

FUNDAMENTOS

↑ El Estado de Información No Financiera tiene como objetivo comunicar a todos los grupos de interés cómo el Grupo Viscofan (indistintamente será referido como “Grupo Viscofan” o “Viscofan”; Viscofan S.A., matriz del Grupo Viscofan, será referida como la “Sociedad”) crea valor y refleja los impactos económicos, medioambientales, sociales y de buen gobierno que pueden influir sustancialmente en la toma de decisiones de dichos grupos de interés. Este Estado de Información No Financiera cubre el periodo correspondiente al ejercicio fiscal del Grupo Viscofan comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2019.

El conjunto de sociedades que forman parte del Grupo Viscofan a 31 de diciembre de 2019 se detalla en la nota 2 de la memoria anual consolidada con la excepción de las compañías Viscofan Collagen USA Inc. y Viscofan Collagen Canada Inc. que fueron adquiridas en diciembre de 2019.

El presente documento ha sido preparado con el fin de mejorar la coherencia y la comparabilidad de la información no financiera frente al ejercicio precedente relativa a cuestiones medioambientales y sociales, así como

relativas al personal, al respeto de los derechos humanos y a la lucha contra la corrupción y soborno. El presente documento se ha elaborado por segundo año consecutivo en conformidad con la Ley 11/2018, de 28 de diciembre en materia de información no financiera y diversidad, y siguiendo el estándar Global Reporting Initiative (GRI) en conformidad con el alcance esencial según los requisitos de la guía GRI. También se ha tomado como referencia el Pacto Mundial de Naciones Unidas, del que Viscofan es socio firmante.



Para completar la información sobre las actividades del Grupo Viscofan a lo largo del año se pueden consultar los documentos disponibles en la web corporativa www.viscofan.com.



Relación con nuestros grupos de interés

El Grupo Viscofan entiende la sostenibilidad como la capacidad de crear valor entre sus distintos grupos de interés en el corto, medio y largo plazo sin comprometer con ello el bienestar de las futuras generaciones. Bajo este compromiso se han identificado y establecido canales de comunicación adecuados para asegurar un diálogo abierto y estar al corriente de sus necesidades y expectativas permitiendo identificar y analizar los aspectos más relevantes de creación de valor y que inspiran la estrategia de éxito del Grupo Viscofan.



Detalle de grupos de interés y los canales de comunicación



ACCIONISTAS

Junta General de Accionistas, roadshows, conferencias, contacto telefónico y vía mail, web corporativa, oficina de atención al accionista.



EMPLEADOS

Intranet, encuesta de opinión global, encuentros y presentaciones, sesiones de formación, relación directa con responsables, revista interna, canal de denuncias, tableros y pantallas informativas.



CLIENTES

Encuestas de satisfacción de clientes, seminarios y eventos organizados por Viscofan, teléfono y mail de asistencia técnica y servicio continuo, sistema de reclamaciones y quejas integrado, presencia activa en ferias del sector, visitas a y de clientes, presencia local propia a través de agentes y distribuidores, acceso a una extranet propia para clientes accesible desde www.viscofan.com.



PROVEEDORES

Contacto directo, acuerdos de colaboración, formaciones, evaluaciones y auditorías.



SOCIEDAD

Contacto con la comunidad local, agentes de la sociedad civil, acuerdos de colaboración, patrocinios.

Contactos con entidades gubernamentales, asociaciones, abogados.

Colaboración con instituciones o centros de investigación de distintos países.



El resultado de este análisis ha servido de guía para la elaboración de un Plan de Actuación en Sostenibilidad aprobado por el Consejo de Administración de la Sociedad para el periodo 2019-2020 en el que se quiere alinear los aspectos más relevantes identificados con el desarrollo establecido en el Plan Estratégico MORE TO BE.

Materialidad

Los aspectos más significativos sobre los que informa el Estado de Información No Financiera se han desarrollado teniendo en cuenta el resultado del análisis de materialidad realizado con el asesoramiento de un experto independiente y reflejando el resultado en una matriz de materialidad con el objetivo de identificar los impactos económicos, ambientales, sociales y de gobierno más significativos de la compañía que influyen sustancialmente en las valoraciones y decisiones de los grupos de interés.

Para la elaboración del análisis de materialidad se han identificado 46 aspectos materiales para los distintos grupos de interés tomando como base:

- Análisis de los estándares de reporte empleados por empresas similares y de los principales clientes.
- Análisis de distintos medios de comunicación para extraer las tendencias de los aspectos más relevantes para la sociedad.
- Tendencias en Sostenibilidad. Pacto Mundial de las Naciones Unidas y Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).
- Estándares de reporting (Sustainability Accounting Standards Board o "SASB").
- Requerimiento de analistas e instituciones.
- Análisis normativo. 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.

Posteriormente, dichos temas relevantes se han presentado a los responsables de distintas áreas del Grupo Viscofan para la valoración de su impacto en operaciones y en la reputación del Grupo.

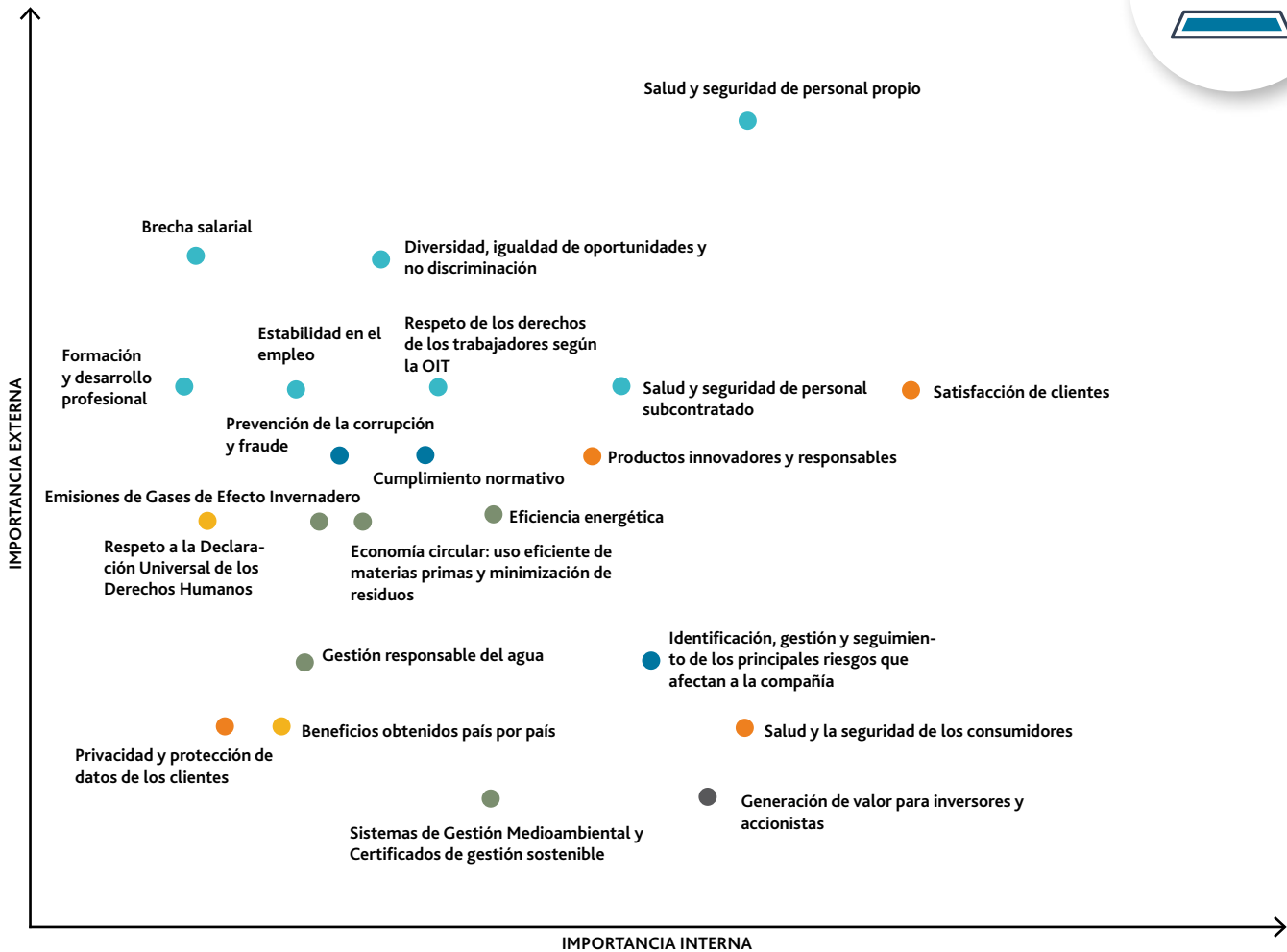
Matriz de materialidad

Los resultados de este análisis se han presentado en una matriz de materialidad con el eje vertical representando la importancia externa, y el eje horizontal la importancia interna.

El posicionamiento obtenido permite enfocarse en los temas de mayor relevancia externa e interna sobre los que informar en el presente Estado de Información No Financiera. El resultado de este análisis ha servido de guía para la elaboración de un Plan de Actuación en Sostenibilidad aprobado por el Consejo de Administración de la Sociedad para el periodo 2019-2020 en el que se quiere alinear los aspectos más relevantes identificados con el desarrollo establecido en el Plan Estratégico MORE TO BE.



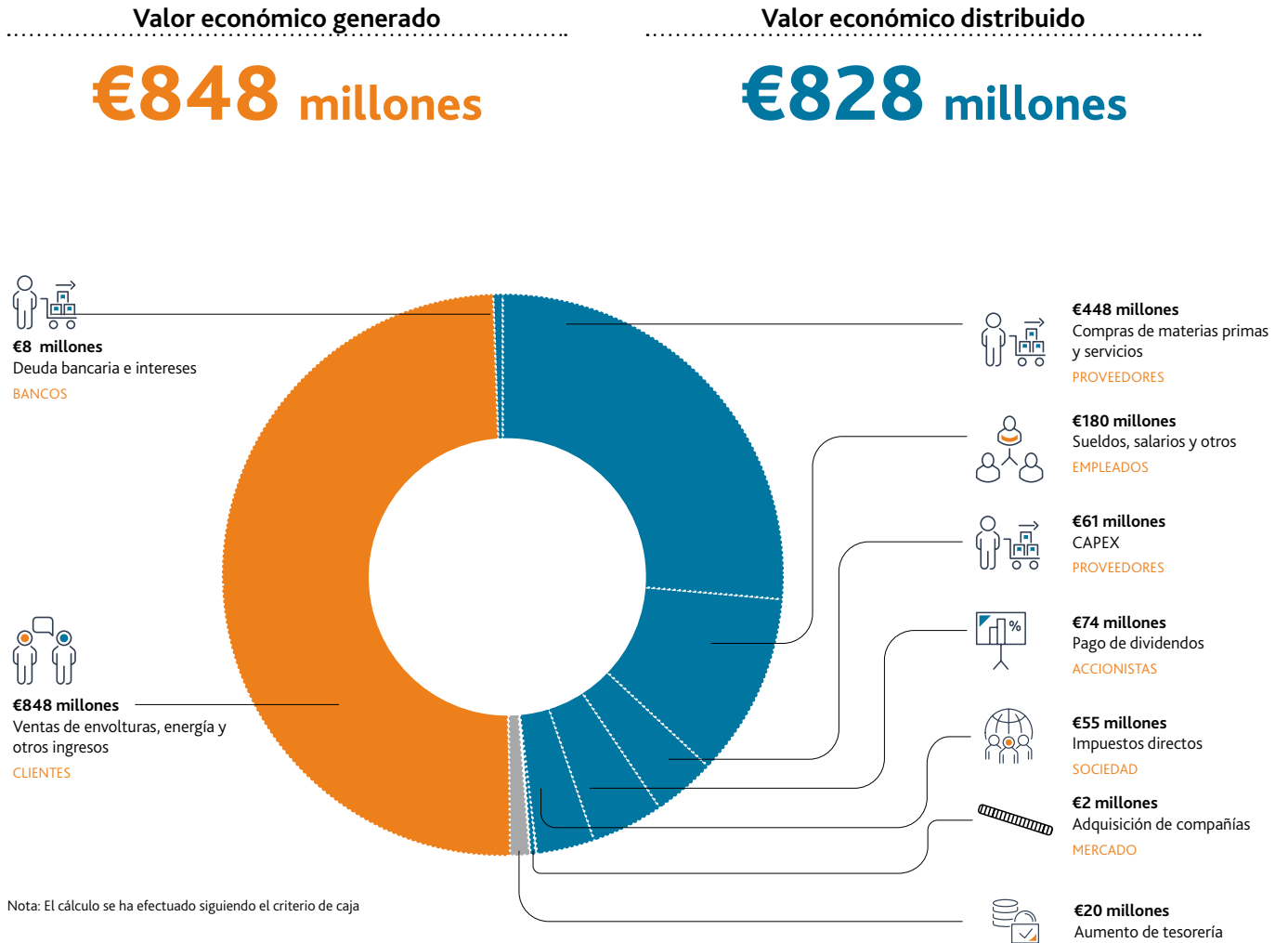
Matriz de materialidad



GOBIERNO CORPORATIVO	GESTIÓN COMERCIAL Y DE SUMINISTRO	GESTIÓN LABORAL	MEDIOAMBIENTE	DERECHOS HUMANOS E IMPACTO EN LA SOCIEDAD	ECONÓMICO
<ul style="list-style-type: none"> Identificación, gestión y seguimiento de los principales riesgos que afectan a la compañía Prevención de la corrupción y el fraude Cumplimiento normativo 	<ul style="list-style-type: none"> Satisfacción de clientes Salud y seguridad de los consumidores Privacidad y protección de datos de los clientes Productos innovadores y responsables 	<ul style="list-style-type: none"> Respeto de los derechos de los trabajadores según la OIT Formación y desarrollo profesional Salud y seguridad de personal propio Salud y seguridad del personal subcontratado Diversidad, igualdad de oportunidades y no discriminación Estabilidad en el empleo Brecha salarial 	<ul style="list-style-type: none"> Sistemas de gestión medioambiental y certificados de gestión sostenible Economía circular: Uso eficiente de materias primas y minimización de residuos Gestión responsable del agua Eficiencia energética Emissiones de gases de efecto invernadero 	<ul style="list-style-type: none"> Respeto a la Declaración Universal de los Derechos Humanos Beneficios obtenidos país por país 	<ul style="list-style-type: none"> Creación de valor para inversores y accionistas

Matriz de valor generado y distribuido 2019

En base a los flujos de caja generados durante el ejercicio 2019 la matriz de valor generado y distribuido por grupos de interés ha sido la siguiente:



Aumento de tesorería

€20 millones