

---

## Socios

---

### Relación con los socios o accionistas



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

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

---

## Medioambiente

---

### Consumo de la entidad



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

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

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

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

---

### Medidas de economía circular



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

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

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

**Indicador GRI:** 301-2, 301-3



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

Agradecemos cualquier comentario sobre su contenido.

# AVANZA **FOOD**



# AVANZA **FOOD**