

20  
24

**MEMORIA  
CORPORATIVA**

<b>1. INTRODUCCIÓN</b>	<b>PAG 3</b>
<b>2. ESTRUCTURA EMPRESARIAL Y ACTIVIDADES DE LOS CENTROS DEL GRUPO</b>	<b>PAG 4</b>
<b>3. EVOLUCIÓN HISTÓRICA</b>	<b>PAG 8</b>
<b>4. SITUACIÓN DEL GRUPO</b>	<b>PAG 9</b>
<b>5. MERCADOS, IMAGEN Y MARCA</b>	<b>PAG 11</b>
<b>6. EL GRUPO EN CIFRAS</b>	<b>PAG 14</b>
<b>7. ACTUACIÓN MEDIOAMBIENTAL</b>	<b>PAG 15</b>
7.1. Integración de los objetivos de desarrollo sostenible	<b>PAG 15</b>
7.2. Compromisos y políticas de desarrollo sostenible	<b>PAG 16</b>
7.3. Determinación y gestión de la estrategia de sostenibilidad	<b>PAG 16</b>
7.4. Principales objetivos en materia de sostenibilidad	<b>PAG 17</b>
7.5. Eficiencia energética	<b>PAG 19</b>
7.6. Reducción del consumo de recursos naturales	<b>PAG 20</b>
7.7. Reducción y gestión responsable de residuos	<b>PAG 20</b>
7.8. Reducción de emisiones GEI	<b>PAG 21</b>
7.9. Reducción del consumo de plástico	<b>PAG 22</b>
<b>8. ACTUACIÓN SOCIAL Y TALENTO HUMANO</b>	<b>PAG 23</b>
8.1. Calidad y satisfacción del consumidor	<b>PAG 24</b>
8.2. Alineamiento con proveedores	<b>PAG 25</b>
8.3. Impacto social	<b>PAG 26</b>
8.4. Talento humano	<b>PAG 28</b>
8.5. Seguridad laboral	<b>PAG 29</b>
8.6. Compromiso con la igualdad en el trabajo	<b>PAG 30</b>
8.7. Compromiso con la mejora continua	<b>PAG 31</b>
8.8. Compromiso con las personas en todos los momentos	<b>PAG 32</b>
<b>9. GOBERNANZA</b>	<b>PAG 33</b>
9.1. Órgano de gobierno	<b>PAG 33</b>
9.2. Compromiso con la sostenibilidad	<b>PAG 33</b>
9.3. Gestión ética y responsable	<b>PAG 34</b>
9.5. Bienestar Animal	<b>PAG 35</b>
<b>10. ALCANCE Y COBERTURA DE ESTE INFORME</b>	<b>PAG 36</b>
<b>11. REFERENCIAS GRI DE CONTENIDOS</b>	<b>PAG 37</b>

# 1 INTRODUCCIÓN

Grup Cañigueral, que opera bajo la marca Costa Brava Mediterranean Foods, es un holding empresarial del sector alimentario con sesenta años de trayectoria. Desde 1965, ha crecido conservando su origen y los valores heredados desde su fundación: la preocupación por las personas, la mejora continua a través del esfuerzo y la pasión por el trabajo bien hecho. Con cuatro líneas de negocio (ganadería, carne fresca, productos elaborados y productos curados) y 17 centros productivos, es una de las compañías líderes del sector y trabaja cada día para **ofrecer productos de la máxima calidad, equilibrados y saludables, elaborados de manera sostenible y adaptados a los gustos y necesidades actuales.**

El ejercicio de 2024 se ha desarrollado con cierta **estabilización en costes**, en especial en materias primas, que ha permitido la **recuperación de la rentabilidad del sector y, el grupo, ha seguido en la línea de crecimiento sostenido de los anteriores años.** Ha generado así unas ventas de **1.509 millones de euros**, lo que supone un **aumento de un 2,7 %** en comparación al ejercicio de 2023 y un aumento de un 24,5 % durante los últimos tres años.

Algunos de los factores que han contribuido a estas cifras son la **consolidación** comercial realizada por el grupo de **productos españoles en mercados y retailers europeos**, el mantenimiento de volúmenes en mercados como **Japón,**

**China o Estados Unidos**, y el aumento de volúmenes en mercados como **Latam.**

El grupo también ha **incorporado una sociedad en Polonia a su estructura empresarial** para el envasado y distribución de productos curados loncheados, y ha seguido lanzando al mercado **nuevas líneas innovadoras de productos y activaciones en puntos de venta para el consumidor**, dando a conocer la gastronomía española y fomentando una alimentación equilibrada, saludable y de calidad. A la vez que ha mantenido su liderazgo asistiendo a ferias internacionales, realizando campañas de producto, y colaborando en iniciativas del sector como 'El Sentido de la Carne'.

Una labor que ha desarrollado alineado con su **plan estratégico 'Hojas de Ruta 2021-2025'** con el que pone en el centro de su negocio la sostenibilidad y trabaja su **compromiso con el clima, la reducción del consumo de plásticos y los recursos naturales, el bienestar animal y el compromiso con la calidad de sus productos y tener un impacto positivo en las personas.** Plan con el que además ha logrado posicionarse por encima del 81 %\* de todas las empresas evaluadas de todos los sectores y le ha hecho lograr la medalla de bronce de Ecovadis, proveedor reconocido mundialmente por sus evaluaciones de sostenibilidad.

(\* ) Puntuación global de 65 sobre 100. Percentil 81.



## 2 ESTRUCTURA EMPRESARIAL Y ACTIVIDADES DE LOS CENTROS DEL GRUPO

Grup Cañigueral cuenta con **cuatro divisiones de negocio, servicios generales de oficinas y comercialización** y **19 sociedades operativas industriales o comerciales** en total:

DIVISIÓN DE PRODUCCIÓN GANADERA		DIVISIONES INDUSTRIALES				SERVICIOS GENERALES Y COMERCIALIZACIÓN			
 GRANJAS		 CARNE FRESCA Y CONGELADA		 ELABORADOS		 CURADOS		 SOCIEDADES COMERCIALIZADORAS Y DE SERVICIOS	
<b>PIG LIVESTOCK UNION, S.A.*</b> CIF: A43019868	60 %	<b>FRIGORÍFICOS COSTA BRAVA, S.A.U.</b> CIF: A17013657	100 %	<b>FRESCOS Y ELABORADOS DELISANO, S.A.U.</b> CIF: A96945530	100 %	<b>EMBUTIDOS MONTER, S.L.U.</b> CIF: B17240722	100 %	<b>GRUP CAÑIGUERAL, I.M.P., S.L.</b> CIF: B17082454	100 %
<b>EXPLOTACIONES PORCINAS MONEGRILLO, S.L.</b> CIF: B25614033	83 %	<b>FRIGORÍFICOS CÁRNICOS LAS FORCAS, S.L.U. (FRICAFOR)</b> CIF: B17017237	100 %	<b>COOPECARN GIRONA, S.L.U.</b> CIF: B17606815	100 %	<b>EMBUTIDOS CASEROS COLLELL, SLU.</b> CIF: B17695156	100 %	<b>COSTA BRAVA MEDITERRANEAN FOODS, S.L.U.</b> CIF: B55349880	100 %
						<b>JAMCAL ALIMENTACIÓN, S.A.</b> CIF: A44168573	25 %	<b>PRODUCTOS CÁRNICOS FLUVIÀ, SAU</b> CIF: B17451907	100 %
						<b>PERNILS LLÉMENA, S.A.</b> CIF: A17483124	25 %	<b>CBMF LATAM, S.L.</b> CIF: B06922918	90 %
						<b>COSTA BRAVA MEDITERRANEAN FOODS USA LLC., Toano, Virginia (EEUU)</b> CIF: EIN 88-2675214	90 %	<i>Otras sociedades no operativas industrialmente:</i>	
						<b>ARTISANAL TAPAS, SP. ZO.O., Szczecin, Polonia (Europa)</b> NIP 7010806889	25 %	<b>FRESCOS DELISANO, S.A.U.</b> CIF: A55274922	100 %
								<b>MEDITERRANEAN VEGAN FOODS, S.L.U.</b> CIF: B01721257	100 %
								<b>CAÑIGUERAL GROUP CORP.</b> CIF: EIN 88-2607472	100 %

\* Participada a través de Pig Livestock Union, S.A.

## 2.1. DIVISIONES DE NEGOCIO



### DIVISIÓN DE GANADERÍA



Destinada a la gestión e integración de granjas con 100 % de bienestar animal.



### DIVISIÓN DE CARNE FRESCA Y CONGELADA



Destinada al sacrificio y/o despiece, envasado y distribución de productos frescos y congelados de porcino y bovino.



### DIVISIÓN DE ELABORADOS



Destinada a la elaboración de productos de conveniencia: carnes en bandeja para el libre servicio, hamburguesas, marinados, empanados y croquetas. Así como la producción de una línea de productos de proteína vegetal.



### DIVISIÓN DE CURADOS



Destinada a la elaboración de embutidos de cerdo, pavo y pollo, tanto en pieza como loncheados; y jamón serrano en pieza y loncheado.

## 2.2. CENTROS PRODUCTIVOS E INSTALACIONES

Cuenta con 17 centros especializados de producción ubicados principalmente en pequeñas poblaciones, que cumplen una labor social fomentando la economía local y fijando población en el entorno rural. Concretamente están ubicados en las localidades que siguen en el cuadro que se presenta a continuación y principalmente en España, en las provincias de Girona, Aragón y Valencia; en Europa, en Polonia; y en Estados Unidos, en Virginia.



Riudellots De La Selva (GI)- 40.810 m<sup>2</sup>



Vilamalla (GI)- 20.470 m<sup>2</sup>



Vilafant (GI)- 9.470 m<sup>2</sup>



Llambilles (GI)- 4.000 m<sup>2</sup>



Cheste (VL)- 35.000 m<sup>2</sup>



Cassà De La Selva (GI)- 2.840 m<sup>2</sup>

### CARNE FRESCA Y CONGELADA



Sant Jaume De Llerca (GI)- 10.000 m<sup>2</sup>



Serinyà (GI)- 6.000 m<sup>2</sup>



Les Planes d'Hostoles (GI)- 22.600 m<sup>2</sup>



Olot 1 (GI)- 14.000 m<sup>2</sup>



Olot 2 (GI)- 9.665 m<sup>2</sup>



Olot 3 (GI)- 4.000 m<sup>2</sup>

### CURADOS



Les Preses (GI)- 10.000 m<sup>2</sup>



Calamocha (TE)- 20.000 m<sup>2</sup>



Sant Esteve De Llémena (GI)- 23.000 m<sup>2</sup>



Toano Virginia (EE.UU.) - 2.000 m<sup>2</sup>



Artisal Tapas Szczecin (Polonia) - 1.850 m<sup>2</sup>

Cada centro está especializado en diferentes gamas de producto y en cada uno se lleva a cabo la producción y la I+D+i propia de su gama.

### FRIGORÍFICOS COSTA BRAVA S.A.U.

Dispone de dos centros de producción: Riudellots de la Selva y Vilamalla (ambos en Girona). El primero dispone de sala de sacrificio y en ambos, la organización dispone de sala de corte y de despiece. Así como salas para los distintos faenados con procesos automatizados para carne fresca y congelada y sala de envasado. Además, ambas instalaciones están equipadas con avanzada tecnología para el control de trazabilidad y procesos de trabajo, cuentan con laboratorio propio de microbiología y conjuntamente suman una capacidad de sacrificio y despiece de 70.000 cerdos / semana.

### FRESCOS Y ELABORADOS DELISANO S.A.U.

Dispone de un centro en Cheste (Valencia), especializado en el corte y envasado de carne fresca de porcino y la producción de elaborados de conveniencia como hamburguesas, empanados, marinados y croquetas. El centro cuenta con tecnología de alta velocidad para el loncheado, líneas de elaboración de hamburguesas a baja presión para conseguir una carne jugosa, y cocinas industriales para sus productos elaborados. Dispone también de laboratorio propio de microbiología que avala la seguridad alimentaria.

### COOPECARN GIRONA S.L.U.

Tiene dos centros de producción especializados en diferentes gamas de productos elaborados y soluciones de proteína vegetal. Llambilles (Girona) trabaja el marinado de carnes y Cassà de la Selva (Girona) produce especialidades como la manteca y productos marinados.

### EMBUTIDOS MONTER S.L.U.

Cuenta con tres centros especializados en la producción de embutidos curados con carnes seleccionadas desde la sala de sacrificios del grupo. Uno en Sant Jaume de Llierca, destinado al loncheado del producto, que cuenta con tecnologías de alto desarrollo que permiten garantizar la máxima eficiencia y calidad alimentaria en todo el proceso, conservando las mejores cualidades organolépticas del producto, su sabor y textura. Otro en Les Planes d'Hostoles (Girona), destinado a la elaboración de piezas de productos nobles, tipo lomo y cabecero de lomo, que dispone también de obrador donde se elaboran los conocidos como "torpedos", piezas de grandes dimensiones que se curan en la misma instalación con procesos robotizados de transporte y control de secado. Y un centro en Serinyà (Girona), que está destinado a la elaboración de piezas pequeñas de embutido denominados 'sticks' y elaborados curados de cerdo, pavo y pollo.

### EMBUTIDOS CASEROS COLLELL S.L.U.

Cuenta con cuatro centros de producción especializados en la elaboración y el secado de embutidos y jamón serrano en formato pieza, bloque o loncheado. Los embutidos y el jamón son elaborados en tres plantas situadas en Les Preses (Girona) y una en Olot (Girona). En las plantas de Sant Esteve de Llémene (Girona) y Calamocho (Teruel) y se realiza el salado y curación del jamón serrano con las empresas **Pernils Llémene S.A.** y **Jamcal Alimentación S.A.**, respectivamente. Por último, la estructura cuenta con una planta en Toano (Virginia-EEUU), que está destinada al corte y envasado de embutido y jamón serrano; y otro centro, **Artisanal Tapas P.L.**, en Szczecin (Polonia-Europa), que está destinado al preparado y envasado de embutido loncheado en formato tapas de Costa Brava Mediterranean Foods.

### FRIGORÍFICOS CÁRNICOS LAS FORCAS S.L.U. (FRICAFOR)

Es el centro del grupo especializado en la producción de vacuno, con sala de sacrificio, despiece, corte y envasado, situado en Vilafant (Girona); que cuenta con una capacidad de sacrificio de 1.500 cabezas de vacuno/semana.

### PIG LIVESTOCK UNION S.A.

Además de todos estos centros especializados, el grupo cuenta con instalaciones centrales en Almenar (Lleida) para la coordinación de granjas propias y proyectos de integración, y **Explotaciones Porcinas Monegrillo, S.L.**, en la población de Monegrillo (Zaragoza).

### SEDES COMERCIALES

Así como instalaciones en Girona: **Costa Brava Mediterranean Foods S.L.**, que actúa como sede central del grupo, empresa comercializadora y la marca de los productos de todas las plantas de producción del mismo. Instalaciones en Estados Unidos, **Costa Brava Mediterranean Foods USA LLC.**, con las que trabaja la comercialización de productos cárnicos para el mercado estadounidense; y la entidad comercializadora **CBMF Latam S.L.** con la que trabaja en la comercialización e implantación del negocio en el mercado latinoamericano.



# 3 EVOLUCIÓN HISTÓRICA

Grup Cañigueral **inició su actividad cárnica en 1965** en Cassà de la Selva (Girona) y desde el inicio de la empresa **Frigoríficos Costa Brava en 1969** ubicada en Riudellots de la Selva (Girona), ha ampliado su estructura empresarial a lo largo de 60 años de evolución constante con sociedades como **Embutidos Monter (1989)**, **Coopecarn Girona (2008)**, **Frescos y Elaborados Delisano (2016)** o

**Embutidos Caseros Collell (2019)**; hasta lograr ser un grupo cárnico líder fabricante de todo tipo de productos cárnicos y de proteína vegetal.

Un camino que le ha llevado a ofrecer un amplio portfolio de productos y a dar un paso más en su evolución, asumiendo un compromiso con la trazabilidad y la garantía de suministro con una división ganadera y de integración **Pig Livestock Union**

**(2021)** o con un centro especializado en vacuno, **Frigoríficos Cárnicos Las Forcas (FRICAFOR) (2023)**.

Así como también, a mostrar su compromiso con los mercados internacionales con la creación de **Costa Brava Mediterranean Foods USA (2022)**, la creación de su sede para la zona de LATAM con **CBMF Latam (2023)** y la entrada en la participación en **Artisanal Tapas (2024)** en Polonia.

## 1989

Incorporación de Embutidos Monter con Sant Jaume de Llierca y ampliación con el centro de Serinyà (1997) y Les Planes d'Hostoles (2000).

## 1965

Inicio actividad del grupo.

## 1969

Inicio de Frigoríficos Costa Brava (Riudellots).

## 2008

Incorporación de Coopecarn Girona.

## 2016

Adquisición de Frescos y Elaborados Delisano. Adquisición de Far Jamón Serrano.

## 2019

Adquisición de Embutidos Collell e incorporación al accionariado de Pernils LLémena.



## 2021

Constitución Pig Livestock Union (PLU).

## 2022

Constitución de la sociedad Costa Brava Mediterranean Foods USA, LLC.

## 2023

Incorporación de Fricafor al grupo. Incorporación al accionariado de Jamcal Alimentación.

## 2024

Incorporación al accionariado de Artisanal Tapas (Szczecin, Polonia).



## 4 SITUACIÓN DEL GRUPO

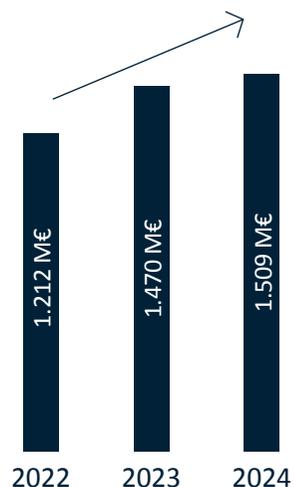
Grup Cañigueral cuenta con cuatro divisiones de negocio, una ganadera y tres industriales (Fresh – carne fresca y congelada; Tradition- productos curados (embutidos y jamón serrano); y Delicious – productos elaborados), y ha alcanzado una facturación superior a los 1.509M€.

El grupo ha contado con un incremento sostenido de volúmenes en sus divisiones industriales de productos elaborados y curados, mantiene su nivel productivo en la división de frescos y también el pulso internacional, que ha sido del 41 % del volumen de su facturación en el mercado de exportación.

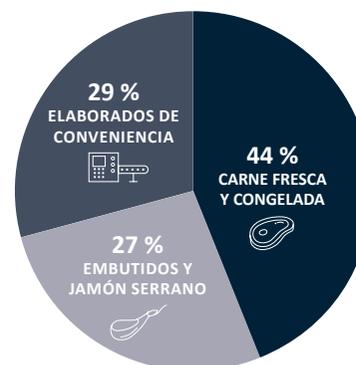
En este marco, ha sumado a su estructura un centro operativo ubicado en Szczecin, Polonia, con una participación del 25 %, para la preparación y el envasado de productos curados loncheados para su formato de tapas. A la vez que ha mantenido su apuesta por el alcance de un mayor volumen de cerdos propios y la integración ganadera, en la que ha fusionado todas las sociedades que tenía actualmente en esta división bajo la empresa Pig Livestock Union, participada en un 60 % por el grupo.



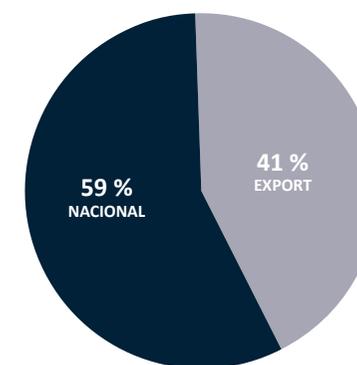
EVOLUCIÓN DEL NEGOCIO



PESO EN FACTURACIÓN CONSOLIDADA POR DIVISIÓN INDUSTRIAL



PESO EN FACTURACIÓN CONSOLIDADA POR ZONAS GEOGRÁFICAS



El desarrollo favorable de resultados ha llevado al grupo a unas mejoras a nivel de generación de EBITDA y BAI que han superado los valores de ejercicios anteriores.

<b>MAGNITUDES (miles de €)</b>	<b>31/12/2023</b>	<b>31/12/2024</b>
Cifra de negocios	1.469.611	1.508.622
EBITDA	72.948	107.080
Resultado de explotación	43.260	74.113
Resultado antes de impuestos	35.424	65.763
Resultado consolidado del ejercicio	26.499	49.652
Resultado atribuido a la sociedad dominante	21.490	43.786
<b>MAGNITUDES (€)</b>	<b>31/12/2023</b>	<b>31/12/2024</b>
Activo corriente	575.229	581.890
Pasivo corriente	427.761	402.968
Fondo de maniobra	147.469	178.922
<b>MAGNITUDES (€)</b>	<b>31/12/2023</b>	<b>31/12/2024</b>
Patrimonio neto	226.920	266.208
Pasivo no corriente	235.256	226.275
Pasivo corriente	427.761	402.968

Los resultados le vienen dados por el desarrollo del modelo de actividad que le ha permitido estar presente de forma vertical en todas las fases productivas del proceso cárnico. Así como la fortaleza operativa que le aportan las 17 plantas de producción especializadas de las que dispone y las más de 300 granjas que gestiona desde la división ganadera. Esto le permite al grupo contar con una alta capacidad productiva, un control significativo de las necesidades de materia prima y una mayor fuerza negociadora, con la elaboración especializada y la determinación de tipo de producto más adecuado para cada cliente.

En el contexto actual, el sector porcino está viéndose marcado por incertidumbres a nivel mundial como las decisiones arancelarias de

los Estados Unidos, la investigación que sigue abierta en China, el acuerdo de Mercosur o los cambios regulatorios que puedan marcar la agenda europea. En este marco, el grupo espera una visión continuista del camino recorrido en el anterior ejercicio y de manera global, seguirá buscando el crecimiento y estabilización de mercados estratégicos internacionales que le permitan seguir potenciando la amplia oferta de productos que tiene, apostará por la innovación hacia nuevas fórmulas de negocio que permitan seguir aportando valor a toda la cadena con sus divisiones de producto (fresco, elaborados y curados) y continuará invirtiendo en el segmento de la ganadería para consolidar los volúmenes actuales y futuros.



# 5 MERCADOS, IMAGEN Y MARCA

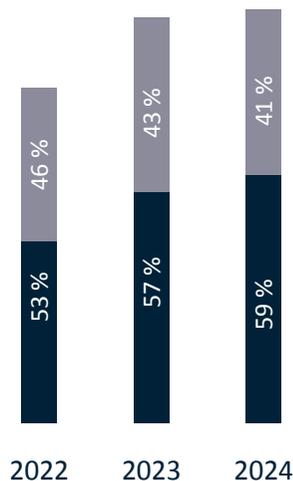
## 5.1. MERCADOS

Grup Cañigueral, además de su fuerte presencia a nivel español, tiene una fuerte vocación internacional y a día de hoy, sus productos están en más de 60 países de todo el mundo. Entre ellos **están la mayoría de los de la UE** (España, Bélgica, Países Bajos, Rumanía, Suecia, Alemania, Dinamarca, Austria, Finlandia, Francia, Grecia, Chequia, Chipre, Malta, Italia, Polonia o Portugal); así como otros como el Reino Unido o Macedonia, **asiáticos** como China o Japón; **americanos** como EEUU, Canadá, Uruguay, México, Colombia o Chile; **africanos** como Sudáfrica, **o de Oceanía** como Australia.

En los mercados internacionales estratégicos como EEUU, China o Japón cuenta con una importante participación. En EEUU está homologado para la exportación de cerdo de capa blanca desde 2013, en Japón cuenta con la homologación para trabajar en este mercado desde 2011 y en China desde 2008.

Durante el último ejercicio, el grupo ha impulsado significativamente su presencia en el mercado europeo, el latinoamericano y el estadounidense con productos curados y ha mantenido un impulso en este último desde su división de carne fresca y congelada.

CIFRA DE NEGOCIOS POR MERCADO (%)



- España
- Resto del mundo





## 5.2. IMAGEN Y MARCA

El grupo trabaja con su marca principal, Costa Brava Mediterranean Foods, en la mayoría de productos comercializados con la marca propia y en los packagings de marca distribuida cuando es posible. Además de esta, el grupo mantiene otras marcas como Turón, Híbero o FAR, con las que tiene un enfoque comercial más selectivo.

Durante el último ejercicio, **la marca ha perseguido el objetivo de seguir dando soporte a la comercialización de los productos del grupo para mantener y consolidar el liderazgo** en regiones como España, Europa, Asia y América del Norte. Así como **consolidar nuevos mercados a nivel internacional** como es el caso de Latinoamérica con la división de productos curados y elaborados; y **trabajar el vacuno en retail nacional** o crear una área de negocio focalizada en **Food Service**, entre otros.

Con todo ello, el grupo ha lanzado al mercado este último ejercicio nuevos desarrollos en carne fresca como un **chuletón de vacuno en formato flat-skin** y varios productos de conveniencia y de tendencia para el consumidor actual como el **Pulled Pork**, una **picada de pollo** o una **nueva hamburguesa americana**, que se presentan todos en marca de distribución. Así como nuevos desarrollos en curados como **Besitos** y **Taquitos** con su marca propia.

La organización sigue teniendo como objetivo conseguir productos más saludables mediante sus **Programas Anuales de Nutrición y Salud**. En este marco, durante 2024 ha realizado reformulaciones de productos curados para hacerlos más saludables y se ha seguido con la elaboración de productos como sin gluten, soja, sulfitos, lactosa, colorantes ni proteínas de la leche, la línea de jamón serrano sin aditivos, curado exclusivamente con sal, y la reducción de sodio, grasas y aumento de la proteína cárnica. También ha mantenido una apuesta por los productos de proteína vegetal para lograr una alimentación universal.

En 2022 todos esos esfuerzos y la contribución del grupo a la difusión de la Dieta Mediterránea por 60 países, le sirvieron para conseguir el Premio de la Fundación Dieta Mediterránea, otorgado por la asociación creada en 1996 para realzar los valores que representa la dieta, su estilo de vida y sus productos para la alimentación española y la industria.

También en 2022, el grupo firmó la adhesión a la **Med Diet Declaration** en favor de este modo de entender la nutrición y la gastronomía que ha sido reconocida por la Unesco como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad y es considerado como uno de los más sanos y sostenibles según la organización Mundial de la Salud (OMS) y la organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), valores que sigue promoviendo.



Para potenciar la imagen y apoyar la comercialización, el grupo ha estado **presente en ocho ferias de todo el mundo:**



En paralelo, ha realizado la **campaña B2B '¡Dinamiza tu lineal!'** para incrementar el conocimiento de marca y de su chuletón de vacuno en flat skin en el mercado profesional del gran consumo a nivel nacional.



Otra **campaña B2C '¡Vamos de Tapas!'** para promocionar el producto de 'Tapas', embutido loncheado que la marca presenta en un formato tarrina para tomar en cualquier momento y en cualquier sitio.



A la vez que ha desarrollado acciones de **degustación de jamón serrano** en puntos de venta de Estados Unidos para aumentar el conocimiento de este producto en el mercado y ha colaborado con el Consorcio del Jamón Serrano (CJS) para participar en acciones asociadas también al conocimiento de este producto español en todo el mundo.

## 6 COSTA BRAVA MEDITERRANEAN FOODS EN CIFRAS



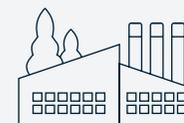
**FACTURACIÓN**  
**1.509M€**



**PRODUCCIÓN CERDO**  
**3M de cerdos / año**



**PRODUCCIÓN VACUNO**  
**58.000 unidades vacuno / año**



**CENTROS DE PRODUCCIÓN**  
**17 plantas**



**SUELO INDUSTRIAL**  
**+235.000 m2**



**GRANJAS PROPIAS**  
**E INTEGRADAS**  
**MÁS DE 300 GRANJAS**



**TALENTO HUMANO**  
**3.830 personas**



**INVERSIÓN**  
**97 Millones €**  
**en los últimos 3 años (2022-24)**

# 7 ACTUACIÓN MEDIOAMBIENTAL



## 7.1. INTEGRACIÓN DE LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS), EN LA ESTRATEGIA CORPORATIVA DE SOSTENIBILIDAD



En el marco de su firme compromiso con el desarrollo sostenible y en consonancia con los principios de responsabilidad social empresarial (RSE), el grupo continúa alineando su estrategia corporativa y operativa con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) establecidos por las Naciones Unidas en la Agenda 2030.

Estos objetivos constituyen un llamamiento universal para erradicar la pobreza, proteger el planeta y garantizar que todas las personas dispongan de paz y prosperidad, abordando de forma integrada los desafíos económicos, sociales y medioambientales más apremiantes de nuestro tiempo.

En el sector alimentario, y especialmente en la industria de productos cárnicos, esta alineación representa tanto una responsabilidad como una oportunidad de transformación, asegurando la sostenibilidad a lo largo de toda la cadena de valor.

De esta manera, el grupo ha identificado como prioritarios y estratégicamente los ODS del cuadro que se presentan en esta página.

A través de estos ejes estratégicos, no solo reafirma su compromiso con la sostenibilidad ambiental, social y económica, sino que también consolida su posición como empresa responsable dentro del sector cárnico, contribuyendo activamente a la consecución de un futuro más justo, seguro y sostenible para las generaciones presentes y futuras.

	Impulso de estrictos protocolos de seguridad alimentaria y bienestar laboral, garantizando condiciones higiénico-sanitarias óptimas en todos los procesos productivos y fomentamos los hábitos y prácticas saludables de nuestros empleados, así como la compra responsable de nuestros consumidores.		Inversión en tecnologías limpias y en la modernización de nuestras infraestructuras productivas.
	Fomento de la formación y capacitación continua y técnica de nuestra plantilla, promoviendo una cultura de mejora constante.		Promover la inclusión y equidad, tanto en la empresa como en las comunidades donde operamos.
	Refuerzo de las políticas de igualdad efectiva, impulsando la paridad en los puestos de liderazgo.		Materialización con una firme apuesta por la economía circular, la trazabilidad total y la reducción del desperdicio alimentario.
	Implementación de sistemas avanzados de reducción de los consumos, que en algunos casos nos han permitido la reutilización del agua depurada para usos industriales no alimentarios, como limpiezas externas o generaciones de frío.		Afrontar estrategias de descarbonización, eficiencia energética y gestión de riesgos climáticos.
	Incremento del uso de energías renovables, reduciendo progresivamente la huella de carbono.		Integración a través de mecanismos de gobernanza ética, transparencia y cumplimiento normativo.
	Garantías al empleo digno, estable y cualificado, con enfoque en la inclusión social.		Establecer alianzas con administraciones públicas, universidades y centros tecnológicos para fomentar un modelo de producción responsable, resiliente e inclusivo.

## 7.2. COMPROMISOS Y POLÍTICAS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

En la línea de su propósito de ofrecer productos alimenticios de la máxima calidad, saludables, elaborados con sostenibilidad y adaptados a los gustos y necesidades del consumidor de hoy, **el grupo mide y evalúa anualmente la consecución de su acción en materia de sostenibilidad.**

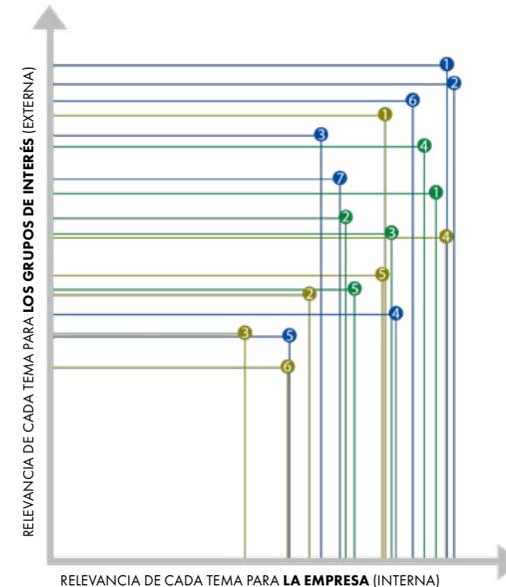
Durante el último ejercicio, ha cumplido con los objetivos marcados. Su sistema ha sido auditado por Ecovadis y ha mostrado una mejora de los objetivos respecto al ejercicio anterior, obteniendo en concreto una puntuación que le ha situado por encima del 82 % de todas las empresas evaluadas de todos los sectores que ha auditado la entidad. Además, el grupo se encuentra en un momento de **definición del nuevo Plan Estratégico de Sostenibilidad que articulará a partir de 2025.**



## 7.3. DETERMINACIÓN Y GESTIÓN DE LA ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD

Grup Cañigueral cuenta con **indicadores materiales de sostenibilidad** que han sido definidos y jerarquizados a través de una matriz que contempla los objetivos propios de la organización (relevancia interna) y objetivos de sus grupos de interés (relevancia externa). Entendiendo como grupos de interés a los clientes, consumidores, proveedores, entidades financieras, personas que trabajan en el grupo y la sociedad en general; y tratados todos ellos con la misma importancia.

Los temas que se han valorado para decidir adoptarlos como indicadores han sido extraídos previamente del estudio de los ratings financieros, los requerimientos normativos, el análisis de las competencias y sector.



**Los temas (indicadores):**  
Se han seleccionado desde ratings financieros, entorno legislativo, análisis del sector y demandas de clientes.

**Relevancia externa:**  
Establecida por estos Grupos de interés: Clientes, consumidores, plantilla, proveedores y grupos sociales en general.

**Relevancia interna:**  
Establecida por el Grupo Cañigueral

La consecución de estos indicadores se trabaja en todo el grupo con **5 pilares de actuación:** compromiso con las personas y la calidad, bienestar animal, compromiso con el clima, reducción de consumo de recursos naturales y reducción del plástico.

Además, el grupo cuenta con un **Comité de Sostenibilidad** formado por directores transversales de toda la organización y dirección de todas las plantas, que persigue la relación intercentros para cada uno de los tres conceptos (ESG). Todos sus integrantes, trabajan en medidas y objetivos comunes y aseguran el intercambio de información para mejores prácticas.

### E MEDIOAMBIENTE

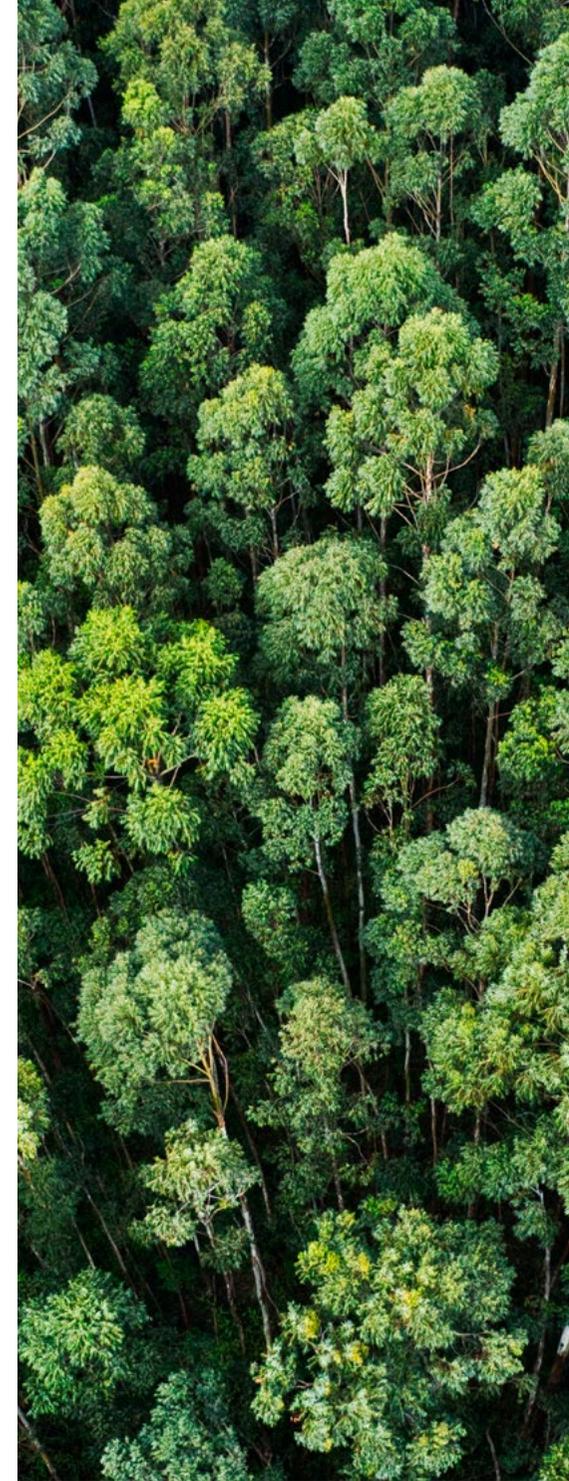
- 1 Eficiencia energética
- 2 Producción sostenible
- 3 Reducción materias primas
- 4 Reducción emisiones GEI
- 5 Reducción recursos naturales

### S SOCIAL

- 1 Calidad de producto
- 2 Cadena de suministro
- 3 Impacto en la sociedad
- 4 Seguridad laboral
- 5 Satisfacción del trabajador
- 6 Comunicación grupos de interés

### G GOBERNANZA

- 1 Satisfacción consumidores
- 2 Seguridad alimentaria
- 3 Productos saludables
- 4 Competitividad e innovación
- 5 Desperdicio alimentario
- 6 Ética empresarial
- 7 Bienestar animal





## 7.4. PRINCIPALES OBJETIVOS EN MATERIA DE SOSTENIBILIDAD

El grupo **trabaja con sistemas de gestión ambiental (ISO14001) certificados según la norma UNE EN ISO14001:2015 en sus centros productivos** para identificar los riesgos de su actividad empresarial y verificar su correcta gestión para actuar correctamente en materia de protección del medio ambiente.

Durante el ejercicio de 2024, ha trabajado en un **plan de acción** derivado del **Estudio sobre los Riesgos y Oportunidades Asociadas al Cambio Climático** de la organización, en cumplimiento con las recomendaciones del grupo de Trabajo sobre Divulgaciones Financieras Relacionadas con el Clima (TCFD) y los requisitos establecidos por la norma IFRS S2, que tiene por objetivo mitigar y planificar adaptaciones a los efectos que pueda tener el cambio climático.

A medida que el cambio climático plantea desafíos significativos para el sector alimentario, resulta esencial evaluar de manera rigurosa cómo estos riesgos pueden impactar nuestra estrategia, operaciones y rendimiento financiero.

Este análisis también se centra en identificar oportunidades derivadas de la **transición hacia una economía baja en carbono**, lo que permite que Costa Brava Mediterranean Foods también capitalice nuevas tendencias del mercado y las expectativas de los consumidores.

Para ello, el análisis de riesgos y oportunidades climáticas se estructura en torno a las directrices del TCFD, abordando aspectos clave como la gobernanza, la estrategia, la gestión de riesgos,

y las métricas y objetivos. La estructura del estudio se alinea con las directrices propuestas por el Estado Español en su 'Proyecto de Real Decreto para regular el contenido de los informes sobre la estimación del impacto financiero de los riesgos asociados al cambio climático para entidades financieras, sociedades cotizadas y otras sociedades de gran tamaño'. Además, se adapta a los Criterios DNSH (No Hacer Daño Significativo) relativos a adaptación climática, establecidos en el apéndice A del Reglamento Delegado (UE) 2021/2139 de 4 de junio de 2021, en relación con la Taxonomía Europea. De este modo, el grupo busca asegurar una **divulgación clara y completa** que responda a las demandas regulatorias y a las expectativas de nuestros inversores y otras partes interesadas.

Las conclusiones principales de esta evaluación, han permitido la **clasificación de los fenómenos climáticos según su nivel de riesgo**, donde las olas de calor y las fuertes precipitaciones son las principales preocupaciones inmediatas, seguidas de las tormentas.

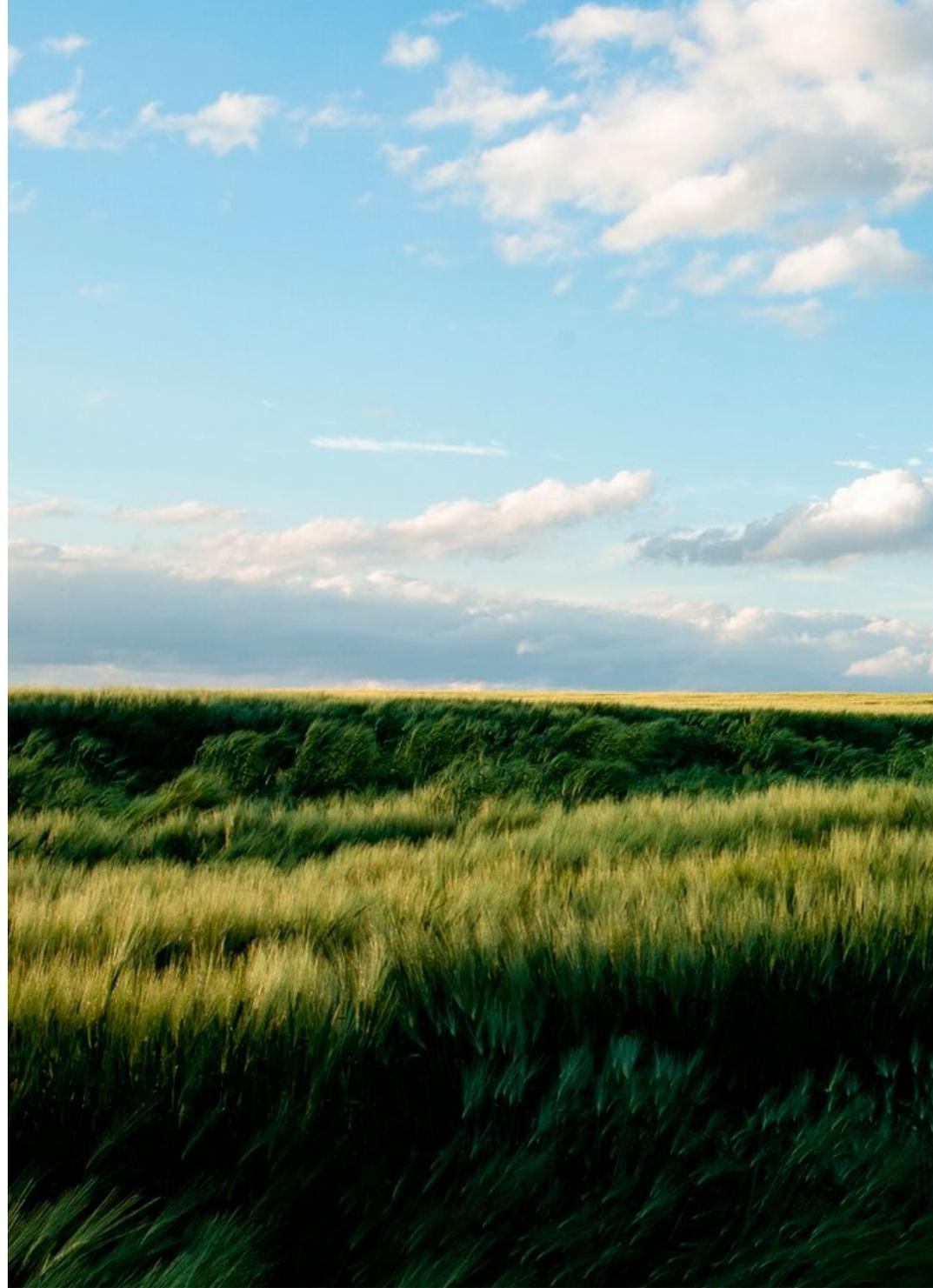
Estos riesgos físicos agudos pueden interrumpir la producción, afectar la seguridad de los empleados e incrementar los costos operativos. Mientras que otros riesgos físicos crónicos, como el estrés térmico y la escasez de agua, podrían afectar directamente a la producción ganadera y tener implicaciones a largo plazo que amenazarán la sostenibilidad de los recursos, así como impactos financieros a corto y largo plazo.

En la línea de estas conclusiones, el grupo trabajará para integrar consideraciones climáticas en un plan de acción adaptado a la estrategia de la organización.

Además de esto, ha seguido trabajando en los principales objetivos en el ámbito medioambiental:

- Optimizar el consumo de agua, fomentando su reutilización.
- Potenciar el reciclaje y la reutilización de plástico.
- Optimizar y reducir el consumo energético en las operaciones.
- Apostar por la obtención de recursos energéticos a partir de energías renovables.
- Minimizar la producción de residuos, vertidos y emisiones.
- Promover la educación y las buenas prácticas medioambientales en toda la organización entre empleados y proveedores.
- Monitorizar todos los consumos y residuos para una mejora continua.

En una mirada al futuro, el grupo está enfocado en establecer sus **Objetivos y planes de descarbonización basados en la ciencia del clima, según el marco y herramientas SBTi** (Science Based Targets initiative), alineados con los objetivos del Acuerdo de París, durante 2025 y entre otras medidas. Para ello trabajará en **planes de calidad del aire** en sus principales centros productivos de Cataluña y Valencia. Así como en el seguimiento de su plan de reducción de **emisiones y gases de efecto invernadero** relacionados con sus actividades logísticas (transporte y almacenes de productos terminados) con el **Programa Lean & Green** de AECOC, con el que ha logrado ya en 2024 el premio y certificado inicial del recorrido.



## 7.5. EFICIENCIA ENERGÉTICA



### EVOLUCIÓN ENERGÉTICA DE FUENTES RENOVABLES CON GDOS

Objetivo 2025 - 100 %

Acum: 100 % desde 2022

Grup Cañigueral apuesta por las fuentes renovables de energía para la reducción de los consumos de luz y gas.

Desde 2022, toda la **energía** que consume en su área industrial (divisiones de fresco, elaborados y curados) es **100 % de origen renovable** o lo que es lo mismo, de fuentes renovables acreditadas por las Garantías de Origen (GdOs).

### EVOLUCIÓN CONSUMO DE ELECTRICIDAD

Objetivo 2025 -9 %

Acum: -13,52 %

2022	2023	2024
-8,5 %	-5,3 %	0,37 %

(Reducciones anuales)

A lo largo de los últimos cuatro años (2020 – 2024), **el grupo ha logrado una reducción acumulada del 13,52 % en el caso de la electricidad.**

### EVOLUCIÓN CONSUMO DE GAS

Objetivo 2025 -22 %

Acum: -42,44 %

2022	2023	2024
-20,3 %	-16,1 %	-13,87 %

(Reducciones anuales)

Desde 2020, el grupo ha logrado una **reducción acumulada de gas del 42,44 %**, quedando asumido el reto que tenía marcado para 2025.

El grupo actúa en distintas iniciativas como las siguientes para lograr la eficiencia energética:

- Presencia de paneles fotovoltaicos en las plantas de mayor tamaño del grupo, que generan alrededor del 4 % de la energía total que consume el grupo y el 7 % de la energía autogenerada en cada planta que tiene paneles solares o placas fotovoltaicas.
- Optimización de sistemas de frío industrial para mejorar la eficiencia en la producción y distribución de frío, reduciendo pérdidas y fugas de gases refrigerantes, y minimizando las emisiones.
- Adecuación de las secuencias de producción para la optimización de los tiempos de funcionamiento de líneas, cámaras, maquinaria y calderas.
- Optimización de los protocolos de higiene en las plantas mediante a utilización de agua caliente sanitaria en pasos y tiempos adecuados.
- Optimización de equipos de refrigeración para mejorar la eficiencia de evaporadores, compresores de aire y sistemas de vacío, asegurando un rendimiento óptimo de estos dispositivos y reduciendo el consumo energético.
- Adquisición de maquinaria eficiente con el objetivo de incorporar equipos de corte de productos que consuman menos energía y generen menos desperdicios, reduciendo así el consumo energético y las pérdidas de materiales.
- Optimización de procesos de escaldado para mejorar la eficiencia energética en las líneas de sacrificio, reduciendo el consumo de gas y mejorando la utilización de la energía.
- Recuperación de calor de compresores de frío para aprovechar el calor generado por los compresores de frío y producir agua caliente sanitaria.

En el ámbito energético, el grupo puso en marcha una planta fotovoltaica en su centro de Riudellots de la Selva, el de mayor capacidad productiva del grupo, en 2023, que se sumaba así a las que ya estaban operativas desde el año 2022 en los centros de Cheste (Valencia) y en los centros de Girona de Les Planes d'Hostoles, St Jaume y Vilamalla, y en Sant Esteve de Llémena.

El grupo mantiene un **plan de inversión específico destinado al ahorro energético** que se refleja en la cuenta de resultados de la organización y que sigue su tendencia al alza.

En el ámbito del gas, el grupo ha llevado a cabo un proyecto de recuperación de calor de la instalación frigorífica para calentar agua y disminuir el aporte de vapor y ha realizado un cambio de válvulas difusoras por una mezcladora en el circuito de recuperación de calor de los compresores de frío. Con estas medidas, ha logrado generar el doble de agua caliente en igualdad de circunstancias.

La evolución en los recursos destinados a inversiones específicas para el ahorro energético, así como los gastos reflejados en la cuenta de resultados vinculados a actividades de mejora y protección medioambiental ha sido la siguiente:

	2022	2023	2024
Inversiones específicas para el ahorro energético (miles €)	2.676	3.100	2.605
Gastos incurridos para la mejora y protección medioambiental (miles €)	2.572	3.818	3.777

## 7.6. REDUCCIÓN DEL CONSUMO DE RECURSOS NATURALES



### EVOLUCIÓN CONSUMO DE AGUA

El agua es **esencial** no solo para la vida humana, sino también **para la operación eficiente de las actividades industriales**, incluidas las plantas cárnicas. Entendiendo que es un recurso necesario y limitado, Grup Cañigueral es consciente de que **la gestión responsable del agua es clave para garantizar la sostenibilidad a largo plazo** tanto de las operaciones como del medio ambiente.

En este sentido, trabaja en la **implementación de procesos y tecnologías de reducción del consumo de agua**, como sistemas de tratamiento de aguas residuales, **y pone también el foco en la sensibilización y capacitación de las personas en buenas prácticas ambientales, con especial foco en las que están en los centros operativos**, enfocadas a la utilización y consumo responsable del agua, fomentando el mantenimiento preventivo y correctivo de las fugas de agua, o la optimización en la utilización del agua en procesos productivos o en limpieza y desinfección de las instalaciones entre otras medidas. Además, trabaja en otras acciones como la progresiva instalación de grifos aspersores con boquillas de bajo consumo y la lucha contra las fugas para minimizar las pérdidas o el propio mantenimiento de la red de agua también para el mismo objetivo.

A cierre de 2024, ha logrado una **reducción del -3,60 % en comparación a 2023 y una reducción acumulada de un -23,12 % (2020-2024)** de este recurso natural, quedando a menos de 3 puntos para lograr la meta que tiene fijada para 2025 (-26 %).

Entre algunas de las medidas, destacan la presencia de **depuradoras de agua propias** en cinco de las seis empresas de la división industrial del grupo o el mantenimiento de una **planta de ósmosis inversa** en su centro de mayor capacidad, en Riudellots de la Selva (Girona), con la que está volviendo a incorporar el agua que ya se ha usado para limpieza de cuadras y de camiones a día de hoy, también en el mismo centro.

El grupo también actúa con medidas que pasan por el mantenimiento y adecuación de las redes de distribución y depósitos de acumulación de agua, las automatizaciones y optimizaciones de los procesos de higienización de útiles como cuchillos, petos y cajas, la secuenciación de procesos productivos, para optimizar las limpiezas intermedias y finales de líneas de producción; o la optimización de los protocolos de higienización de las instalaciones.

### EVOLUCIÓN CONSUMO DE AGUA



## 7.7. REDUCCIÓN Y GESTIÓN RESPONSABLE DE RESIDUOS



Grup Cañigueral está firmemente comprometido con la **implementación de medidas eficaces para una correcta gestión** de los residuos generados en sus procesos productivos y en sus oficinas. Apuesta por la reducción de residuos desde el origen y promoviendo activamente el reciclaje y la reutilización de materiales con el objetivo de minimizar el impacto ambiental, por la concienciación sobre su reducción y por una correcta gestión de los mismos para evitar que estos terminen en vertederos o eliminación.

Desde 2023 cuenta con la **certificación Zero Waste (Residuo Cero)** que garantiza que las plantas y oficinas del grupo cuentan con un **94 % de residuos destinados a finales sostenibles** y durante los últimos procesos de certificación, ha mejorado su calificación, logrando contar con los cuatro ticks que presenta SGS y que reafirman que el grupo está tomando medidas para reducir su huella ambiental y minimizar la cantidad de residuos enviados a vertederos. Una cifra que el grupo tiene estimado que suba hasta el 95 % en el próximo ejercicio de 2025.

Para alcanzar este hito, cuenta con un **control exhaustivo de los residuos**, que informa a la administración, con mediciones y formaciones entre los equipos, y un plan de actuación claro que ha ido desde la eliminación de papeleras individuales por colectivas en oficinas; la segregación selectiva de residuos (envases, papel y cartón, orgánico, y otros residuos categorizados); el fomento del uso del papel en oficinas siempre que sea necesario; la revisión de la frecuencia del cambio de guantes en plantas o la implantación de ciertas piezas de ropa de trabajo lavables y reutilizables en lugar de ser de un solo uso como los delantales, entre otras. Así como en la **gestión de todos sus subproductos cárnicos** para que tengan un destino sostenible como petfood o alimentación animal y/o fertilizantes, asegurando el no desperdicio alimentario.

Además, **forma a todos los empleados y empresas subcontratadas** sobre la correcta segregación selectiva de los residuos que se generan o se pueden generar en las instalaciones y producto de sus actividades.

REDUCCIÓN DE RESIDUOS POR UNIDAD DE PRODUCTO	
2022	-8,3 %
2023	-5,6 %
2024	-6,9 %
<b>ACUMULADO 2020-2024</b>	<b>-25,5 %</b>



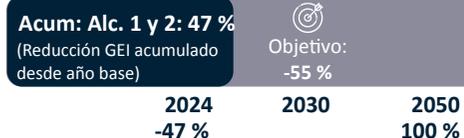
## 7.8. REDUCCIÓN DE EMISIONES GEI



En línea con los compromisos establecidos en el **Acuerdo de París**, el grupo se ha fijado como objetivo alcanzar las **Emisiones Netas Cero para el año 2050**. Para lograr este objetivo, mide y gestiona sus emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI) en los tres alcances definidos por el **Protocolo de Gases de Efecto Invernadero (GHG Protocol)**, que mide con SGS y verifica con Bureau Veritas Iberia, empresa especializada en acompañar a las compañías en desafíos sociales y ambientales.

### REDUCCIÓN DE HUELLA DE CARBONO POR UNIDAD DE PRODUCTO ALCANCE 1 Y 2

Año Base 2021



En cuanto a Alcance 1 y 2 o las **emisiones directas procedentes de fuentes que son propiedad o están bajo el control del grupo, en 2024 han supuesto un total de 30.891 CO2e**. Mientras que, por otro lado, las de Alcance 3 o las emisiones indirectas que se generan a lo largo de toda la cadena de valor del grupo, en el que se han considerado los transportes de materias primas, insumos y productos terminados, los transportes in itinere de empleados, viajes corporativos, consumos de agua, materias primas y servicios, gestión de residuos, la producción de energías, y los modos de uso y conservación de nuestros productos finales, suponen un total de emisiones de 2.018.727 tCO2e.

Teniendo en cuenta los tres alcances, las **emisiones GEI totales del grupo son de 2.049.618 tCO2e para el ejercicio de 2024**, donde la reducción acumulada total en los alcances 1 y 2, desde el primer año de cálculo o año base (2021), asciende a -47 %, manteniendo así la **evolución positiva del grupo en su camino hacia las emisiones netas**.

Durante este último ejercicio 2024, el grupo ha dado un importante paso hacia adelante comprometiéndose con un programa específico de reducción en sus actividades logísticas (transporte y almacén de productos terminados) de la mano de Lean & Green de AECOC. Por el momento, ha pasado la auditoría inicial y ha obtenido el **Premio Lean & Green**, que garantiza que cuenta con medidas de reducción de emisiones y gases de efecto invernadero en esta área y avala su **compromiso de reducir las emisiones en al menos un 20 % en un plazo máximo de 5 años**. Durante el próximo año, la organización trabajará para avanzar en este camino y obtener un reconocimiento más de este programa. Para ello, seguirá avanzando en el control de almacenamiento de productos y eficiencias en la generación de frío, entre otras medidas, para lograrlo.

En esta materia, el departamento de logística **organiza los trayectos de toda la flota para evitar esperas y trayectos innecesarios, y optimizando las rutas**. Así como reducir los tiempos de emisión de frío y trabaja para intentar tener una tasa de ocupación alta de los camiones, realiza cursos de conducción eficiente y sostenible a los transportistas, entre otras medidas.

La totalidad de camiones que utiliza el grupo están equipados con motores que cumplen con el estándar de motor Euro VI, Euro VI C y Euro VI D, los más eficientes del mercado, que determinan la cantidad máxima de óxidos de nitrógeno y partículas que emiten los motores y el ahorro de combustible. Y para la ruta más recurrente y de mayor volumen, la organización cuenta con un camión con dos tráileres (dúo tráiler) que circula todos los días laborables, aumentando así la eficiencia del transporte y contribuyendo a la reducción de emisiones de CO2.

Con este enfoque exhaustivo, el grupo reafirma su compromiso con la lucha contra el cambio climático, impulsando acciones concretas para descarbonizar sus operaciones y contribuir a un futuro más sostenible.



Equipo de sostenibilidad de CBMF y responsables de AECOC de Lean & Green en la entrega del premio.

## 7.9. REDUCCIÓN DEL CONSUMO DE PLÁSTICO



El grupo apuesta por la economía circular promoviendo una **reducción del uso de plástico virgen por kg de producto, apostando por el uso del plástico reciclado y el uso de plástico reciclable** que permita garantizar que puede volver a tener otras vidas. Y tiene un objetivo fijado en alcanzar una reducción del plástico por kg de producto comercializado del 25 % y el uso del 70 % de plástico reciclado para 2025, dentro del plan de sostenibilidad 'Hojas de Ruta 2021 – 2025' y para sus divisiones industriales (frescos, elaborados y curados).

A cierre del ejercicio de 2024, **la organización ha contado con una reducción del 19 % de plástico virgen por kg de producto comercializado y ha contado con un 54 % de plástico reciclado.**

En el recorrido hacia sus objetivos en esta materia, el grupo trabaja en la **reducción del micraje de bandejas y films de sus envases** y apuesta por el uso de **envases monomaterial** que permitan el reciclaje de los materiales de una manera más fácil. Además, trabaja para que en todas sus plantas se reciclen los residuos plásticos finales de las bobinas de termoformado, las bandejas y rollos de etiquetadoras usados y se haga una correcta segregación de plásticos (limpios o con residuos) para reutilizar.

También está trabajando para implementar un sello de garantía de plástico reciclado en sus bandejas de embutidos loncheados para la **concienciación al consumidor y la transparencia comunicativa**, que garantiza que las bandejas

cuentan por lo menos con un 70 % de plástico reciclado en su contenido y en algunos casos, puede llegar al 90 %.

Además, lleva su compromiso más allá de sus instalaciones y desde el pasado ejercicio, fomenta la economía circular utilizando botellas de agua reutilizables en lugar de plástico en la organización de sus ferias de mayor tamaño para todo el equipo. Con esta medida, logró reducir el consumo de 800 botellas de agua de plástico pequeñas en sus ferias más destacadas.



### EVOLUCIÓN CONSUMO DE PLÁSTICO/KG PRODUCTO

Objetivo 2025 -25 %

Acum: -20 %

2022	2023
-8,13 %	-6,06 %

(Reducciones anuales)

### EVOLUCIÓN % DE PLÁSTICO RECICLADO EN LA COMPOSICIÓN DEL ENVASE

Objetivo 2025 70 %

Acum: 54 %

2022	2023	2024
38,94 %	56,41 %	54 %

Volúmenes anuales de plástico reciclado



## 8 ACTUACIÓN SOCIAL Y TALENTO HUMANO



El grupo adquiere un **compromiso con las personas** que impacta directamente en la sociedad en general, y lo hace especialmente a través de su actividad empresarial: producir alimentos de calidad, equilibrados y saludables.

Este objetivo esencial, conseguir una alimentación de calidad, es la causa por la que se llevan a cabo otros muchos movimientos. Por ejemplo, la alineación de la cadena de suministro con estos mismos valores de sostenibilidad. El grupo pide a sus proveedores que le sigan en su estrategia ESG pero a la vez les ayuda a implantarla, colaborando con ellos para definir planes de acción.

Pero hay otros muchos efectos que se dirigen a la sociedad en general, como por ejemplo el **fomento de la economía local** en los ámbitos de influencia directa; o las acciones de **Responsabilidad Social Corporativa (RSC)** para trabajar el entorno básico de la persona; o la **comunicación con los grupos de interés** (clientes, consumidores, proveedores, entidades financieras...) para canalizar sus inquietudes al grupo.

Este compromiso social de la organización impacta también de forma muy directa a todas las personas que integran el grupo, con las que hay un **plan de trabajo para lograr su satisfacción personal y profesional** más allá de su seguridad laboral.



## 8.1. CALIDAD Y SATISFACCIÓN DEL CONSUMIDOR



El grupo cuenta con una **Política de Producto y de Marketing** que establecen el compromiso de elaborar alimentos seguros y de calidad, comenzando por el Código Ético de la organización y el de los Proveedores.

Para lograr este cometido, todas sus plantas aplican **autocontroles de producto** y llevan a cabo **intercambios de información y buenas prácticas** con el resto de centros. Trabajan también para mantener los máximos estándares de calidad y distintivos que permiten a la organización poner productos en todo el mundo: IFS, Calitax, BRCs, SAE, Consorcio Jamón Serrano y Certified for export to the USA, entre otros.

Todo el grupo sigue un sistema basado en el **Análisis de Peligros de Punto de Control Críticos (APPCC)**, y cuenta con departamentos de Calidad con conocimientos y dotación de personas adecuada para esta labor, y de procedimientos de investigación y mejora para el caso de incidentes, reclamaciones y no conformidades.

La organización pone el foco en las **medidas de prevención** y dispone de procedimientos estandarizados y ejercicios de simulación de crisis y retirada de productos del mercado.

Asimismo, realiza **ejercicios de simulación periódicos** para mantener correctamente engranada la cadena de fabricación y todos sus departamentos: producción, calidad, logística-distribución y comunicación.

Además, el grupo cuenta con **homologaciones de proveedores considerando criterios de calidad, seguridad alimentaria, desempeño y compromiso en sostenibilidad ESG, para trabajar en los principales países que son importadores de carne española**, incluyendo mercados estratégicos como China, Japón o EEUU en los que ha sido pionero.

Con su **Política de Marketing** garantiza que su publicidad y comercialización sean responsables; define los derechos básicos de los consumidores para garantizar productos seguros, legales y de calidad y se compromete a vincular la marca a valores de sostenibilidad; recoge el derecho a la protección de la salud del consumidor, de sus intereses económicos y sociales, a la reparación de daños y perjuicios sufridos, el derecho a la información en materia de consumo y a la representación y audiencia en consulta.

Derechos todos ellos que se articulan formalmente a través del **Procedimiento de Atención al Consumidor** y ofreciendo una información completa, verídica y comprensible para todo el mundo en todos los distintos canales de la organización: página web, LinkedIn, Instagram y Youtube, mail, publicidad, packaging y etiquetado.

También actúa en la misma dirección con el **Manual de Gestión y Comunicación de Crisis** del grupo que implementa una cultura de calidad total y prevención de riesgos en la organización y garantiza procedimientos de retirada rápida y transparente de los productos en caso de necesidad.

Además, el grupo **mide la satisfacción del consumidor** a través de catas de producto internas y externas, que realiza con asociaciones de consumidores, como es el caso de AVACU (Confederación Española de Consumidores y Usuarios-Asociación Valenciana de Consumidores y Usuarios), o con partners expertos en distintos tipos de productos. Esta dinámica le permite extraer conclusiones para sus nuevas formulaciones y mejoras de producto.



## 8.2. ALINEAMIENTO CON PROVEEDORES



La mayor parte de los proveedores de Grup Cañigueral son nacionales (el 96 %) y mantiene con ellos relaciones estables en el tiempo, facilitando así el compromiso constante en términos de calidad y seguridad en los servicios recibidos.

En esta línea cuenta con medidas para garantizar el alineamiento de su responsabilidad operativa con toda la cadena de suministro y garantizar así las buenas prácticas de sostenibilidad y su compromiso con la calidad con todos sus colaboradores.

Para ello, da a conocer a todos sus proveedores su **Código Ético de Proveedores**, que tiene como objetivo garantizar un comportamiento basado en la honestidad, la integridad y la transparencia, y formaliza los requerimientos ambientales, sociales, legales y de buen gobierno que cualquier proveedor debe aceptar. Y cuenta con una **Guía de Compras Verdes** que premia los mejores desempeños en materia de sostenibilidad.

También cuenta con un **Procedimiento de Homologación de Proveedores** para todas las nuevas incorporaciones que detalla los requerimientos en materia de ESG que debe asumir, que pide firmar antes del inicio de la relación contractual. Así como un **cuestionario de sostenibilidad de proveedores** en el que se solicita información y documentación ESG y un sistema de **auditorías presenciales en las instalaciones** de los mismos, en las que miden aspectos ambientales y también sociales y de gobernanza, para conocer la evolución y el estado de madurez de cada proveedor, y comprobar la veracidad de la información aportada, respectivamente.

Con estas medidas, el departamento de sostenibilidad del grupo, asistido por consultoras y expertos, puede proponer planes de acción específicos a sus proveedores para ayudarles en la mejora de resultados, y en función de la calificación obtenida, volver a evaluarlos para la revisión de mejoras en un plazo de entre uno y cuatro años.



Más allá de esto, la organización cuenta con otros documentos que regulan también la relación que tiene con sus proveedores:

**Política de Compras:** que establece los compromisos para la adquisición de bienes y servicios garantizando siempre objetividad, transparencia y una gestión eficiente y óptima de todas las compras que se realicen.

**Política Anticorrupción:** que define las relaciones con los funcionarios públicos, con proveedores y subcontratistas, clientes y competidores y establece la prohibición de cualquier tipo de pago de facilitación. A la vez que determina la

necesidad de completar una Declaración de Conflicto de Intereses por parte de los directivos y mandos intermedios con capacidad de influir en compras o adjudicaciones de toda la organización.

Además, en los trabajos externos que se realizan “In Company” se presta especial atención a las medidas de seguridad y salud.

Las sociedades del grupo cumplen con lo establecido por la Ley 5/2020 y pagan a sus proveedores de carnes y productos frescos dentro del plazo legal de 30 días; para el resto de productos y servicios, dentro del plazo legal de 60 días.





### 8.3. IMPACTO SOCIAL



Grup Cañigueral tiene un impacto significativo en el **desarrollo económico del ámbito geográfico mayoritariamente local** en el que lleva a cabo su actividad y dónde están ubicados sus centros productivos.

Su contribución impacta mayoritariamente a pequeñas poblaciones de Cataluña y Valencia

-Llambilles, Serinyà, Riudellots de la Selva, Vilamalla, Vilafant, Sant Jaume de Llierca, Les Planes d’Hostoles, Cheste- y Aragón. Comunidades en las que genera un elevado número de puestos de trabajo directo e indirecto, y tiene el siguiente impacto económico generado (ingresos obtenidos) y distribuido (gastos soportados):

(miles de €)	31/12/2022	31/12/2023	31/12/2024
Importe neto cifra de negocios del grupo (€)	1.211.566	1.469.611	1.508.622
Otros ingresos (€)	1.589	4.060	3.629
Ingresos financieros (€)	454	1.632	3.512
<b>VALOR ECONÓMICO GENERADO (€)</b>	<b>1.213.609</b>	<b>1.475.303</b>	<b>1.515.763</b>
Consumos (€)	(897.472)	(1.134.836)	(1.128.988)
Otros gastos externos (€)	(140.080)	(116.941)	(122.679)
Gastos por amortización del inmovilizado (€)	(25.699)	(30.684)	(33.750)
Gastos de personal (€)	(129.013)	(144.755)	(148.427)
Gastos financieros (€)	(3.525)	(9.507)	(12.017)
Impuestos y tributos (€)	(6.1889)	(12.080)	(19.527)
Otros gastos (€)	(977)	0	(724)
<b>VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO (€)</b>	<b>(1.202.953)</b>	<b>(1.448.804)</b>	<b>(1.466.111)</b>
<b>VALOR ECONÓMICO RETENIDO (€)</b>	<b>10.656</b>	<b>26.499</b>	<b>49.652</b>

Más allá de esto, el grupo cuenta con una extendida línea de trabajo de **impacto social positivo** tanto internamente como externamente porque considera que es su deber cuidar tanto de la gente de casa como de las comunidades más próximas.

Así por ejemplo, algunas de sus empresas duplican el 2 % exigido por ley para la **Ley de Integración Social de los Minusválidos (LIS-MI)**; está trabajando para lograr la certificación internacional **Great Place To Work** en empresas

del grupo; cuenta con un Plan Propio personalizado de Prevención de Riesgos Laborales (**Plan te Cuidamos**); y colabora actualmente con más de 30 iniciativas a nivel social dentro de su **Plan de Responsabilidad Social Corporativa (RSC)**.

En este sentido, en materia de RSC, articula su estrategia alrededor de lograr impactar en las necesidades integrales de la persona con tres pilares clave: **la inclusión y el desarrollo social; la formación y la cultura; y la salud.**

## SALUD

Esta actuación le lleva a colaborar actualmente a nivel de salud con entidades como el **Instituto de Investigación Biomédica de Girona** (IdibGi) para la investigación del ictus isquémico; la **Asociación Española Contra el Cáncer** (AECC) para la investigación de esta enfermedad; la **Fundació Pasqual Maragall**, para la investigación y el apoyo a personas con Alzheimer y familiares; la **Fundació Gicor** para la prevención y la ayuda en enfermedades del corazón; o el **Hospital Sant Joan de Déu** para el apoyo a la investigación, entre otras.

## INCLUSIÓN SOCIAL

En desarrollo e inclusión social colabora con la **Fundació Girona Est** para el desarrollo positivo de las nuevas generaciones del barrio 'Girona Est' de la misma ciudad y dar soporte a comunidades vulnerables; el **Bàsquet Girona** para apoyar el deporte inclusivo a través del patrocinio del equipo de Silla de Ruedas del club; la **Fundació Astrid21** para la mejora de la calidad de vida y la inserción laboral de personas con discapacidad psíquica y diversidad funcional; **Grup MIFAS** para la integración social de personas con discapacidad física; o la **Asociación Sèlvans** para la preservación de un encinar centenario en la zona del Volcan de Can Tià en la Garrotxa, ayudando

así al mantenimiento de un balance positivo de Co2; entre otras.

Además, el grupo colabora activamente desde hace años con entidades como **Casa Caridad**, **Banc dels Aliments** y **Cruz Roja** donando alimentos. En el caso de Cruz Roja, recibió el Reconocimiento a la Imparcialidad 2024, como muestra de su compromiso en la gala de reconocimiento a las empresas organizada por la propia entidad.

Y durante el ejercicio de 2024, donó hasta 12.000kg de productos elaborados y curados para localidades de Valencia que se vieron afectadas por la catástrofe natural provocada por la Dana.

## CULTURA Y FORMACIÓN

Por último, en el ámbito de la cultura y la formación, el grupo colabora con entidades como la **Fundació per la Creativació** que trabaja en el ámbito académico para una educación que favorezca la creatividad y la innovación en la docencia; la **Fundació Ciutat Invisible** para el desarrollo de proyectos culturales y programas educativos que favorezcan la transversalidad de la cultura y la capacidad educativa en las artes; o **clubs deportivos locales** de distintas disciplinas en los que colabora para la promoción de un estilo y hábitos de vida saludables desde la primera infancia.



### CLUB BÀSQUET GIRONA

Patrocinador oficial del equipo en Silla de Ruedas, apoyando así el deporte inclusivo.



### FUNDACIÓ GIRONA EST

Apoyo al desarrollo social de comunidades vulnerables de Girona.



### SÈLVANS

Apoyo a la preservación de entornos naturales de gran riqueza (Volcán de Can Tià, la Garrotxa).



## 8.4. TALENTO HUMANO



Grup Cañigueral está comprometido en respetar los derechos fundamentales de todas las personas que trabajan en la organización, estableciendo un marco claro de principios y compromisos que garanticen el respeto, la protección y la promoción de sus derechos en todas sus relaciones laborales (**Política de Derechos Humanos**). Así como en el incentivo y la promoción de la igualdad entre géneros y el acceso al empleo a todas las personas mediante su **Política de Igualdad, Diversidad y No Discriminación**.

En 2024, el grupo ha estado formado por una media de **3.830 personas** que disponen en su inmensa mayoría de contrato fijo (el 96 % de ellas).



Cuenta con medidas como la **flexibilidad en los horarios de acceso** al trabajo en los departamentos en los que es posible, un **plan de formación continuado** para los roles que así lo requieren y una **política de comunicación transparente** que se vehicula mediante distintas herramientas de comunicación interna como la newsletter o comunicaciones en cascada, para propiciar un entorno de trabajo estimulante y el sentimiento de pertenencia a la organización.

Para apoyar esta manera de actuar y garantizar un **entorno de trabajo saludable** para todos, cuenta con políticas de **Libertad de Asociación, Código Ético, Política Anticorrupción** o otros como **Planes de Igualdad y Protocolos de Prevención de Acoso Sexual y Discriminación por razón de sexo** en sus centros de trabajo.

Todos los empleados de la organización tienen acceso a sistemas de comunicación como el buzón de sugerencias, el correo corporativo y el canal de denuncias para comunicarse abiertamente con la organización y trasladar sus consultas, inquietudes, puntos de mejora, etc.

Garantiza también el conocimiento de todas las medidas con un **Manual de Acogida** diferenciado por cada empresa y planta en el que, además de facilitar el acceso a todas las nuevas personas a la organización, les explica sus derechos laborales y sociales. Después de esta primera acogida, se realiza un seguimiento del desarrollo profesional y personal de la persona incorporada mediante una entrevista del desempeño desde el primer año. En ella se evalúa la capacitación profesional y se diseñan los planes formativos y de desarrollo de las personas y los distintos puestos de trabajo. Además, cuenta con un plan de rendimiento.



## 8.5. SEGURIDAD LABORAL

Las personas que trabajan en la organización conocen la normativa de seguridad y están formadas y capacitadas para realizar sus tareas. El grupo trabaja para minimizar la accidentalidad en beneficio de las personas que integran la compañía y lograr reducir el absentismo laboral cuya tasa se situó en un 10,8 % en el ejercicio 2024.

En los centros de producción, cuenta con distintas iniciativas para ello, entre las que destaca el **Plan Te Cuidamos** que identifica riesgos que pueden perjudicar la funcionalidad de la organización o comprometer la seguridad y salud de las personas.

Además, los servicios de prevención han actualizado la evaluación de los riesgos identificados, permitiendo a las empresas tomar medidas preventivas de corrección y control.

Aualmente, **el grupo destina importantes recursos para la formación de las personas.**

### EVOLUCIÓN DEL GASTO DE FORMACIÓN

2022	2023	2024
186.709€	248.997€	234.678€

Se han realizado 15.859 horas de formación, impartidas principalmente a departamentos técnicos y personas de producción. Y todas las personas que se incorporaron al grupo, recibieron de manera presencial una formación sobre



reciclaje e higiene, buenas prácticas, manipulación de alimentos, cultura de calidad y seguridad alimentaria, una específica sobre las funciones de su puesto de trabajo y una sobre ESG.

También se imparte en todos los centros una formación en materia preventiva y atención sanitaria inmediata.

Todos los **planes de autoprotección** del grupo han sido diseñados por técnicos competentes en la realización de planes de emergencia, independientemente del tamaño u obligación legal de las empresas que lo integran, y todos los centros han realizado los simulacros de emergencias y evaluación pertinentes.

Estas medidas han dejado a la organización con un descenso de un 1,1 % en el número de accidentes con baja para el ejercicio 2024, pasando de los 363 acumulados en 2023 a 359 en el último año.

Todas las empresas de Grup Cañigueral respetan los **derechos sindicales** y cumplen las normas básicas del **diálogo social**. Disponen también de **comités de seguridad y salud** para la reducción de riesgos laborales.

### EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE ACCIDENTES

2022	2023	2024
339	363	359



## 8.6. COMPROMISO CON LA IGUALDAD EN EL TRABAJO



El grupo apoya la **práctica de igual trabajo – igual remuneración**, es decir, la aplicación de un mismo salario cuando se trata de un mismo desempeño laboral, sin discriminación alguna por razón de sexo, raza o religión. Aunque alineado con el reconocimiento que hacen los organismos oficiales, cuenta con un porcentaje de brecha salarial- entendida como la diferencia existente entre los salarios percibidos por las personas trabajadoras de uno u otro sexo- que viene condicionada por factores sociales y familiares como una menor participación de la mujer en el mercado laboral, un menor número de horas trabajadas a favor de la conciliación familiar, entre otros, que tienen carácter histórico de manera generalizada en la sociedad actual aún.

Actualmente, esta cifra se sitúa en 9,4 %, por debajo del 9,7 % del último ejercicio y la continuación del ajuste que está llevando a cabo el grupo para ir reduciendo estos condicionantes.

REMUNERACIÓN POR CATEGORÍAS (personal medio)	2022		2023		2024	
	MUJERES	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES
Consejeros, directivos, responsables, técnicos y titulados	41.100 €	42.823 €	42.231 €	54.958 €	41.795 €	60.392 €
Personal administración y comercial	27.582 €	30.978 €	30.332 €	35.214 €	34.475 €	46.293 €
Personal producción, conductores y otros	21.623 €	24.169 €	23.903 €	26.112 €	24.811 €	26.676 €

\* Las cifras de años anteriores varían respecto a las presentadas en memorias de ejercicios anteriores. Se ha hecho una reclasificación de grupos de categorías profesionales en base a los estudios y conocimientos de los diferentes puestos de trabajo de la organización.

También **apoya la contratación de personas en riesgo de exclusión social**, contando a fecha de hoy con 76 personas con discapacidad contratadas. Además, en su centro de trabajo de Cheste (Valencia), cuenta con el distintivo 'Igualdad en la Empresa' (2023), concedido por el Gobierno de España y en algunas de las empresas de mayor tamaño del grupo, donde es posible por el tipo de trabajo, llega a duplicar el porcentaje de personal discapacitado que exige la Ley de Integración Social del Minusválido (LISMI).

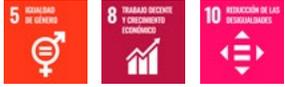
El grupo cuenta con una política de **igual trabajo, igual remuneración**, que persigue que todas las personas reciban una retribución justa por desempeñar funciones de igual valor. El proceso de retribución se establece conforme al **convenio colectivo aplicable**, asegurando criterios objetivos, transparentes y equitativos para todas las categorías profesionales.



NÚMERO DE TRABAJADORES CON DISCAPACIDAD CONTRATADOS		
2022	2023	2024
77 personas	80 personas	76 personas

EVOLUCIÓN BRECHA SALARIAL (media ponderada de mujeres respecto a hombres)		
2022	2023	2024
11,6 %	9,7 %	9,4 %

## 8.7. COMPROMISO CON LA MEJORA CONTINUA



El grupo tiene el reto de futuro de desarrollar **medidas de beneficios sociales** que puedan tener un impacto positivo en todas las personas y con la realización de formaciones para profundizar en el conocimiento de las políticas éticas del grupo de liderazgo y habilidades para el mismo.

El 77 % de las personas del grupo están adscritas al **Convenio Nacional de Industrias Cárnicas** y el 23 % restante lo ha estado al Convenio propio de la empresa Frescos y Elaborados Delisano S.A.U en el caso del centro de Cheste (Valencia), y tiene como objetivo que el 100 % de personas esté adscrita al de industrias cárnicas en el próximo ejercicio.

A fecha de cierre de 2024, la organización contó con una tasa de rotación voluntaria del 10,2 %, frente al 13,7 % de 2023, una cifra sensiblemente menor de la media española que consta en la última edición disponible del Informe Randstand de 2022, que sitúa esta cifra alrededor del 17 %.

En cuanto a género, el grupo cuenta con el siguiente número de mujeres y hombres, respectivamente, repartidos en las categorías siguientes:

CLASIFICACIÓN POR GÉNERO (promedio total)			
	2022	2023	2024
MUJERES	1.249	1.270	1.303
HOMBRES	2.510	2.664	2.527
<b>TOTAL</b>	<b>3.759</b>	<b>3.934</b>	<b>3.830</b>

CLASIFICACIÓN POR CATEGORÍAS (personal medio)	2022		2023		2024	
	MUJERES	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES
Consejeros y altos directivos	4	9	5	9	4	15
Resto directores y gerentes	7	24	7	30	8	27
Técnicos y profesionales científicos e intelectuales y profesionales de apoyo	84	196	91	205	89	141
Empleados contables, administrativos y otros empleados de oficina	112	65	126	70	105	46
Comerciales, vendedores y similares	13	10	13	13	13	15
Empleados de producción y otros	1.028	2.205	1.027	2.336	1.084	2.283
<b>TOTAL FINAL EJERCICIO (PROMEDIO)</b>	<b>1.248</b>	<b>2.509</b>	<b>1.269</b>	<b>2.663</b>	<b>1.303</b>	<b>2.527</b>

\* Las cifras de años anteriores varían respecto a las presentadas en memorias de ejercicios anteriores. Se ha hecho una reclasificación de grupos de categorías profesionales en base a los estudios y conocimientos de los diferentes puestos de trabajo de la organización.

## 8.8. COMPROMISO CON LAS PERSONAS EN TODOS LOS MOMENTOS



El grupo asume el compromiso de estar al lado de las personas que lo integran en todas las circunstancias de su vida y derivado de éste, durante el ejercicio 2024 y como medida de acompañamiento a la crisis humanitaria derivada por la Dana que tuvo lugar en octubre en Valencia, ofreció un paquete de ayudas para las personas afectadas de su centro de Chestre (Valencia).

El paquete estuvo formado por **ayudas para alquiler de vivienda** para las personas que perdieron su vivienda, **ayudas económicas** en formato de crédito cedido por la organización, ayudas al acceso a vehículos con **rentings de coches**, **acompañamiento psicológico o servicios de asesoramiento y gestión de seguros y consorcio** por los daños causados por la catástrofe. Todas

ellas, medidas que se gestaron y gestionaron des del propio grupo, que se seguirán ejecutando en el ejercicio de 2025 y que se sumaron a las donaciones de producto que la empresa hizo desde su planta de Chestre y las plantas de Girona, que alcanzaron los 12.000 kg de producto.

Además, el grupo colaboró en una acción de **cocina de emergencia** impulsada por el chef de estrella michelín, Ricard Camarena, cediendo las instalaciones de Chestre durante el fin de semana posterior a la catástrofe para la elaboración de 20.000 raciones de comida (lentejas, albóndigas cocinadas, macarrones, pollo, croquetas...) que se repartieron luego en localidades próximas afectadas como Aldaia, Algemesí, Picanya, Paiporta o Torrent.





## 9.1. ÓRGANO DE GOBIERNO

El Órgano de Gobierno de Grup Cañigueral está formado por un **Consejo de Administración** del que forman parte un total de **8 miembros** y está presidido por Elisabeth Cañigueral Borrás, designada en junio de 2019 y renovada en el cargo en 2023.

### CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

- Elisabeth Cañigueral Borrás, Presidenta
- Joan Cañigueral Puig, Vice-Presidente
- Xavier Cañigueral Vall-Ilosera, Vice-Presidente
- Jordi Cañigueral Borrás, Vocal
- Montse Cañigueral Puig, Vocal
- Narcís Cañigueral Puig, Vocal
- Neus Cañigueral Vall-Ilosera, Vocal
- Lluís Cañigueral Vall-Ilosera, Vocal

A su vez, este Consejo de Administración, ejerce como Comité de Dirección que lidera la gestión de la estrategia y las diferentes empresas que integran la organización, y cuenta con Carles Sureda Serrat como Director General de todo el grupo y Secretario no Consejero del Consejo de Administración.

### COMPOSICIÓN CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN (AÑO)

	MUJERES	HOMBRES	SOCIEDADES	TOTAL
2022	3	5	0	8
2023	3	5	0	8
2024	3	5	0	8

## 9.2. COMPROMISO CON LA SOSTENIBILIDAD

El Consejo de Administración en función del Comité Directivo de todo el grupo asume el **Plan Estratégico de Sostenibilidad Hojas de Ruta 2021-2025** como la estrategia a seguir en materia medioambiental, social y de gobernanza, que cuenta con pilares de actuación alineados con los **Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y la agenda 2030**, para todas las empresas de la organización.

Para lograr su éxito, cuenta con un **coordinador transversal** que asegura su continuidad en todo el grupo, involucra en el plan a todos los directores de cada empresa, cuenta con el apoyo de

los comités de dirección de cada una de ellas y cuenta con indicadores a medio y largo plazo que mide anualmente con auditorías externas.

Con todo ello, el Comité Directivo define las políticas de grupo y los objetivos a medio y largo plazo; revisa planes de acción e indicadores; se compromete a publicar los avances del plan y a analizar el impacto sobre los grupos de interés; toma las últimas decisiones sobre la gestión de crisis medioambiental, de seguridad y salud, o en entornos sociales o éticos; y autoriza y **valida memorias de sostenibilidad**.



## 9.3. GESTIÓN ÉTICA Y RESPONSABLE



Grup Cañigueral garantiza el cumplimiento de los **más altos estándares de conducta empresarial**, asegurando el **estricto respeto a la legislación vigente**, así como a todas las **normas y regulaciones aplicables en los países donde opera**.

La compañía ha implementado un sólido sistema de **compliance**, basado en la ética, la transparencia y la responsabilidad corporativa, con el objetivo de prevenir, detectar y gestionar cualquier posible riesgo legal o reputacional. A través de políticas internas, controles rigurosos y un **Canal de Denuncias propio accesible y seguro** en su página web, para la gestión de posibles irregularidades, reafirma su compromiso con la integridad y unas buenas prácticas, promoviendo una cultura empresarial basada en la legalidad y la confianza.

En el ejercicio 2024 el Consejo de Administración ha gestionado dos reclamaciones recibidas vía Canal de Denuncias, que han sido resueltas en tiempo y forma siguiendo el Protocolo de Investigación y respuesta de Denuncias Internas aprobado por el Consejo de Administración.

Para ello, el grupo dispone de un **Órgano de Cumplimiento**, formado por representantes del grupo y de cada una de las empresas que lo integran, que actúa de manera objetiva e independiente ante situaciones que lo requieran, asegurando la integridad, imparcialidad y responsabilidad en todas sus operaciones. Además de encargarse de la evaluación del desempeño del sistema en el conjunto de toda la organización.

Así como con **normas y políticas corporativas para garantizar una gestión ética y transparente** que permitan una **gobernanza empresarial responsable**, todas ellas publicadas en su página web: Código Ético Interno de Proveedores, Política de Compras, Guía de Compras Sostenibles, Política Anticorrupción, Política de Marketing, Política de Derechos Humanos, Política de Igualdad y Diversidad, Política de Bienestar Animal, Política de no experimentación con animales vivos, etc.

A través de una correcta gestión de los **conflictos de interés**, garantiza que todas sus decisiones y acciones se alineen con la normativa legal vigente y garantizando que todos los equipos directivos y personas con capacidad de decisión o intermediación en materia de compras, ventas o actividades financieras, pasen anualmente **cursos de formación sobre las políticas de empresa** que regulan su actividad y cumplan los **cuestionarios de conflictos de interés**, según lo establecido por la **Política Anticorrupción** del grupo.

En materia de Anticorrupción, todos los miembros del Consejo de Administración de Grup Cañigueral cumplen con el deber de **evitar situaciones de conflicto de interés** tal como marca el artículo 229 del Real Decreto Legislativo 1/2010 de 2 de julio, que regula el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital. Además, no poseen directa ni indirectamente otros cargos y/o funciones en otras sociedades con el mismo análogo o complementario género de actividad a la desarrollada por las empresas del grupo.



## 9.4. BIENESTAR ANIMAL



La compañía dispone de **políticas y procedimientos para la práctica del Bienestar Animal** y de evidencias de haber cumplido su compromiso de trabajar de manera responsable con los animales, de minimizar el uso de antibióticos, no usar hormonas de crecimiento, garantizar estándares éticos y no colaborar en la experimentación animal.

También lleva a cabo un **programa de capacitación y sensibilización** para los empleados mediante una formación continua. Estos estándares éticos se dan en todo el proceso, tanto en granjas como en transporte, cuadras y salas de sacrificio.

Siguiendo una política general contra la deforestación, **más del 80 % de los piensos con los que se alimenta el ganado de las granjas propias e integradas del grupo son producidos con soja “cero deforestación”** certificada por los proveedores USSEC (U.S. Soybean Export Council) y RTRS (Round Table on Responsible Soy Association).

Todas las **granjas** del grupo tanto propias como integradas esta **certificadas en Bienestar Animal** y trabajan de manera responsable con la cría, transporte y sacrificio de los animales. De la misma manera, la organización amplía esta responsabilidad también a toda su cadena de proveedores, para cumplir con las **legislaciones españolas y de la Unión Europea en materia de Bienestar Animal**, que son de las más exigentes en esta materia.

Así por ejemplo, haciendo suyos los criterios de la organización Mundial de la Salud Animal, audita que el proceso de cría y engorde se haga con respeto a la integridad del ganado y con responsabilidad social: sin usar sustancias nocivas para las personas ni hormonas de crecimiento. y sus expertos auditan que el animal esté sano, bien alimentado y sin sed, con confort en su zona de descanso, con ausencia de enfermedades y de dolor y transmitiendo un estado emocional positivo, mediante **auditorías periódicas en granjas**.



## 10 ALCANCE Y COBERTURA DE ESTE INFORME

La presente memoria cubre el período del 1 de enero y el 31 de diciembre de 2024 y forma parte del Informe de Gestión Consolidado del ejercicio 2024 de Grup Cañigueral.

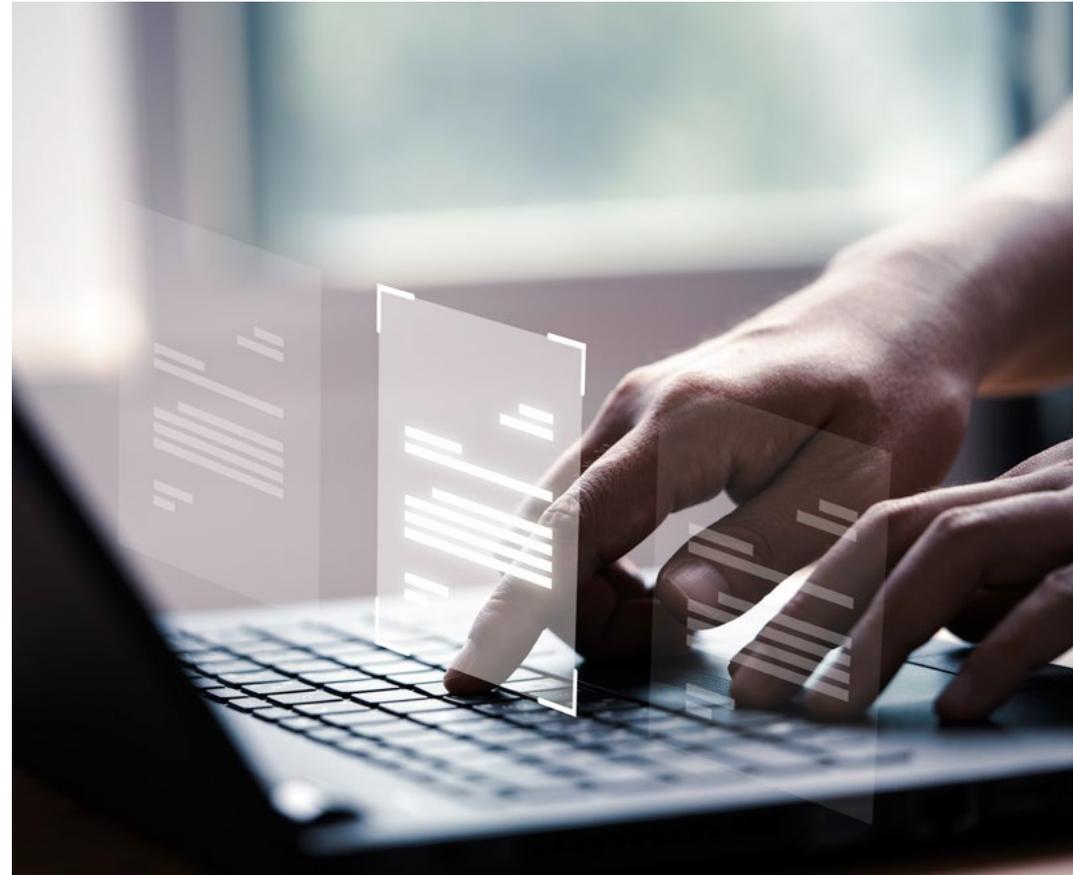
Ha sido elaborada según los estándares de la Global Reporting Initiative (GRII), integra el Estado de Información No Financiera (EINF) del grupo, en cumplimiento de lo establecido por la Ley 11/2018 de 28 de diciembre, y ha sido verificada por un equipo profesional externo independiente (Auditoria i Control Auditors S.L.P.).

Su alcance corresponde a la actividad del grupo, contiene información transparente sobre la evolución ESG y económica de la organización, y está dirigida a todos los grupos de interés de la organización, incluyendo empleados, clientes, proveedores, comunidades locales y organismos reguladores, entre otros.

Su objetivo es proporcionar una visión clara y transparente sobre el desempeño ambiental, social y de gobernanza (ESG) del grupo durante el ejercicio correspondiente y para ello, detalla las acciones implementadas para garantizar una gestión ética y sostenible, así como el impacto generado en las comunidades y el entorno en el que opera. Asimismo, incluye indicadores clave de desempeño (KPI) que permiten evaluar el cumplimiento de los objetivos establecidos y el impacto de sus actividades.

Para ello, incluye toda aquella información que desde la dirección del grupo se considera relevante para una mejor comprensión de los aspectos vinculados a la Sostenibilidad ESG que están incluidas en un marco general de acción definido como 'Plan Estratégico de Sostenibilidad', Hojas de Ruta 21-25: medioambientales, sociales, organizativos y de gobernanza ética, tanto de respeto de los derechos humanos como de lucha contra la corrupción o de conceptos afines sobre los que se estructura y desarrolla la gobernanza del grupo.

Para cualquier cuestión relacionada con el contenido de esta memoria, se puede contactar con la organización a través del siguiente correo electrónico: [info@costabravafoods.com](mailto:info@costabravafoods.com)



# 11 REFERENCIAS GRI DE CONTENIDOS

APARTADOS		PÁGINA/S	GRI	
GRI 1 FUNDAMENTOS	Definición de los requisitos básicos para la elaboración de este documento, incluyendo principios generales, alcance y procesos.	Fundamentos generales bajo los que se prepara el informe.	36	GRI 1
		Periodo objeto del informe y alcance.	36	GRI 2-3
		Reexpresiones de información.	36	GRI 2-4
		Informe de verificación externa.	36	GRI 2-5
	Valor económico generado, valor económico distribuido.	Impacto de las actividades sobre la sociedad.	26	GRI 201-1,GRI 203-2
GRI 2 CONTENIDOS GENERALES	Descripción de la organización, nombre comercial de las sociedades incluidas, tipología jurídico-mercantil de las mismas, ubicación de las sedes, centros productivos (plantas) y características de todos ellos y países en los que opera el grupo.	Detalles organizacionales.	3- 8; 14	GRI 2- 1
		Estructura empresarial - entidades incluidas.	4	GRI 2- 2
	Mercados, imagen y marca.	Sector de actividad, cadena de valor y productos.	11- 13	GRI 2- 6
	Empleados.	Empleados: número total de empleados: por género y tipo de contrato.	28- 32	GRI 2- 7
	Estrategias, políticas y prácticas: composición del Órgano de Administración; número de miembros; antigüedad y composición por géneros; competencias; representación en grupos de interés; designación del máximo responsable del Órgano de Gobierno; responsabilidades asumidas por el Órgano de Gobierno.	Estructura, gobernanza, designación y miembros del Órgano de Gobierno.	33- 35	GRI 2- 9
		Función del máximo Órgano de Gobierno en la presentación de informes de sostenibilidad y delegación de responsabilidades en la gestión de impactos.		GRI 2- 10 GRI 2- 11 GRI 2- 12 GRI 2- 13 GRI 2- 14
	Conflictos de interés.	Participación en otras sociedades y otras partes vinculadas.	34	GRI 2- 15
	Comunicación de inquietudes.	Factores con potencial repercusión sobre los negocios.	28	GRI 2- 16
	Políticas de remuneración.	Sistema de retribución fija / variable.	30	GRI 2- 19
	Proceso de determinación de la remuneración.	Criterios de determinación de las retribuciones.	30	GRI 2- 20
Declaración de la estrategia de desarrollo sostenible.	Visión y estrategia en relación con los impactos organizacionales.	33- 34	GRI 2- 22	

APARTADOS		PÁGINA/S	GRI	
	<b>Compromisos y políticas.</b>	Conductas empresariales con relación al respeto a los derechos humanos, debida diligencia y relaciones comerciales.	23- 32	GRI 2- 23
	<b>Incorporación de compromisos y políticas.</b>		28y 34	GRI 2- 24
	<b>Procesos para remediar impactos negativos.</b>	Canal de denuncias.	34	GRI 2- 25
	<b>Mecanismos de asesoramiento y planteamiento de inquietudes.</b>		34	GRI 2- 26
	<b>Cumplimiento de la legislación y normativas.</b>		34	GRI 2- 27
	<b>Afiliación a asociaciones.</b>	Detalle de las organizaciones en las que se participa o se está representado.	26- 27	GRI 2- 28
	<b>Enfoque para la participación de los grupos de interés.</b>	Relación de grpos de interés a cosiderar, canales de comunicación con los grupos de interés.	23- 24 y 36	GRI 2- 29
	<b>Convenios de negociación colectiva.</b>	Empleados cubiertos por convenio colectivo.	28- 31	GRI 2- 30
<b>GRI 3 TEMAS MATERIALES</b>	<b>Identificación de indicadores materiales, grupos de interés identificados, jerarquización de indicadores prioritarios para el grupo.</b>	Proceso de determinación de los temas materiales.	15- 16	GRI 3- 1
		Lista de temas materiales a considerar.	15- 16	GRI 3- 2
	<b>Temas medioambientales: consumos de electricidad, gas, agua, plástico, origen de la energía consumida, inversiones destinadas al ahorro energético, gastos destinados al ahorro energético y protección medioambiental, niveles y evolución de emisiones GEI.</b>	Eficiencia energética.	19	GRI 302
		Reducción del consumo de recursos naturales.	20	GRI 301
		Reducción y segregación de residuos.	20	GRI 306
		Reducción de emisiones GEI.	21	GRI 305
		Reducción del consumo de materias primas.	22	GRI 301
	<b>Temas sociales: objetivos de calidad en el producto, acreditaciones y homologaciones en procesos productivos, premios y galardones, control sobre la cadena de suministro, composición por procedencia de los proveedores del grupo. Plantilla media de trabajadores por tipo de contratación, por empresa, por género, número de trabajadores con discapacidad contratados. Sistema de gestión de salud y prevención de accidentes, horas de formación realizadas, niveles de absentimo laboral y número de accidentes. Convenios laborales y medidas de flexibilidad horaria.</b>	Calidad del producto.	24	GRI 204- 308
		Cadena de suministro.	25	
		Impacto en la sociedad.	26- 32	GRI 2- 7
		Seguridad laboral.	26- 32	GRI 403
		Satisfacción del trabajador.	26- 32	GRI 2- 7; GRI 402

APARTADOS		PÁGINA/S	GRI
<b>Temas de gobernanza: compromisos respecto a la calidad del producto, proyectos de innovación, planes de prevención ante el desperdicio alimentario, certificaciones de seguridad y bienestar animal.</b>	Satisfacción de los consumidores.	24	GRI 2 - 22
	Seguridad alimentaria.	12 y 24	GRI 416
	Productos saludables.	12 y 24	GRI 416, GRI 417
	Competitividad e innovación.	12 y 24	GRI 201, GRI 203
	Desperdicio alimentario.	20 y 24	GRI 306
	Ética empresarial.	34	GRI 205, GRI 206
	Bienestar animal.	35	GRI 3-2, GRI 3-3
<b>Valor económico generado, valor económico distribuido.</b>	Impacto de las actividades sobre la sociedad.	26	GRI 201



20  
24

MEMORIA  
CORPORATIVA