

Estado de Información No Financiera

GRUPO MUNICH

BERN2RUN HOLDING SL

Ejercicio 2023



BERN2RUN HOLDING SL

Bases y modelo empresarial.

El presente Estado de Información No Financiera (EINF) Consolidado forma parte del Informe de Gestión Consolidado del ejercicio 2023 del Grupo BERN2RUN (en adelante, Grupo Munich, MUNICH o el Grupo). Con el presente EINF se da respuesta a los requerimientos de 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.

En su elaboración se han 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, y lo que establecen los estándares de Global Reporting Initiative (GRI) (opción GRI seleccionados). Adicionalmente a este EINF y para dar cuenta del desempeño de la compañía de los avances respecto de su plan estratégico y sus compromisos y gestión ambiental, social y de gobierno corporativo (ESG), durante 2022 podrá ser consultada la memoria corporativa, que describe la actividad del Grupo.

En línea con la Ley 11/2018, el presente EINF facilita información sobre cuestiones relacionadas con los derechos humanos, la lucha contra la corrupción y el soborno, así como cuestiones ambientales, sociales y relativas al personal que son relevantes para el Grupo en la ejecución de sus actividades y en aquellas geografías en las que se concentra su negocio, siguiendo los criterios de materialidad, relevancia, comparabilidad y fiabilidad. El alcance de la información no financiera reportada se ciñe a las empresas del Grupo ubicadas en España.

Las empresas que forman el grupo son: **Berneda S.A.U.**, donde tiene lugar el proceso de fabricación y comercialización de calzado; **Bernher, S.A.U.** que comercializa la marca DUUO, **La Tormenta Perfecta, S.LU.**, donde tiene lugar la venta del calzado, tanto de MUNICH como de DUUO y que incluye todas las tiendas, **Monaco di Baviera, S.R.L.**, corresponde a la delegación en Italia para comercializar en ese país, **Tanca la Porta, S.LU.**, dispone de los inmuebles, englobando la fábrica, las naves, la logística, etc; y **Munich, S.LU.**, que es propietaria de todas las patentes y licencias de los productos producidos por el grupo empresarial, es decir de la marca.



MENSAJE DEL CEO

Mensaje del CEO

Xavier Berneda Martín.

Desde la primera pequeña fábrica construida en 1939, en la localización de Sant Boi de Llobregat, fabricando 12 pares de zapatillas al día, 'La marca de la X' se ha ido transformando en uno de los referentes de calzado más influyentes en el mundo del deporte y de la moda *streetwear* y fabricando más de 300 pares de zapatillas al día. Desde el primer momento en que la primera generación de la familia vio un nicho en el mercado del deporte que se podía explorar, no se ha tenido nunca miedo a arriesgar y tantear todos los páramos que ofrece el sector del calzado, llegando hasta el punto de también abrir mercado en el mundo de los bolsos y accesorios, e incluso en el próximo 2024, en el del textil, con el que entrará de lleno en la industria de la moda, abarcando todas las categorías en un mismo sitio. Este 2023 ha sido un gran año para el sector de *retail* de la marca. Se han abierto nuevas tiendas en Viladecans, Barakaldo, en Barcelona y Madrid centro y también en los aeropuertos de ambas ciudades, entrando en el sector del travel retail, ayudando a la internacionalización de la marca gracias a los miles de extranjeros que pasan por ahí cada día. La previsión es seguir apostando por nuevas aperturas físicas a lo largo de la península, porque el comercio a pie de calle se mantiene como uno de los más rentables en la empresa, y, además, permite al consumidor conocer, palpar y probar el producto que se ofrece.

En el último ejercicio de 2022, se cerró con una facturación de 74,3 millones de euros, superando una vez más el ejercicio anterior en un 40%. Pero para el 2023, se espera consolidar este crecimiento, estableciéndose con madurez, sin superar en un 10 o 15% la facturación del año anterior.

Asimismo, la apuesta de la marca es poner el foco en la sostenibilidad, ya que un gran crecimiento conlleva una gran responsabilidad en medir y pensar qué se puede hacer para minimizar el impacto medioambiental y social, integrando aspectos como las emisiones de carbono, el reciclaje y reutilización de materiales, el consumo de agua y luz, medidas para promover la igualdad y el empleo... En definitiva, integrar en la agenda la reflexión y la búsqueda constante sobre qué papel se juega en el mundo y qué se puede hacer para que la contribución sobre el planeta y las personas sea positiva. El objetivo principal para el 2024 se mantiene en crecer en el mercado de exportación y en seguir trabajando para mejorar todos los procesos que intervienen en la fabricación del producto que se ofrece, recogiendo siempre las quejas y recomendaciones, para así ofrecer artículos de calidad y duraderos al cliente, mejorando su experiencia de compra, también como cuidar a los trabajadores y trabajadoras, para que estén en un ambiente de trabajo favorable.



MODELO DE NEGOCIO

Modelo de negocio

Entorno empresarial y tendencias.

En los últimos años, el sector del calzado deportivo y de la moda ha experimentado un notable crecimiento impulsado por diversas tendencias. El fenómeno del *athleisure* ha desempeñado un papel crucial, ya que la fusión de comodidad y estilo en la indumentaria deportiva ha ganado popularidad. A medida que la conciencia sobre la importancia de la salud y el bienestar ha aumentado, también lo

ha hecho la participación en deportes y actividades físicas, generando una mayor demanda de calzado especializado. La globalización ha permitido a las marcas deportivas expandirse a nuevos mercados, diversificando aún más las opciones disponibles para los consumidores. En este contexto, diversas tendencias han marcado la industria del calzado deportivo y de la moda. El resurgi-

miento de zapatillas retro, inspiradas en modelos clásicos de décadas pasadas, ha sido evidente, y el uso de colores vibrantes y estampados llamativos ha transformado el paisaje del diseño de calzado. Además, la sostenibilidad ha emergido como una preocupación clave, llevando a muchas marcas a adoptar materiales más ecológicos. Mirando hacia el futuro, se prevé que la tendencia del *athleisure* perdure, manteniendo las zapatillas deportivas como una pieza fundamental en los armarios de las personas. Por otro lado, la personalización también se vislumbra como una tendencia en alza, con marcas ofreciendo opciones para que los consumidores creen diseños únicos. En resumen, el sector del calzado deportivo y de la moda continuará evolucionando, con una firme proyección de crecimiento, a medida que las tendencias actuales se consolidan y nuevas opciones capturan la atención del consumidor.



Modelo de negocio

Objetivos y valores.



Los valores fundamentales que definen la filosofía de la empresa son un componente esencial de su identidad corporativa. En MUNICH se caracterizan por:

Autenticidad

Transparencia

Calidad

Empatía y humildad

Adaptabilidad



En un contexto más amplio, la empresa lanzó en el año 2019 la marca **DUUU**, una marca de zapatillas que destaca por su enfoque en la sostenibilidad y la conciencia ambiental. Duuo representa un estilo de vida cosmopolita y diverso, comprometido con el diseño y la comodidad. Su compromiso con la movilidad sostenible, la protección del medio ambiente y unas condiciones laborales justas reflejan una visión integral de la responsabilidad corporativa. Fundada por dos individuos apasionados por el diseño y la sostenibilidad, la marca busca fusionar la estética agradable con prácticas respetuosas con el medio ambiente.

Este enfoque, coherente con los valores de MUNICH subraya la cohesión y la integridad en la estrategia global de la empresa. En conjunto, estos elementos definen una identidad empresarial sólida y comprometida con principios éticos y sostenibles. Duuo es una marca de zapatillas veganas y ecológicas que representa un estilo de vida cosmopolita y diverso. La marca está comprometida con el diseño y la comodidad, y está comprometida con la movilidad sostenible, la protección del medio ambiente y unas condiciones laborales justas. La marca fue fundada en 2019 por Xavi Berneda, CEO de MUNICH.

Modelo de negocio

Estructura empresarial.

El grupo MUNICH cuenta con raíces catalanas desde su fundación en 1939, y está dejando una huella significativa en la industria del calzado deportivo y de moda. Reconocida por su distintivo símbolo de la X, se ha alcanzado una producción anual que supera los 850.000 pares de zapatos. La diversificación de la oferta es cada vez más evidente, ya que el 46% de la producción se centra en el calzado deportivo, mientras que el restante 54% se dedica a la línea de moda. Este equilibrio estratégico está contribuyendo al éxito al satisfacer las demandas tanto de los amantes del deporte como de los seguidores de las tendencias de moda. En los últimos años, MUNICH ha experimentado un crecimiento significativo en el mercado tanto nacional como internacional. Su presencia se ha consolidado en el mercado interior, ganando terreno en la preferencia de los consumidores y abriendo nuevas tiendas en este 2022. Además, la expansión internacional ha sido notoria, con un enfo -

que particular en regiones como Europa y Asia, destacándose especialmente en Japón. Este éxito en el ámbito internacional destaca la capacidad de adaptación y resonar con diversas audiencias globales, consolidándose como un referente tanto en el mercado deportivo como en el de la moda. La importancia de una estructura organizativa sólida resalta, ya que facilita el funcionamiento eficiente y efectivo de la empresa. En el caso de MUNICH, la estructura está claramente definida, con un equipo ejecutivo encabezado por el CEO, responsable de la toma de decisiones estratégicas cruciales para las empresas que forman parte de **BERN2RUN**. Este equipo lidera varios departamentos, como logística, producción, finanzas, IT, diseño, compras y recursos humanos, cada uno dirigido por un responsable de gestión pertenecientes a **BERNEDA, S.A.U.** La empresa **BERNHER, S.A.U.** corresponde a la línea vegana de calzado DUUO, y **LA TORMENTA PERFECTA, S.LU.** agrupa todas las tiendas distribuidas por el territorio nacional.

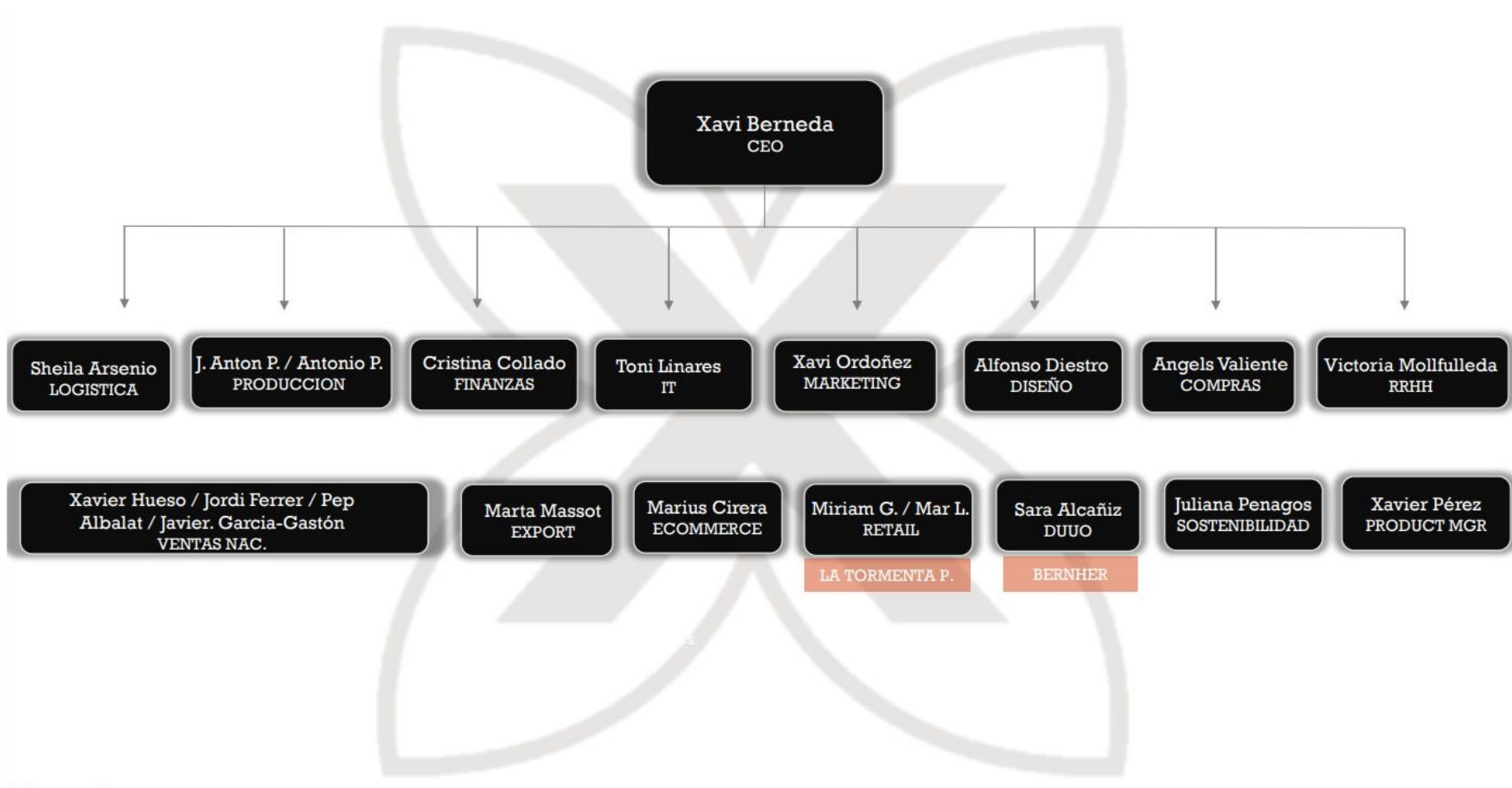


La estructura organizativa bien definida de MUNICH ofrece una serie de ventajas para la expansión de la marca. En primer lugar, permite a la empresa identificar y aprovechar rápidamente las oportunidades de crecimiento al tener un enfoque claro y coordinado. Además, contribuye a mantener la calidad de los productos y servicios, ya que cada departamento tiene roles específicos y responsabilidades claramente delineadas. La capacidad para comprender y satisfacer las necesidades de los clientes también se ve facilitada por una estructura organizativa eficiente, ya que los diferentes departamentos trabajan en conjunto

para mejorar constantemente la oferta de la empresa. Aunque la estructura organizativa proporciona una base sólida para la expansión de MUNICH, es crucial reconocer que no es el único determinante del éxito. Factores como la calidad de los productos y servicios, la estrategia de marketing y la cultura empresarial también juegan un papel esencial en la consecución de nuestros objetivos. En conjunto, estos elementos forman un marco integral que impulsa el crecimiento y la sostenibilidad a largo plazo de la marca en el competitivo mercado del calzado.

Modelo de negocio

Organigrama de la empresa.



POLÍTICAS DE GRUPO

Políticas de grupo

Descripción y alineación con los ODS.

Para MUNICH los 10 principios del Pacto Mundial han sido la guía que ha orientado nuestras políticas sociales, de derechos humanos y medioambientales, así mismo, en la actualidad trabajamos teniendo presentes los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Estos objetivos tienen como objetivo promover el desarrollo sostenible en todo el mundo, abordando los desafíos sociales, económicos y ambientales que enfrenta la humanidad.

- **Código ético:** establece los principios y valores que rigen nuestro comportamiento y nos ayuda a cumplir con los ODS, promoviendo la equidad, la transparencia y la responsabilidad social (ODS 1, 3, 5, 10, 16 y 17).
- **Plan de Igualdad:** establece las medidas que tomamos para promover la igualdad de género en el lugar de trabajo, promoviendo la igualdad salarial y la igualdad de oportunidades en el empleo. (ODS 5 y 8).
- **Política de Remuneración Salarial:** establece los criterios que utilizamos para determinar los salarios de los empleados, promoviendo la igualdad salarial y la remuneración justa (ODS 8 y 10).
- **Plan de Mitigación de la huella de carbono:** establece las medidas que tomamos para reducir el impacto en el medio ambiente, promoviendo el uso de energías renovables y la reducción del consumo de recursos (ODS 12 y 13).
- **Política de Desarrollo Profesional:** establece las oportunidades que ofrecemos a nuestros trabajadores para desarrollar sus habilidades y conocimientos, ofreciendo oportunidades de formación y desarrollo para todos los empleados, independientemente de su género, edad o condición social (ODS 4 y 8).
- **Planificación de Actividades Preventivas de Riesgo Laboral:** permite identificar y reducir los riesgos a los que se encuentran expuestos nuestros trabajadores, ofreciendo un empleo de calidad (ODS 3 y 8).
- **Política anticorrupción:** establece las medidas que tomamos para prevenir y combatir la corrupción, estableciendo procesos transparentes para la toma de decisiones y la contratación de proveedores (ODS 16 y 17).



Políticas de grupo

Descripción y alineación con los ODS.

- **Política de Protección de Datos Personales:** establece los criterios que utilizamos para proteger los datos personales de nuestros trabajadores, clientes y proveedores (ODS 16).
- **Política de marketing:** establece las estrategias que utilizamos para promocionar nuestros productos, promoviendo el consumo responsable y la sostenibilidad (ODS 12 y 13).

Las políticas desempeñan un papel crucial en la gestión integral de riesgos en nuestra empresa. En primer lugar, facilitan la identificación de diversos riesgos, abarcando aspectos éticos, igualdad de género, corrupción, consumo responsable, equidad salarial, desarrollo de empleados y medio ambiente. Posteriormente, estas políticas permiten la evaluación de la probabilidad e impacto de los

riesgos identificados. Además, contribuyen a la prevención mediante la implementación de medidas como la formación de empleados, auditoría de procesos y controles. Por último, las políticas también se orientan a la atenuación de riesgos a través de acciones como la contratación de seguros, la formulación de planes de contingencia y la implementación de sistemas de respuesta a emergencias.



GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL

Gestión medioambiental

Creación del comité de sostenibilidad.

A fecha de 12 de abril de 2023, se crea el Comité de Sostenibilidad para implementar el Plan de Sostenibilidad de MUNICH y asegurar su transversalidad dentro de la organización. El Comité se compromete a actuar en concordancia con el Código ético, promover la sostenibilidad en la organización, no comprometerla por beneficios económicos y facilitar información sobre temas sostenibles a los miembros de la organización. El objetivo principal del Comité es liderar la implementación transversal de la sostenibilidad en todas las sociedades del grupo MUNICH. El comité está compuesto por los siguientes miembros: **Xavier Berneda** CEO de BERN2RUN, en rol de Presidente, **Xavier Ordoñez**, en rol de Vicepresidente, **Cristina Collado**, en rol de Secretario y **Victoria Mollfulleda**, en rol de Comunicaciones

El Comité se reúne al menos una vez al mes para compartir avances, dudas y logros. Las reuniones se agendan con 7 días de antelación y son presenciales, alternando entre Capellades y Barcelona. El Comité de Sostenibilidad se encarga de asegurar que la Política de Sostenibilidad se integre en todas las acciones de la organización. Para ello, desarrolla compromisos cuantificables con límite temporal, realiza un seguimiento de las políticas de sostenibilidad y facilita su implementación. El Comité también se encarga de comunicar las actividades de sostenibilidad al resto de la organización, poniendo a su disposición la Política de Sostenibilidad y sus modificaciones, así como material formativo sobre el tema. Además, colabora en la elaboración de informes de sostenibilidad para transparentar el desempeño de la organización en este ámbito.



Gestión medioambiental

Materialidad de impacto.

La materialidad es un principio que determina qué aspectos son importantes y deben ser considerados en la elaboración de Memorias de Sostenibilidad. Se define como el proceso de identificar los temas de sostenibilidad que son relevantes tanto para la organización (internamente) como para sus grupos de interés (externamente). El objetivo de la materialidad es identificar los temas más relevantes para la organización y situarlos dentro de su cadena de valor. Se consideran temas relevantes aquellos que pueden tener un impacto significativo en la economía, el medio ambiente y la sociedad, o que pueden influir en las decisiones de los grupos de interés, donde el impacto se refiere al efecto que la organización tiene sobre la economía, el medio ambiente y la sociedad, y puede ser positivo o negativo. Los grupos de interés son colectivos de personas que influyen en

la actividad de la organización o que se ven afectados por ella. En el caso de MUNICH, se han analizado 33 temas/aspectos potencialmente materiales agrupados en tres dimensiones y seis categorías: Economía y Ética, Medio Ambiente y Social. El análisis de materialidad es el punto de partida para la definición de una estrategia de sostenibilidad efectiva. Para poder realizar la matriz se

realizó un cuestionario con aquellos colectivos de personas que se ven afectados por la actividad de MUNICH, y que se muestran en la tabla inferior izquierda. Por un lado, se pretende tratar el impacto de MUNICH en los aspectos sociales de la sociedad, en los económicos y finalmente en los aspectos ambientales. Este último tiene un objetivo fijado para reducir el impacto negativo de MUNICH sobre el

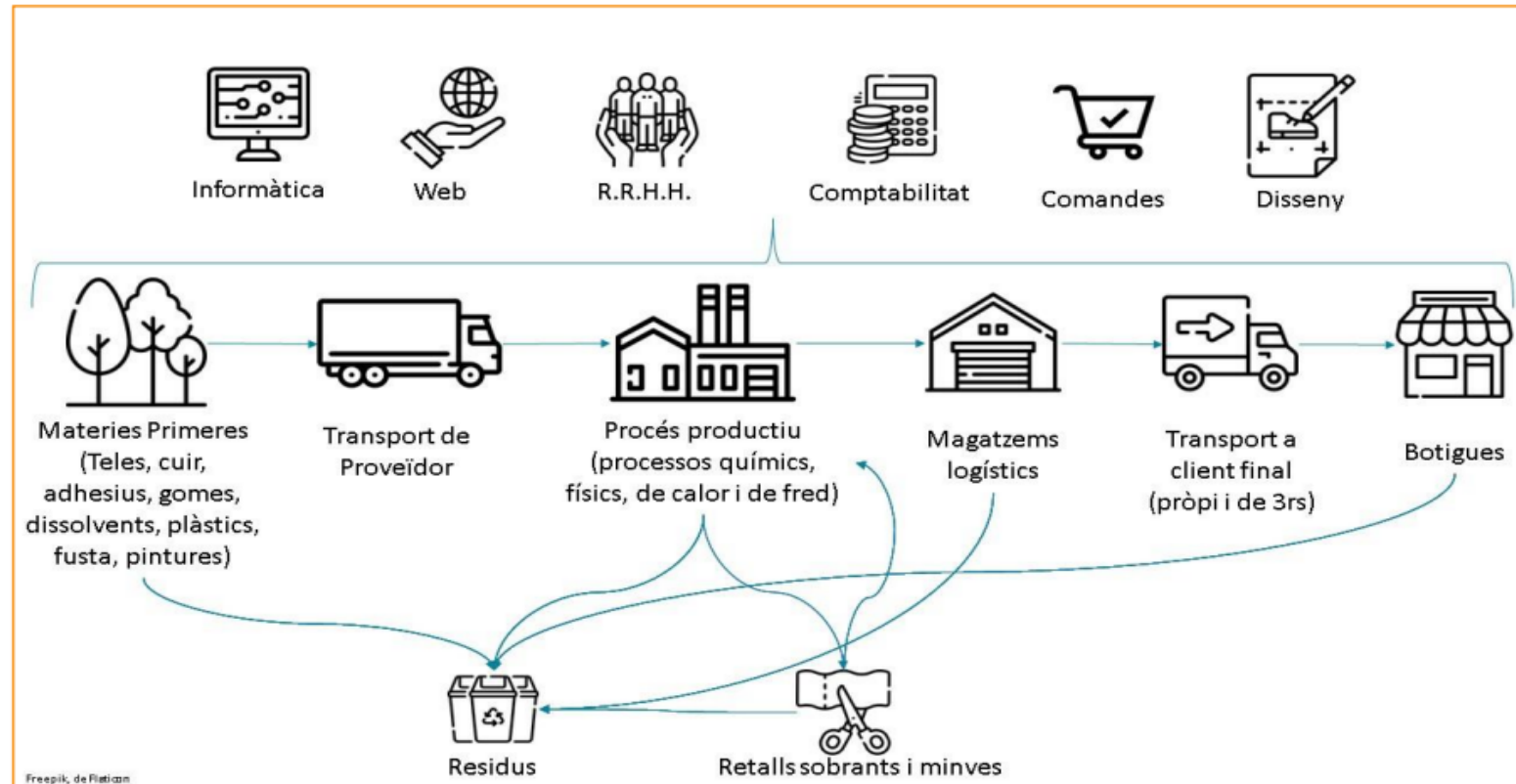
medio ambiente, que se ha centrado en la gestión de residuos, la eficiencia en el uso de recursos y la eficiencia energética. La tabla de abajo muestra los temas que se han considerado más importantes en dicho estudio de la materialidad de impacto, donde se ha priorizado los los aspectos sociales sobre los ambientales debido a la naturaleza del sector en el que opera la empresa y la disponibilidad de datos.

| | | |
|-------------------------|----------------|--|
| Trabajadores | Primero | Fomento de la igualdad y la no discriminación |
| Proveedores | Segundo | Seguridad y salud laboral |
| Clientes | Tercero | Carrera profesional |
| Consumidor final | Cuarto | Cumplimiento legislativo |
| Tiendas propias | Quinto | Gestión laboral de la cadena de suministros |
| Tiendas retail | Sexto | Transparencia y responsabilidad |

Impacto de la huella de carbono

Cadena de valor de MUNICH. Cálculo y reducción de la huella de carbono.

En esta anualidad, MUNICH, ha realizado un estudio de su huella de carbono para los años 2018 y 2022. Este estudio analiza las emisiones de gases de efecto invernadero (GEH) de la empresa, tanto directas como indirectas, con el objetivo de comprender su impacto ambiental y tomar medidas para reducirlo. El resumen es que MUNICH ha conseguido reducir su huella de carbono en 2022 respecto a 2018. El estudio se ha realizado siguiendo las directrices del GHG Protocol Corporate Accounting and Reporting Standard y la ISO 14064-1 (2018), así como la Guía de la Oficina Catalana del Canvi Climàtic. Se han considerado las emisiones de los seis gases de efecto invernadero contemplados en el Protocolo de Kyoto: CO₂, CH₄, HFCs, PFCs, SF₆ y N₂O. El estudio abarca las emisiones de los Alcances 1 y 2, que son las emisiones directas de la empresa y las emisiones



indirectas asociadas al consumo de energía. Se han excluido del estudio algunas emisiones por falta de información, como las emisiones fugitivas de los sistemas de aire acondi-

cionado, las emisiones del proceso productivo debido a la falta de datos sobre las materias primas, y las emisiones de algunas tiendas y centros comerciales. Las imágenes centrales

muestran la cadena de valor de MUNICH y la estructura del grupo. Las emisiones totales del grupo en 2018 fueron de 14.734 tCO₂eq, mientras que en 2022 se redujeron a 12.898 tCO₂eq.

Impacto de la huella de carbono

Cálculo y reducción de la huella de carbono.

La intensidad de la huella de carbono, que se calcula como las emisiones por unidad económica o productiva, también se redujo entre 2018 y 2022. En 2018, la intensidad era de 0,08 kgCO₂eq/€, mientras que en 2022 fue de 0,07 kgCO₂eq/€. Es decir, en 4 se ha conseguido reducir en un 25%. El estudio de la huella de carbono de MUNICH permite a la empresa comprender mejor su impacto ambiental y tomar medidas para reducirlo. La empresa se ha comprometido a seguir trabajando en la reducción de sus emisiones de GEH en el futuro, a través de medidas como la mejora de la eficiencia energética, la inversión en energías renovables y la reducción del consumo de materiales. La reducción de la huella de carbono de Bern2run SL tiene un impacto positivo en el medio ambiente y en la sociedad. La disminución de las emisiones de GEH contribuye a la lucha contra el cambio

climático, la mejora de la calidad del aire y la protección de la salud pública. Para llevar a cabo el cálculo, las emisiones del Alcance 1 provienen del transporte por carretera de comerciales, gerencia, logística y de la quema de combustibles fósiles para la producción de calor y las del alcance 2 provienen exclusivamente de los consumos eléctricos. En 2018, la intensidad de la huella de carbono era de 0,009 kgCO₂/€, mientras que en

2022 se redujo a 0,008 kgCO₂/€. Esta reducción se debe principalmente a la disminución del consumo de energía en las oficinas y las plantas de producción, así como al aumento de la facturación. Las actividades de MUNICH generan emisiones de gases de efecto invernadero como metano (CH₄), óxido nitroso (N₂O) y dióxido de carbono (CO₂). MUNICH ha utilizado la Calculadora de emisiones de GEH de la Oficina de Canvi

Climàtic de Catalunya para calcular estas emisiones, y en algunos casos específicos ha consultado otras fuentes como la *Guía calculadora d'emissions* GEH de la misma oficina. Por otro lado, en lo referente a la contaminación acústica y lumínica, MUNICH cumple con las normativas existentes relativas a ruido ambiental y nivel lumínico.



Impacto de la huella de carbono

Plan de mitigación de la huella de carbono

Este plan de mitigación establece los objetivos y acciones para reducir la huella de carbono de MUNICH para los años siguientes, en los Alcances 1 y 2, sobre los cuales se han realizado los cálculos. Los objetivos de reducción de emisiones están basados en la ciencia (SBT) para cumplir con el Acuerdo de París. Estos objetivos son claramente muy ambiciosos, limitando el calentamiento global a 1,5°C; realistas, alcanzables con las capacidades y recursos de la empresa y alineado con la ISO 14001. MUNICH ha identificado que los alcances 1 y 2 representan un porcentaje significativo de las emisiones totales de la empresa en los años 2018 y 2022. Para abordar esta situación, se proponen acciones específicas de mitigación. Para los alcances 1 y 2 se plantean todas las acciones de mejora indicadas en la tabla central de la página, y además se tiene en cuenta qu

| | | | | |
|--|--|---|---|-------------------------|
| Combustión en fuentes móviles: vehículos, gerencia y logística | Reducir el uso de combustibles fósiles | Realizar visitas en transporte público siempre que sea posible | 2023 | 37-87% por visita |
| | | Optimizar las rutas utilizando programas de planificación o instalando GPS en los vehículos | | - |
| | | Agrupar reuniones y visitas para optimizar rutas | | - |
| | | Aumentar el número de videoconferencias y reuniones en línea | | >90% por reunión |
| | | Ofrecer estaciones de carga de vehículos eléctricos | | - |
| Mejorar la eficiencia | Cambiar la flota de vehículos para que sea más eficiente y limpia | 2024 | 10-30% según el tipo de vehículo | |
| | Cambiar los neumáticos y comprobar su estado de forma periódica | | <15% en el consumo de combustible por viaje | |
| | Recibir clases de conducción eficiente | | 15% por viaje | |
| Combustión de fuentes fijas: calderas de calefacción | Mejorar la eficiencia de la caldera | Mejorar la eficiencia de la caldera actual | 2025 | - |
| | | Cambiar la caldera por una nueva que funcione con combustibles limpios (biomasa, biodiésel, electricidad, etc.) | | - |
| | | Aislar adecuadamente los sistemas de calefacción y los edificios | | 2024 |
| | Reducir las necesidades de calefacción | Aprovechar si es posible el calor de otras empresas (simbiosis industrial) | - | - |
| | | Instalar cubiertas vegetales para reducir los consumos de aire acondicionado y/o climatizar las naves | 2024 | <60% consumo energético |
| | Asegurar que la temperatura de calefacción es adecuada durante el invierno | 2023 | - | |

los primeros pasos para implementar estas acciones incluyen establecer objetivos de reducción de emisiones, elaborar un plan de acción a corto plazo, asignar recursos económicos y humanos, y comprometer a los trabajadores en el proceso. Donde destaca la importancia del seguimiento y evaluación, mediante la definición de indicadores clave de rendimiento, la monitorización de emisiones y progreso, y la comunicación de resultados. Desde MUNICH, se sugiere también la adhesión a acuerdos voluntarios, como los *Acords Voluntaris de la Generalitat de Catalunya*, como parte del compromiso de la empresa con la reducción de emisiones. El plan de acción se detalla con objetivos cuantitativos, calendario y se enfatiza la importancia de comunicar este plan tanto a los trabajadores como a los stakeholders.

Gestión medioambiental

Gestión de residuos generados.

| | |
|-------------------------------|---|
| Fábrica de Vilanova de Espoia | Residuos de pintura y barniz que contienen disolventes orgánicos u otras sustancias peligrosas. |
| | Residuos de adhesivos que contienen disolventes orgánicos u otras sustancias peligrosas. |
| | Enveses que contienen restos de sustancias peligrosas o están contaminados por éstas. |
| | Absorbentes, materiales de filtrado (incluyendo los filtros de aceite no especificados en otra categoría), trapos de limpieza y ropa protectora contaminada por |
| | Gases en recipientes a presión (incluyendo los halones) que contienen sustancias peligrosas. |
| Almacén Logístico de Odena | Tubos fluorescentes y otros residuos que contienen mercurio. |
| | Papel y cartón. |
| | Otras fracciones no especificadas en ninguna otra categoría. |

En la presente página se proporciona una tabla con una visión del tipo de residuos generados por la **fábrica de Vilanova** y el **almacén logístico de Odena**, así como el destino final de cada uno de ellos. Según los datos del gestor de residuos, se han gestio-

nado más de **134 toneladas de residuos** provenientes de dichas instalaciones. Este análisis refleja una clara apuesta desde **MUNICH** por la gestión circular de los residuos, donde se busca minimizar el impacto ambiental al máximo y maximizar

la reutilización y el reciclaje. En este sentido, se observa que los residuos no peligrosos, como el cartón y papel, el plástico, la madera, la chatarra y los textiles, son gestionados de manera responsable. Se prioriza su reciclaje o reutilización en la medida de lo posible, contribuyendo así a la economía circular y evitando la sobreexplotación de recursos naturales. Por otro lado, los residuos peligrosos, como los disolventes, aceites y grasas, baterías, pinturas y barnices, son tratados por empresas especializadas para garantizar su correcta gestión y eliminación segura. Por mucho que los residuos en el almacén logístico sean muy inferiores y dispares a los de la fábrica principal en Espoia, el hecho de tener un control, una trazabilidad y buscar constantemente la revalorización y reutilización de los residuos, posiciona a **MUNICH** como una empresa fielmente comprometida con el medio ambiente y la circularidad de los recursos. Es por ello, que tanto en Odena como Espoia, **MUNICH** im-

plementa una serie de buenas prácticas ambientales, como la minimización de la generación de residuos mediante la optimización de procesos y la reutilización de materiales, así como el fomento del reciclaje y la valorización energética de los residuos no reciclables. Estas acciones no solo tienen un impacto positivo en el medio ambiente, sino que también contribuyen a la reducción de la huella de carbono y la conservación de los recursos naturales. Además de estas prácticas, la empresa destaca por contar con un sistema de gestión ambiental certificado y por realizar inversiones en tecnologías limpias para minimizar aún más su impacto ambiental. Asimismo, colabora activamente con entidades locales para promover el reciclaje y la educación ambiental en la comunidad, demostrando su compromiso con la sostenibilidad a nivel local y global. En resumen, **MUNICH** se erige como un ejemplo responsable que apuesta por la sostenibilidad y la circularidad.

Gestión medioambiental

Economía circular.

La industria del calzado, históricamente lineal en su producción, ha sido asociada con un impacto ambiental significativo debido al alto consumo de recursos naturales y la generación de residuos. Sin embargo, en respuesta a las crecientes preocupaciones ambientales, la adopción de principios de economía circular en MUNICH se ha vuelto fundamental. Este enfoque ofrece una alternativa sostenible al modelo lineal tradicional, al promover la reducción, reutilización y reciclaje de materiales en todas las etapas del ciclo de vida del producto. En primer lugar, la implementación de la economía circular en la industria del calzado implica un menor consumo de materiales, energía y agua, lo que a su vez aumenta la eficiencia operativa y la rentabilidad. Además, adoptar prácticas de economía circular mejora la imagen corporativa de la empresa, atrayendo a consumidores cada vez más conscientes y responsable

Esto puede resultar en una mayor fidelización de clientes y una ventaja competitiva en el mercado. Asimismo, fomenta la innovación, ya que impulsa el desarrollo de nuevos productos y servicios que se alinean con las expectativas del consumidor y las de-

mandas del mercado. Por último, la adopción de la economía circular también permite a las empresas anticiparse a las regulaciones ambientales y cumplir con los estándares normativos de manera proactiva.



En cuanto a los impactos en el entorno rural, la implementación de prácticas de economía circular puede tener tanto aspectos positivos como negativos. Por un lado, la economía circular puede generar beneficios significativos en las comunidades rurales. La creación de empleo es uno de los aspectos más destacados, ya que la reutilización, reparación y reciclaje de productos requiere mano de obra adicional, lo que puede contribuir a la revitalización económica de estas áreas. Además, al fomentar el desarrollo local y regional, la economía circular puede ayudar a diversificar las economías locales y reducir la dependencia de industrias tradicionales. También promueve la revalorización de materiales, aprovechando los recursos locales de manera más eficiente y sostenible.

Gestión medioambiental

Economía circular.

Sin embargo, también existen desafíos asociados con la implementación de la economía circular en entornos rurales. Por ejemplo, la gestión adecuada de los residuos generados puede ser un desafío, especialmente en áreas con recursos limitados y capacidad de infraestructura. Además, si no se manejan correctamente, los procesos de reciclaje y reutilización pueden plantear riesgos de contaminación ambiental. Además, la competencia por el acceso a recursos locales puede generar conflictos sociales dentro de las comunidades.

Para promover la economía circular en MUNICH se están llevando a cabo diversas iniciativas en todas las etapas del ciclo de vida del producto. En términos de diseño, se están desarrollando productos duraderos y reparables, utilizando materiales reciclados y biodegradables, así como adoptando diseños modulares y

desmontables que faciliten la reparación y la reutilización. En la producción, se están implementando medidas para mejorar la eficiencia energética y reducir la generación de residuos y emisiones. También se están adoptando prácticas de abastecimiento

responsable de materiales, priorizando proveedores que sigan principios éticos y sostenibles en sus procesos de producción. Además, se están abriendo varias líneas de investigación de materiales de alta calidad y compromiso con el medio ambiente, y



se está promoviendo activamente la reparación y el reciclaje entre los consumidores, educándolos sobre la importancia de prolongar la vida útil de los productos y reducir su impacto ambiental.

En conclusión, la adopción de la economía circular en la industria del calzado representa un cambio significativo hacia prácticas más sostenibles y responsables. Si bien existen desafíos y obstáculos asociados con su implementación, los beneficios potenciales, tanto para las empresas como para el medio ambiente y las comunidades locales, son enormes. Al centrarse en la reducción, reutilización y reciclaje de materiales, la industria del calzado puede desempeñar un papel clave en la transición hacia una economía más circular y sostenible.

CAPITAL HUMANO

Capital humano

Distribución del personal por tipo de contrato.

En este apartado se muestra la distribución de empleados según su tipo de contrato. Donde la información proporcionada revela una tendencia muy positiva en cuanto a la estabilidad laboral en la empresa ubicada en España. La prevalencia del contrato indefinido cuenta con un impresionante 86% del total de los contratos, refleja un compromiso firme por parte de MUNICH hacia la seguridad y continuidad en el empleo. Este enfoque es crucial para construir una cultura laboral sólida y confiable, donde los trabajadores se sientan valorados y respaldados en sus carreras profesionales. El hecho de que existan otros tipos de contrato, como el contrato de prácticas, la duración determinada y los contratos por jubilación parcial, muestra una comprensión por parte de la empresa de la necesidad de flexibilidad y adaptabili-

dad en el mercado laboral actual. Esta diversidad de contratos indica que MUNICH está abierto a diferentes modalidades de empleo para satisfacer las necesidades tanto de los empleados como de la propia organización. La presencia de numerosos empleados con contratos de conversión de temporal a indefinido indica un enfoque proactivo hacia la retención de talento. Este tipo de contrato ofrece una vía clara para que los empleados temporales puedan acceder a la estabilidad laboral a largo plazo, lo que a su vez puede aumentar la motivación y el compromiso de los trabajadores con la empresa. Por otro lado, la disponibilidad de oportunidades laborales para diferentes perfiles y necesidades demuestra un compromiso genuino con la equidad y la inclusión en el lugar de trabajo.

MUNICH está comprometido en proporcionar un ambiente donde todos los empleados, independientemente de su situación laboral inicial, tengan la oportunidad de crecer y desarrollarse profesional-

mente. Por lo que, claramente puede verse que MUNICH está en camino de construir una cultura laboral sólida y equitativa, con un enfoque claro en la estabilidad laboral y el desarrollo profesional de sus empleados.

| EMPRESA | EMPLEADOS |
|---|------------|
| BERNEDA S.A.U | |
| Indefinido a tiempo completo (100) | 98 |
| Indefinido con discapacidad (130) | 2 |
| Indefinido a tiempo completo de fomento de empleo (150) | 2 |
| Conversión de temporal a indefinido tiempo completo (189) | 81 |
| Indefinido a tiempo parcial (200) | 3 |
| Conversión de temporal a indefinido tiempo parcial (289) | 2 |
| Duración determinada (402) | 13 |
| Duración determinada a tiempo completo (410) | 7 |
| Duración determinada a tiempo parcial (501) | 1 |
| Duración determinada jubilación parcial (540) | 5 |
| Duración determinada contrato de prácticas (999) | 3 |
| BERNHER, S.A.U | |
| Conversión de temporal a indefinido tiempo completo (189) | 2 |
| LA TORMENTA PERFECTA, SLU | |
| Indefinido a tiempo completo (100) | 45 |
| Conversión de temporal a indefinido tiempo completo (189) | 39 |
| Indefinido a tiempo parcial (200) | 157 |
| Conversión de temporal a indefinido tiempo parcial (289) | 53 |
| Duración determinada (402) | 3 |
| Duración determinada a tiempo completo (410) | 9 |
| Duración determinada a tiempo parcial (502) | 11 |
| Contrato de sustitución temporal (510) | 11 |
| Total general | 547 |

Capital humano

Distribución del personal por sexo y país de procedencia.

La tabla del centro proporciona una visión detallada de la distribución del personal de MUNICH que cuenta con contratos a tiempo completo. MUNICH es una empresa que promueve la igualdad de oportunidades para hombres y mujeres fomentando un ambiente de trabajo inclusivo donde se reconozcan y valoren las contribuciones de todos los miembros del equipo, independientemente de su género. En números globales, el 63% de la plantilla está formado por mujeres, mientras que el 37% son hombres. Es importante tener en cuenta que la igualdad de oportunidades no significa necesariamente una distribución equitativa del 50% de hombres y mujeres en todos los puestos de trabajo. Más bien, MUNICH trabaja por garantizar que todos los empleados, sin importar su género, te-

ngan las mismas oportunidades de crecimiento y desarrollo profesional dentro de la organización. Este enfoque permite que cada individuo alcance su máximo potencial laboral sin verse limitado por estereotipos de género o discriminación.

| EMPRESA | EMPLEADOS |
|----------------------------------|------------|
| BERNEDA S.A.U | |
| HOMBRE | 99 |
| MUJER | 118 |
| BERNHER, S.A.U | |
| MUJER | 2 |
| LA TORMENTA PERFECTA, SLU | |
| HOMBRE | 99 |
| MUJER | 229 |
| Total general | 547 |

Por otro lado, la tabla de la derecha muestra la distribución del personal según su país de origen, siendo la nacionalidad española la predominante con un 94%. Tal y como puede observarse existe una gran di-

| EMPRESA | EMPLEADOS |
|----------------------------------|------------|
| BERNEDA S.A.U | |
| BELGICA | 1 |
| BULGARIA | 1 |
| COLOMBIA | 1 |
| ESPAÑA | 209 |
| FEDERACIÓN DE RUSIA | 1 |
| ITALIA | 2 |
| MARRUECOS | 1 |
| POLONIA | 1 |
| BERNHER, S.A.U | |
| ESPAÑA | 2 |
| LA TORMENTA PERFECTA, SLU | |
| ALEMANIA | 1 |
| ARGENTINA | 1 |
| COLOMBIA | 1 |
| ESPAÑA | 310 |
| GUINEA ECUATORIAL | 1 |
| ITALIA | 5 |
| MARRUECOS | 1 |
| RUMANIA | 5 |
| VENEZUELA | 3 |
| Total general | 547 |

versidad en la procedencia de los trabajadores, reflejando así el compromiso de MUNICH con la diversidad y la inclusión. La organización apuesta por un entorno laboral multicultural que valore las di-

ferentes culturas, experiencias y perspectivas. Independientemente de su país de origen, todos los empleados de la empresa tienen las mismas oportunidades de desarrollo profesional y crecimiento. MUNICH se esfuerza por crear un ambiente de trabajo equitativo e inclusivo donde todos se sientan valorados y respetados. Ya que la diversidad en el lugar de trabajo aporta numerosos beneficios, como una mayor creatividad e innovación, una mejor comprensión de las necesidades de los clientes y una mayor capacidad para adaptarse a los cambios del mercado. Además, un entorno laboral diverso puede contribuir a mejorar la satisfacción y el compromiso de los empleados.

Capital humano

Fin de contratos, bajas y despidos.

Las tablas proporcionadas detallan la distribución de despidos en MUNICH según los motivos, reflejando una realidad del ámbito laboral. Analizando las tablas, se observa que una parte mínima de los despidos (2%) corresponde a situaciones de baja por despido disciplinario individual, indicando casos donde el comportamiento del trabajador ha infringido las normativas internas. Asimismo, los despidos no voluntarios representan un 1%, relacionados con circunstancias ajenas a la voluntad del empleado, como reestructuraciones organizativas. Por otro lado, los despidos por causas objetivas de la empresa abarcan el 2%, mientras que las bajas por excedencia voluntaria o forzosa comprenden el 3%, evidenciando situaciones relacionadas con motivos económicos, técnicos o de producción. mientras que los casos donde el trabajador no supera el período de prueba representan el 4.5%.

El análisis revela que el mayor porcentaje del personal que ha dejado la empresa (34%) se produce por dimisión voluntaria, lo que sugiere que MUNICH no busca deshacerse injustamente de su personal. MUNICH trabaja por sus empleados mejorando los procesos de selección y formación para reducir la tasa de despidos. En resumen, las tablas exponen la preocupación de MUNICH por el bienestar de sus empleados, aunque reconoce la realidad de las bajas como una faceta inevitable en cualquier organización del sector.

| MOTIVO | NÚMERO |
|---|------------|
| Baja despido disciplinario individual | 4 |
| Baja no voluntaria | 2 |
| Baja por despido por causas objetivas empresa | 4 |
| Baja por excedencia voluntaria o forzosa | 6 |
| Baja por fallecimiento | 1 |
| Baja por no superar el período de prueba | 9 |
| Baja por otras causas de suspensión | 2 |
| Cese en período de prueba a instancia del empresario | 36 |
| Cese en período de prueba a instancia del trabajador | 3 |
| Despido del trabajador | 10 |
| Dimisión / Causa voluntaria | 71 |
| Excedencia cuidado hijos | 1 |
| Final de contrato temporal a instancia del empresario | 50 |
| Total general | 199 |

| MOTIVO | NÚMERO |
|---|-----------|
| BERNEDA | 57 |
| Baja despido disciplinario individual | 2 |
| Baja por despido por causas objetivas empresa | 4 |
| Baja por excedencia voluntaria o forzosa | 2 |
| Baja por fallecimiento | 1 |
| Baja por no superar el período de prueba | 1 |
| Baja por otras causas de suspensión | 2 |
| Cese en período de prueba a instancia del empresario | 2 |
| Cese en período de prueba a instancia del trabajador | 1 |
| Despido del trabajador | 9 |
| Dimisión / Causa voluntaria | 14 |
| Final de contrato temporal a instancia del empresario | 19 |
| LTP A CORUÑA | 9 |
| Baja por excedencia voluntaria o forzosa | 2 |
| Cese en período de prueba a instancia del empresario | 2 |
| Dimisión / Causa voluntaria | 2 |
| Final de contrato temporal a instancia del empresario | 3 |
| LTP ALICANTE | 3 |
| Baja no voluntaria | 1 |
| Dimisión / Causa voluntaria | 2 |
| LTP BARCELONA | 67 |
| Baja despido disciplinario individual | 1 |
| Baja no voluntaria | 1 |
| Baja por excedencia voluntaria o forzosa | 1 |
| Baja por no superar el período de prueba | 6 |
| Cese en período de prueba a instancia del empresario | 13 |
| Cese en período de prueba a instancia del trabajador | 1 |
| Dimisión / Causa voluntaria | 31 |
| Final de contrato temporal a instancia del empresario | 13 |
| LTP GIRONA | 2 |
| Dimisión / Causa voluntaria | 1 |
| Final de contrato temporal a instancia del empresario | 1 |

| MOTIVO | NÚMERO |
|---|-----------|
| LTP MADRID | 28 |
| Baja por no superar el período de prueba | 1 |
| Cese en período de prueba a instancia del empresario | 9 |
| Cese en período de prueba a instancia del trabajador | 1 |
| Dimisión / Causa voluntaria | 12 |
| Final de contrato temporal a instancia del empresario | 5 |
| LTP MALAGA | 4 |
| Cese en período de prueba a instancia del empresario | 2 |
| Dimisión / Causa voluntaria | 2 |
| LTP PALMA | 4 |
| Baja despido disciplinario individual | 1 |
| Cese en período de prueba a instancia del empresario | 1 |
| Dimisión / Causa voluntaria | 2 |
| LTP SEVILLA | 4 |
| Baja por excedencia voluntaria o forzosa | 1 |
| Despido del trabajador | 1 |
| Dimisión / Causa voluntaria | 1 |
| Final de contrato temporal a instancia del empresario | 1 |
| LTP TARRAGONA | 5 |
| Baja por no superar el período de prueba | 1 |
| Cese en período de prueba a instancia del empresario | 1 |
| Final de contrato temporal a instancia del empresario | 3 |
| LTP VALENCIA | 5 |
| Cese en período de prueba a instancia del empresario | 1 |
| Dimisión / Causa voluntaria | 3 |
| Final de contrato temporal a instancia del empresario | 1 |
| LTP VIZKAYA | 6 |
| Cese en período de prueba a instancia del empresario | 5 |
| Dimisión / Causa voluntaria | 1 |
| LTP ZARAGOZA | 5 |
| Excedencia cuidado hijos | 1 |
| Final de contrato temporal a instancia del empresario | 4 |

Capital humano

Convenio Colectivo, días de baja y personal con minusvalía.

La información proporcionada detalla los convenios colectivos aplicables a las diversas empresas del grupo empresarial, mostrando su ubicación geográfica en el territorio nacional y los convenios específicos que rigen sus condiciones laborales. Cada empresa dentro del grupo tiene asignado un convenio colectivo distinto, lo cual se determina tanto por su ubicación territorial, como por la actividad económica que desarrolla. Esta segmentación es esencial, ya que los convenios colectivos se ajustan según el territorio y el sector laboral al que pertenecen. Los convenios colectivos son de vital importancia, ya que establecen las condiciones laborales de los empleados, abordando aspectos como el salario mínimo, la jornada laboral, las vacaciones, los permisos, la seguridad e higiene laboral, y los derechos sindicales.

La existencia de una diversidad de convenios dentro del grupo empresarial es tanto una ventaja como un desafío. Por un lado, permite adaptar las condiciones laborales a las particularidades de cada empresa y sector, lo cual favorece la satisfacción y el compromiso de los empleados. En resumen, la variedad de convenios colectivos dentro del grupo empresarial refleja la diversidad geográfica y sectorial de sus operaciones, lo cual es fundamental para adaptarse a las regulaciones locales y brindar condiciones laborales justas y equitativas a todos los empleados. Por otro lado, siguiendo su firme compromiso con la inclusión y la igualdad de oportunidades, cuenta con **ocho empleados que presentan un grado de discapacidad comprendido entre el 33% y el 65%, así como un empleado cuya discapacidad supera el**

66%. Esta decisión evidencia el compromiso social de la empresa, que reconoce el valor y las habilidades de las personas con discapacidad, brindándoles la oportunidad de formar parte activa de su plantilla laboral. Mediante esta acción, la empresa no solo cumple con su responsabilidad ética y legal, sino que también demuestra su apertura y sensibilidad hacia unas personas que a menudo se enfrentan a numerosas barreras en el mercado laboral. En cuanto a las bajas, la mayoría de las ausencias (223) se deben a enfermedades, representando el 80% del total. Por otro lado, las bajas por accidente (39) constituyen solo el 15%, y las relacionadas con el nacimiento y cuidado de menores (14) representan el 5%. Estas cifras resaltan una diferencia significativa en la incidencia de los motivos de baja. Además, se observa una variación en la

| EMPRESA | Convenio | Nº Convenio |
|---------------|--------------------|----------------|
| BERNEDA | Industrias Calzado | 99000805011981 |
| BERNHER | Comercio pell | 8000735011994 |
| BERNEDA ELCHE | Industrias Calzado | 99000805011981 |

| Ubicación | Nombre de la empresa | Convenio |
|----------------|---------------------------|-------------------|
| Barcelona | LA TORMENTA PERFECTA S.L. | COMERC PELL |
| Madrid | LA TORMENTA PERFECTA S.L. | COMERCIO PIEL |
| Palma Mallorca | LA TORMENTA PERFECTA S.L. | COMERCIO |
| Valencia | LA TORMENTA PERFECTA S.L. | COMERCIO CALZADO |
| Zaragoza | LA TORMENTA PERFECTA S.L. | COMERCIO CALZADO |
| Sevilla | LA TORMENTA PERFECTA S.L. | COMERCIO CALZADO |
| Tarragona | LA TORMENTA PERFECTA S.L. | COMERCIO CATALUÑA |
| Murcia | LA TORMENTA PERFECTA S.L. | COMERCIO GENERAL |
| Alicante | LA TORMENTA PERFECTA S.L. | COMERCIO CALZADO |
| A Coruña | LA TORMENTA PERFECTA S.L. | COMERCIO VARIO |
| Girona | LA TORMENTA PERFECTA S.L. | COMERCIO GENERAL |
| Málaga | LA TORMENTA PERFECTA S.L. | COMERCIO GENERAL |
| Cantabria | LA TORMENTA PERFECTA S.L. | COMERCIO PIEL |
| Vizcaya | LA TORMENTA PERFECTA S.L. | COMERCIO PIEL |
| Gipuzkoa | LA TORMENTA PERFECTA S.L. | COMERCIO PIEL |

duración promedio de las bajas según el motivo, siendo 22 días para enfermedad, 28 días para accidente y un significativo promedio de 82 días para nacimiento y cuidado de menores. Estas disparidades se atribuyen a la naturaleza y requisitos de recuperación de cada motivo de baja.

Capital humano

Formaciones a los empleados a través de FUNDAE.

La formación continua en MUNICH se erige como un pilar esencial para el crecimiento tanto profesional como personal de sus empleados, así como para promover la excelencia en el servicio y el compromiso con la comunidad. Una de las áreas prioritarias de esta formación es la excelencia en la atención telefónica, donde se busca equipar a los empleados con las habilidades necesarias para satisfacer las necesidades de los clientes de manera eficiente y personalizada. A través de técnicas de comunicación efectiva, gestión del tiempo y resolución de problemas, se pretende mejorar la satisfacción del cliente y fomentar la fidelización, lo que se traduce en un aumento de las ventas y una reputación positiva para la empresa. Otro aspecto crucial de la formación es el manejo seguro y eficiente de las carretillas elevadoras, donde se instruye a los empleados sobre norma-

tivas de seguridad, técnicas de operación y prevención de riesgos. Este enfoque no solo busca garantizar la seguridad del personal y de la mercancía, sino también optimizar la logística y aumentar la productividad al reducir los accidentes laborales y mejorar la eficiencia en los procesos. Además, MUNICH muestra un fuerte compromiso con la igualdad de género y la prevención del acoso laboral a través de programas de sensibilización y capacitación. Al promover una cultura de respeto e inclusión, se crea un entorno laboral más seguro y colaborativo, lo que se refleja en un mejor clima laboral, una reducción del absentismo y una mayor cohesión entre los equipos de trabajo. Otro aspecto fundamental de la formación es el desarrollo de una actitud positiva en los empleados, fomentando el manejo del estrés, la comunicación asertiva y el trabajo en equipo. Esta mentalidad proactiva y

resiliente no solo impulsa la motivación y el compromiso de los empleados, sino que también mejora la colaboración y la productividad en el lugar de trabajo. Además de su compromiso con el desarrollo interno, la empresa demuestra su responsabilidad social a través de diversas acciones comunitarias, como la colaboración con organizaciones sociales y educativas, el voluntariado d

los empleados y el apoyo a proyectos de desarrollo local y sostenible. Estos esfuerzos reflejan el compromiso integral de la empresa con el bienestar de sus empleados y con el desarrollo de la comunidad en la que opera. Se han dedicado 66 horas anuales por cada empleado en los siguientes cursos: Excelencia en la atención telefónica, Manejo de Carretillas Elevadoras, Sensibilización en Igualdad de Género y Acoso Laboral, Igualdad de Género y Acoso Laboral por la Comisión y Actitud Positiva.



DERECHOS HUMANOS

Política de Código Ético

Comprometidos con la comunidad.

MUNICH se compromete a garantizar condiciones laborales justas y seguras para sus empleados, cumpliendo con las leyes laborales vigentes y ofreciendo jornadas de trabajo equitativas. Además, se enfoca en un reclutamiento ético basado en el desarrollo profesional, la igualdad de oportunidades y la diversidad en los equipos. Se promueve el desarrollo profesional mediante oportunidades de formación y promoción interna, junto con la protección física y psicológica de los trabajadores, así como la protección de datos personales.

En cuanto a los clientes, MUNICH se compromete a ofrecer productos de calidad y seguridad, con precios justos y accesibles sin vulnerar los derechos laborales.

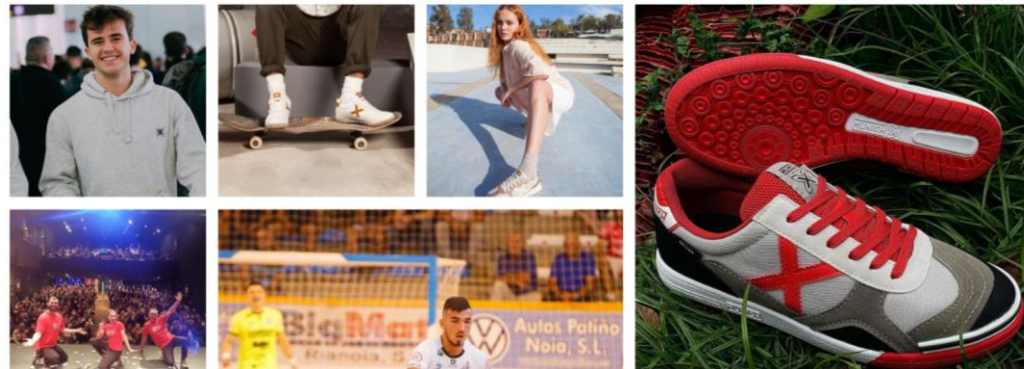
Se garantiza la protección de datos personales, la transparencia en la comunicación y la atención activa al cliente, con análisis de satisfacción para mejorar continuamente. Con respecto a los proveedores, la empresa se compromete a asentar las facturas de manera eficaz y transparente, cooperar para garantizar la calidad y eficiencia, y

rechazar cualquier forma de soborno, promoviendo así una cadena de suministro ética y responsable. En relación con la sociedad y las comunidades, MUNICH promueve los derechos humanos, el cuidado de los recursos fundamentales y la participación en asuntos locales, además de mantener una política clara

y coherente de patrocinios, donaciones y causas de caridad. Finalmente, en materia ambiental, la empresa se compromete a cuidar la biodiversidad y el medio ambiente, implementando medidas de gestión ambiental, reducción de residuos y compras responsables. Todo este compromiso se lleva a cabo mediante procesos claros de implementación, canales de asesoramiento y denuncia, programas de capacitación y mecanismos de seguimiento y evaluación para garantizar el cumplimiento del código ético establecido.

ÚNETE A COMUNICHTY, LA COMUNIDAD MUNICH

Etiqueta con @munichsports o #munichsports tus fotos de Instagram y podrás aparecer en nuestra COMUNICHTY. Pincha en las imágenes y realiza tu compra.



Políticas de Desarrollo de los empleados

Comprometidos con los derechos de los trabajadores.

Política de Remuneración:

La política de remuneración de MUNICH busca garantizar la transparencia, equidad y competitividad de los salarios de sus empleados. Se aplica a todas las filiales del holding y está alineada con el Plan de Igualdad de la empresa. La estructura salarial se basa en el salario base, complementos salariales, otros conceptos salariales y pagas extraordinarias. Los criterios de valoración de los puestos se basan en la formación, iniciativa, autonomía, responsabilidad, mando, complejidad y experiencia. La compensación variable varía según departamento y/o empresa, donde se ofrecen primas de producción, pluses de carencia, bonus anuales, comisiones y variables en forma de comisiones. Un punto muy importante es que el 100% de los salarios de MUNICH son equivalentes o mayores al salario planteado para cada grupo pro-

fesional en su Convenio Colectivo. La empresa ofrece póliza de salud, descuentos en productos y servicios, revisión salarial anual, planes de igualdad y registro salarial. La política es de acceso libre para todos los empleados y se actualiza anualmente.

Política de Desarrollo Profesional:

La Política de Desarrollo Profesional de MUNICH busca fomentar el crecimiento y bienestar de sus empleados, ofreciendo oportunidades de formación y capacitación individual y transversal. Se basa en los principios de equidad, aprendizaje continuo y retroalimentación. Se establecen planes de desarrollo transversales e individuales. Los planes transversales se basan en las necesidades de la empresa y del mercado, mientras que los planes individuales se diseñan para cada empleado, considerando sus habilidades, intereses y objetivos profe-

sionales. Se utilizan diferentes mecanismos para identificar las necesidades de desarrollo, como evaluaciones de desempeño, análisis de puestos de trabajo y entrevistas con los empleados. Desde MUNICH se ofrecen diversas oportunidades de formación y capacitación, como cursos académicos, idiomas, formaciones internas, asistencia a seminarios y jornadas de sensibilización. Además, se realizan evaluaciones de desempeño para verificar el logro de los objetivos de desarrollo profesional. La política se revisa anualmente para garantizar su actualización y eficacia. En general, la Política de Desarrollo Profesional de MUNICH busca crear un entorno de trabajo que favorezca el crecimiento y la promoción interna de sus empleados.

Políticas de Prácticas Profesionales:

La Política de Prácticas Profesionales de Bern2run SL busca ofrecer una oportu-

nidad a los estudiantes para aplicar sus conocimientos en un contexto real, a la vez que la empresa se beneficia de su experiencia y conocimiento actualizado. Los objetivos del programa son brindar oportunidades a estudiantes para aplicar sus conocimientos y establecer vínculos con entidades educativas locales. Los estudiantes elegibles deben estar cursando estudios en una institución acreditada, tener disponibilidad horaria, vivir en la ciudad y cumplir con la descripción del puesto. El proceso de selección incluye entrevistas y evaluación de aptitudes. La evaluación es bidireccional: el estudiante evalúa a la empresa y viceversa. Se realiza un seguimiento mensual y una entrevista de salida. Esta política refleja el compromiso de MUNICH con la formación de los estudiantes y el desarrollo de su futuro profesional.

Actuación ante brechas de seguridad

Sistemas de actuación en caso de brecha en la seguridad de datos personales.

En la era digital, la seguridad de los datos personales se ha convertido en un tema crucial. La información personal, como nombres, direcciones, números de teléfono y datos financieros, se recopila y almacena en una variedad de plataformas digitales. Proteger esta información del acceso no autorizado, la pérdida o el robo es esencial para proteger la privacidad y la seguridad de las personas de MUNICH. MUNICH cuenta con dos tipos de medidas para la seguridad de los datos: preventivas y reactivas. Las medidas preventivas se enfocan en evitar que ocurran las bre-

chas de seguridad, mientras que las medidas reactivas se implementan para mitigar el daño después de que una brecha ha ocurrido.

Cuenta un protocolo para la Dirección y Responsable/s de Seguridad, para velar por el cumplimiento en la organización de un procedimiento adecuado en la atención y resolución del ejercicio de los derechos que en materia de protección de datos puede llevar a efecto cualquier afectado o interesado. En el caso que se proceda una brecha en la seguridad, se dispone de un plan de actuación para identificar el origen, el tipo y volumen



de datos afectados, así como las personas afectadas; implementar un plan para contener la brecha, mitigar el daño y restaurar los sistemas afectados y notificar a las autoridades competentes y a las personas afectadas, de acuerdo con la normativa vigente (art.33 RGPD).



| Incidente o brecha de seguridad | Fecha de detección | Fecha de resolución | Datos afectados | Equipos afectados | Número de afectados | Notificación a la AEPD | Comunicación a los afectados |
|---|--------------------|---------------------|---|---|---------------------------------------|---|---|
| <i>Explicar brevemente el incidente o brecha de seguridad</i> | <i>[dd/mm/aa]</i> | <i>[dd/mm/aa]</i> | <i>Indicar datos personales afectados</i> | <i>Indicar los equipos informáticos afectados</i> | <i>Indicar el número de afectados</i> | <i>SI / NO Justificación</i> <i>Fecha de la notificación</i> | <i>SI / NO Justificación</i> <i>Fecha de la notificación</i> |
| | | | | | | | |

Actividades de Formación y Preventivas

Sistemas de formación y actividades preventivas para cada centro de trabajo.

MUNICH cuenta con un plan de formación específico para cada posición, diseñado a medida para cubrir las necesidades formativas de cada puesto de trabajo. Este plan se basa en una evaluación previa de las competencias y habilidades requeridas para cada posición, así como de las necesidades específicas de cada empleado. La formación específica ofrece una serie de ventajas tanto para la empresa como para los empleados. Para MUNICH, mejora la productividad y la eficiencia, reduce los errores y los accidentes, aumenta la satisfacción y la motivación de los empleados, mejora la imagen de la empresa. Para los empleados, les permite desarrollar sus competencias y habilidades, aumentar sus posibilidades de promoción y afrontar con éxito los retos del mercado actual. Para crear grandes profesionales, MUNICH implementa una serie de medidas como

programas de mentoring, comunidades de aprendizaje., acceso a recursos formativos online, planes de carrera. MUNICH está comprometido con la formación y el desarrollo profesional de sus empleados, creyendo que la formación es la mejor inversión que se puede hacer para crear grandes profesionales que les ayuden a alcanzar sus objetivos. Cuenta con formaciones personalizadas para las siguientes posiciones en la empresa: comercial de venta itinerante y efímera, personal de oficinas, cajero/a, mozo/a de logística, operario/a de almacén, dependiente/a y carretillero/a.



Por otro lado, la empresa Spactiva, como servicio de prevención de riesgos laborales, ha presentado a BERNEDA, S.A. la planificación anual de actividades preventivas del año 2023. Esta planificación se divide en cuatro apartados, uno individualizado por cada centro de trabajo de la empresa y otro con las actividades comunes a todos los centros que se exponen a continuación:

- **Enero:** Entrega de la memoria anual de actividades y planificación anual de actividades.
- **Junio:** Valoración de la integración de la prevención de riesgos en el sistema general de gestión de la empresa, con entrega del informe correspondiente.
- **Octubre:** programación de la vigilancia de la salud individual y colectiva.
- **Noviembre:** formación de los equipos de emergencia y realización de los exámenes de salud a los trabajadores.

- **Diciembre:** Entrega de los certificados de aptitud y/o documentación relativa a propuestas preventivas derivados de los exámenes de salud, y formación específica en prevención de riesgos laborales.

Por otro lado, se han realizado actividades específicas por cada centro de trabajo cuyo detalle se muestra en la tabla inferior.

| Centro de trabajo | Actividad | Fecha |
|--|--|------------|
| CL LA SERRA S-N 08789 TORRE DE CLARAMUNT (LA) | Medición de niveles de ruido y entrega del informe higiénico | Febrero |
| CL LA SERRA S-N 08789 TORRE DE CLARAMUNT (LA) | Medición periódica de contaminantes químicos y entrega del informe higiénico | Septiembre |
| CL LA SERRA S-N 08789 TORRE DE CLARAMUNT (LA) | Visita de toma de datos para la revisión de la evaluación de riesgos | Noviembre |
| CL LA SERRA S-N 08789 TORRE DE CLARAMUNT (LA) | Entrega de los documentos relativos a la revisión de la evaluación de riesgos y de la actualización de los soportes formativos por puesto de trabajo | Diciembre |
| C/ Thomas Alba Edison 73 08787 POBLA DE CLARAMUNT, LA | Visita de toma de datos para la revisión de la evaluación de riesgos | Marzo |
| C/ Thomas Alba Edison 73 08787 POBLA DE CLARAMUNT, LA | Entrega de los documentos relativos a la revisión de la evaluación de riesgos y de la actualización de los soportes formativos por puesto de trabajo | Abril |
| C/ Thomas Alba Edison 73 08787 POBLA DE CLARAMUNT, LA | Visita inicial para la elaboración del documento de medidas de emergencia | Mayo |
| C/ Thomas Alba Edison 73 08787 POBLA DE CLARAMUNT, LA | Entrega del documento de medidas de emergencia | Junio |
| CL CIRUCLO OBRERO ILICITANO, 32 NAVE 3 03203 ELX/ELCHE | Visita de toma de datos para la elaboración de la evaluación inicial de riesgos | Marzo |
| CL CIRUCLO OBRERO ILICITANO, 32 NAVE 3 03203 ELX/ELCHE | Entrega de los documentos relativos a la evaluación inicial de riesgos y de los soportes formativos por puesto de trabajo | Abril |
| MANUEL VALLS, 2 08711 ODENA | Visita de toma de datos para la revisión de la evaluación de riesgos | Julio |
| MANUEL VALLS, 2 08711 ODENA | Entrega de los documentos relativos a la revisión de la evaluación de riesgos y de la actualización de los soportes formativos por puesto de trabajo | Septiembre |

LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN

Política Anticorrupción

Comprometidos con la comunidad

MUNICH reconoce la importancia de combatir la corrupción y el soborno y se compromete a tener tolerancia cero ante cualquier tipo de acto ilícito. La compañía pone a disposición de sus empleados canales de denuncia anónimos para que puedan reportar estas situaciones. El protocolo se aplica a todos los empleados, directivos y representantes de MUNICH, independientemente de su ubicación geográfica.

El objetivo es fomentar una cultura de integridad, transparencia y ética en el entorno laboral y definir las bases para prevenir, detectar y denunciar actos de corrupción o soborno. Para ello, se definen las conductas prohibidas por el Holding, como la corrupción entre particulares, cohecho, tráfico de influencias, extorsión, pagos de facilitación y soborno. También se establecen excepciones para regalos

corporativos, productos de la empresa, invitaciones y eventos. La política se rige por los principios de prevención, transparencia e imparcialidad. MUNICH se compromete a proporcionar herramientas para la prevención y denuncia, garantizar la transparencia y actuar con imparcialidad.

El departamento de RRHH, con apoyo de una consultora legal externa, es responsable de la revisión y el cumplimiento de la política, la gestión de los canales de denuncia y la investigación de las denuncias de corrupción. Se pone a disposición de los empleados un canal de denuncia anónimo, seguro y confidencial a través del Portal del Empleado. En el caso de denuncia, se revisa e investiga la denuncia, y si se considera necesario, se eleva a una consultora legal externa. Se imponen sanciones disciplinarias y legales según la gravedad del acto,



incluyendo la colaboración con las autoridades competentes. La política se revisa anualmente y se realizan auditorías internas para evaluar su efectividad y verificar el cumplimiento de la legislación anticorrupción. Se garantiza la confidencialidad de las denuncias y la protección de datos personales de los denunciantes.



COMPROMISO CON LA COMUNIDAD

Política de Marketing Ético

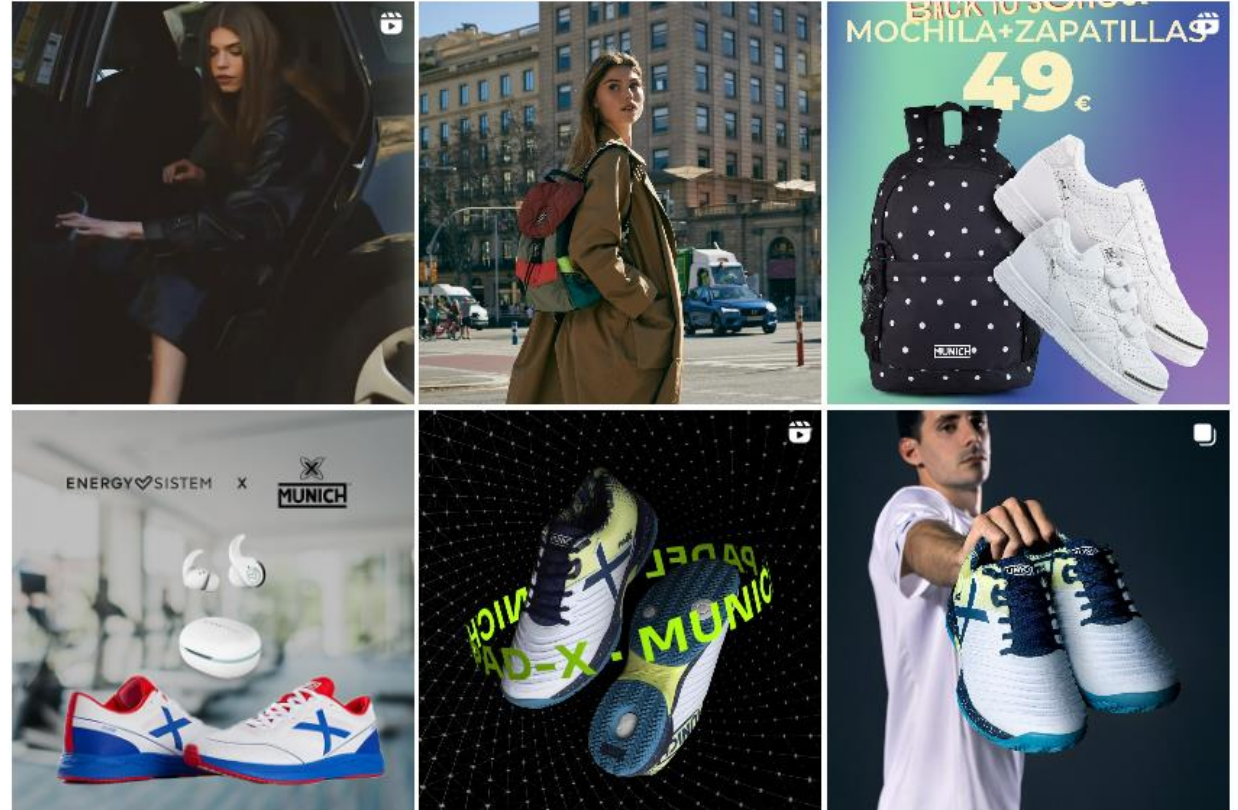
Comprometidos con la comunidad



MUNICH define el marketing ético como aquel que crea valor e impulsa un impacto positivo en los individuos, la sociedad y el medio ambiente, sin vulnerar sus derechos. Sus objetivos son: mejorar la comunicación con los clientes, aumentar la transparencia, comunicar el valor de sus productos de forma honesta y promover la prolongación de la vida útil de estos. MUNICH se compromete a comunicar con transparencia los atributos e impactos de sus productos, tanto positivos como negativos. Se compromete a actuar con honestidad y veracidad en sus campañas. MUNICH cree en la diversidad y la promueve a nivel interno y externo. Se compromete a no promover estereotipos sociales y a dar visibilidad a los diversos grupos que conforman la sociedad. También se compromete a la autenticidad en sus valores y a la creatividad de sus emplea-

dos. MUNICH cree en la diversidad y la promueve a nivel interno y externo. Se compromete a no promover estereotipos sociales y a dar visibilidad a los diversos grupos que conforman la sociedad. También se compromete a la autenticidad en sus valores y a la creatividad de sus empleados.

La empresa se compromete a actualizar su política de marketing siempre que haya un cambio en la legislación o se identifique una oportunidad de mejora. También se compromete a realizar una revisión anual de la política. Las campañas de marketing se realizarán por medio de redes sociales, página web, vallas publicitarias, etc. La empresa también cuenta con un grupo de "amigos de marca" que promueven la marca.



Compromiso con la comunidad

Acciones de patrocinio.

MUNICH elabora cada año un plan de patrocinios para posicionarse dentro de distintos ámbitos y con distintos targets, para aumentar su visibilidad y transmitir su identidad de marca. En el 2023 la empresa se focalizó en las siguientes líneas de **deportes, cultura y celebrities**. Siendo **deportes**, una de las ramas más relevantes de la empresa, por lo que es de suma importancia buscar jugadores de élite que

que representen la marca en sus partidos, juegos y entrenamientos. Para ello se han buscado patrocinios tanto en clubes como en personas físicas, llegando a la cifra de más de 400 jugadores nacionales que visten el material deportivo. En lo referente a **Fútbol 11** uno de los patrocinios más relevantes se ha hecho al cerrar un acuerdo con los árbitros de La Liga para que calcen zapatillas MUNICH en los partidos de primera y segunda división masculina y femenina. Se ha cerrado también acuerdos con entrenadores de primera división con García-Pimienta, de La U.D. Las Palmas o Jagoba Arrasate, entrenador del Osasuna. Por otro lado, **Fútbol Sala** es una de las líneas que más jugadores aglutina, con más de la mitad de los patrocinios totales. Se encuentran perfiles como Sergio Lozano, Miquel Feixas y Sergio González, todos del F.C. Barcelona. También en el ámbito femenino perfiles como el de Ana Belén Etayo, jugadora del Zaragoza FS, Ca-

mila Gadeia del Burela F.S o Judith Pedreira del Ourense F.S.C En el **Pádel**, deporte en auge ahora mismo, es una de las líneas por las que más ha apostado la marca en los últimos años, donde el 2023 se cerró con dos contratos muy relevantes firmados. Uno con Franco Stupaczuk, el actual nº3 del ranking mundial y con Verónica Virseda, la actual nº15 del ranking.

En lo que refiere al **Balonmano**, esta línea también está formada por una larga lista de perfiles con renombre, como el de Thiagus Petrus, jugador del F.C. Barcelona o el de Alex Pascual García, del Dinamo Bucarest.

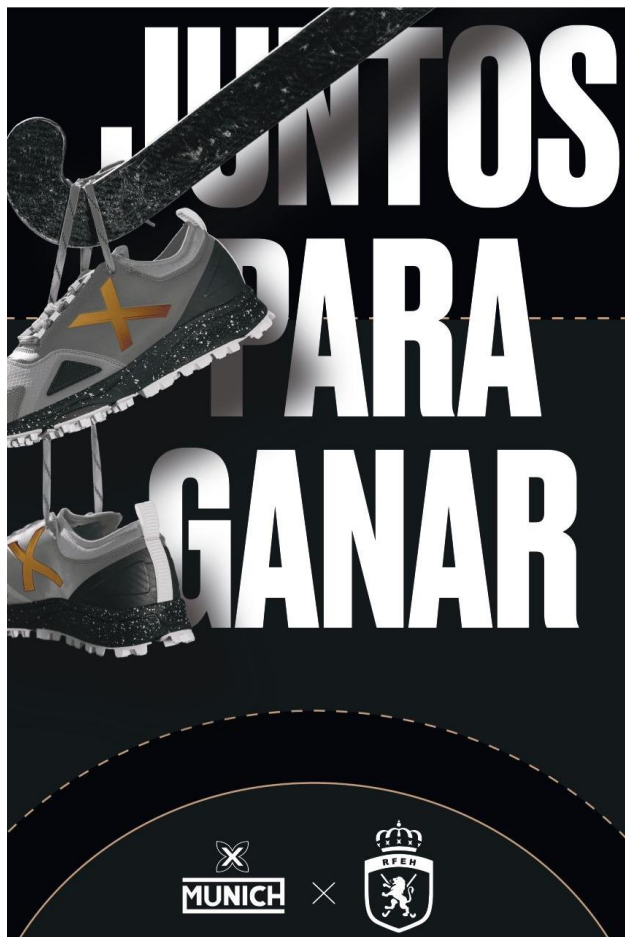


Compromiso con la comunidad

Acciones de patrocinio.



En lo referente al **Hockey**, es el patrocinador oficial tanto de la Federación Española como Catalana, teniendo una visibilidad muy importante en gran parte de los clubes repartidos por todo el territorio y con representación en los equipos de la selección. Además, también cuenta con diferentes jugadores que calza la vestimenta, como Pau Quemada, jugador del Egara. Finalmente, en lo referente al **Baloncesto** en 2023 se cerró un acuerdo con la AEBA (árbitros asociados a la Liga Endesa) para que calzaran las zapatillas deportivas en todos los partidos de la ACB, afianzando así la presencia de la marca en el deporte profesional español. Por otro lado, en referencia a la **cultura**, la marca también pretende estar en el ámbito cultural, teniendo presencia en el mundo del teatro, el cine, la televisión, la música y el espectáculo. Diferentes proyectos que ha podido patrocinar, a des-



acar los que se enumeran a continuación. Para **series de TV** como 'El Cuerpo en Llamas' (Netflix), 'La Que Se Avecina' (Prime Video), 'Jo Mai Mai' (TV3), 'Cites' (TV3 & Prime Video), 'Esto No es Suecia' (RTVE), entre otros. Para **programas televisivos** como El Hormiguero (A3), La Resistencia (Movistar+), El Chiringuito de Jugones (Atresmedia), El Desafío (A3) y Masterchef (RTVE). Para **festivales de música** como el Festival de Cap Roig, el White Summer y el Menorca Music Festival. Para **obras de teatro** como Escape Room 2 (Teatro Condal), Conqueridors (Teatro Goya), Speed Dating (Teatro Poliorama). Para **bandas, artistas y grupos de música** como Love of Lesbian, Estopa, Buhos, SUU, Oques Grasses, Els Amics de les Arts, Lil Dami, Els Manel, entre otros. El tercer bloque de patrocinios de MUNICH hace referencia a **Celebrities, influencers y periodistas**.

La marca también colabora con diferentes personalidades y VIPS, referentes en distintos sectores, afianzando su presencia en RRSS, TV, eventos y actos de presentación. Cuenta con la complicidad de personalidades, siendo las más conocidas las que se exponen a continuación: María Castro, Ivan Labanda, Manu Guix, Noemí Galera, Asia Ortega, Sofía Coll, Angel Llácer, Laura Fa, Eva Isanta, Pep Ambròs, Joan Dausà, Antonio Orozco, Gerard Romero, Alex Delmas y Miquel Valls.



Compromiso con la comunidad

Gestión del I+D+i

MUNICH apuesta por la realización de diferentes proyectos innovadores que orientan a la empresa hacia una mayor eficiencia y gestión de los recursos. En este sentido MUNICH apuesta por la **innovación en procesos y productos**, a través de una correcta gestión del I+D+i destinando recursos a proyectos de digitalización, a buscar la optimización y aumento de la calidad de sus procesos y al desarrollo de un muestrario que busca el equilibrio entre la calidad y el respeto con el medio ambiente. En la anualidad pasada MUNICH ha destinado más de 600.000 € a la realización de proyectos de I+D+i. Por otro lado, tal y como se ha explicado en diferentes apartados de la memoria también se llevan a cabo **inversiones que potencien el ahorro energético** mediante iniciativas dirigidas a la reducción de consumos, inversiones que introduzcan mejoras en las infraes-

tructuras, como maquinaria y equipos, que buscan mantener la competitividad a la vez que garantizan la sostenibilidad consiguiendo alcanzar las mejores condiciones para cada puesto de trabajo. Tal y como se ha expuesto en la memoria, también se han llevado a cabo programas de sensibilización y formación de todo el personal con la finalidad de fomentar las buenas prácticas ambientales y la búsqueda de la innovación en el desempeño de las tareas. Además, este año, de manera excepcional se ha llevado a cabo un proyecto de investigación titulado **“Introducción de materiales secundarios y nuevos procesos manufactureros para el calzado”** cuya finalidad se enmarca en el seno de la transformación de las operativas productivas de la empresa, hacia un modelo más circular y sostenible en el ámbito del calzado. Las estrategias relacionadas con la recupe-

ración de materiales convertidos en residuos y reincorporados como materia prima para la elaboración de nuevos productos de calzado, el estudio de la reparabilidad y la reciclabilidad de dichos productos, aúnan algunas de las estrategias en ecodiseño que se quieren implantar a lo largo de este proyecto. Los criterios del ECOLABEL EUROPEO y el cumplimiento de la Norma REACH, consiguiendo sustituir sustancias nocivas por sus alternativas de bajo impacto que no varíen la calidad del producto es un reto estratégico para la transformación hacia dichos modelos más sostenibles. Las estrategias comentadas ven modificados directamente algunos de los procesos habituales de producción, con lo que es necesario establecer y guiar como se van a implementar estos nuevos procesos productivos para que el impacto ambiental final del producto

sea menor. MUNICH ha identificado un material específico que ya ha sido testeado a nivel laboratorio para introducir en un modelo de calzado. El material proveniente de los parapentes convertidos en residuo al final de su vida útil y que aún no tienen una solución de reciclado, son en este proyecto, el material que se quiere introducir para conseguir reducir la cantidad de material virgen que se utiliza como norma en las producciones de la empresa. Junto con una investigación específica en el ámbito de los materiales convertidos en residuo en el ámbito del deporte, se realizará un piloto para testear e innovar en cuanto a lugares específicos para colocar el material en cuestión dentro de los modelos de calzado. Este piloto pretende instaurar un nuevo proceso productivo y su sistematización para la producción a gran escala.

Índice de contenidos

Tabla de equivalencias.

| Contenido | Ámbito | Contenido | Página | Estandares GRI | Principio PACTO MUNDIAL |
|----------------|--|---|-----------------|-------------------------------|--|
| Empresa | Modelo de negocio | Entorno empresarial | 7 | GRI 102 | Principio 1 |
| | | Mercados en los que opera | 9 | | |
| | | Objetivos, valores y estrategias | 8 | | |
| | | Principales factores y tendencias | 7 | | |
| | | Organización y estructura | 3,1 | | |
| | Políticas | Procedimientos para la identificación, evaluación, prevención y atenuación de riesgos | 12, 13 | GRI 103 GRI 416 GRI 419 | Principio 2 Principio 7 Principio 10 |
| | Resultado de las políticas | Indicadores clave de resultados no financieros | 13 | | |
| | Principales riesgos vinculados a las actividades | Relaciones comerciales con clientes | 30 | | |
| | | Relaciones comerciales con proveedores | 30 | | |
| | | Impactos sobre la comunidad | Diversos puntos | | |
| Medio Ambiente | Enfoque de gestión | Comité de sostenibilidad | 15 | GRI 102 | Principio 7 Principio 8 Principio 9 |
| | | Efectos actuales y previsibles de las actividades de la empresa | 16 | GRI 103 GRI 301 | |
| | | Economía circular | 21, 22 | GRI 302 | |
| | | Cambio climático | 19 | GRI 303 | |
| | | Materialidad de impacto | 16, 17 | GRI 304 | |
| | Medidas vinculadas a las actividades | Medidas de prevención, reducción y reparación de emisiones de CO2, contaminación lumínica y ruido | 18, 19 | GRI 305 GRI 306 | |
| | | Gestión de energía y residuos | 20 | GRI 307 | |



Índice de contenidos

Tabla de equivalencias.

| Contenido | Ámbito | Contenido | Página | Estandares GRI | Principio PACTO MUNDIAL |
|--|---|---|----------------|---|--|
| Cuestiones sociales y relativas al personal | Empleo, organización del trabajo, igualdad | Datos estadísticos de empleados | 24, 25, 26, 27 | GRI 102 GRI 401 GRI 403 GRI 404 GRI 405 GRI 407 GRI 412 | Principio 1 Principio 3 Principio 6 Principio 7 |
| | | Tiempos de absentismo y medidas de conciliación | 26 | | |
| | | Distribución del personal por sexos y país de procedencia | 25 | | |
| | | Distribución del personal por tipos de contratos | 26 | | |
| | | Personal con minusvalía | 27 | | |
| | | Planes de igualdad y protocolos | 12 | | |
| | Seguridad, prevención y salud. Formación. | Condiciones de salud y seguridad en el trabajo | 31, 32 | | |
| | | Siniestralidad | 26 | | |
| | | Políticas de formación | 33 | | |
| | Derechos humanos y políticas anticorrupción | Prevención de riesgos de vulneración de derechos humanos | 33 | | GRI 406 GRI 408 GRI 409 GRI 410 GRI 205 |
| Medidas para prevenir la corrupción y sobornos | | 35 | | | |
| Sociedad | Compromiso con la comunidad | Patrocinios | 38, 39 | | |
| | | Marketing ético | 37 | | |
| | | Proyectos I+D+i | 40 | | |
| | | Difusión ODS | 12 | | |

