

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA

BLANCO BONETE INVERSIONES

2021

ÍNDICE

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA
CONSOLIDADO

3

MODELO DE NEGOCIO

4

ÉTICA Y BUEN GOBIERNO

10

GESTIÓN DE RIESGOS

16

NUESTRAS PERSONAS

18

RESPETO HACIA EL MEDIO AMBIENTE

32

CALIDAD EXCEPCIONAL

39

COMPROMISO SOCIAL

45

ANEXO I

48



Estado de información no financiera

Con fecha 29 de diciembre de 2018, el BOE publica la Ley 11/2018, de 28 de diciembre, por la que se modifica el Código de Comercio, el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, y la Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas, en materia de información no financiera y diversidad.

En este sentido, la Sociedad a través del presente Estado de Información No Financiera da respuesta a los requerimientos de la mencionada Ley, elaborado de conformidad con los estándares de *Global Reporting Initiative* (GRI), desglosados según el Anexo I. Índice de contenidos de la Ley 11/2018, de 28 de diciembre, en materia de información no financiera y diversidad.

De conformidad con la legislación vigente, el Estado de Información No Financiera ha sido objeto de verificación por parte de la empresa UHY Fay & Co Auditores Consultores, S.L.

Modelo de negocio

Quienes somos

Blanco Bonete Inversiones es un grupo empresarial familiar formado por tres áreas de negocio: financiera y de inversión, inmobiliaria e industrial. De esta última se hará referencia con más frecuencia en este documento, al concentrar la mayor parte de la actividad económica y de la plantilla. Con frecuencia nos referiremos a ella por su marca más reconocible: Magnanni.

Magnanni es la parte del Grupo dedicada al diseño, fabricación y comercialización de zapatos, cinturones, accesorios y otros artículos de piel para un consumidor eminentemente masculino, aunque recientemente la marca ha lanzado una línea de señora. Por su diseño contemporáneo, excelencia artesanal y los materiales nobles en sus productos, tiene su posicionamiento en el segmento de la alta calidad y el lujo, siendo un referente mundial en el sector de calzado.

Magnanni tiene su origen en **1954**, en que fue fundada por Sebastián Blanco Aldomar, en la localidad de Almansa (Albacete). La empresa comenzó con cuatro empleados y una producción de 20 pares de zapatos al día. En **1959**, Sebastián se asocia con Antonio García Pastor y crean la marca Blangar. La empresa experimenta su primer giro estratégico relevante con la incorporación del hijo del fundador, Pascual Blanco Martínez, al comienzo de los años 60. Pascual hará evolucionar progresivamente las colecciones y construirá la cultura de organización que permitirá desarrollar un zapato de cada vez mayor calidad. La actual marca, Magnanni, llegará pocos años más tarde como consecuencia lógica de dicho desarrollo.

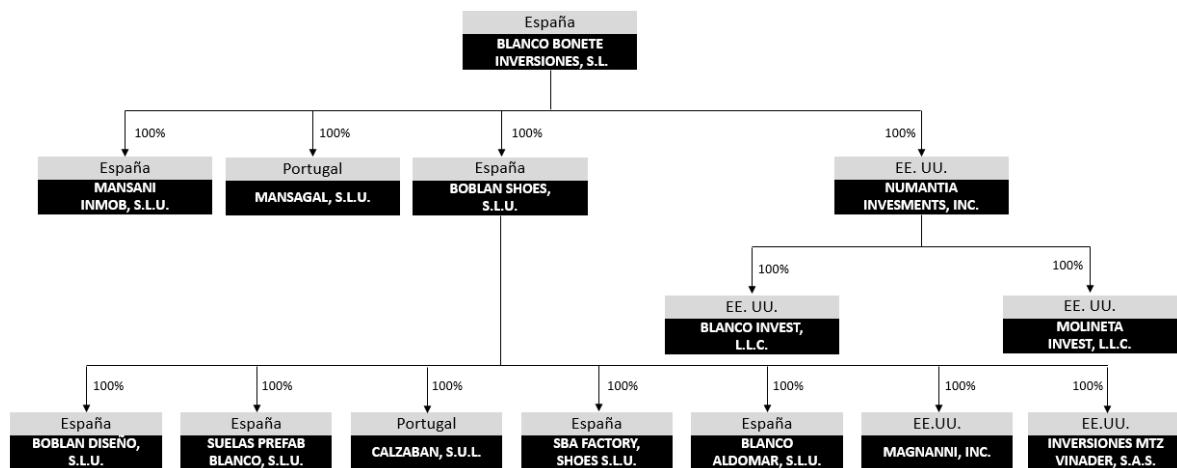
A partir de **1989**, los seis hijos de Pascual se van incorporando progresivamente a esta rama del negocio familiar. Cada uno de ellos controla distintos aspectos de la gestión del negocio, la producción, la calidad, las pieles, el diseño o las ventas. En años recientes, algunos de los hermanos se han desvinculado progresivamente de la rama industrial del Grupo para involucrarse en las áreas financieras e inmobiliarias.

Es en las últimas dos décadas cuando la empresa se internacionaliza, con una expansión importante en Estados Unidos. En algunos casos a través de la creación de filiales y en otros, a través de acuerdos comerciales.



Estructura Organizativa del Grupo

Blanco Bonete Inversiones, la empresa holding del Grupo, es una sociedad limitada, propiedad de los hermanos Blanco. El resto de las sociedades dependientes son Sociedades Limitadas Unipersonales.



- **BLANCO BONETE INVERSIONES, S.L.:** Es la sociedad matriz del grupo familiar. Realiza inversiones en activos financieros de Renta Variable, Renta Fija, Capital Riesgo y Tesorería (fundamentalmente en divisas, vía derivados, futuros y otros instrumentos financieros). Presta además servicios de asesoramiento al resto del Grupo en aspectos legales y financieros complejos. Opera de forma independiente con un equipo propio ubicado en sus oficinas en Madrid.
- **MANSANI INMOBILIARIA, S.L.U.:** Su actividad principal es la inversión y explotación inmobiliaria en España.
- **MANSAGAL S.U.L.:** Su actividad principal es la inversión y explotación inmobiliaria en Portugal.
- **NUMANTIA INVESTMENTS, INC.:** Su actividad principal es la inversión y explotación inmobiliaria en EEUU
- **BOBLAN SHOES, S.L.U.:** Es la holding empresarial del área industrial y de calzado. Desde ella se realizan funciones de dirección y administración (RRHH, IT, etc.) al resto del grupo de calzado. Es administradora única de algunas de sus sociedades dependientes.
- **BLANCO ALDOMAR, S.L.U. (España):** Sociedad distribuidora y comercializadora del grupo de calzado. Distribuye la fabricación entre las distintas unidades del grupo. A su vez es la responsable de la logística de aprovisionamiento de productos esenciales y de las compras de las principales materias primas que intervienen en el proceso de producción, para su transformación dentro del grupo, que posteriormente comercializa. Se encarga de las ventas europeas de la web, mediante al portal <https://eu.magnanni.com/>.

- **BOBLAN DISEÑO, S.L.U.** (España): Es la responsable de llevar a cabo labores de innovación y diseño de productos, los cuales son posteriormente cedidos para su uso y explotación a BLANCO ALDOMAR, S.L.U.
- **SUELAS PREFABRICADAS BLANCO, S.L.U.** (España): Su actividad se centra en la fabricación de suelas (pisos) de los productos MAGNANNI. La sociedad compra materias primas como cuero para las suelas y tacones, así como pisos de goma para su proceso de fabricación.
- **CALZABLAN, S.U.L.** (Portugal): Presta servicios de fabricación al grupo (a SBA FACTORY SHOES, S.L.U.), principalmente en las fases intermedias del proceso el cosido y la unión de piezas. Únicamente adquiere materiales auxiliares para el proceso de producción (adhesivos, hilos, etc.), dado que las principales materias primas son aportadas por BLANCO ALDOMAR, S.L.U.
- **SBA FACTORY SHOES, S.L.U.** (España): Presta servicios de fabricación al grupo. Principalmente en las fases finales del proceso. Adquieren únicamente materiales auxiliares como adhesivos, hilos, etc. Los servicios realizados son principalmente de corte de calzado, cosido, montado y terminado del mismo. Parte del proceso de producción (principalmente primeras fases del proceso), son desarrolladas por CALZABLAN, S.U.L. Por su parte, BLANCO ALDOMAR, S.L.U. le entrega en depósito el resto de las materias primas como pieles cortadas y pisos.
- **MAGNANNI INC** (Estados Unidos): Realiza sus ventas a través de su cartera de clientes, así como a través de la web <http://www.magnanni.com/>, desde donde sirve a todos los países del mundo salvo a Europa.
- **INVERSIONES MARTINEZ VINADER, S.A.S.** (Francia): Su actividad es la venta directa al consumidor a través de dos puntos de venta situados en París.

Actividad, productos y servicios del Grupo

El Grupo Blanco Bonete Inversiones está dividido en tres áreas de inversión distintas y gestionadas de forma independientemente:

- **Área de Inversión y Asesoramiento Financiero Especializado**

Desde esta área se invierte en activos financieros de Renta Variable, Renta Fija, Capital Riesgo y gestión de Tesorería a través de instrumentos financieros sofisticados. También se asesora al resto de empresas del grupo sobre aspectos financieros, fiscales y legales.

- **Área de Inversión Inmobiliaria**

Se realizan las inversiones en activos inmobiliarios, con presencia en tres países.

- **Área de Inversión Industrial**

Se fabrican y distribuyen zapatos, cinturones y accesorios de piel dirigidos al segmento lujo bajo la marca Magnanni. En la actividad del calzado, los principales clientes del B2B son comercios de lujo y grandes almacenes multmarca de las principales plazas comerciales del mundo. En B2C, particulares que compran a través de las páginas web, o de *marketplaces*.

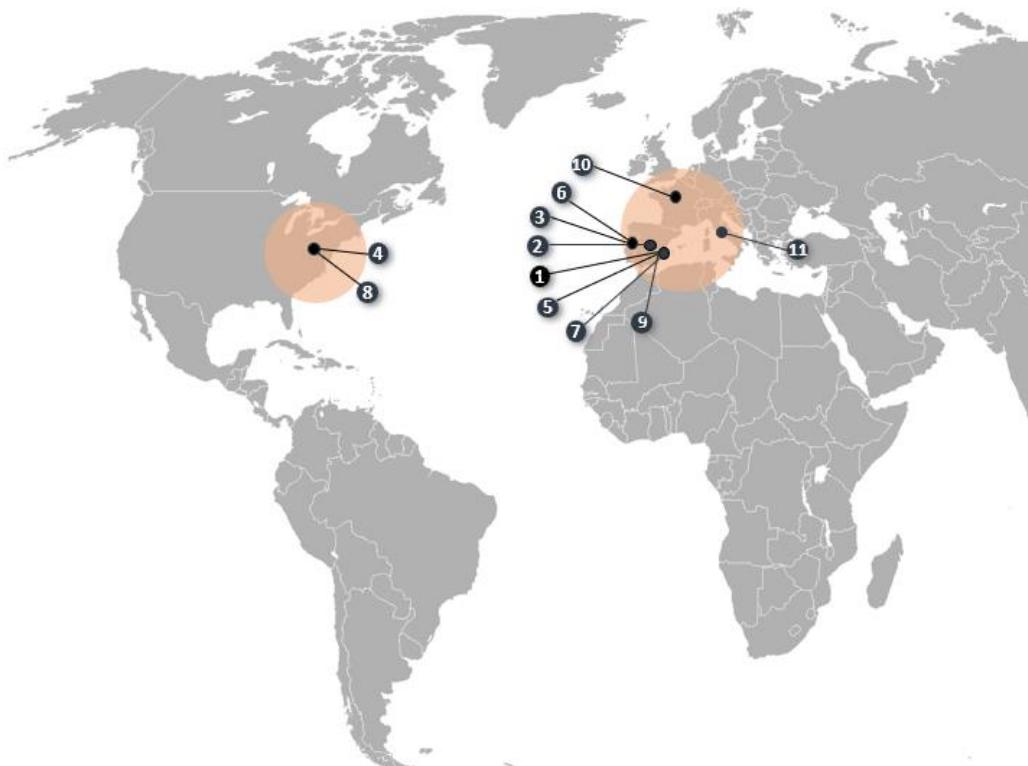
La mayoría de sus zapatos son fabricados utilizando una técnica denominada “Construcción Boloñesa”, que produce un calzado excepcionalmente flexible.

Mediante un sistema de tintado a mano, se consiguen colores, texturas y matices únicos. Las terminaciones de color son ricas, indefinidas y sofisticadas, buscando replicar los colores tal y como se dan en la naturaleza, con toda su complejidad, gradaciones y tonos.

Todos los productos se producen en fábricas propias bajo su supervisión directa, lo que permite un control sobre todas las fases de producción de un proceso complejo por su variedad de modelos. Uno de los principales objetivos del grupo ha sido conseguir mantener la calidad en sus productos a pesar de no parar de crecer de forma sostenida a lo largo de los años.

Presencia Global

El Grupo tiene presencia en España, Portugal, Francia, Italia y Estados Unidos. La sede principal se localiza en Albacete, España. Además, en España existen dos oficinas, tres fábricas, un almacén y un showroom. En Portugal, hay una fábrica y una oficina; en Francia dos puntos de venta, Italia un showroom y en Estados Unidos una oficina y un almacén.



Sede central

Oficina

Fábricas

Almacén

Punto de venta y
showroom

- | | | | | |
|--------------------|-----------------------|----------------------|--------------------|------------------------|
| 1 Almansa - España | 2 Madrid - España (2) | 5 Almansa - España | 7 Almansa - España | 9 Almansa - España |
| | 3 Escapes - Portugal | 6 Escapes - Portugal | 8 Ohio - EE.UU | 10 Paris - Francia (2) |
| | 4 Ohio - EE.UU | | | 11 Milán - Italia (1) |

Resultados económicos

En 2021 el volumen total de ventas se ha visto irremediablemente afectado por las consecuencias provocadas por la COVID-19. Durante la primera mitad del ejercicio, los distintos puntos de venta donde se comercializa la marca han permanecido cerrados. Esto, sumado a las restricciones de movilidad que han afectado tanto a clientes como a las mercancías y suministros, ha supuesto un reto importante para el grupo. La totalidad de las ventas durante este año ha sido 35.492.113 €, distribuidos como se detalla a continuación por mercados geográficos. En 2020 la cifra fue de 29.194.031€.

Ventas por área geográfica	España	EE. UU.	Europa	Otros	Total
2020	697.160	18.711.603	6.108.763	3.676.504	29.194.031
2021	1.059.570	24.924.454	5.018.599	4.489.490	35.492.113

Objetivos y estrategias

La estrategia del **negocio financiero** del Grupo Blanco Bonete se fundamenta en la diversificación y crecimiento en los próximos años. Con respecto al **negocio de calzado**, se continuará buscando satisfacer las necesidades cambiantes del consumidor, su posicionamiento se dirige a ampliar la cuota en el mercado del lujo, manteniendo una estructura y personalidad propias, muy enfocadas en el conocimiento profundo de los consumidores, maximizando la percepción de valor y con un foco predominantemente internacional.

Adicionalmente, el Grupo está apostando por ampliar su estrategia de posicionamiento y experiencia de consumidor a través de la apertura de tiendas propias. Otras prioridades estratégicas son la construcción y modernización de sus fábricas y estructuras productivas, así como el desarrollo digital.

Por último, el grupo está lanzando su línea de señora, con un foco inicial en el negocio B2C.

Contexto sectorial, factores y tendencias

En 2021 el sector continúo afectado por la crisis sanitaria del COVID-19. La pandemia ha repercutido en la disminución de las ventas, especialmente durante el primer semestre del año 2021, que corresponde con el final de la temporada primera verano de 2021 y el comienzo del Otoño Invierno 2021. Además, la crisis ha hecho que varias empresas del sector, que se identifican con un calzado de vestir formal, hayan decidido adaptarse a una tendencia de calzado más casual.

Con respecto a las perspectivas del sector del calzado para 2022, se prevé que sea un año marcado por los siguientes aspectos:

- Inflación: aumento de precios de las materias primas, que obliga al aumento de precios de venta, o al recorte de márgenes.
- Cambios de tendencias de moda, con una mayor demanda de los estilos deportivos en el calzado de vestir y un posible nuevo cambio de tendencia en la dirección contraria en un futuro próximo.
- Crisis de suministros.

- Aumento drástico del coste de transporte y de la energía.

Asimismo, se espera que 2022 sea un año de recuperación y consolidación, con un repunte de ventas.

Modelo de gobierno y organización

Los hermanos Blanco Bonete son los administradores mancomunados de la sociedad Blanco Bonete Inversiones, S.L., quienes marcan la estrategia del grupo.

A su vez, el Comité de Inversiones de Blanco Bonete Inversiones, S.L. (formado por Sebastián Blanco Bonete y el equipo ejecutivo de la sociedad), son los responsables de ejecutar los aspectos financieros e inmobiliarios de dicha estrategia.

Por su parte, el Comité de Dirección de Boblan Shoes S.L.U., también conformado entre otros por varios de los hermanos Blanco, establece las prioridades estratégicas del holding industrial. El equipo ejecutivo en las distintas unidades de negocio es el encargado de implementar la estrategia.

Sebastián Blanco, ocupa la Dirección General de Blanco Bonete Inversiones, S.L. y de Boblan Shoes S.L.U.

Por otro lado, Miguel Blanco, es el responsable de Fabricación y Calidad; Julio Blanco dirige el área de Operaciones, Control de Producción y Compras; Luis Blanco es el responsable de Diseño; Rocío Blanco se encarga de relaciones institucionales y eventos y Pascual Blanco dirige la filial en Estados Unidos.

Adicionalmente, el Grupo cuenta con cinco responsables ejecutivos para los cargos de Dirección de Ventas, Dirección de IT / Control de Gestión, Dirección de Marketing y Dirección Financiera y Administrativa, y Dirección de Inversiones.

Ética y Buen Gobierno

Cultura Corporativa

El Grupo Blanco Bonete Inversiones se identifica con un conjunto de valores, los cuales han ido forjando a lo largo del tiempo. Los siguientes valores corporativos son adoptados por todos los niveles del Grupo:

- **Excelencia:** la visión holística de todos los procesos que conlleva la fabricación de nuestros productos es esencial para satisfacer las necesidades de nuestros clientes.
- **Responsabilidad:** actuamos en plena conciencia de nuestras obligaciones y principios y consideramos la ética en la toma de decisiones.
- **Creatividad:** promovemos una visión innovadora e incentivamos la originalidad a la hora de crear nuestros productos y servicios, así como en la gestión de nuestras actividades.
- **Sentido de pertenencia:** como empresa familiar, potenciamos que nuestros colaboradores se sientan parte de ella y se identifiquen con nuestros objetivos, lo que nos demuestran a través de su compromiso, su perseverancia y la calidad de su trabajo.
- **Sostenibilidad:** buscamos crear valor económico, social y medioambiental, a corto y largo plazo, considerando las necesidades de las comunidades donde operamos y siendo responsables con el entorno.
- **Humanismo:** consideramos fundamental el respeto y la consideración a la dignidad de todos los que se relacionan con nosotros.
- **Cultura:** respetamos y valoramos la tradición familiar, la vocación de servicio y el saber hacer. Valores que se transfieren a nuestros clientes a través de la calidad y el carácter de nuestros productos.

Estos valores se ven materializados en los atributos de los productos de la siguiente manera:

- **Respeto a la tradición:** se respeta y valora la tradición familiar, la cultura y el saber hacer, a través de la fabricación artesanal, valores que se transfieren a los clientes por medio de la calidad y el carácter de los productos.
- **Calidad:** ofrecer productos duraderos y que satisfagan las expectativas de los clientes es nuestro objetivo.
- **Materiales:** enfocados especialmente en las pieles, la principal materia prima y en la que se vuela toda la creatividad.
- **Diseño:** además de asegurar la calidad. El Grupo desarrolla diseños contemporáneos, cosmopolita, sofisticados, urbanos, sencillos y elegantes. El resultado es un zapato reconocible y con carácter propio, mediante el cual el cliente puede expresarse en su entorno social.
- **Equipo:** conscientes de que mantener el nivel de exigencia y excelencia solo es posible cuidando de los trabajadores y haciendo su trabajo parte intrínseca del valor del producto.
- **Eficiencia:** La eficiencia en la utilización de nuestros recursos y los recursos del entorno es esencial para la sostenibilidad del Grupo.
- **Compromiso con el medio ambiente:** cuidar del entorno utilizando técnicas tradicionales que no son agresivas con el medio ambiente.

Política de cumplimiento y conducta

El Grupo Blanco Bonete Inversiones está plenamente comprometido con el cumplimiento de los principios éticos y de la normativa vigente en todas sus actividades y en todos los niveles.

Muestra de este compromiso formal y decidido, el Grupo dispone de un Código de Conducta, documento en el que se enmarca y articula el conjunto de principios y valores del comportamiento empresarial de los directivos y empleados.

Este código es entregado a los trabajadores en el momento de su incorporación al Grupo. Adicionalmente, se encuentra disponible para su consulta en cualquier momento solicitando una copia al responsable de área o departamento.

El Código de Conducta hace referencia a los siguientes compromisos:

- **Ambiente de trabajo:** El Grupo procura ofrecer un ambiente laboral óptimo para el desarrollo de las actividades. Con esta visión facilita todas las herramientas y conocimientos necesarios para el desempeño de sus labores. Asimismo, rechaza toda forma de discriminación directa o indirecta. En los procesos de selección y contratación se basan en la capacidad, experiencia y nivel de identificación de los valores del Grupo.
- **Respeto a las normas laborales:** El cumplimiento de la legislación laboral es primordial para el correcto funcionamiento de la empresa. Tanto el personal como la dirección colaborarán en el cumplimiento estricto de las normas y en la prevención, detección y erradicación de irregularidades en esta materia.

- **Seguridad en el trabajo:** Todos los empleados deben conocer y cumplir con los estándares de salud y seguridad en el trabajo.
- **Igualdad en el trato:** Los empleados de Blanco Bonete son uno de nuestros recursos más valiosos. Por lo tanto, es necesario promover el respeto y la dignidad en todo momento. El Grupo rechaza la discriminación por cualquier condición social, física o personal del empleado, así como discriminación por género, edad, raza, religión, ideología, orientación sexual o discapacidad. Del mismo modo, los orígenes culturales, étnicos y nacionales, las opiniones políticas y filosóficas de todos los trabajadores serán respetados.
- **Protección de datos:** Cumplimiento estricto de la normativa de protección de datos. Además, el empleado se compromete hacer usos responsables de los sistemas informáticos, tecnológicos del Grupo.
- **Prohibición de usar información reservada:** Los empleados se abstendrán de usar cualquier dato o información relacionada con sus actividades y que no sea de dominio público, para su propio beneficio o para el de un tercero.
- **Compromiso con el medio ambiente:** Como organización responsable y ética, hacemos énfasis en la gestión y mejora de nuestro desempeño ambiental, en beneficio de nuestros clientes, empleados y de la comunidad.
- **Trato con clientes:** El Grupo trata a sus clientes con el máximo respeto y consideración, teniendo en cuenta sus diferentes necesidades y sensibilidades. Además, se compromete a ofrecer los más altos estándares de calidad, salud y seguridad en cualquier producto o servicio que podamos ofrecer, siempre teniendo en cuenta nuestros principios de transparencia, información y protección.
- **Política de regalos:** El Grupo no ofrece, da, negocia, ni acepta descuentos de o para proveedores o proveedores de servicios, para su propio beneficio o para el de otros, a menos que dicha acción sea legal, ética, y una práctica comercial generalmente aceptada.
- **Reputación corporativa y competencia leal:** cada miembro del Grupo debe promover y defender de los valores, así como hacer uso responsable y respetuoso de la imagen de la compañía.

Blanco Bonete fomenta la competencia leal entre los proveedores con los que trata, con condiciones justas y criterios de selección basados en la contribución de valor.

Por otro lado, los empleados rechazarán información sobre competidores obtenida inapropiadamente.

El Grupo considera que operando dentro de la ley y siguiendo las políticas y procedimientos definidos para ellos, se puede asegurar una actividad competitiva, sostenible y comprometida con los clientes, empleados, proveedores y demás grupos de interés.

En el marco del compromiso con el desempeño ético e íntegro de la actividad, se promueve que cualquiera los empleados puedan comunicar posibles incumplimientos de la legislación aplicable, del Código Ético o de la normativa que lo desarrolle. Para ello, se pone a disposición el Canal Ético del Grupo (legal@magnanni.es), que se configura como de carácter estrictamente confidencial.

Lucha contra la corrupción, el soborno y blanqueo de capitales

El Código de Conducta establece que se debe evitar cualquier situación que pueda provocar el conflicto de interés. Para prevenir estas situaciones se han establecido medidas y precauciones necesarias para que nadie del Grupo pueda valerse de su posición para obtener ventajas u oportunidades de negocio propias.

Las partes están obligadas a informar a la dirección y/o a los supervisores de cualquier situación de conflicto de interés.

Durante el 2021, no se han presentado denuncias referentes a corrupción, soborno o blanqueo de capitales.

Derechos humanos

La estabilidad de las empresas y el desarrollo sostenible solo es posible en una sociedad justa, sin discriminaciones de ningún tipo. Conforme a lo anterior, el Grupo considera los derechos humanos parte fundamental de su estrategia de sostenibilidad.

El Grupo mantiene un compromiso de diligencia debida y prevención de la vulneración de los derechos humanos en su ámbito de influencia, respetando, en todo momento, la Declaración Universal de Derechos Humanos y los derechos reconocidos en la legislación nacional e internacional.

Además, el Grupo garantiza los derechos de libertad sindical y asociativa recogidos en los convenios fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo, la erradicación del trabajo forzoso y la explotación infantil. Asimismo, busca la eliminación de cualquier tipo de discriminación y a dar igualdad de oportunidades, conforme a lo establecido en su Código de Conducta en el apartado “igualdad de trato”.

Se busca la supresión de la discriminación de todo tipo, lo cual queda reflejado en su Código de Conducta. El Grupo está especialmente comprometido a la igualdad de oportunidades y a la no discriminación en todas las áreas vinculadas al empleo tal y como se describe en el apartado “Igualdad en el trato” del mencionado Código de Conducta.

Finalmente, destacar que no se ha recibido ninguna denuncia en relación a incumplimientos con los Derechos Humanos.

Información Fiscal

El Grupo Blanco Bonete mantiene como principio básico de actuación el cumplimiento normativo en todos los países donde se encuentra presente. En consecuencia, para el Grupo el cumplimiento de las obligaciones fiscales y la colaboración con Autoridades Tributarias es una prioridad.

El Grupo cuenta con el *Chief Financial Officer* (CFO), quien es el responsable del cumplimiento de la estrategia fiscal y contable.

Beneficios obtenidos por países

En el año 2021 el resultado ante de impuestos consolidado del Grupo ha sido de 3.985.268 euros.

Se detalla a continuación los beneficios antes de impuestos correspondientes a Grupo Blanco Bonete Inversiones, S.L. y Sociedades Dependientes, desglosado por los países.

País	2020	2021
España	9.746.045,86	8.358.959,32
Portugal	(507.915,25)	(375.042,42)
Francia	(163.076,78)	(87.913,67)
Estados Unidos	1.115.225,29	3.681.929,96
Eliminaciones*	(9.403.107)	(7.592.668)
Total	787.172	3.985.268

Nota 1. La información del año 2020 ha sido reformulada, debido a que el año pasado los beneficios se reportaron después de impuestos, y ahora se reportan antes de impuestos.

Nota 2. El tipo de cambio utilizado para los datos de Estados Unidos es el de la consolidación contable, y se corresponde con el tipo de cambio medio de las operaciones entre EEUU y España de cada año.

**Corresponde de ajustes entre compañías del Grupo.*

Contribución Fiscal

Se detallan a continuación los importes pagados en concepto de impuestos correspondientes a Blanco Bonete Inversiones, S.L. y Sociedades Dependientes, desglosado por los países.

País	2020	2021
España	482.281,88	56.137,78
Portugal	119,19	269,05
Francia	0,00	0,00
Estados Unidos	261.796,10	707.156,98
Total	744.197,17	763.563,81

Nota 1. Se contabiliza el impuesto de Sociedades con el criterio de caja, incluyendo el pago del impuesto correspondiente al año 2020, así como los pagos a cuentas del año 2021.

Nota 2. El tipo de cambio utilizado para los datos de Estados Unidos es el del 31 de diciembre de cada año.

Subvenciones públicas recibidas

Durante 2021 Grupo Blanco Bonete Inversiones, S.L. y Sociedades Dependientes recibió subvenciones públicas por importe de 796.154 euros frente a los 487.235 euros del ejercicio anterior.

País	2020	2021
España	187.870*	1.419,70
Portugal	256.756	175.537,26
Francia	42.609	68.704,06
Estados Unidos		550.493,09**
Total	487.235	796.154,11

Nota 1. El tipo de cambio utilizado para los datos de Estados Unidos es el del 31 de diciembre de cada año.

*Corresponde a la exoneración de las cuotas de la Seguridad Social durante los 45 días que duró el ERTE derivado del COVID-19.

**Corresponde a un préstamo concedido por el gobierno americano con motivo del COVID en el 2020, que ha sido calificado en 2021 como ayudas a fondo perdido por cumplir una serie de requisitos.

A continuación, se desglosa por país las desgravaciones y créditos fiscales recibidos durante el 2020 y 2021:

País	2020	2021
España	188.792,72	135.194,27
Portugal	23.975,82	29.293,15
Francia	0,00	0,00
Estados Unidos	0,00	0,00
Total	212.768,54	164.487,42

Gestión de riesgos

La gestión adecuada de los riesgos es un elemento fundamental para la consecución de objetivos estratégicos, comerciales y operativos. La gestión de riesgos se fundamenta en la anticipación, la independencia, el compromiso con los objetivos de los negocios del Grupo y la implicación de la alta dirección. El Grupo clasifica los riesgos en estratégicos, operativos generales, legales y financieros, y específicos.

En relación con riesgos que pudieran afectar el desempeño del Grupo en materia de sostenibilidad, se han identificado los siguientes:

- Riesgos geopolíticos (aranceles, dificultades a la entrada o importación en determinados países, inestabilidad, etc.).
- Inflación en los precios de las materias primas y de los salarios, que obliguen a incrementar los precios de venta.
- Diversificación de normativa a nivel mundial, que pueda afectar a su tipo de producto. Transformaciones de los canales de venta, y en particular del retail, que obliguen a un periodo de reajuste e introduzca nuevos jugadores.
- Alta concentración de ventas en determinados clientes o países.
- Cambios repentinos de tendencias que obliguen a un plazo de adaptación en el nuevo contexto. Estos cambios han acelerado los hábitos de consumo y nos han obligado a readaptar la colección a una velocidad poco habitual.
- Riesgos Sanitarios. La situación sanitaria provocada por la Covid-19 y las posibles crisis sanitarias que se puedan presentar pueden provocar la necesidad de detener la producción y/o el cierre de mercados.

Grupos de interés

El Grupo está comprometido con la transparencia en la información, a través de una mejora continua de los canales de comunicación con todos sus grupos de interés, sobre la base de una información corporativa de los aspectos económicos, sociales, ambientales y de gobernanza.



El Grupo ha considerado grupo de interés a aquellos individuos o grupos sociales que se ven afectados por las actuaciones presentes y futuras de la empresa.

El grupo ha considerado establecer un trato con sus grupos de interés basado en relación de cercanía y confianza, para mantener esta relación se hace hincapié en un diálogo fluido y eficiente con cada uno de ellos.

Los principales grupos de interés identificados: accionistas, empleados, clientes, comunidad local, proveedores, sociedad e instituciones y gobierno local.

Materialidad

El análisis de materialidad realizado ha permitido identificar y definir las prioridades en los aspectos económico, social y ambiental del Grupo para dar respuesta a los contenidos del presente informe y a los principales grupos de interés: accionistas, empleados, clientes, comunidad local, proveedores, sociedad e instituciones y gobierno local.

Adicionalmente, para dar respuesta a los requerimientos exigidos por la Ley 11/2018 de 28 de diciembre de información no financiera y diversidad, se incluye información adicional que no ha sido considerada como material para el Grupo.

Para la elaboración del Estado de Información no Financiera consolidado correspondiente al ejercicio 2021, se ha realizado una revisión y actualización de los asuntos que habían sido considerados como materiales en el ejercicio precedente. En este sentido, y con el objetivo de definir y alinear los asuntos materiales del sector del calzado en materia de sostenibilidad.

Tras el citado análisis, los asuntos materiales definidos por el Grupo para el ejercicio 2021 siguen en línea con los definidos en el ejercicio precedente:

Áreas de Actuación	Asuntos materiales
Cuestiones sociales y de personal	<ul style="list-style-type: none">Seguridad y salud en el empleo.Sostenibilidad en el empleo.
Cuestiones ambientales	<ul style="list-style-type: none">Cumplimiento de la legislación ambiental.Gestión de residuos y usos sostenible de los recursos.
Cuestiones relativas a la sociedad	<ul style="list-style-type: none">Seguridad y salud de los consumidores.Calidad de nuestros productos.Subcontratación y proveedores.

Nuestras personas

Los empleados son un elemento fundamental en el crecimiento sostenible. El Grupo cuenta con una plantilla comprometida, motivada y competitiva que permite lograr los mejores resultados.

El enfoque del Grupo Blanco Bonete está basado en el respeto a los derechos humanos y el bienestar de quienes integran el equipo.

Perfil de la plantilla

Al cierre del ejercicio 2021 la plantilla del Grupo se situaba en 498 frente a las 507 personas del ejercicio anterior, lo que supone una disminución del 2%. El 52% son mujeres y el 48% hombres.

El Grupo tiene presencia en Europa (95%) y Estados Unidos (5%). Debido a la naturaleza de la actividad, la mayor parte de la plantilla se inscribe en personal de fábrica. Con respecto a la estabilidad de la plantilla, el porcentaje de contratos indefinidos y contratos fijos discontinuos al cierre de 2021 ascendió al 97%, mientras que en el 2020 fueron del 98%.

En lo que respecta a las categorías profesionales, el personal obrero representa el 82,7% respecto al total de la plantilla, seguido de un 7,6 % de administrativos, un 3,4% de encargados, 2,4% de jefes de área, 2,2% de delegados comerciales y 1,7% de directivos.

A continuación, se detalla la **plantilla a cierre del ejercicio** de los dos últimos períodos:

Plantilla por países	2020	2021
España	293	275
Portugal	191	192
EEUU	18	25
Francia	5	6
Total	507	498

Nota 1. No se incluyen los seis administradores del Grupo que ostentan labores ejecutivas.



Plantilla por Sexo	2020	2021
Hombre	254	240
Mujer	253	258
Total	507	498

Nota 1. No se incluyen los seis administradores del Grupo que ostentan labores ejecutivas.

Plantilla por rango edad y por sexo	2020		2021	
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
Más de 50 años	81	83	78	94
30-50 años	131	130	126	132
Menos de 30 años	42	40	36	32
Total	254	253	240	258

Nota 1. No se incluyen los seis administradores del Grupo que ostentan labores ejecutivas.

Plantilla por categoría profesional y sexo	2020		2021	
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
Personal Obrero	206	230	181	231
Encargados	9	3	14	3
Empleados administrativos y comerciales (administrativos-auxiliares / administrativos subalternos)	17	16	19	19
Delegados comerciales	5	1	9	2
Jefes de área	9	3	9	3
Directivos y director comercial	8	0	8	0
Total	254	253	240	258

Nota 1. No se incluyen los seis administradores del Grupo que ostentan labores ejecutivas.

Plantilla por tipo de contrato, tipo de empleo y sexo	2020		2021	
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
Temporal a tiempo completo	2	5	6	6
Temporal a tiempo parcial	0	0	3	1
Fijo discontinuo	31	1	22	0
Indefinido a tiempo completo	213	241	209	248
Indefinido a tiempo parcial	4	6	0	3
Otros contratos	4	0	0	0
Total	254	253	240	258

Nota 1. No se incluyen los seis administradores del Grupo que ostentan labores ejecutivas.

Plantilla media

A continuación, se detalla la plantilla media de los años 2020 y 2021 desglosado por sexo, edad y categoría profesional tanto por tipos de contrato como tipos de empleo. La plantilla media del año 2021 fue de 474,2 un 10,7% inferior con respecto a los 531,4 trabajadores del ejercicio 2020.

Plantilla media por tipo de contrato, tipo de empleo y sexo	2020		2021	
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
Temporal a tiempo completo	7,75	4,92	1,40	1,50
Temporal a tiempo parcial	0,00	0,17	1,00	0,20
Fijo discontinuo	36,22	1,00	22,30	0,00
Indefinido a tiempo completo	221,82	247,46	207,70	238,40
Indefinido a tiempo parcial	4,23	3,48	0,00	1,70
Otros contratos	4,39	0,00	0,00	0,00
Total	274,41	257,03	232,40	241,80

Nota 1. No se incluyen los seis administradores del Grupo que ostentan labores ejecutivas.

Plantilla media por tipo de contrato, empleo y edad	2020			2021		
	> 50	30-50	< 30	> 50	30-50	< 30
Temporal a tiempo completo	1,13	5,59	5,94	0,10	2,70	0,10
Temporal a tiempo parcial	0,00	0,00	0,17	0,40	0,30	0,40
Fijo discontinuo	14,28	20,94	2,00	10,00	12,30	0,00
Indefinido a tiempo completo	145,16	242,85	81,28	155,60	222,70	67,90
Indefinido a tiempo parcial	1,28	5,23	1,20	0,50	1,20	0,00
Otros contratos	4,39	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Total	166,24	274,61	90,59	166,60	239,20	68,40

Nota 1. No se incluyen los seis administradores del Grupo que ostentan labores ejecutivas

Plantilla media por categoría profesional y sexo	2020		2021	
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
Personal obrero	221,99	234,67	177,50	217,80
Encargados	9,81	3,00	13,60	3,00
Empleados administrativos y comerciales (administrativos-auxiliares/administrativos subalternos)	18,92	16,14	18,00	16,80
Delegados comerciales	6,03	1,00	7,10	1,20
Jefes de área	9,67	2,21	9,00	3,00
Directivos y director comercial	8,00	0,00	7,20	0,00
Total	274,42	257,02	232,40	241,80

Nota 1. No se incluyen los seis administradores del Grupo que ostentan labores ejecutivas.

Plantilla media por categoría profesional y edad	2020			2021		
	> 50	30-50	< 30	> 50	30-50	< 30
Personal obrero	147,06	230,78	78,82	145,10	195,00	55,20
Encargados	6,81	6,00	0,00	7,40	8,10	1,00
Empleados administrativos y comerciales (administrativos-auxiliares/administrativos subalternos)	7,50	18,29	9,27	9,00	15,60	10,20
Delegados comerciales	0,00	5,53	1,50	0,80	6,50	1,00
Jefes de área	2,88	8,00	1,00	3,00	8,00	1,00
Directivos y director comercial	2,00	6,00	0,00	1,30	6,00	0,00
Total	166,25	274,60	90,59	166,60	239,20	68,40

Nota 1. No se incluyen los seis administradores del Grupo que ostentan labores ejecutivas.

Las horas de absentismo del Grupo en el año 2021 fueron de 78.624¹ horas: un 25,1% menos respecto al ejercicio 2020 (105.017 horas). La pandemia ha sido un factor determinante para que las tasas de absentismo de ambos años sea tan elevadas. El alcance de los datos corresponde a los trabajadores de España y Portugal.

⁽¹⁾ Las horas de absentismo incluyen las contingencias profesionales comunes y las ausencias no justificadas.

Tasa de rotación y desvinculación laboral

En el ejercicio 2021, en el Grupo se han producido 58 nuevas contrataciones, siendo 29 hombres y 29 mujeres. Esto ha supuesto un incremento del 61,1% frente al año 2020. En lo que respecta a la rotación, se ha situado en un 13,05%. Se han desvinculado 65 personas en el 2021. Estas salidas han sido motivadas a causa del COVID-19, al haberse terminado la necesidad de contratar personal temporal durante las campañas. También se han producido despidos por esta causa que, aunque han sido muy poco numerosos, han estado muy por encima de las épocas normales. En total, durante el ejercicio se registraron un total de 25 despidos.

A continuación, se desglosan los despidos por rango de edad, sexo y categoría profesional:

Despidos por edad	2020	2021
<30	1	7
35-50	8	7
>50	0	11
Total	9	25

**Datos del año 2020 se han actualizado, debido a que erróneamente se reportaron las salidas del personal en lugar de solo los despidos.*

Despidos por sexo	2020	2021
Hombre	8	16
Mujer	1	9
Total	9	25

**Datos del año 2020 se han actualizado, debido a que erróneamente se reportaron las salidas del personal en lugar de solo los despidos.*

Despidos por categoría profesional	2020	2021
Personal obrero	4	25
Empleados administrativos y comerciales (administrativos-auxiliares/administrativos subalternos)	3	0
Delegados comerciales	2	0
Total	9	25

**Datos del año 2020 se han actualizado, debido a que erróneamente se reportaron las salidas del personal en lugar de solo los despidos.*

Desarrollo de talento

El Grupo está fuertemente implicado en la formación y la mejora continua de las habilidades de los empleados. Las acciones formativas llevadas a cabo en este ejercicio responden a las necesidades detectadas en diferentes procesos, que aseguran el aprendizaje continuo y actualizado.

Si bien no existe una política corporativa de formación, las distintas áreas funcionales y las fábricas diseñan sus propios itinerarios formativos acordes a sus prioridades y necesidades. Por un lado, en las fábricas la formación se dirige principalmente a la prevención, seguridad y salud. Además, cuando un nuevo empleado se incorpora o cambia su posición interna recibe una formación específica durante aproximadamente dos meses.

Durante 2021, se han impartido un total de 1.510 horas, que corresponden en un 63,51% a la categoría profesional de empleados administrativos y comerciales, seguida de la categoría de Directivos con un 34,83%. El 1,66% corresponde a las categorías profesionales restantes.

Categoría profesional	2020 (Horas)	2021 (horas)
Personal obrero	12	4
Encargados	0	8
Empleados administrativos y comerciales (administrativos-auxiliares/administrativos subalternos)	257	959
Delegados comerciales	2	0
Jefes de área	25	13
Directivos y director comercial	15	526
Total	311	1.510

**Nota. Las horas de formación no son comparables con el ejercicio anterior, debido al impacto generado por el COVID-19.*

**Nota. En 2021 la mayor parte de las horas de formación se han impartido en España.*

Igualdad y diversidad

El Grupo promueve el respeto, la igualdad y la no discriminación. Este compromiso se materializa en el procedimiento de selección y promoción de personal, donde se establece específicamente las medidas necesarias para garantizarlo (ej. hacer públicos los criterios de contratación y selección a toda la plantilla, realizar programas de sensibilización y orientación en los principios de igualdad, etc.).

A su vez, en el documento se definen los puestos de trabajo en función de sus características técnicas y competenciales, así como de sus cometidos específicos, sin añadir cuestiones que no estén relacionadas con el desempeño real del puesto.

De acuerdo con la legislación española, existe la obligación de que las empresas con más de 50 empleados dispongan de un Plan de Igualdad, y la Sociedad SBA Factory Shoes S.L.U. cuenta con el suyo.

De acuerdo con la legislación española, existe la obligación de que las empresas con más de 50 empleados dispongan de un Plan de Igualdad, y la Sociedad SBA Factory Shoes S.L.U. cuenta con el suyo.

Asimismo, el Grupo se compromete con la igualdad entre hombres y mujeres y la no discriminación mediante la implementación del **Protocolo de actuación frente al acoso moral, sexual y acoso por razón de sexo** (en vigor desde noviembre de 2018 para la sociedad SBA FACTORY SHOES, S.L.U.). En el documento, el Grupo se compromete a velar por un entorno exento de riesgos y a adaptar medidas para prevenir la aparición de conductas de violencia laboral física y/o psicológica en la empresa. Asimismo, se compromete a asignar los recursos necesarios, investigar, denunciar, mediar y sancionar conforme a lo previsto en el protocolo y se aplicará el régimen disciplinario correspondiente.

En España, el Grupo dispone de canales de denuncia (físicos y online), en los que se puede comunicar cualquier incidencia ocurrida. Dicha comunicación puede realizarse de manera anónima.

Durante 2021, no se ha recibido ninguna denuncia por acoso o discriminación.

Con la finalidad de promover la igualdad en sus zonas de influencia, el Grupo ha venido realizando iniciativas en los eventos deportivos que patrocina en España bajo el eslogan “Magnanni por la igualdad”. Sin embargo, en los dos últimos años a consecuencia de la pandemia estas iniciativas no se han podido realizar.

Discapacidad

En el año 2021 el número de empleados del Grupo que tenía alguna discapacidad era de 5 personas, cumpliendo con la Ley General de Discapacidad.

	2020	2021
Empleados con discapacidad	4	5

En la actualidad, no existe una política formal sobre accesibilidad universal. No obstante, en las fábricas se van adaptando, en la medida que lo permiten, algunas instalaciones como aseos o las zonas de acceso a las oficinas.

Conciliación y beneficios sociales

La jornada de trabajo en el Grupo se organiza en conformidad con la legislación vigente de cada país y de acuerdo con el convenio colectivo correspondiente. En la Sociedad SBA también se organiza el tiempo de trabajo conforme a lo pactado con la representación legal de los trabajadores.

El Grupo no cuenta con una política de desconexión como tal, pero ha implementado iniciativas que promueven la conciliación familiar y personal entre las que destacan: la jornada intensiva durante los meses de verano y el horario flexible para el personal de oficina. Asimismo, se favorece la desconexión digital fuera del tiempo de trabajo.

En España, todo el personal realiza jornada intensiva los viernes durante todo el año.

Política retributiva

El Grupo respeta la normativa laboral y apuesta por condiciones de empleo dignas, basada en los principios de igualdad de oportunidades y competitividad, respetando lo estipulado en el convenio colectivo del calzado.

En el ejercicio 2021, el Grupo realizó una auditoría retributiva con una firma externa. Con las conclusiones se ha realizado un plan de acción en material salarial.

A continuación, se detalla la remuneración media de la plantilla desglosada por sexo, rango de edad y categoría profesional, así como la brecha salarial de los dos últimos ejercicios. Dichas cifras tienen en cuenta el total de la remuneración percibida por los empleados, incluyendo salario base, remuneración variable y cualquier otro tipo de concepto, dividido entre el promedio de empleados del ejercicio.

Remuneraciones medias por país y por sexo	2020 (euros)		2021 (euros)	
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
España	21.041	17.288	22.633	18.550
Portugal	16.718	9.362	18.083	10.235
Francia	29.922	21.920	30.757	22.309
EE. UU.	62.542	30.668	73.747	36.682

**Nota: la remuneración total media de los 6 socios con labores ejecutivas no se reporta por motivo de confidencialidad.*

Remuneraciones medias por país, edad y sexo	2020 (euros)					
	<30		30-50		>50	
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
España	15.926	15.446	23.230	17.960	19.912	16.870
Portugal	8.942	9.182	10.566	9.509	28.455	9.228
Francia	23.863	N/A	31.921	21.920	N/A	N/A
EE. UU.	33.696	32.073	80.048	24.049	48.110	N/A

**Nota: la remuneración total media de los 6 socios con labores ejecutivas no se reporta por motivo de confidencialidad.*

Remuneraciones medias por país, edad y sexo	2021 (euros)					
	<30		30-50		>50	
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
España	17.530	18.588	24.692	18.487	21.167	18.628
Portugal	10.364	10.103	11.414	10.408	27.233	10.064
Francia	26.159	N/A	32.290	22.309	N/A	N/A
EE. UU.	43.320	40.476	96.404	12.778	73.641	N/A

**Nota: la remuneración total media de los 6 socios con labores ejecutivas no se reporta por motivo de confidencialidad.*

Remuneración media por categoría profesional, sexo y país	2020 (euros)											
	Directivos (Director y Director comercial)		Empleados administrativos y comerciales		Encargados		Personal obrero		Jefes de área		Delegados comerciales	
	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M
España	107.678	N/A	38.451	24.405	34.337	29.564	16.449	15.422	50.072	30.072	65.750	N/A
Portugal	119.643	N/A	N/A	10.287	36.854	17.279	10.647	9.204	25.139	25.722	N/A	N/A
Francia	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	29.922	21.920
EE. UU.	179.403	N/A	41.640	32.779	N/A	N/A	29.912	24.027	64.893	N/A	49.595	N/A

*Nota: la remuneración total media de los 6 socios con labores ejecutivas no se reporta por motivo de confidencialidad.

Remuneración media por categoría profesional, sexo y país	2021 (euros)											
	Directivos (Director y Director comercial)		Empleados administrativos y comerciales		Encargados		Personal obrero		Jefes de área		Delegados comerciales	
	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M
España	117.358	N/A	36.862	24.301	32.470	29.596	17.337	16.561	48.487	32.079	60.245	N/A
Portugal	123.835	N/A		12.473	38.373	18.073	11.718	10.059	26.059	25.792	N/A	N/A
Francia	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	30.757	22.309
EE. UU.	227.903	N/A	44.272	40.476	N/A	N/A	30.447	12.778	69.486	N/A	94.261	N/A

*Nota: la remuneración total media de los 6 socios con labores ejecutivas no se reporta por motivo de confidencialidad.

Brecha salarial

En las siguientes tablas se detalla la brecha salarial existente entre hombres y mujeres, desglosada por categoría profesional y rango de edad, para los ejercicios 2020 y 2021.

La brecha salarial se ha calculado como la diferencia entre el salario medio de hombres y el de mujeres, dividido entre el salario medio de hombres. Un porcentaje superior a cero representa el porcentaje de salario que la mujer percibe por debajo del hombre; un porcentaje inferior a cero significa el porcentaje de salario que la mujer percibe por encima del hombre.

Remuneraciones medias totales	2020			2021		
	Hombre	Mujer	Brecha	Hombre	Mujer	Brecha
España	21.041	17.288	18%	22.633	18.550	18%
Portugal	16.718	9.362	44%	18.083	10.235	43%
Francia	29.922	21.920	27%	30.757	22.309	27%
EE. UU.	62.542	30.668	51%	73.747	36.682	50%

*Nota: la remuneración total media de los 6 socios con labores ejecutivas no se reporta por motivo de confidencialidad.

Explicación de la brecha salarial

Las fábricas de España y Portugal se localizan en zonas con mucha tradición zapatera, y en ellas, históricamente las mujeres guarnecen (cosen), y los hombres montan, siendo el guarnecido la parte del proceso productivo con salarios más bajos, dado que son puestos que requieren de menor formación y especialización. A esto se une que existe una mayor oferta que para el resto.

La empresa, como parte de su compromiso con el Plan de igualdad, toma medidas para combatir esta segregación por puestos, y poco a poco logra una permeabilidad en ambas direcciones. Sin embargo, cuando las mujeres empiezan a trabajar en secciones donde antes sólo había hombres, cuentan con muy poca antigüedad en comparación con sus compañeros, aumentando la brecha de esa sección (como ejemplo, la antigüedad media de los hombres en la sección de corte es de 10 años, en comparación con la de las mujeres, que es de 1).

En la siguiente tabla, se amplía la información sobre la brecha salarial dentro del personal obrero (quienes representan el 83% de la plantilla). Añadimos la variable del país (ya que los salarios medios de cada uno varían significativamente), y de la sección específica dentro de la fábrica:

País	Hombres			Mujeres		
	FTEs	Antigüedad	Salario	Media	Antigüedad	FTEs
ESPAÑA	153,9	9,4	17.337	16.561	11,8	59,4
Almacén	2,9	6,0	17.343**	15.805**	2,1	1,0
Corte	27,4	9,2	17.135**	15.606**	1,0	1,9
Guarnecido	2,2	10,2	16.786*	16.796*	14,7	34,0
Limpieza	N/A	N/A	N/A	15.681	5,4	2,1
Montado	101,1	9,5	17.391***	16.387***	9,7	20,3
Suelas	20,3	9,6	17.398	N/A	N/A	N/A
PORTUGAL	21,0	4,0	11.718	10.059	5,4	158,0
Almacén	1,0	2,3	11.451	N/A	N/A	N/A
Arte	4,0	9,2	11.913	N/A	N/A	N/A
Corte	3,0	8,0	11.213**	9.883**	4,9	1,0
Guarnecido	N/A	N/A	N/A	10.030	6,0	130,0
Limpieza	N/A	N/A	N/A	9.883	2,3	1,0
Montado	13,0	2,7	11.795***	10.219***	3,2	26,0
USA	2,6	2,4	30.447	12.778	1,7	0,5
Almacén	2,6	2,4	30.447	12.778	1,7	0,5
Total General	177,5	8,5	16.863	11.837	7,2	217,9

* Nota1. Se observan situaciones de igualdad.

** Nota 2. La diferencia se debe al nivel de experiencia medio de cada sexo.

***Nota 3. La sección de montado es la mayor y más heterogénea, existiendo diferencias importantes entre puestos. Aún hay pocas mujeres en esta sección, por lo que es necesario estudiar caso a caso las diferencias. Por ejemplo, uno de los motivos que explican los salarios más altos dentro del grupo de los hombres son el acceso a puestos muy especializados (que aún ocupan mayoritariamente hombres), y la existencia de pluses por el manejo de maquinaria pesada (que utilizan hombres mayoritariamente).

En la siguiente tabla se muestra la remuneración media de la Alta dirección de los años de 2020 y 2021. Se incluye la retribución variable, dietas, indemnizaciones y cualquier otra percepción a largo plazo.

2020		2021	
Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
127.104,55	N/A	148.782,63	N/A

**Nota. la remuneración total media de los 6 socios con labores ejecutivas no se reporta por motivo de confidencialidad.*

Bienestar, protección de la salud y seguridad

El Grupo considera prioritario ofrecer a los empleados un entorno laboral seguro y saludable, aplicando de manera rigurosa la normativa de Prevención de Riesgos Laborales y fomentando la cultura de la prevención. El Grupo no dispone de un sistema integrado de gestión certificado. No obstante, en España la gestión de la salud y la seguridad se basa conforme a los requerimientos del estándar de la ISO 45001.

La dirección del Grupo, consciente de que, en el transcurso de su actividad, pueden producirse daños relativos a la seguridad y salud de los trabajadores o de terceras personas que puedan permanecer en sus instalaciones, ha asumido las especialidades de seguridad en el trabajo, higiene industrial y ergonomía y psicosociología, concertando la vigilancia de la salud con un Servicio de Prevención Ajeno (SPA) en España y Portugal, mientras, que en Francia se realiza a través de una gestoría. En el caso de Estados Unidos las medidas de salud y seguridad solo son obligatorias para plantillas por encima de 50 empleados.

En la actualidad, España dispone de 4 profesionales directos: el Responsable y Técnico de PRL y los 3 miembros del Comité de Seguridad y Salud, quienes se encargan de realizar las tareas de salud y seguridad. Además, todo integrante del Grupo tiene un papel decisivo para garantizar la seguridad en el trabajo.

En relación con Portugal, el Grupo cuenta con una persona responsable y el vínculo directo entre la empresa de servicio de prevención ajena y los empleados.

Anualmente, en España se actualiza el Plan de Prevención de Riesgos en el cual se integra toda la actividad preventiva, incluyendo la evaluación de riesgos, la planificación y la ejecución.

Con el fin de asegurar el estricto cumplimiento de la seguridad y salud en el trabajo, el Grupo ha identificado y evaluado los riesgos en todas las sociedades: Boblan Shoes, S.L.U., SBA Factory Shoes, S.L. y Suelas Prefabricadas Blanco, S.L. A partir de esta evaluación, se concluye que existen riesgos evitables comunes a todas o la mayoría de ellas, como son: incendios, contactos eléctricos, exposición a agentes químicos, caída de objetos desprendidos, atrapamiento por o entre objetos o contacto con sustancias peligrosas. A estos riesgos se suman otros ligados a las especificidades de la actividad y las funciones que desempeñan los

trabajadores, los cuales también han sido tenidos en cuenta en el proceso de evaluación.

Por cada uno de los riesgos, se ha identificado las pertinentes medidas preventivas relacionadas a cada sociedad y a los puestos de trabajo.

El Grupo dispone de un proceso para la investigación ante cualquier incidente. El proceso definido se debe notificar, investigar y tratar los incidentes, para aplicar las acciones correctivas y preventivas y minimizar el riesgo o evitar que se produzcan sucesos similares.

Por otro lado, una de las actividades destacadas del año 2021 es la creación de Comité de Salud y Seguridad en España, conformado por cuatro personas, dos en representación de la empresa y dos en representación de los trabajadores, quienes se reúnen cada tres meses, aunque dependiendo de la necesidad puede considerarse una mayor frecuencia.

A su vez, en Blanco Bonete se han establecido los canales de información adecuados, principalmente mediante los Delegados de Prevención, quienes tienen toda la información relacionada con la salud y la seguridad. Además, son los encargados de transmitirla a los trabajadores.

A continuación, se desglosan los índices de siniestralidad de los ejercicios 2020 y 2021:

Índices desglosados por género	2020			2021			
	Grupo		España		Portugal		
	Total	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total
Índice de frecuencia	4,43	12,75	0,00	12,75	8,34	25,01	33,35
Índice de severidad	0,02	0,19	0,00	0,19	0,03	0,81	0,84

Nota. En el año 2020, el Grupo no dispone de la información desglosada por sexo y corresponde solo a la información de SBA FACTORY SHOES S.L.U. Los datos de 2021 incluyen las sociedades SBA FACTORY SHOES S.L.U., SUELAS PREFABRICADAS BLANCO S.L.U. y CALZABAN S.U.L.

Índice frecuencia (IF): $(N.º \text{ accidentes con baja} / N.º \text{ de horas trabajadas} * \text{Media trabajadores}) \times 1.000.000$.

Índice de gravedad (IG): $(N.º \text{ jornadas no trabajadas} / N.º \text{ de horas trabajadas} * \text{Media trabajadores}) \times 1.000$

A pesar de que los casos de COVID-19 deben ser considerados como accidente de trabajo en la legislación española, al no tener una causalidad fehaciente vinculada con el entorno laboral, no han sido incluidos en las estadísticas de accidentes con baja del año.

Durante 2021, en España el índice de frecuencia de accidentes fue de 12,75 por millón de horas trabajadas y el de gravedad de 0,19.

Por su parte, en Portugal el índice de frecuencia de accidentes fue de 33,35 por millón de horas trabajadas y el de gravedad de 0,84.

En el ejercicio 2021, se produjeron 18 accidentes (12 hombres y 6 mujeres), siendo 12 de estos accidentes con baja laboral, frente a los 11 de 2020 (5 hombres y 6 mujeres). Los datos no son comparativos, debido a que en el 2020 la actividad estuvo parada durante buena parte del año como consecuencia del COVID-19.

En términos generales, los profesionales del Grupo no desarrollan actividades que representen un riesgo elevado para el desarrollo de enfermedades profesionales, como constata el hecho de que no se haya producido ninguna en 2021.

Gestión de la COVID-19

Durante el año 2021, el Grupo ha continuado asegurando una serie de medidas preventivas, comunicadas a la totalidad de las plantillas, a fin de minimizar los riesgos de contagio y posibles nuevos brotes de la Covid-19. El total de días perdidos por Covid fue de 482⁽²⁾ días.

A continuación, se detallan algunas de las medidas implementadas:

- Lanzamiento de diversas campañas informativas y formaciones referentes a la prevención del Covid-19.
- Instalación en todos los accesos con alfombrillas desinfectantes.
- Desinfecciones de las instalaciones, tanto en las zonas interiores como en sus aledaños: parking, aceras, patios, etc.
- Adquisición y distribución entre la plantilla de material sanitario: mascarillas higiénicas y quirúrgicas (algunas de ellas fabricadas por la empresa), gel hidroalcohólico, guantes, etc.
- Instalación de extractores y filtros de aire.

Diálogo social

Empleados cubiertos por un convenio colectivo	2020	2021
España	100%	100%
Portugal	100%	100%
Francia	100%	100%
EE.UU. *	0%	0%

Nota. En España y Portugal están acogidos al convenio colectivo de la industria del calzado, en Francia al convenio de grandes almacenes.

**El 100% de la plantilla de EE. UU. se encuentra cubierta por la legislación laboral aplicable.*

El Grupo garantiza la libertad de afiliación y el derecho de los trabajadores a ser representados, para defender y proteger sus derechos laborales. Las representaciones sindicales tienen garantizado el ejercicio libre de sus funciones sindicales de negociación, participación y representación.

La Sociedad SBA Factory Shoes, S.L.U. cuenta con Representación Legal de los Trabajadores y Delegados de Empresa, organizados en un único Comité de Empresa. En la actualidad, se encuentra representada por las siguientes organizaciones sindicales: CCOO y UGT, representando a 219 trabajadores del grupo (un 44% del total de la plantilla).

(2)Datos correspondientes a España y Portugal

Para el Grupo es muy importante la relación del diálogo bidireccional, y por ello se dispone de mecanismos internos de comunicación para la participación de los trabajadores.

En términos generales, el área de salud y seguridad se trata en el seno de estas comisiones y en las auditorías que se realizan periódicamente en las plantas, en las que se identifican asuntos y mejoras.

Respeto hacia el medio ambiente

El Grupo asume el compromiso ambiental y la situación climática, procurando llevar a cabo prácticas respetuosas y sostenibles en el desarrollo de su actividad. Esta actitud es un signo de identidad positivo, ya que es un principio fundamental de comportamiento que se encuentra recogido en los valores corporativos.

La compañía lleva a cabo un estricto cumplimiento de los requisitos legales ambientales de cada país en los que opera, considerando los riesgos ambientales derivados del negocio y estableciendo las medidas preventivas y correctivas.

El impacto ambiental del Grupo deriva principalmente de las aguas contaminadas generadas por el uso de tintes, la generación y gestión de los residuos, las emisiones a la atmósfera y los impactos regulatorios. De acuerdo con el principio de precaución, el Grupo identifica, evalúa y gestiona sus principales riesgos ambientales.

El Grupo dispone de los medios necesarios (recursos humanos, técnicos y económicos) para la prevención de los posibles impactos ambientales. A nivel compañía hay 2 personas dedicadas parcialmente a la gestión ambiental.

El Grupo no presenta ninguna partida significativa en las Cuentas Anuales en materia de provisiones o garantías ambientales. Sin embargo, cabe mencionar, que tiene una póliza de responsabilidad civil que incluye responsabilidad medioambiental y que engloba a todas las compañías del Grupo.

Además, la compañía quiere sumar esfuerzos para alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible referentes al medio ambiente contribuyendo prioritariamente a los siguientes:

- ODS 7 Energía asequible y no contaminante.
- ODS 13 Acción por el clima.



Economía circular y gestión de residuos

La gestión de residuos en las fábricas se realiza por gestores y transportistas autorizados, y en conformidad a la legislación de cada país. En el siguiente cuadro, se indica el total de kilogramos de residuos generados en los años 2020 y 2021 desglosados entre residuos peligrosos y no peligrosos:

2020 (Kg)			
Tipos de residuo	España	Portugal	Total
Residuos peligrosos	48.598	607	49.205
Trapos contaminados	8.970	-	8.970
Agua de pintura	34.495	-	34.495
Envases	5.133	607	5.740
Residuos no peligrosos	32.629	8.132	40.761
No reciclados	20.800	6.802	27.602
Residuos sólidos industriales	20.800	2.644	23.444
Piel	-	4.158	4.158
Reciclados	11.829	1.330	13.159
Papel y cartón	11.126	1.330	12.456
Envases	703	-	703
Total de residuos peligrosos + no peligrosos	81.227	8.739	89.966

2021 (Kg)			
Tipos de residuo	España	Portugal	Total
Residuos peligrosos	39.636	845	40.481
Trapos contaminados	9.232	-	9.232
Agua de pintura	25.747	-	25.747
Envases	4.657	841	5.498
Otro (especificar)	-	4	4
Residuos no peligrosos	103.518	19.940	123.458
No reciclados	89.704	18.332	108.036
Residuos sólidos industriales	89.704	1.949	91.653
Piel	-	16.383	16.383
Reciclados	13.814	1.608	15.422
Papel y cartón	12.743	1.608	14.351
Envases	1.071	-	1.071
Total de residuos peligrosos + no peligrosos	143.154	20.785	163.939

Nota. Los datos en algunos casos no son comparables, debido a que el ejercicio anterior las fábricas estuvieron paradas una parte del año como consecuencia de la pandemia del COVID-19.

El total de residuos generados en el 2021 fueron 163.939 kg, mientras que en el 2020 fueron 89.966 kg. Los residuos no peligrosos representan el 75,31% del total de los residuos, frente a los residuos peligrosos que representan el 24,69% restante. Estos últimos son almacenados y etiquetados conforme a la normativa y entregados a los gestores autorizados.

Los residuos más significativos son los residuos sólidos industriales, que representan un 55,91% y los residuos de agua de pintura que representan un 15,71% con respecto al total de residuos.

En cuanto al destino de los residuos, el 100% del papel, cartón y envases es enviado a reciclaje. Además, los envases metálicos son devueltos a la empresa proveedora para su reutilización.

Uso eficiente de los recursos

El Grupo trabaja para hacer un uso responsable de los recursos, por ello hace un seguimiento de los consumos de la energía y el agua para no sobrepasar los límites marcados legalmente.

Consumo energético

El Grupo realiza el seguimiento de sus principales fuentes de consumo de energía como la electricidad, el gas natural y el gasóleo, tal y como se detalla a continuación:

Consumo de energía	2020	2021
Electricidad (kWh)	1.168.715*	1.183.564
Gas natural (kWh)**	183.159	184.552
Gasóleo B (litros)**	18.810	36.144
Gasoil (litros)	16.573	21.733
Gasolina (litros)	-	4.393

Nota. Los datos en algunos casos no son comparables, debido a que en ejercicio anterior las fábricas estuvieron paradas una parte del año como consecuencia de la pandemia del COVID-19.

*Los datos se han actualizado debido a que se ha incluido Estados Unidos.

**Consumos destinados a calefacción.

El consumo de energía eléctrica de las fábricas en el 2021 fue de 1.183.564 kWh, mientras que en el 2020 fue de 1.168.715 kWh, lo que ha representado un aumento del 1%.

Del total del consumo de energía eléctrica, España representa el 83% del consumo, Portugal un 10%, Estados Unidos un 6% y Francia un 1%. En la siguiente tabla se detallan los consumos de energía eléctrica por país:

Consumo de energía eléctrica (kW/h)	2020	2021
España	974.267	981.020
Portugal	109.403	114.554
Francia	16.916	17.276
EE. UU.	68.128*	70.714
Total	1.168.714	1.183.564

* Los datos se han actualizado debido a que se ha incluido Estados Unidos.

El 25,94% de la energía eléctrica consumida proviene de fuentes de energía renovable, así como lo especifica el mix energético de generación de energía en España y Portugal.

Adicionalmente, la compañía realiza el seguimiento de consumos de energía para calefacción, tal y como se detalla en las siguientes tablas del año 2020 y 2021:

Consumo de energía para calefacción	2020				
	España	Portugal	Francia	EE. UU.	Total
Gas natural (kWh)	26.916	8.289	-	147.955	183.160
Gasóleo B (litros)	18.810	-	-	-	18.810

Nota. Los datos en algunos casos no son comparables, debido a que en el ejercicio anterior las fábricas estuvieron paradas una parte del año como consecuencia de la pandemia del COVID-19.

Consumo de energía para calefacción	2021				
	España	Portugal	Francia	EE. UU.	Total
Gas natural (kWh)	25.020	23.807	-	135.725	184.552
Gasóleo B (litros)	36.144	-	-	-	36.144

El consumo de gas natural para calefacción en el año 2021 fue de 184.522 kWh con un ligero aumento del 1% respecto a los 183.159,46 kWh del año 2020.

Estados Unidos representa un 73,54%, España un 13,56% y Portugal un 12,90%.

El aumento del consumo de gas natural en Portugal se debe, por un lado, al traslado de los empleados a la nueva fábrica, que comenzó a operar al 100% de capacidad en octubre del año 2020 y cuenta con una superficie muy superior a la de la anterior nave; y por otro a que los primeros meses del año 2021 fueron inusualmente fríos, por lo que se intensificó su consumo.

En lo referente al consumo de gasóleo B para calefacción en el año 2021 fue de 36.144 litros con un aumento del 92,15 % respecto a los 18.810 litros consumidos del año 2020. El aumento se debe principalmente a que durante el año 2020 las fábricas pararon la producción algunos meses del año, incluyendo los meses más fríos como consecuencia de la pandemia del COVID-19.

Finalmente, el consumo de gasoil y gasolina corresponde al consumo de los vehículos. El total de estos consumos han sido de 26.126 litros, mientras que en el 2020 fue de 16.573 litros. Los datos de los dos ejercicios reportados no son comparables, debido a que las fábricas pararon la producción una parte del año como consecuencia de la pandemia.

Consumo de energía	2020				
	España	Portugal	Francia	EE. UU.	Total
Gasoil (litros)	13.660	940	-	1.973	16.573
Gasolina (litros)	-	-	-	-	-

Consumo de energía	2021				
	España	Portugal	Francia	EE. UU.	Total
Gasoil (litros)	21.197	536	-	-	21.733
Gasolina (litros)	4.393	-	-	-	4.393

Nota. Los datos en algunos casos no son comparables, debido a que en ejercicio anterior las fábricas estuvieron paradas una parte del año como consecuencia de la pandemia del COVID-19.

El Grupo ha comenzado a implementar iniciativas que promueven el ahorro energético como la contratación de empresas de suministros de energía, que dentro de su mix energético incluyen la generación de energía de fuentes renovables, así como la concienciación de los empleados en materia medioambiental.

Asimismo, el Grupo se ha planteado realizar un estudio para la instalación de paneles solares en la fábrica de España durante el 2022.

Consumo de agua

El consumo de agua ha sido de 4.464 m³ en el 2021 con un aumento del 13,47% respecto al consumo del año 2020 (3.394 m³). Este ascenso se debe a las condiciones sanitarias excepcionales sufridas por la pandemia del COVID-19 en el ejercicio anterior.

Del total de consumo de agua, España representa un 74,22%, mientras que Portugal un 23,90% y Estados Unidos un 1,88%, respectivamente.

El 100% del agua consumida de todas las instalaciones y centros del Grupo proviene de la red pública, por lo que el registro de consumo de agua se realiza a través de las facturas.

Consumo de agua (m ³)	2020		2021		
	Grupo	Grupo	España	Portugal	EE. UU.
Agua de red	3.934	4.464	3.313	1.067	84

Nota. Los puntos de venta de Francia no son representativos a efectos de reporte.

El Grupo ha desarrollado iniciativas para el uso adecuado y responsable del agua, y evitar su uso inadecuado. Destacan las siguientes iniciativas, que se suman las de años anteriores:

- El Grupo está en proceso de sustitución de cabinas con agua por unas de filtrado de aire, lo que supondrá una reducción considerable del consumo de agua.
- Arreglo de goteros de grifos.
- Iniciativas internas de concienciación.

Cambio Climático

La conclusión de la última Conferencia Climática de las Naciones Unidas (COP26) ha sido clara: se debe avanzar a un ritmo suficientemente rápido en el proceso de descarbonización para detener y disminuir el aumento de las temperaturas. Por este motivo el cambio climático constituye unas de las prioridades tanto a nivel político, como social o empresarial.

Si bien el Grupo no ha definido una estrategia en esta materia y no ha realizado un análisis de riesgo y oportunidades climáticas, sí ha empezado a realizar acciones, que en un futuro contribuirán a la disminución de las emisiones. Una de ellas es el cálculo de sus emisiones anuales de gases efecto invernadero, que le permite identificar donde se encuentra el mayor impacto para poder gestionarlo.

Asimismo, la empresa ha realizado un estudio para la instalación de paneles solares en la fábrica de España. Asimismo, la fábrica que ocupa Calzaban, en Portugal ha sido construida por Mansagal bajo un concepto más eficiente, en equipos, luminarias, etc.

Emisiones (kg CO2eq)	2020	2021
Alcance 1	92.258	194.121
Alcance 2	255.278	255.079
Total emisiones Alcance 1 + 2	347.536	449.200

A continuación, se detallan las emisiones de gases efecto invernadero del año 2020 y 2021:

Las fuentes de los factores de emisión correspondiente al año 2021:

Fuente: Factor emisión gas natural DEFRA 2021

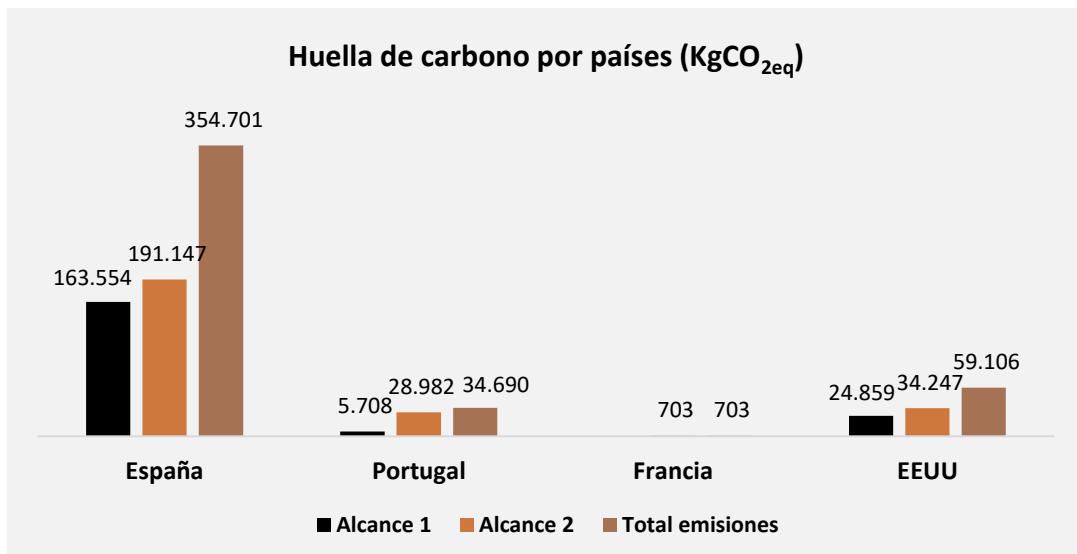
Fuente: Factores de emisión electricidad: Red Eléctrica de España (España), ADEME (Francia), Agencia Internacional de la Energía (Portugal y Estados Unidos)

El cálculo de emisiones de GEI no incluye emisiones de gases refrigerantes (R404, R407...)

El total de la huella de carbono de los alcances 1 y 2 fue de 449.200 KgCO2 equivalente en el año 2021 con un aumento del 29,25% respecto a los 347.536 KgCO2eq del año 2020. La diferencia se debe principalmente a que el Grupo incluyó a Estados Unidos en el cálculo. Además, durante el 2020 las fábricas estuvieron una gran parte del año paradas.

El alcance 1 hace referencia a las emisiones producidas por la propia actividad de la compañía. Durante el ejercicio 2021 se calcularon un total de 194.121 KgCO2eq, lo que ha representado un aumento significativo con respecto al año 2020, que fueron de 92.258 KgCO2eq.

En cuanto a las emisiones de alcance 2 hacen referencia a las emisiones generadas por el consumo de energía eléctrica. Durante el año 2021 las emisiones fueron de 255.079 KgCO₂eq, mientras que en el año 2020 fueron de 255.278 (kgCO₂eq).



El mayor porcentaje de las emisiones en 2021 corresponden a España con un 78,96%, debido a que es donde se encuentra la maquinaria industrial que genera un mayor consumo.

Otros tipos de contaminantes

En el año 2021 se ha realizado el seguimiento anual de las emisiones NOx y SOx y otras emisiones de acuerdo con las exigencias legales. Aspectos como la contaminación lumínica o sonora no son considerados aspectos significativos, aunque si son debidamente medidos y gestionados cumpliendo con los valores marcados por la legislación.

Biodiversidad

El Grupo no tiene un impacto significativo sobre la biodiversidad al no encontrarse sus oficinas, fábricas, almacenes, puntos de venta y showroom en o cerca de áreas protegidas.

Calidad excepcional

El Grupo sigue un proceso de fabricación artesanal, tradicional y sostenible, ofreciendo a los clientes los más altos estándares, que proporcionan un valor diferencial y un producto excepcional.

Ofrecer productos que duren en el tiempo y que satisfagan las expectativas de los clientes, es el objetivo primordial del Grupo. Para llevarlo a cabo, es indispensable trabajar también de la mano de la cadena de valor.

Actualmente, el Grupo no dispone de una política o certificación específica de calidad. Sin embargo, ha implementado procesos que contribuyen a asegurar su máxima calidad, como el proceso automatizado que integra la información de gestión de lotes de las principales materias primas para tener su trazabilidad, mediante el uso de su ERP (*Enterprise Resource Planning*).

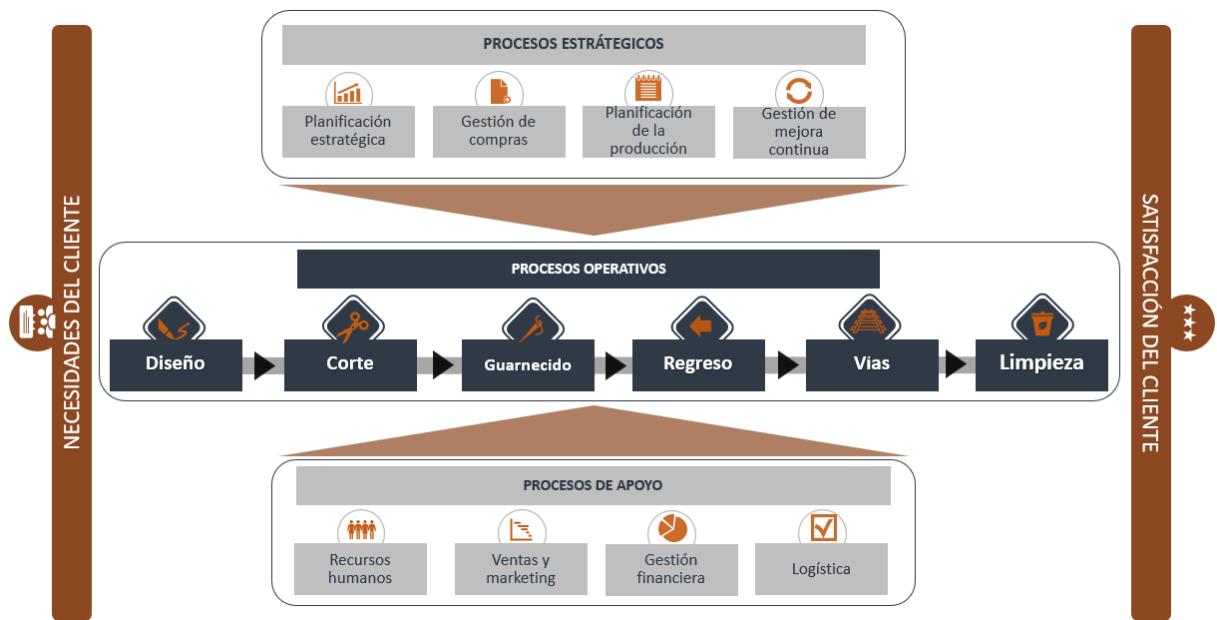
Además, el Grupo exige a los proveedores de materiales de pieles, el cumplimiento del reglamento REACH (***Registration, Evaluation, Authorisation and Restriction of Chemicals***), acreditándolo a través del correspondiente certificado.

De los materiales comprados, se llevan a cabo muestreros aleatorios para realizar ensayos fisicoquímicos en colaboración con el centro tecnológico de calzado INESCOP.

Asimismo, a lo largo del proceso de producción, el producto sufre varias inspecciones, para detectar la existencia de posibles fallos.

Por otro lado, el Grupo dispone de los recursos necesarios de velar y asegurar que se cumplan todas las exigencias de calidad del producto en las distintas fases del proceso operacional (diseño, corte, guarnecido, etc.).





Aprovisionamientos

Tener relaciones sólidas y a largo plazo con los proveedores, basadas en la confianza mutua y la transparencia, es prioritario para el Grupo. También trabajar de la mano con la cadena de suministro para cumplir un mismo objetivo: el compromiso con la calidad y la seguridad del producto.

El Grupo ha identificado los principales riesgos en la cadena de suministro: el incremento de precios y escasez de las materias primas. Asimismo, ha establecido los controles pertinentes para evitar o minimizar su materialización.

Las principales medidas implementadas han sido programaciones de aprovisionamientos, acuerdos con proveedores, elevación del nivel mínimo de stock, entre otras.

Igualmente, continuaron las consecuencias generadas por el COVID-19, por lo que se ha mantenido el desafío de garantizar el aprovisionamiento de los materiales, realizando adelanto de pedidos.

Los principales proveedores del Grupo corresponden a proveedores de materias primas de pieles, todos localizados en Europa. A continuación, se muestra la tabla con el desglose de las materias primas del año 2021:

Tipo de materia prima	Kg	Pares	Uds	m2	Plancha	m
BLANCO ALDOMAR S.L.						
Piel	-	-	1.085	68.631		15.235
Forros	-	-	-	73.275	232	-
Pisos	-	224.199	-	-	-	-
Topes	-	272.266	-	-	-	12
Contrafuertes	-	198.328	-	-	-	-
Adornos	-	-	1.179.684	-	-	-
Plantas	-	-	217.575	-	-	-
Talonetas	-	222.131	-	-	-	-
Cajas	-	-	382.762	-	-	-
Cordoneras	-	294.500	-	-	-	-
Bolsas	-	-	367.478	-	-	-
Cremalleras	-	-	8.909	-	-	9
Ornamentos	-	-	1.392	-	-	16
Viras	-	-	-	-	-	172.513
Ojetes	-	-	852.910	-	-	-
Otros aprovisionamientos	6.890	52	28.895	8.141	578	50.773
SUELAS PREFABRICADAS BLANCO S.L.U.						
Pisos	-	199.829	-	-	-	-
Adornos	-	-	135.303	-	-	-
Cuero	33.893	-	-	46	-	-
Tacones	-	84.379	-	-	-	-
Cercos	-	-	-	-	-	104.762
Entresuelas	1.010	-	-	-	444	-
Rellenos	-	-	-	-	1.489	-
Cambrillón	-	55.278	-	-	-	-
Spay	-	-	-	-	584	-
Otros aprovisionamientos	22	-	18.359	9	-	-

Homologación y evaluación de proveedores

Además de exigir el cumplimiento de normativa europea y de los países de origen, el Grupo también dispone de una declaración que incorpora cuestiones relacionadas con el comportamiento ético, social y ambiental, y que es firmada por los proveedores.

Para el suministro de pieles, el responsable de calidad y almacén realiza una evaluación presencial para valorar su calidad. Adicionalmente, se selecciona una muestra representativa de cada partida de algunas materias primas principales (piel y forro) para un análisis de laboratorio y comprobar su idoneidad para la fabricación.

El laboratorio INESCOP₃ realiza un análisis químico para comprobar que los umbrales estén en los rangos permitidos por la normativa europea REACH₄ y además también realizan análisis físicos para comprobar la calidad y resistencias exigidas por la industria del calzado.

(3) INESCOP: Centro de innovación tecnológico del calzado.

(4) REACH: Reglamento (CE) n.º 1907/2006, normativa europea regula la protección de la salud humana y del medio ambiente frente al riesgo que puede conllevar la fabricación, comercialización y uso de sustancias químicas.

Compromiso con los clientes

Considerando al cliente el centro de su actividad, la estrategia del Grupo está orientada a la búsqueda de la maximización de su experiencia. El departamento de clientes está separado en dos subgrupos según el modelo de negocio, B2B y B2C.

El área B2B gestiona la distribución entre el Grupo y otras empresas, fundamentalmente comercios de lujo y grandes almacenes multimarca de las principales plazas comerciales del mundo. Por otro lado, el área de B2C da servicio a consumidores particulares que compran a través de la web de la marca o de los puntos de venta físicos propios gestionados por empresas del Grupo.

Para facilitar la gestión de las incidencias, quejas y reclamaciones, el Grupo cuenta con un departamento comercial de atención al cliente por área de negocio tanto en Europa y como en Norteamérica, cuyo fin es orientar y ayudar al cliente a resolver sus necesidades y preguntas. También cuenta con una red de agentes y/o distribuidores que dan servicio comercial a clientes locales.

Desde la sucursal norteamericana se da servicio a los clientes B2B de EE. UU y Canadá y a los consumidores del B2C de todas las partes del mundo a excepción de la región europea. En Europa se gestionan fundamentalmente las demandas del resto de clientes y zonas.

Todas las incidencias, reclamaciones o quejas se gestionan:

- Vía telefónica y vía email o formularios que se encuentra en la web en ambas regiones, en las lenguas más comunes (aunque el uso del inglés y el español prepondera).
- Formularios en las páginas web en ambas regiones en idioma inglés, aunque, se intenta dar soporte en el idioma en que se haya llenado el formulario.

El Grupo ha desarrollado un mapa de procesos en el que se describen cada uno de los pasos para la gestión de las reclamaciones, que está dividido en cuatro fases (la recepción de reclamaciones, valoración, control + Atención al cliente y Acción final), como se muestra en el siguiente gráfico:

El Grupo ha desarrollado un mapa de procesos en el que se describen cada uno de los pasos para la gestión de las reclamaciones, que está dividido en cuatro fases (la recepción de reclamaciones, valoración, control + Atención al cliente y Acción final), como se muestra en el siguiente gráfico:



• Reclamaciones clientes B2B

En el año 2021, el número de reclamaciones e incidencias de los clientes B2B en Europa y el resto del mundo (excepto América) fueron de 170, correspondiente a incidencias de 404 artículos. Las principales reclamaciones de producto fueron relativas a la calidad, piel defectuosa, piel rota, ruido al andar y otros, tal y como se detalla a continuación:

Reclamaciones	2020	2021
Calidad	89	51
Piel defectuosa	73	26
Piel rota	11	15
Ruido al andar	-	10
Otros*	47	68
Total	220	170

*Nota. Manchas, rotos, terminación, mal uso, etc.

Además, las reclamaciones de B2B de Estados Unidos se gestionan a través de correo electrónico. En 2021 se recibieron un total de 272 solicitudes de devolución.

- Reclamaciones clientes B2C

Por otro lado, las reclamaciones de los clientes B2C en Europa se realizaron a través de la plataforma Magento hasta el mes de septiembre. Actualmente, la herramienta se encuentra en actualización. Las principales reclamaciones se detallan a continuación:

Reclamaciones	2021
Tamaño incorrecto	1.249
Sin especificar	357
No me gustó	304
Defectuoso	40
Otros*	48
Total	1.998

*Nota. Relación calidad-precio, defectuoso, descripción inadecuada del producto, etc.

**Nota. Datos hasta el mes de septiembre del año 2021.

Las incidencias de los clientes B2C en Norteamérica se gestionan mediante la herramienta Shipstation.

Reclamaciones	2020	2021
Cambio de opinión	417	782
Cambio de par	297	629
No se ajusta a las expectativas	96	179
Pedido artículo incorrecto	98	119
No especificado	46	99
Otros*	648	1.298
Total	1.602	3.106

*Nota. Artículo dañado, llegó demasiado tarde, garantía, etc.

La mayor parte de las reclamaciones se resolvieron antes del cierre del ejercicio.

Compromiso social

Iniciativas sociales

Uno de los principales valores que distingue al Grupo Blanco Bonete Inversiones es su compromiso con la tradición y con el desarrollo de las comunidades locales. Desde sus inicios, el Grupo ha sido parte de la tradición zapatera de Almansa. En esta línea, una de sus principales prioridades ha sido favorecer la creación de empleo local y priorizar las relaciones con la comunidad.

En este sentido el 92% de los empleados de España son de Almansa.

Además, el 58,7% de las compras se realizan a proveedores locales y nacionales.

País	Gasto Proveedores Locales (€)	Total Gasto (€)	%
España	24.458.416,81	31.196.245,59	78,4%
Portugal	615.756,43	672.292,10	91,6%
Francia	231.058,00	460.829,06	50,1%
Estados Unidos	6.454.857,26	21.732.027,19	29,7%
Total	31.760.088,50	54.061.393,94	58,7%

Nota. Gran parte de las compras de Estados Unidos y Francia son compras de producto que se realizan a las filiales españolas. Ocurre lo mismo con España respecto a Portugal, por lo que el % en gasto en proveedores locales es mayor del que se refleja, excluyendo las operaciones Inter compañía.

Diálogo con los grupos de interés

Los principales grupos de interés, con los que se mantiene una relación y comunicación fluida, son los socios, empleados, clientes, comunidad local, proveedores, sociedad e instituciones y gobierno local.

Grupos de interés	Canales de comunicación
Socios	Junta de socios, Cuentas anuales, Comité de seguridad y salud, Delegados de prevención, Comité de Empresa, Jornadas internas, Estado de Información no Financiera, Informe financiero anual, Reuniones presenciales
Empleados	Departamento de Recursos Humanos, Email, Whatsapp, Tablones de anuncios, Buzón de quejas y sugerencias, redes sociales, Comité de seguridad y salud, Delegados de prevención, Comité de Empresa, Jornadas Internas, Estado de Información no Financiera, Informe financiero anual, Reuniones presenciales, Formación
Clientes	Redes sociales, Web corporativa, <i>Newsletter</i> , Estado de Información no Financiera, Informe financiero anual, Reuniones presenciales, Servicio de <i>Customer Care</i> , Colaboración y Alianzas
Comunidad local	Patrocinios, Comité de empresa, Estado de Información no Financiera, Informe financiero anual, Reuniones presenciales, Colaboración y Alianzas
Proveedores	Email, Redes sociales, Estado de Información no Financiera, Informe financiero anual, Reuniones presenciales, Colaboración y Alianzas
Sociedad	Redes sociales, Estado de Información no Financiera, Informe financiero anual, Colaboración y Alianzas
Instituciones y gobierno local	Email, Comité de empresa, Estado de Información no Financiera, Informe financiero anual, Reuniones presenciales, Colaboración y Alianzas

Donaciones y patrocinios

Los patrocinios y las donaciones que realiza el Grupo están orientadas principalmente al apoyo del deporte local, lo que promueve un estilo de vida saludable y equilibrado. Adicionalmente, el Grupo apoya las fiestas locales a través de acciones de patrocinio. Sin embargo, en este ejercicio no se han realizado, debido a las circunstancias derivadas de la pandemia del COVID-19.

Durante el 2021, se ha colaborado con distintas entidades como la Fundación Cre100do, Bombeiros Voluntarios de Arrifana y AFA Almansa por un total de 3.215 euros, que se desglosan a continuación:

Organización	Descripción del proyecto	Aportación (€)
CRE100DO	Donación anual cuyo objetivo es ayudar a crecer y promocionar en el exterior el mid market Español.	3.000
Bombeiros Voluntarios de Arrifana	Donativo Navideño.	60
AFA Almansa	Cuota anual a la Asociación de Enfermos de Alzheimer.	150

Asociaciones

Durante este ejercicio, el Grupo ha formado parte de las siguientes asociaciones.

Asociación	Euros
Asociación de Fabricantes del Calzado	4.892
Centro Tecnológico de Calzado (INESCOP)	720
Círculo Fortuny	7.500
Asociación Española de Económica Digital (A-Digital)	4.500
New Albany Chamber of Commerce (Ohio)	-
Total	17.612

El Grupo ha aportado un total de 17.612 euros en concepto de membresía.

Anexo I

Índice de contenidos de la Ley 11/2018, de 28 de diciembre, en materia de información no financiera y diversidad

Información solicitada por la Ley 11/2018	Página o apartado del informe donde se da respuesta al requerimiento de la Ley 11/2018	Criterio de reporting: GRI (Versión 2016 si no se indica lo contrario)
Información general		
Una breve descripción del modelo de negocio que incluye su entorno empresarial, su organización y estructura	4-9	GRI 102-1 GRI 102-2 GRI 102-7
Mercados en los que opera	7	GRI 102-3 GRI 102-4 GRI 102-6
Objetivos y estrategias de la organización	8	GRI 103-2
Principales factores y tendencias que pueden afectar a su futura evolución	8-9	GRI 102-15
Marco de reporting utilizado	3	GRI 102-54
Principio de materialidad	17	GRI 102-46 GRI 102-47
Cuestiones medioambientales		
Enfoque de gestión: descripción y resultados de las políticas relativas a estas cuestiones, así como de los principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del grupo	32-38	GRI 102-15 GRI 103-2
Información general detallada		
Información detallada sobre los efectos actuales y previsibles de las actividades de la empresa en el medio ambiente y en su caso, la salud y la seguridad	32	GRI 102-15 GRI 103-2
Procedimientos de evaluación o certificación ambiental	32	GRI 103-2
Recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales	32	GRI 103-2
Aplicación del principio de precaución	32	GRI 102-11
Cantidad de provisiones y garantías para riesgos ambientales	32	GRI 103-2

Información solicitada por la Ley 11/2018	Página o apartado del informe donde se da respuesta al requerimiento de la Ley 11/2018	Criterio de reporting: GRI (Versión 2016 si no se indica lo contrario)	
Contaminación	Medidas para prevenir, reducir o reparar las emisiones que afectan gravemente el medio ambiente; teniendo en cuenta cualquier forma de contaminación atmosférica específica de una actividad, incluido el ruido y la contaminación lumínica	38	GRI 103-2
Economía circular y prevención y gestión de residuos	Medidas de prevención, reciclaje, reutilización, otras formas de recuperación y eliminación de desechos	33-34	GRI 103-2 GRI 306-1 (2020) GRI 306-2 (2020) GRI 306-3 (2020) GRI 306-4 (2020) GRI 306-5 (2020)
Acciones para combatir el desperdicio de alimentos	No material		
Uso sostenible de los recursos	Consumo de agua y suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales	36-37	GRI 303-5 (2018)
Consumo de materias primas y medidas adoptadas para mejorar la eficiencia de su uso	40-41	GRI 103-2 GRI 301-1	
Consumo, directo e indirecto, de energía	34-36	GRI 302-1 GRI 302-3	
Medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética	36	GRI 103-2	
Uso de energías renovables	35	GRI 302-1	
Cambio climático	Emisiones de gases de efecto invernadero generadas como resultado de las actividades de la empresa, incluido el uso de los bienes y servicios que produce	37-38	GRI 103-2 GRI 305-1 GRI 305-2
Medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático	37	GRI 103-2	
Metas de reducción establecidas voluntariamente a medio y largo plazo para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y los medios implementados para tal fin	37	GRI 103-2 GRI 305-5	
Protección de la biodiversidad	Medidas tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad	38	GRI 103-2
Impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas	38	GRI 103-2	

Información solicitada por la Ley 11/2018	Página o apartado del informe donde se da respuesta al requerimiento de la Ley 11/2018	Criterio de reporting: GRI (Versión 2016 si no se indica lo contrario)
Cuestiones sociales y relativas al personal		
Enfoque de gestión: descripción y resultados de las políticas relativas a estas cuestiones, así como de los principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del grupo	18-31	GRI 102-15 GRI 103-2
Empleo		
<u>Número total y distribución de empleados por país, sexo, edad y clasificación profesional</u>	18-19	GRI 102-8 GRI 405-1
<u>Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo</u>	20	GRI 102-8 GRI 405-1
<u>Promedio anual de contratos indefinidos, de contratos temporales y de contratos a tiempo parcial por sexo, edad y clasificación profesional</u>	20-21	GRI 102-8 GRI 405-1
<u>Número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional</u>	22	GRI 103-2 GRI 401-1
<u>Remuneraciones medias y su evolución desagregados por sexo, edad y clasificación profesional o igual valor</u>	25-26	GRI 103-2 GRI 405-2
<u>Brecha salarial, la remuneración de puestos de trabajo iguales o de media de la sociedad</u>	26-27	GRI 103-2 GRI 405-2
<u>Remuneración media de los consejeros y directivos, incluyendo la retribución variable, dietas, indemnizaciones, el pago a los sistemas de previsión de ahorro a largo plazo y cualquier otra percepción desagregada por sexo</u>	28	GRI 103-2
<u>Implantación de políticas de desconexión laboral</u>	24	GRI 103-2
<u>Número de empleados con discapacidad</u>	24	GRI 103-2 GRI 405-1
Organización del trabajo		
<u>Organización del tiempo de trabajo</u>	24	GRI 103-2
<u>Número de horas de absentismo</u>	21	GRI 103-2 GRI 403-9 (2018)
<u>Medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio corresponsable de estos por parte de ambos progenitores</u>	24	GRI 103-2

Información solicitada por la Ley 11/2018	Página o apartado del informe donde se da respuesta al requerimiento de la Ley 11/2018	Criterio de reporting: GRI (Versión 2016 si no se indica lo contrario)
Salud y seguridad		
Condiciones de salud y seguridad en el trabajo	28-30	GRI 403-2 (2018) GRI 403-3 (2018) GRI 403-4 (2018) GRI 403-6 (2018) GRI 403-8 (2018)
Accidentes de trabajo, en particular su frecuencia y gravedad, así como las enfermedades profesionales; desagregado por sexo	29	GRI 403-9 (2018) GRI 403-10 (2018)
Relaciones sociales		
Organización del diálogo social incluidos procedimientos para informar y consultar al personal y negociar con ellos	30-31	GRI 103-2
Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país	31	GRI 102-41
Balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y la seguridad en el trabajo	30-31	GRI 103-2 GRI 403-4 (2018)
Formación		
Políticas implementadas en el campo de la formación	23	GRI 103-2
Cantidad total de horas de formación por categoría profesional	23	GRI 404-1
Accesibilidad universal		
Accesibilidad universal de las personas con discapacidad	24	GRI 103-2
Igualdad		
Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres	23-24	GRI 103-2
Planes de igualdad, medidas adoptadas para promover el empleo, protocolos contra el acoso sexual y por razón de sexo	23-24	GRI 103-2
Política contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad	23-24	GRI 103-2

Información solicitada por la Ley 11/2018	Página o apartado del informe donde se da respuesta al requerimiento de la Ley 11/2018	Criterio de reporting: GRI (Versión 2016 si no se indica lo contrario)
Respeto de los Derechos Humanos		
Enfoque de gestión: descripción y resultados de las políticas relativas a estas cuestiones, así como de los principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del grupo	13	GRI 102-15 GRI 103-2
Aplicación de procedimientos de diligencia debida		
Aplicación de procedimientos de diligencia debida en materia de derechos humanos y prevención de los riesgos de vulneración de derechos humanos y, en su caso, medidas para mitigar, gestionar y reparar posibles abusos cometidos	13	GRI 102-16 GRI 102-17
Denuncias por casos de vulneración de derechos humanos	13	GRI 103-2 GRI 406-1
Medidas implementadas para la promoción y cumplimiento de las disposiciones de los convenios fundamentales de la OIT relacionadas con el respeto por la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva; la eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación; la eliminación del trabajo forzoso u obligatorio; la abolición efectiva del trabajo infantil	13	GRI 103-2
Lucha contra la corrupción y el soborno		
Enfoque de gestión: descripción y resultados de las políticas relativas a estas cuestiones así como de los principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del grupo	13	GRI 102-15 GRI 103-2
Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno	13	GRI 102-16 GRI 102-17
Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales	13	GRI 102-16 GRI 102-17
Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro	46-47	GRI 102-13
Información sobre la sociedad		
Enfoque de gestión: descripción y resultados de las políticas relativas a estas cuestiones, así como de los principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del grupo	10-15, 39-44,45-47	GRI 102-15 GRI 103-2

Información solicitada por la Ley 11/2018	Página o apartado del informe donde se da respuesta al requerimiento de la Ley 11/2018	Criterio de reporting: GRI (Versión 2016 si no se indica lo contrario)
Compromisos de la empresa con el desarrollo sostenible		
El impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local	45	GRI 203-1
El impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio	45	GRI 103-2 GRI 413-1
Las relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos	45-46	GRI 102-43 GRI 413-1
Las acciones de asociación o patrocinio	46-47	GRI 102-12 GRI 102-13
Subcontratación y proveedores		
Inclusión en la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales	39-41	GRI 103-2
Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental	41	GRI 102-9
Sistemas de supervisión y auditorías y resultados de las mismas	39-41	GRI 102-9 GRI 308-2
Consumidores		
Medidas para la salud y la seguridad de los consumidores	39-41	GRI 103-2 GRI 416-1
Sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de las mismas	42-44	GRI 103-2
Información fiscal		
Los beneficios obtenidos país por país	14	GRI 207-4 (2019)
Los impuestos sobre beneficios pagados	14	GRI 207-4 (2019)
Las subvenciones públicas recibidas	14-15	GRI 201-4 (2019)



BLANCO BONETE INVERSIONES

www.magnanni.com