



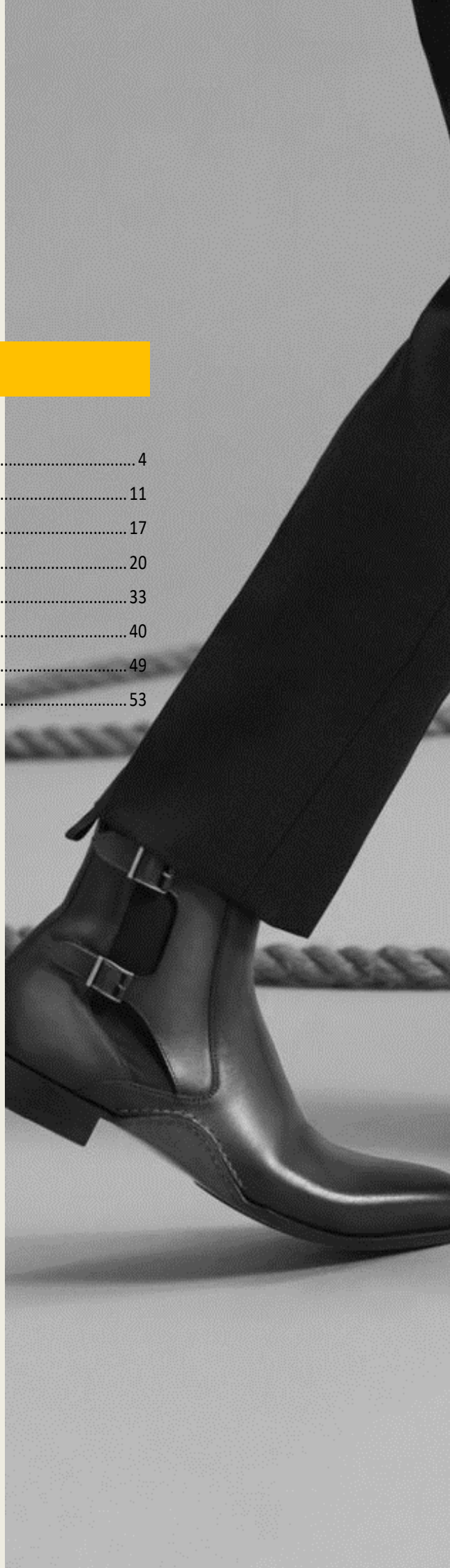
MAGNANNI

Blanco Bonete Inversiones y Sociedades Dependientes

Estado de Información No Financiera Consolidado 2022

Índice de contenidos

Acerca de este informe y Modelo de negocio	4
Ética y Buen Gobierno	11
Nuestra hoja de ruta en sostenibilidad.....	17
Nuestras Personas	20
Respeto hacia el medio ambiente.....	33
Calidad excepcional	40
Compromiso Social	49
Anexo I.....	53





Acerca de este informe
y **Modelo de negocio**

1. Acerca de este informe y Modelo de negocio

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 externa.

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.

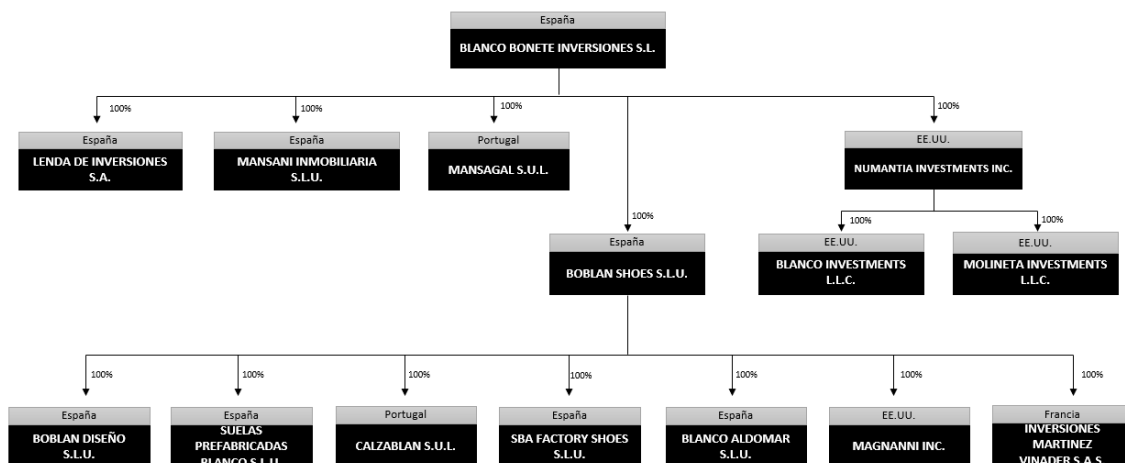
El Grupo tiene su origen en **1954**, en que fue fundada por Sebastián Blanco Aldomar, en la localidad de Almansa (Albacete). La empresa comenzó con cuatro empleados y una producción de 20 pares de zapatos al día. En **1959**, Sebastián se asocia con Antonio García Pastor y crean la marca Blangar. La 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 han aumentado su vinculación en las áreas financieras e inmobiliarias del grupo en detrimento de la rama industrial.

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 cabecera del Grupo, es una sociedad limitada, propiedad de los hermanos Blanco, y de ella dependen el resto de sus sociedades participadas.



*Lenda Inversiones, S.A. se incorpora al perímetro de consolidación en 2022. Su actividad es exclusivamente de carácter financiero y no cuenta con empleados.

- **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.
- **LEDA INVERSIONES, S.A.:** Su actividad principal es la inversión generando rentabilidad económica a los excedentes de tesorería del Grupo.
- **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: guarnecido y el cosido 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 iniciales (corte) y finales (montado y terminación) 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 fases intermedias 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 trata de la parte del Grupo dedicada al diseño, fabricación y comercialización de zapatos, cinturones, accesorios y otros artículos de piel, dirigidos al segmento lujo bajo la marca Magnanni, para un consumidor eminentemente masculino, aunque recientemente se ha lanzado una línea de señora.

En la actividad del calzado, los principales clientes del B2B son comercios de lujo y grandes almacenes multimarca de las principales plazas comerciales del mundo. En B2C, particulares que compran a través de las páginas web, o de marketplaces.

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.

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.



Resultados económicos

La totalidad de las ventas durante este año ha sido 49.788.516 euros, distribuidos como se detalla a continuación por mercados geográficos. En 2021 la cifra fue de 35.492.113 euros.

Ventas por área geográfica	España	EE. UU.	Europa	Otros	Total
2021	1.059.570	24.924.454	5.018.599	4.489.490	35.492.113
2022	1.637.687	33.857.758	8.128.346	6.164.725	49.788.516

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.

Otras prioridades estratégicas son la construcción y modernización de sus fábricas y estructuras productivas, así como el desarrollo digital.

A su vez, el Grupo ha lanzado su línea de señora, con un foco inicial en el negocio B2C. En dos temporadas se espera que se consolide esta línea y que se extienda al negocio B2B.

Por último, se espera consolidar el área de sostenibilidad, lo que permitirá poner en marcha la estrategia de sostenibilidad hacia un horizonte de dos años.

Contexto sectorial, factores y tendencias

El año 2022 fue un periodo de recuperación de la normalidad en el sector después del efecto generado por la crisis sanitaria. Es destacable que los distribuidores y grandes almacenes aumentaran considerablemente la demanda de producto ante la falta de stock, debido a que en los ejercicios afectados por la pandemia se redujeron las compras haciendo uso de sus stocks. Este hecho explica parte del aumento en la producción y la facturación del año, llegando a niveles similares a los de 2019.

Asimismo, continua el cambio de tendencia de la moda con una mayor demanda hacia un estilo de calzado más casual e informal. Sin embargo, también se ha vuelto a consumir calzado de vestir como consecuencia del regreso a las oficinas.

Por otro lado, la inflación ha provocado el aumento de precios de las materias primas y de la energía, que obliga al aumento de precios de venta, o al recorte de márgenes.

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.

Por su parte, el Comité de Dirección de Boblan Shoes S.L.U. establece las prioridades estratégicas del holding industrial. El equipo ejecutivo de las distintas unidades de negocio son los responsables 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.

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 ha identificado los siguientes riesgos que podrían afectar a su desempeño:

- 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 o a reducir márgenes.
- Cambios de la 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 y hábitos de consumo que obliguen a un plazo de adaptación de las colecciones en tiempo record.



Ética y Buen Gobierno

2. Ética y Buen Gobierno

Cultura corporativa

El Grupo Blanco Bonete Inversiones se identifica con un conjunto de valores, los cuales se han ido forjando a lo largo del tiempo, y que son de aplicación a todas las sociedades 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 vuelve 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.

Políticas 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.

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 desleal:** Cada miembro del Grupo debe promover y defender 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, 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 de los empleados pueda comunicar posibles incumplimientos de la legislación aplicable, del Código Ético o de la normativa que lo desarrolla. Para ello, se pone a disposición el Canal Ético del Grupo (legal@magnanni.es), que se configura como de carácter estrictamente confidencial.

En 2022, se han contratado los servicios de un consultor externo para fortalecer el compromiso ético y de cumplimiento en el Grupo, así como diseñar el Modelo de Compliance Penal. A través de este proceso, se identificarán los principales riesgos penales a los que está expuesta la compañía, y se establecerán, en su caso, los controles para hacer frente a dichos riesgos. Este proyecto se pondrá en marcha en el siguiente ejercicio.

Para implementar el modelo se llevarán a cabo distintas fases que incluyen:

- La identificación y documentación de los riesgos penales que puedan afectar al Grupo.
- La identificación de los procedimientos y controles mitigantes relacionados con los riesgos detectados.
- La realización de recomendaciones en relación con el sistema de control interno.
- El asesoramiento en relación con elementos básicos que constituyen controles de alto nivel.

Lucha contra la corrupción, el soborno y blanqueo de capitales

En el Código de Conducta del Grupo se incluye un apartado sobre la Política de regalos y el Conflicto de Intereses.

Por un lado, 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.

Por otro, de acuerdo con la Política de regalos, solo se aceptarán aquellos regalos u obsequios de clientes o proveedores que respeten los límites establecidos por el Grupo y se otorguen por razones comerciales legítimas.

Durante el 2022, no se han presentado denuncias referentes a corrupción, soborno o blanqueo de capitales.

En el marco del proyecto de Compliance Penal se reforzarán los aspectos relativos a corrupción, soborno y 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 ofrece igualdad de oportunidades, conforme a lo establecido en su Código de Conducta en el apartado "igualdad de trato".

El Grupo está especialmente comprometido con la igualdad de oportunidades y la no discriminación en las áreas vinculadas al empleo.

Finalmente, destacar que durante los dos últimos años no se han recibido denuncias en relación a incumplimientos con los Derechos Humanos.

Información Fiscal

El Grupo Blanco Bonete Inversiones 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 2022 el resultado antes de impuestos consolidado del Grupo ha sido de 11.980.401 euros (año 2021 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	2021	2022
España	8.358.959,32	23.130.842
Portugal	(375.042,42)	991.994
Francia	(87.913,67)	(60.318)
Estados Unidos	3.681.929,96	4.568.259
Eliminaciones*	(7.592.668)	(16.650.376)
Total	3.985.268	11.980.401

Nota 1. 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	2021	2022
España	56.137,78	834.821,44
Portugal	269,05	961,22
Francia	0,00	0,00
Estados Unidos	707.156,98	719.373,71
Total	763.563,81	1.555.156,37

Nota 1. Se contabiliza el impuesto de Sociedades con el criterio de caja, incluyendo el pago del impuesto correspondiente al año 2021, así como los pagos a cuentas del año 2022.

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

Subvenciones públicas recibidas

Durante 2022 Grupo Blanco Bonete Inversiones, S.L. y Sociedades Dependientes recibió subvenciones públicas por importe de 796.154 euros frente a los 796.154 euros del ejercicio anterior.

País	2021	2022
España	1.419,70	9.185,00
Portugal	175.537,26	15.843,29
Francia	68.704,06	5.476,55
Estados Unidos	550.493,09*	0,00
Total	796.154,11	30.504,84

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

*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 2021 y 2022:

País	2021	2022
España	135.194,27	662.316,03
Portugal	29.293,15	100.767,64
Francia	0,00	0,00
Estados Unidos	0,00	0,00
Total	164.487,42	763.083,67



Nuestra hoja
de ruta en sostenibilidad

3. Nuestra hoja de ruta en sostenibilidad

El Grupo cree que la integración de los aspectos ambientales, sociales y de gobernanza en su estrategia y políticas permite establecer una visión a largo plazo y marcar una diferencia significativa.

Bajo esta premisa, en 2022, el Grupo realizó un diagnóstico sobre los aspectos de gobernanza, sociales y ambientales en el ciclo de vida de los zapatos. Este diagnóstico es el punto de partida para la definición de la estrategia de sostenibilidad.

Durante el proceso de diagnóstico se estableció un equipo de trabajo, quienes han sido los responsables de concienciar internamente y participar activamente en el proceso. Este equipo está formado por CEO, Director Financiero, Director de Producción y Materiales, Responsable de Sostenibilidad, Responsable Medioambiental, Director IT y responsable de Prevención de Riesgos Laborales.

El proceso consistió en la evaluación de los aspectos sociales, económicos, ecológicos y culturales de la compañía en torno a las fases del ciclo de vida del zapato, tomando como referencia el índice de calzado sostenible, parámetro que mide el grado de compromiso de la compañía con la sostenibilidad.

Tomando como base el resultado del análisis (se obtuvo un índice de calzado sostenible del 59%), el Grupo establecerá su plan estratégico ESG.

Asimismo, se realizó una auditoría siguiendo la herramienta *SDG Action Manager* con el objetivo de conocer como el Grupo contribuye a la Agenda 2030. En primera instancia se ha cumplimentado el cuestionario disponible en la herramienta y los resultados han permitido conocer cuáles son los ODS en los que el Grupo tiene más impacto por su actividad.

Los ODS prioritarios identificados son: ODS 3. Salud y bienestar, ODS 4. Educación de calidad, ODS 7. Energía asequible y no contaminante, ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico y ODS 12. Producción y consumo responsables.

Asuntos materiales

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 2022, se ha realizado una revisión y actualización de los asuntos materiales del sector del calzado.

Tras el citado análisis, los asuntos materiales definidos por el Grupo para el ejercicio 2021 siguen vigentes en 2022.

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.

Diálogo con los grupos de interés

Los principales grupos de interés identificados por el Grupo son: socios, empleados, clientes, comunidad local, proveedores, sociedad e instituciones y gobierno local, con los cuales establece un trato basado en una relación de cercanía y confianza, un diálogo fluido y eficiente y una comunicación transparente sobre los aspectos económicos, sociales, ambientales y de gobernanza.

A continuación, se detallan los principales canales de comunicación:

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, 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



Nuestras Personas

4. Nuestras Personas

Las personas contribuyen cada día al desarrollo de las actividades del Grupo y la creación de valor a medio y largo plazo. El Grupo se esfuerza para que en el trabajo prime el bienestar y la profesionalidad de los empleados, así como relaciones basadas en el respeto y la confianza mutua.

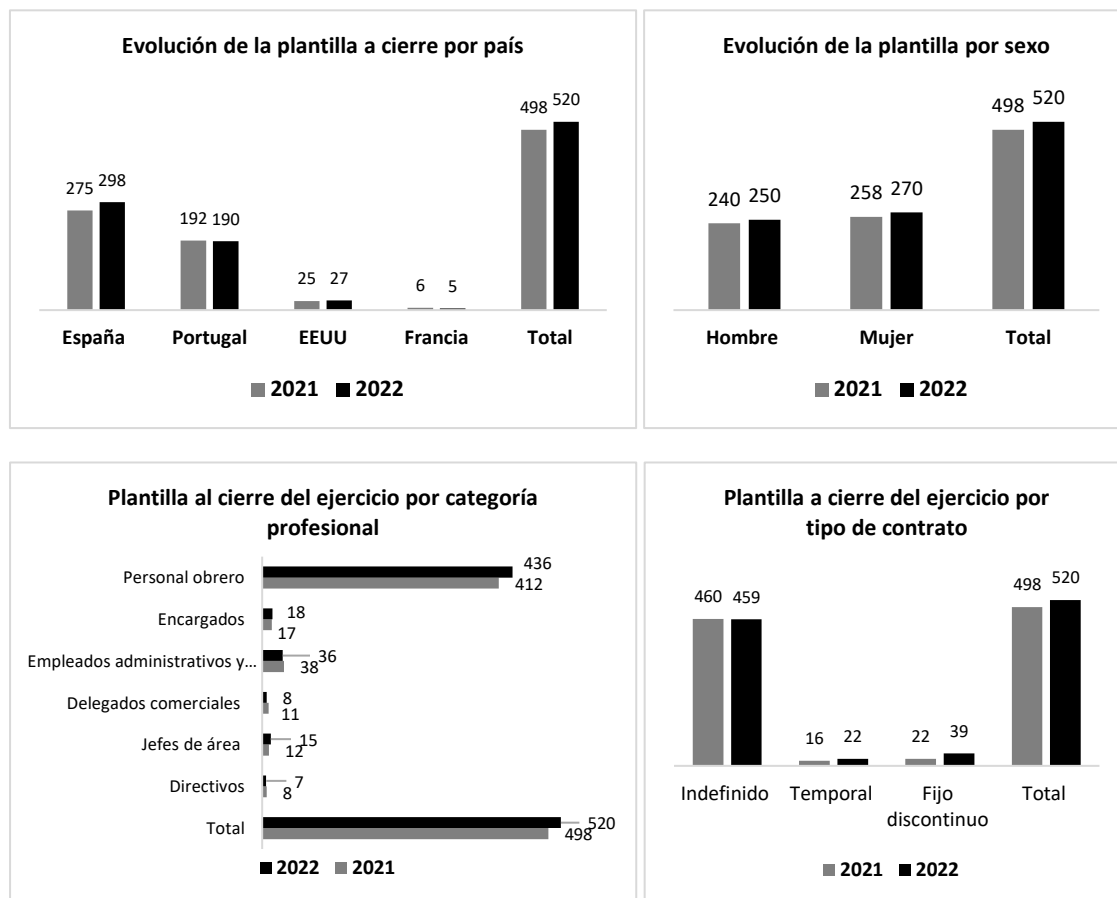
Perfil de la plantilla

Al cierre del ejercicio 2022 la plantilla del Grupo se situaba en 520 personas (el 52% son mujeres y el 48% hombres) frente a las 498 del ejercicio anterior, lo que supone un aumento del 4%.

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 2022 ascendió al 96% (97% en 2021).

En lo que respecta a las categorías profesionales, el personal obrero representa el 84% respecto al total de la plantilla, seguido de un 7% de administrativos. El resto de plantilla se distribuye entre encargados, jefes de área, delegados comerciales y directivos.

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



Plantilla por países ¹	2021	2022
España	275	298
Portugal	192	190
EEUU	25	27
Francia	6	5
Total	498	520

Plantilla por Sexo ¹	2021	2022
Hombre	240	250
Mujer	258	270
Total	498	520

Plantilla por rango de edad y sexo ¹	2021			2022		
	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total
Más de 50 años	78	94	172	83	92	175
30-50 años	126	132	258	126	142	268
Menos de 30 años	36	32	68	41	36	77
Total	240	258	498	250	270	520

Plantilla por categoría profesional y sexo ¹	2021			2022		
	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total
Personal obrero	181	231	412	193	243	436
Encargados	14	3	17	15	3	18
Empleados administrativos y comerciales	19	19	38	17	19	36
Delegados comerciales	9	2	11	7	1	8
Jefes de área	9	3	12	11	4	15
Directivos y Director comercial	8	0	8	7	0	7
Otros contratos	0	0	0			
Total	240	258	498	250	270	520

Plantilla por tipo de contrato, tipo de empleo y sexo ¹	2021			2022		
	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total
Temporal a tiempo completo	6	6	12	9	13	22
Temporal a tiempo parcial	3	1	4	0	0	0
Fijo discontinuo	22	0	22	27	12	39
Indefinido a tiempo completo	209	248	457	208	233	441
Indefinido a tiempo parcial	0	3	3	6	12	18
Formación	0	0	0	0	0	0
Otros contratos	0	0	0	0	0	0
Total	240	258	498	250	270	520

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 2021 y 2022 desglosado por sexo, edad y categoría profesional tanto por tipo de contrato como tipo de empleo. La plantilla media del año 2022 se situó en 496,90, un 5% superior con respecto a los 474,2 trabajadores del ejercicio 2021.

Plantilla media por tipo de contrato, tipo de empleo y sexo ²	2021			2022		
	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total
Temporal a tiempo completo	1,40	1,50	2,90	5,20	7,00	12,20
Temporal a tiempo parcial	1,00	0,20	1,20	0,50	0,00	0,50
Fijo discontinuo	22,30	0,00	22,30	27,10	10,00	37,10
Indefinido a tiempo completo	207,70	238,40	446,10	212,00	222,60	434,60
Indefinido a tiempo parcial	0,00	1,70	1,70	3,90	8,60	12,50
Total	232,40	241,80	474,20	248,70	248,20	496,90

Plantilla media por tiempo de contrato, empleo y edad ²	2021				2022			
	> 50	30-50	< 30	Total	> 50	30-50	< 30	Total
Temporal a tiempo completo	0,10	2,70	0,10	2,90	0,90	6,20	5,10	12,20
Temporal a tiempo parcial	0,40	0,30	0,40	1,10	0,40	0,00	0,10	0,50
Fijo discontinuo	10,00	12,30	0,00	22,30	14,50	19,30	3,30	37,10
Indefinido a tiempo completo	155,60	222,70	67,90	446,20	160,30	220,70	53,60	434,60
Indefinido a tiempo parcial	0,50	1,20	0,00	1,70	0,20	11,30	1,00	12,50
Total	166,60	239,20	68,40	474,20	176,30	257,5	63,10	496,90

Plantilla media por categoría profesional y sexo ²	2021			2022		
	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total
Personal obrero	177,50	217,80	395,30	190,10	223,90	414,00
Encargados	13,60	3,00	16,60	14,80	3,00	17,80
Empleados administrativos y comerciales	18,00	16,80	34,80	18,00	15,50	33,50
Delegados comerciales	7,10	1,20	8,30	7,00	1,80	8,80
Jefes de área	9,00	3,00	12,00	11,00	4,00	15,00
Directivos	7,20	0,00	7,20	7,70	0,00	7,70
Total	232,40	241,80	474,20	248,60	248,20	496,80

Plantilla media por categoría profesional y edad ²	2021				2022			
	>50	30-50	<30	Total	>50	30-50	>30	Total
Personal obrero	145,10	195,00	55,20	395,30	152,10	208,40	53,60	414,10
Encargados	7,40	8,10	1,00	16,50	9,50	8,30	0,00	17,80
Empleados administrativos y comerciales	9,00	15,60	10,20	34,80	8,00	19,00	6,50	33,50
Delegados comerciales	0,80	6,50	1,00	8,30	1,00	6,70	1,00	8,70
Jefes de área	3,00	8,00	1,00	12,00	4,00	9,00	2,00	15,00
Directivos	1,30	6,00	0,00	7,30	1,70	6,00	0,00	7,70
Total	166,60	239,20	68,40	474,20	176,3	257,40	63,10	496,80

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

² No se incluyen los seis administradores del Grupo que ostentan labores ejecutivas.

Las horas de absentismo del Grupo en el año 2022 fueron de 66.764³ horas, un 15% menos respecto al ejercicio 2021 (78.624 horas). El alcance de los datos corresponde a los trabajadores de España y Portugal.

Durante el ejercicio se ha consolidado el sistema de fichaje (GT) como el mecanismo para la medición del absentismo en España.

Tasa de rotación y desvinculación laboral

A lo largo del año 2022 se produjeron 99 nuevas incorporaciones (58 en 2021) y 80 bajas (65 en 2021), situándose la tasa de la rotación en el 13,33⁴%.

Durante el año se registraron 14 desvinculaciones (25 en 2021). A continuación, se muestran desglosados por sexo, rango de edad y categoría profesional.

Despidos por edad ⁵	2021	2022
<30	7	3
30-50	7	7
>50	11	4
Total	25	14

Despidos por sexo ⁵	2021	2022
Hombre	16	4
Mujer	9	10
Total	25	14

Despidos por categoría profesional ⁵	2021	2022
Personal obrero	25	12
Empleados administrativos y comerciales	0	1
Directivos	0	1
Total	25	14

Desarrollo de talento

El Grupo está 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 y un plan de formación global, las distintas áreas funcionales y las fábricas diseñan sus propios itinerarios formativos acordes a sus prioridades y necesidades. Además, cuando un nuevo empleado se incorpora o cambia su posición interna recibe una formación específica durante aproximadamente dos meses.

Durante 2022, se han impartido un total de 1.537 horas frente a las 1.510 horas de 2021, lo que ha representado un aumento del 2%. La formación se ha impartido en modalidad online (405 horas), semi presencial (300 horas) y presencial (832 horas).

³ Las horas de absentismo incluyen las contingencias profesionales comunes y las ausencias no justificadas.

⁴ La tasa de rotación incluye bajas voluntarias, involuntarias, fin de contrato etc. de cualquier persona que haya estado al menos un día en la empresa.

⁵ Los datos incluyen tanto despidos como desvinculaciones antes de finalizar periodo de prueba.

Además, la mayor parte ha estado dirigida al personal de obra y a los empleados administrativos y comerciales en un 45% y un 41%, respectivamente.

El 100% de la plantilla en España se ha formado en aspectos de PRL, igualdad y antiacoso.

Categoría profesional (horas)	2021*	2022*
Personal obrero	4	696
Encargados	8	38
Empleados administrativos y comerciales (administrativos-auxiliares/administrativos subalternos)	959	636
Delegados comerciales	0	0
Jefes de área	13	11
Directivos y director comercial	526	156
Total	1.510	1.537

*Nota. En 2021 y 2022 la mayor parte de las horas de formación se han impartido en España.

Nota. Las variaciones relevantes que se presentan en la categoría de personal obrero vienen principalmente por la formación en temas de Igualdad y PRL impartidas en 2022.

Igualdad y diversidad

El Grupo promueve la dignidad, integridad y la no discriminación en el entorno de trabajo. Este compromiso se encuentra consignado en el Código de Conducta en el que se rechaza la discriminación por cualquier condición social, física o personal del empleado, así como la discriminación por género, edad, raza, religión, ideología, orientación sexual o discapacidad.

Además, el Grupo dispone de un procedimiento de selección y promoción de personal, donde se establecen específicamente las medidas necesarias para garantizar la igualdad de oportunidades (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 dicho procedimiento 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.

En 2022, se abrieron cinco vacantes en el área de corte, tres de las cuales han sido cubiertas por mujeres. Estas posiciones son habitualmente ocupadas por hombres. Asimismo, otra de las iniciativas relevantes realizadas fue la formación al 100% de la plantilla en España en materia de igualdad.

De acuerdo con la legislación española, existe la obligación de que las empresas con más de 50 empleados dispongan de un Plan de Igualdad. Este requerimiento aplica a la Sociedad SBA Factory Shoes S.L.U., quien, a lo largo de 2022, inició la elaboración de su nuevo Plan de Igualdad, (que será registrado a lo largo de 2023), renovando el realizado en 2018.

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.

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

Durante 2022, se recibió una denuncia. El Comité de Empresa puso en marcha el protocolo y dicha denuncia fue desestimada a la finalización de la investigación.

Con la finalidad de promover la igualdad en sus zonas de influencia, el Grupo en los eventos deportivos que patrocina en España incluye el eslogan “Magnanni por la igualdad”. Esta iniciativa se reactivó después de haber sido suspendida a consecuencia de la pandemia.

Discapacidad

En el año 2022 el número de empleados que tenía alguna discapacidad en España era de 8 personas (5 personas en 2021), cumpliendo con la Ley General de Discapacidad.

	2021	2022
Empleados con discapacidad	5	8

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 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 los viernes y los meses de verano, horario flexible para el personal de oficina. Asimismo, se favorece la desconexión digital fuera del tiempo de trabajo.

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, en cada uno de los países donde opera.

En el ejercicio 2022, el Grupo realizó una auditoría retributiva que ha servido de base para la actualización del Plan de Igualdad. Con las conclusiones obtenidas se ha realizado un plan de acción en material salarial.

A continuación, se detalla la remuneración media desglosada por sexo, rango de edad y categoría profesional, así como la brecha salarial de los dos últimos ejercicios. Dichas cifras incluyen el salario base, la remuneración variable y otros complementos.

Remuneración medias por país y sexo (euros) ⁶	2021		2022	
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
España	22.633	18.550	23.230	18.702
Portugal	18.083	10.235	18.414	11.023
Francia	30.757	22.309	33.310	28.214
EEUU	73.747	36.682	94.155	50.572

⁶ Las remuneraciones medias de los seis socios con labores ejecutivas no se reportan por motivo de confidencialidad.

Remuneraciones medias por país, edad y sexo (euros) ⁶	2021					
	<30		30-50		>50	
País	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

Remuneración medias por país, edad y sexo (euros) ⁶	2022					
	<30		30-50		>50	
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
España	17.751	16.459	25.619	18.829	21.633	18.892
Portugal	11.602	10.770	12.607	11.213	27.054	10.850
Francia	30.405	N/A	34.537	28.214	N/A	N/A
EEUU	63.630	53.389	101.106	35.265	117.901	N/A

Remuneración media por categoría profesional, sexo y país ⁶	2021											
	Directivos		Empleados administrativos y comerciales		Encargados		Personal obrero		Jefes de área		Delegados comerciales	
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
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

Remuneración media por categoría profesional, sexo y país (euros) ⁶	2022											
	Directivos		Empleados administrativos y comerciales		Encargados		Personal obrero		Jefes de área		Delegados comerciales	
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
España	118.856	N/A	35.699	26.019	33.470	30.333	17.558	16.656	54.191	37.847	62.030	N/A
Portugal	123.832	N/A	10.580	16.919	28.850	18.770	12.485	10.837	26.388	26.117	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	33.310	28.214
EEUU	244.774	N/A	62.128	46.705	N/A	N/A	39.342	35.161	97.986	71.405	139.130	N/A

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 2021 y 2022.

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.

La brecha existente en el Grupo se ve condicionada por una serie de factores como:

- La masculinización histórica del sector del calzado.
- Menor atracción por parte de las mujeres de la actividad profesional desarrollada.
- A pesar de que poco a poco se ha conseguido que las mujeres desarrollen actividades tradicionalmente ocupadas por hombres (y viceversa), estos cuentan con una mayor experiencia lo que influye en que su remuneración sea mayor. Es una etapa necesaria, pero que dentro de unos años se irá mitigando.
- Concentración de las mujeres en personal obrero, administrativo y comercial.

Remuneraciones medias totales ⁷	2021			2022		
	Hombre	Mujer	Brecha	Hombre	Mujer	Brecha
España	22.633	18.550	18%	23.230	18.702	19%
Portugal	18.083	10.235	43%	18.414	11.023	40%
Francia	30.757	22.309	27%	33.310	28.214	15%
EE. UU.	73.747	36.682	50%	94.155	50.572	46%

- Explicaciones sobre la brecha salarial en 2022 y su evolución frente a 2021.

En este ejercicio, la brecha salarial se ha reducido en tres de los cuatro mercados en los que el Grupo tiene presencia: Francia (un 12%), Portugal (un 3%) y Estados Unidos (un 6%). En España la brecha se ha mantenido en niveles similares a los del ejercicio anterior.

Explicación de la brecha salarial del personal obrero

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 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 9 años, en comparación con la de las mujeres, que es de 1).

En las siguientes tablas, se amplía la información sobre la brecha salarial del personal obrero, quienes en 2022 representan el 84% de la plantilla (un 83% en 2021).

Además, se ha incluido la variable del país (ya que los salarios medios de cada uno varían significativamente), y de la sección específica dentro de la fábrica, debido a que cada una requiere un diferente periodo de formación y nivel de especialización:

País	2021						
	Hombres			Brecha	Mujeres		
	FTEs	Antigüedad	Salario		Media	Antigüedad	FTEs
ESPAÑA	153,9	9,4	17.337	-4,5%	16.561	11,8	59,4
Almacén	2,9	6,0	17.343**	-9%	15.805**	2,1	1,0

⁷ Las remuneraciones medias de los seis socios con labores ejecutivas no se reportan por motivo de confidencialidad.

Corte	27,4	9,2	17.135**	-9%	15.606**	1,0	1,9
Guarnecido	2,2	10,2	16.786*	0%	16.796*	14,7	34,0
Limpieza	N/A	N/A	N/A	N/A	15.681	5,4	2,1
Montado	101,1	9,5	17.391***	-6%	16.387***	9,7	20,3
Suelas	20,3	9,6	17.398	N/A	N/A	N/A	N/A
PORTUGAL	21,0	4,0	11.718	-14%	10.059	5,4	158,0
Almacén	1,0	2,3	11.451	N/A	N/A	N/A	N/A
Arte	4,0	9,2	11.913	N/A	N/A	N/A	N/A
Corte	3,0	8,0	11.213**	-12%	9.883**	4,9	1,0
Guarnecido	N/A	N/A	N/A	N/A	10.030	6,0	130,0
Limpieza	N/A	N/A	N/A	N/A	9.883	2,3	1,0
Montado	13,0	2,7	11.795***	-13%	10.219***	3,2	26,0
USA	2,6	2,4	30.447	6%	32.314	1,7	0,5
Almacén	2,6	2,4	30.447	6%	32.314	1,7	0,5
Total General	177,5	8,5	16.863	-30%	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).

País	2022						
	Hombres			Brecha	Mujeres		
	FTEs	Antigüedad	Salario		Salario	Antigüedad	FTEs
ESPAÑA	164,4	9,25	17.558	-5,1%	16.656	9,97	74,0
Almacén	4,0	8,21	17.374	-6%	16.366	2,02	1,9
Corte	31,0	8,94	17.217	-8%	15.799	1,46	4,8
Guarnecido	2,0	13,15	16.951	0%	16.884	13,47	39,1
Limpieza	N/A	N/A	N/A	N/A	15.959	4,86	2,3
Montado	106,7	9,23	17.625	-6%	16.554	7,97	25,9
Suelas	20,7	9,66	17.821	N/A	N/A	N/A	N/A
PORTUGAL	23,3	4,52	13.653	-21%	10.837	5,68	149,2
Almacén	1,0	3,29	12.470	N/A	N/A	N/A	N/A
Arte	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Corte	3,0	8,98	11.770	-6%	11.070	5,89	1,0
Guarnecido	N/A	N/A	N/A	N/A	10.833	6,36	119,0
Limpieza	N/A	N/A	N/A	N/A	10.510	4,79	2,0
Montado	18,3	3,90	12.602	-14%	10.870	3,23	27,1
USA	3,3	1,73	39.342	-11%	35.161	1,39	0,8
Almacén	3,3	1,73	39.342	-13%	34.206	0,76	0,3
Limpieza	N/A	N/A	N/A	N/A	*		
Total General	191,1	8,32	17.456	-26%	12.842	6,97	223,9

* El salario indicado no se reporta por motivos de confidencialidad al solo ser una persona en esta sección.

La brecha del personal obrero se sitúa en el 26% frente al 30% del ejercicio 2021, lo que representa un descenso de 4 puntos. A continuación, se detallan algunas claves para entender la brecha salarial:

En España, la brecha salarial es del -5,1% que se desglosa de la siguiente manera. En las secciones de almacén (-6%) y corte (-8%) la brecha se debe a que las mujeres cuentan con menor antigüedad que

los hombres en estas secciones. Sin embargo, con respecto al año 2021, la brecha se ha reducido un 3% y un 1%, respectivamente.

En la sección de montado (-6%) la brecha se genera por diversos motivos: aún hay pocas mujeres en esta sección, los salarios más altos corresponden a puestos muy especializados (que aún ocupan mayoritariamente hombres) o a la existencia de pluses por el manejo de maquinaria pesada (que utilizan hombres mayoritariamente), entre otros.

En Portugal la brecha se sitúa en un -21%. Por un lado, en la sección de corte, la brecha del -6% responde a que las mujeres cuentan con menor antigüedad que los hombres. Por otro, en la sección de montado, la brecha alcanza un -14% dado que las mujeres tuvieron bajas más prolongadas que los hombres. Este dato presenta sus limitaciones dado que el sistema no es capaz de tener en cuenta los periodos de baja a la hora de normalizar salarios, por lo que una persona con días de baja aparenta ganar menos que una que no.

En Estados Unidos, en la sección de almacén la brecha ha sido del -13%. %, pero es un dato anecdótico, debido a que la cifra de mujeres es demasiado baja para que el dato resulte una cifra representativa.

– Remuneración Alta Dirección

En la siguiente tabla se muestra la remuneración media de la Alta dirección de los años de 2021 y 2022. Se incluye la retribución variable, dietas, indemnizaciones y cualquier otra percepción a largo plazo.

2021		2022	
Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
148.782,63	N/A	152.037,04	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 trabaja de manera continua en prevenir y mitigar los impactos de la salud y la seguridad de los trabajadores y ofrecerles un entorno laboral seguro y saludable, aplicando de manera rigurosa la normativa de Prevención de Riesgos Laborales y fomentando la cultura de la prevención.

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 psicología, 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 los 50 empleados.

En la actualidad, España dispone de 6 profesionales directos, quienes se encargan de realizar las tareas de salud y seguridad: el Responsable y Técnico de PRL y los 5 miembros del Comité de Seguridad y Salud. Además, todo integrante del Grupo tiene un papel decisivo para garantizar la seguridad en el trabajo.

En 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: Blanco Bonete Inversiones, S.L., Boblan Shoes, S.L.U., Boblan Diseños S.L.U., SBA Factory Shoes, S.L.U., Suelas Prefabricadas Blanco, S.L. y Blanco Aldomar S.L.U. A partir de esta evaluación, se concluye que existen riesgos 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.

Durante el ejercicio 2022, SBA Factory Shoes, S.L.U. se adhirió a la Declaración de Luxemburgo a través de la que se compromete a integrar los principios básicos de la salud en el trabajo en la gestión de la salud de los trabajadores.

El objetivo de la Declaración es aunar esfuerzos para mejorar la salud y el bienestar de las personas en su lugar de trabajo e identificar y difundir ejemplos de buenas prácticas mediante intercambio de experiencias y conocimientos.

Adicionalmente, Blanco Bonete, S.L. y sus Sociedades dependientes en España se ha adherido a la campaña Visión Zero, cuyo propósito es crear una cultura de la prevención de accidentes, daños y enfermedades relacionadas con el trabajo y eliminar sus causas.

Por otro lado, en España se ha formado al 100% de la plantilla en los riesgos inherentes a cada puesto de trabajo. Además, el responsable de salud y seguridad realizó un postgrado en primeros auxilios y planes de emergencia.

Asimismo, se ha realizado una evaluación de riesgos psicosociales a toda la plantilla de SBA FACTORY SHOES, S.L.U para identificarlos, reducirlos o eliminarlos.

A continuación, se desglosan los índices de siniestralidad de los ejercicios 2021 y 2022:

Índices desglosados por género	2021					
	España			Portugal		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Índice de frecuencia	12,75	0,00	12,75	8,34	25,01	16,67
Índice de severidad	0,19	0,00	0,19	0,03	0,81	0,42

Nota. Los datos incluyen las sociedades SBA FACTORY SHOES S.L.U., SUELAS PREFABRICADAS BLANCO S.L.U. y CALZABAN S.U.L.

Índices desglosados por género	2022					
	España			Portugal		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Índice de frecuencia	24,56	11,84	20,55	6,61	3,30	9,91
Índice de severidad	0,46	0,07	0,34	0,04	0,07	0,11

Nota. Los datos incluyen las sociedades SBA FACTORY SHOES S.L.U., SUELAS PREFABRICADAS BLANCO S.L.U. y CALZABAN S.U.L.

*Índice frecuencia (IF): (Nº accidentes con baja / Nº de horas trabajadas * Media trabajadores) x 1.000.000.*

*Índice de gravedad (IG): (Nº jornadas no trabajadas / Nº de horas trabajadas * Media trabajadores) x 1.000*

En el ejercicio 2022, se produjeron 22 accidentes (15 hombres y 7 mujeres), siendo 14 accidentes con baja laboral (11 hombres y 3 mujeres), frente a los 18 accidentes de 2021 (12 hombres y 6 mujeres) de los cuales 12 accidentes fueron con baja laboral (6 hombres y 6 mujeres).

Durante 2022, en España el índice de frecuencia de accidentes fue de 20,55 por millón de horas trabajadas y el de gravedad del 0,34, mientras en el año 2021 el índice de frecuencia fue de 12,75 y gravedad 0,19 respectivamente.

Por su parte, en Portugal el índice de frecuencia de accidentes fue de 9,91 por millón de horas trabajadas y el de gravedad de 0,11, frente al índice de frecuencia fue de 16,67 y el de gravedad 0,42 del año 2021.

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 2022.

Diálogo social

Empleados cubiertos por un convenio colectivo	2021	2022
España	100%	100%
Portugal	100%	100%
Francia	100%	100%
EE.UU. *	0%	0%

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

En España y Portugal, los empleados están acogidos al convenio colectivo de la industria del calzado, y en Francia al convenio de grandes almacenes. En España, a principios de 2023 ha sido aprobado un nuevo convenio colectivo que cubre el periodo 2022-2025 (el 2022 de forma retroactiva). El nuevo convenio no incluye modificaciones significativas.

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 242 trabajadores (219 trabajadores en 2021) del Grupo (un 47% del total de la plantilla).

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

5. Respeto hacia el medio ambiente

El Grupo cree firmemente que los desafíos ambientales deben abordarse activamente para contribuir a la construcción de un futuro con un menor impacto ambiental. Asumir prácticas respetuosas y sostenibles en el desarrollo de la actividad es un signo de identidad positivo y principio fundamental de comportamiento que se encuentra recogido en los valores corporativos.

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

Los principales impactos ambientales identificados derivan 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.

Además, el Grupo dispone de los medios necesarios (recursos humanos, técnicos y económicos) para la prevención de los posibles impactos ambientales. A nivel compañía, hay 1 persona dedicada a la gestión ambiental y en cada fábrica hay una persona que consolida la información ambiental. Asimismo, durante el ejercicio se ha contratado a una gestora externa, que dentro de sus funciones realiza el seguimiento de los indicadores ambientales y mantiene reuniones mensuales con la dirección del Grupo.

En 2022, se han llevado a cabo iniciativas enfocadas a reducir el impacto ambiental, destacando la instalación de paneles solares en Almansa que son las que más consumo eléctrico utilizan, el uso de materiales de curtición vegetal para los forros de los zapatos, y la fabricación de suelas tipo *army recycle* y *lotto recycle* a partir de la reutilización y reciclaje de los residuos y materiales sobrantes del proceso productivo de las otras variedades de suelas.

El Grupo realizó un diagnóstico en España y Portugal que incluyó un análisis del ciclo de vida del calzado, en el que se contemplaron todos los aspectos medioambientales.

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.

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 2021 y 2022 desglosados entre residuos peligrosos y no peligrosos:

2021			
Tipos de residuo (Kg)	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	-	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

2022			
Tipos de residuo (Kg)	España	Portugal	Total
Residuos peligrosos	40.422	658	41.080
Trapos contaminados	10.194	0	10.194
Agua de pintura	23.844	0	23.844
Envases	6.384	658	7.042
Residuos no peligrosos*	136.284	34.543	170.827
No reciclados	118.097	32.535	150.632
Residuos Sólidos Industriales	118.097	3.216	121.313
Piel	0	29.319	29.319
Reciclados	18.186	2.008	20.194
Papel y cartón	16.776	2.008	18.784
Envases	1.410	0	1.410
Total de residuos peligrosos+ no peligrosos	176.706	35.201	211.907

*La cantidad de residuos no peligrosos generada en España ha sido estimada con el número de pares de zapatos producidos por la Sociedad SBA FACTORY SHOES en el año 2022, ante la dificultad del gestor de residuos de desglosar la información por clientes localizados en el mismo parque empresarial donde opera el Grupo.

El total de residuos generados en 2022 fueron 211.907 kg, frente a los 163.939 kg generado en 2021, lo que ha representado un incremento de 29% dado por el aumento en la producción de pares de zapatos.

Los residuos no peligrosos representan el 81% del total de los residuos, frente a los residuos peligrosos que representan el 19% 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 57% y la piel que representan un 14% 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.

Además de la gestión de los residuos, el Grupo realiza acciones con las que promueve la economía circular:

- Reutilización y reciclaje de los residuos y materiales sobrantes del proceso productivo que se utilizan para la fabricación de suelas tipo *army recycle* y *lotto recycle*.
- Los materiales sobrantes o descatalogados son utilizados para pruebas de calzado o enviados a la escuela de formación de mujeres en Portugal.

- Los residuos de las suelas se utilizan para realizar tacones, que, por un lado, son nuevamente incorporados en el proceso de fabricación, y, por otro, el 10% de los residuos de las suelas es vendido a un proveedor en Alemania que lo recicla para hacer cuero regenerado.
- Reducción del consumo de papel con la implementación de la iniciativa *Docuware*.
- Revisión de los patrones de todos los modelos favoreciendo la disminución del uso de piel y de los residuos generados en el proceso de corte.

Uso eficiente de los recursos

Consumo de agua

El consumo de agua ha sido de 4.935m³ en el año 2022 lo que supone un aumento del 11% con respecto al año anterior (4.464 m³). El aumento del consumo de agua se ha producido en Portugal, fundamentalmente por la incorporación de una nueva nave dedicada al ensamblaje final de todas las piezas que conforman el zapato final.

En España se consume el 69,97% de agua, seguido de Portugal con un 28,98%, y el 2,12% restante, Estados Unidos.

El 100% del agua consumida de todas las instalaciones y centros del Grupo proviene de la red pública.

Consumo de agua (m3)	2021	2022
España	3.313	3.453
Portugal	1.067	1.376
EE.UU.	84	106
Grupo	4.464	4.935

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

El Grupo continúa realizando la sustitución de cabinas con agua por unas de filtrado de aire, lo que favorece la reducción del consumo de agua.

Consumo energético

El Grupo en el ejercicio de su actividad consume energía de diversas fuentes y tipos de combustibles. A continuación, se detallan los consumos energéticos de los dos últimos años:

Consumo de energía	2021	2022
Electricidad (kWh)	1.183.564	1.439.104
Gas natural (kWh)*	184.552	217.225
Gasóleo B (litros)*	36.144	20.305
Gasoil (litros)	21.733	20.520
Gasolina (litros)	4.393	4.791

*Consumos destinados a calefacción.

El consumo de energía eléctrica de las fábricas en 2022 fue de 1.439.104 kWh, frente al 1.183.564 kWh de 2021, lo que ha representado un aumento del 22%. Esta variación se debe al incremento en la producción y a la adquisición de nuevas máquinas para las fábricas.

Del total del consumo de energía eléctrica, España representa el 82%, Portugal un 10%, Estados Unidos un 6%, y Francia un 2%. En la siguiente tabla se detallan los consumos de energía eléctrica por país de los dos últimos años:

Consumo de energía eléctrica (kWh)	2021	2022
España	981.020	1.172.424
Portugal	114.554	144.287
Francia	17.276	29.723
EE. UU.	70.714	92.670
Total	1.183.564	1.439.104

Adicionalmente, la compañía realiza el seguimiento de consumos de gas natural y gasóleo para calefacción, tal y como se detalla en las siguientes tablas:

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

Consumo de energía para calefacción	2022				
	España	Portugal	Francia	EE. UU.	Total
Gas natural (kWh)	13.265	10.179	-	193.781	217.225
Gasóleo B (litros)	20.305	-	-	0	20.305

El consumo de gas natural para calefacción en el año 2022 fue de 217.225 kWh, lo que ha supuesto un aumento del 18% respecto a los 184.522 kWh del año 2021. El aumento se debe a la inclusión de los datos de una nueva localización de la sociedad Blanco Investments L.L.C.

El consumo de gasóleo B para calefacción descendió a 20.305 litros, frente a los 36.144 litros del año 2021, lo que ha representado una disminución del 44%.

Finalmente, el consumo de gasoil y gasolina corresponde al uso de los vehículos. El total de ambos consumos ha sido en 2022 de 25.312 litros, frente a los 26.126 litros de 2021.

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

Consumo de energía	2022				
	España	Portugal	Francia	EE. UU.	Total
Gasoil (litros)	19.110	1.410	-	-	20.521
Gasolina (litros)	4.791	-	-	-	4.791

- Iniciativas de eficiencia energética

Durante el ejercicio se han implementado iniciativas dirigidas al ahorro y eficiencia energética, de las que se destacan las siguientes:

- Compra de máquinas energéticamente más eficientes.
- Reemplazo de luminarias.

- Optimización de los encendidos y apagados de las máquinas mediante el uso de variadores de frecuencia. Estos dispositivos permiten regular la velocidad de giro de los motores eléctricos, permitiendo así, un encendido progresivo y evitando picos de intensidad energética en los arranques.
- Energía renovable

El Grupo ha implementado 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.

Durante el año 2022, el total de energía renovable contratada fue de 567.447 kWh lo que supone un 39,3% del total de la energía eléctrica consumida en el ejercicio.

Energía eléctrica (kWh)	Total	Renovable	% Renovable*
España	1.172.424	502.970	42,9%
Portugal	144.287	60.168	41,7%
Francia	29.723	4.310	14,5%
EE. UU.	92.670	-	0,0%
Total	1.439.104	567.447	39,4%

* Los datos de energía renovable son publicadas por las compañías suministradoras.

Instalación de paneles solares en Almansa

Uno de los proyectos más relevantes desarrollados en 2022, fue la instalación de 913 paneles solares en cinco edificios de la fábrica de Almansa.

Gracias a esta iniciativa el Grupo podrá utilizar energía procedente de la instalación de autoconsumo y se prevé un autoconsumo del 39% del total de energía eléctrica.

Cambio climático

El cambio climático es uno de los mayores retos medioambientales a los que se enfrenta la sociedad, por ello el Grupo se esfuerza por reducir sus emisiones de huella de carbono con el objetivo de contribuir a una sociedad más descarbonizada.

Si bien el Grupo no ha definido una estrategia en esta materia y no ha realizado un análisis de riesgos y oportunidades climáticas, sí realiza acciones, que contribuyen a la disminución de sus emisiones.

El total de la huella de carbono de los alcances 1 y 2 fue de 508.852 KgCO₂ equivalente en el año 2022, un 13% superior a los de 449.200 KgCO₂e del año 2021. A continuación, se detallan las emisiones de gases efecto invernadero del año 2021 y 2022:

Emisiones (kg CO ₂ eq)	2021*	2022**
Alcance 1	194.121	156.767
Alcance 2	255.079	352.085
Total emisiones Alcance 1 + 2	449.200	508.852

*Fuente FE año 2021: Factor emisión gas natural DEFRA 2021, Factores de emisión electricidad: Red Eléctrica de España (España), ADEME (Francia), Agencia Internacional de la Energía (Portugal y Estados Unidos).

** Fuente FE año 2022: DEFRA (2022), MITECO (2021), EDF/ADEME (2022), EPA (2022).

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

El alcance 1 hace referencia a las emisiones producidas por la propia actividad de la compañía. Durante el ejercicio 2022 se calcularon un total de 156.767 kg CO₂ e, lo que ha supuesto una disminución del 19% con respecto al año 2021.

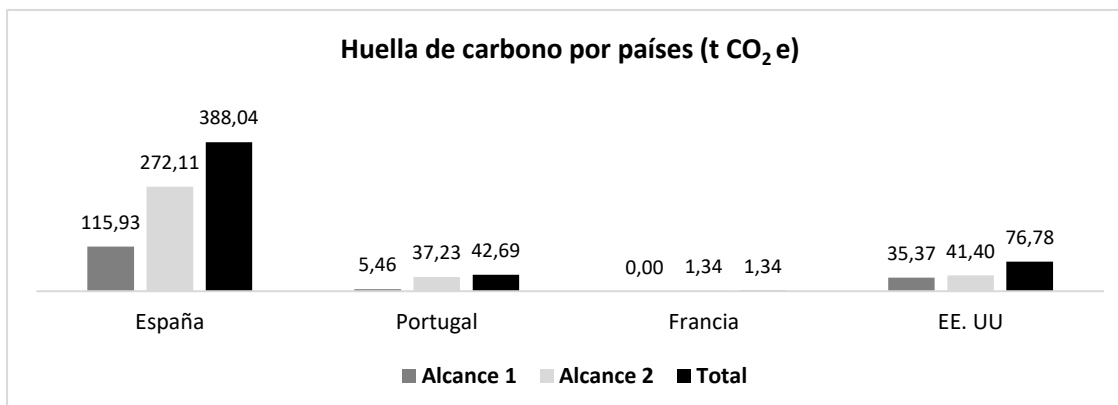
En cuanto a las emisiones de alcance 2 hacen referencia a las emisiones generadas por el consumo de energía eléctrica. Durante el año 2022 las emisiones fueron de 352.085 KgCO₂e, frente a los 255.079 KgCO₂e en el año 2021, lo que ha supuesto un aumento de las emisiones de un 38%.

En la siguiente tabla se detallan las emisiones de gases de efecto invernadero por país de los años 2021 y 2022:

Emisiones de la huella de carbono por país (Kg de CO ₂ e)	2021	2022
España	354.071	388.044
Portugal	34.690	42.689
Francia	703	1.342
EE. UU.	59.106	76.777
Total	449.200	508.852

El mayor porcentaje de las emisiones en el 2022 corresponden a España con un 76,26%, debido a que es donde se encuentra la maquinaria industrial que genera mayor consumo.

En el siguiente gráfico se desglosan las toneladas de CO₂ equivalentes correspondientes al alcance 1 y alcance 2 por cada uno de los países en el ejercicio 2022:



Otros tipos de contaminantes

En el año 2022 se ha realizado el seguimiento anual de las emisiones NO_x y SO_x 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

6. Calidad excepcional

El Grupo sigue un proceso de fabricación artesanal, tradicional y en constante búsqueda de la sostenibilidad, ofreciendo a los clientes los más altos estándares de calidad, 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 prioritario del Grupo. Para llevarlo a cabo, es indispensable trabajar también de la mano de la cadena de valor.

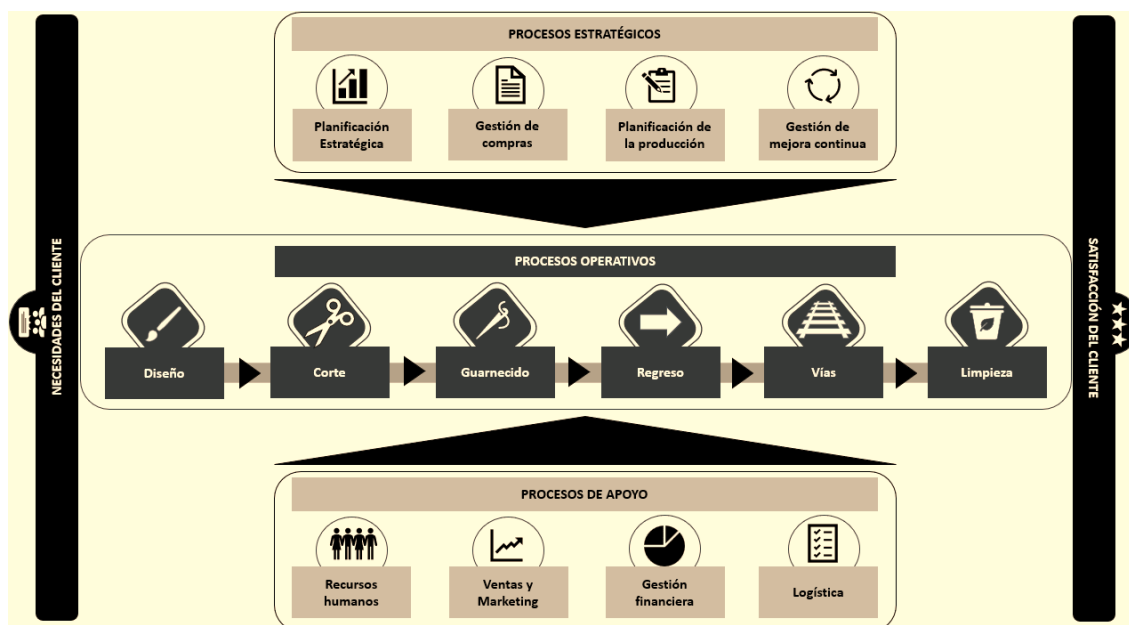
Actualmente, el Grupo no dispone de una política o certificación específica de calidad. Sin embargo, ha implementado procesos que contribuyen a asegurar su máxima calidad, como el proceso automatizado que integra la información de gestión de lotes de las principales materias primas para tener su trazabilidad,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

Se realizan análisis de todos los productos comprados a nuevos proveedores, que entran en el ciclo de fabricación. Por otro lado, para los otros proveedores/productos, se ha establecido un protocolo para realizar ensayos fisicoquímicos de forma aleatoria, incluyendo a los citados anteriormente cuando ya entren en el circuito habitual de reposiciones para producción.

Asimismo, al final de cada fase o proceso operativo, el producto sufre varias inspecciones, para detectar la existencia de posibles fallos y así garantizar la máxima calidad al cliente.

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



Innovación y digitalización

“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”

La innovación representa un aspecto fundamental en el sector del calzado, cada vez más dependiente de la moda y de las nuevas tendencias sociales, por lo que cada vez cobra más fuerza el diseño centrado en el usuario.

En esa línea, el Grupo promueve un enfoque basado en un desarrollo de ideas innovadoras, orientadas en sostenibilidad y a la excelencia del producto.

Cada nueva colección es el espacio para desbordar la creatividad en la que se aporta originalidad, frescura, pinceladas de moda, sin olvidar, ofrecer sujeción y confort, buscando líneas que definan la identidad de la colección, que comunican y marcan un diferencial en el mercado.

La innovación se centra en crear productos que no sólo cumplan las normas de calidad exigidas, sino que también garanticen mejoras y avances tecnológicos, generando a la vez beneficios económicos y un impacto positivo en el medio ambiente.

Ejemplo de lo anterior, desde el año 2019, se empezaron a incluir en los diseños cueros con curtición vegetal. Este tipo de pieles requieren un trabajo más técnico y específico para lograr que los modelos sean flexibles, suaves y blandos. Además, de conseguir un aspecto más joven y moderno.

Además, en los zapatos se han incluido suelas a partir de la reutilización y reciclaje de material sobrante del proceso productivo. Estos pisos *recycle* aportan un *look* muy novedoso, que son extra ligeros y altamente resistentes.

- Digitalización

La digitalización hace posible una gestión más ágil, eficiente y precisa de las operaciones. Además, contribuye a asegurar la disponibilidad y accesibilidad inmediata de los datos del negocio con el propósito de continuar agilizando los procesos de toma de decisiones y mejorar los niveles de servicio al cliente.

Durante 2022, se llevaron a cabo varias iniciativas que contribuyen a fortalecer el proceso de digitalización del Grupo, dentro de las que se destacan:

- Realización de una nueva actualización de la arquitectura de sistemas para conseguir una mayor integración y seguridad de los sistemas.
- Instalación de un nuevo RPA (*Robotic Process Automation*) en procesos repetitivos de la parte de supply chain.
- Implementación del DOCUWARE, sistema de facturas electrónicas, con los proveedores en España.
- Implementación de una herramienta que permite monitorizar los procesos en tiempo real y permite crear visualizaciones, gráficos, cuadros de mando interactivos y aplicaciones de analítica.

- Inicio del proyecto piloto de verificación de expediciones y control de inventario mediante tecnología RFID (identificación de radio frecuencia), cuyo objetivo es realizar el seguimiento en tiempo real de activos, y así poder controlar los stocks del almacén para fabricar lo necesario.

Aprovisionamientos

El Grupo fomenta que las relaciones con los proveedores sean sólidas, a largo plazo y que se consoliden bajo una base de confianza mutua, compartiendo un objetivo en común: **el compromiso con la calidad y la seguridad del producto.**

El Grupo ha identificado como sus principales riesgos en la cadena de suministro el incremento de precios y la escasez de las materias primas debido en gran medida al aumento del precio de la energía.

El Grupo, con el fin evitar o minimizar la materialización de sus riesgos, establece los controles pertinentes. En esa línea, las principales medidas implementadas han sido las programaciones de aprovisionamientos, los acuerdos con proveedores, la elevación del nivel mínimo de stock, entre otras.

Los principales proveedores del Grupo corresponden a proveedores de materias primas de pieles, localizados en Europa.

A continuación, se muestran las tablas con el desglose de las materias primas del año 2021 y 2022:

2021						
Tipo de materia prima	Kg	Pares	Uds	m ²	Plancha	m
BLANCO ALDOMAR S.L.						
Pieles	-	-	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	-	-	-	-
Spray	-	-	-	-	584	-
Otros aprovisionamientos	22	-	18.359	9	-	-

2022						
Tipo de materia prima	Kg	Pares	Uds	m2	Plancha	m
BLANCO ALDOMAR S.L.						
Pieles	-	-	2.812	120.536	-	13.353
Forros	-	-	-	114.355	608	-
Pisos	-	-	330.642	-	-	-
Topes	-	358.523	-	-	-	21
Contrafuertes	-	280.790	-	-	-	-
Adornos	-	-	285.276	-	-	-
Plantas	-	325.770	-	-	-	-
Talonetas	-	328.925	-	-	-	-
Cajas	-	-	367.987	-	-	-
Cordoneras	-	341.540	-	-	-	957
Bolsas	-	-	423.358	-	-	-
Cremalleras	-	-	12.749	-	-	9
Ornamentos	-	-	1.120	-	-	845
Viras	-	-	-	-	-	169.504
Ojetes	-	-	811.936	-	-	-
Otros aprovisionamientos	6.861	52	35.122	2.195	670	9.945
Hormas	-	2.926	-	-	-	-
Tacones	-	17	-	-	-	-
SUELAS PREFABRICADAS BLANCO S.L.U.						
Pisos	-	277.562	-	-	-	-
Adornos	-	-	163.049	-	-	-
Cuero	46.310	-	-	44	-	-
Tacones	-	104.960	-	-	-	-
Cercos	-	-	-	-	-	125.348
Entresuelas	834	-	-	-	380	-
Rellenos	-	-	-	-	1.648	-
Cambrillón	-	76.235	-	-	-	-
Spray	-	-	-	-	1.083	-
Otros aprovisionamientos	-	-	32.168	-	4	45

En términos generales, el consumo de materias primas ha aumentado en el año 2022 respecto al ejercicio anterior. En concreto, las pieles y los forros, que aumentaron un 76% y un 56% con respecto a 2021, respectivamente.

Este aumento de consumo de materias primas durante el ejercicio de 2022 se debe a un aumento en los niveles de fabricación.

Por otro lado, se exige, más allá del cumplimiento normativo, que los proveedores firmen una declaración que incorpora cuestiones relacionadas con el comportamiento ético, social y ambiental

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 INESCOP⁸ realiza un análisis químico para comprobar que los umbrales estén en los rangos permitidos por la normativa europea REACH⁹, y además también realizan análisis físicos para comprobar la calidad, seguridad y resistencias exigidas por la industria del calzado.

Por otra parte, los nuevos proveedores pasan por un proceso de homologación. El proveedor ha de aportar la información sobre las pruebas de producto y cumplimentar la documentación con cuestiones relativas a información relativa a servicio, calidad y precio.

Durante el ejercicio 2022, se han homologado 20 nuevos proveedores de materias primas para la línea de señora, y no se ha llevado a cabo ninguna auditoría a proveedores.

Compromiso con los clientes

Considerando al cliente el centro de su actividad, la estrategia del Grupo está orientada a la búsqueda de maximizar su experiencia.

El departamento de clientes está dividido 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 como en Norteamérica, cuyo fin es orientar y ayudar al cliente a resolver sus necesidades y preguntas. También dispone de una red de agentes y/o distribuidores que dan servicio comercial a clientes locales.

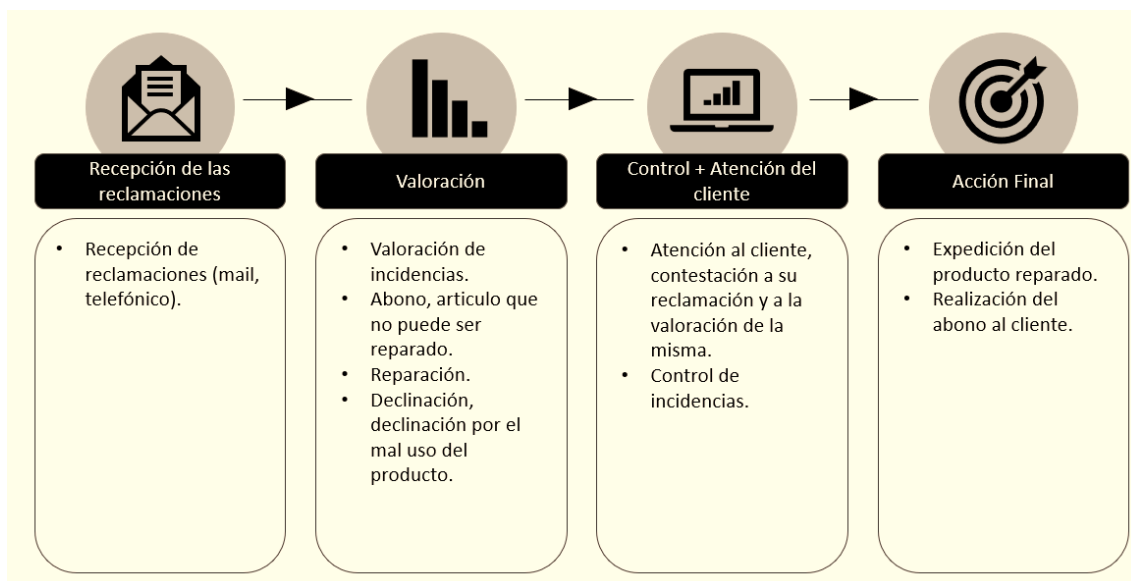
Desde la sucursal norteamericana se presta servicio a los clientes B2B de EE. UU y Canadá y a los consumidores del B2C de todas las partes del mundo a excepción de la región europea. En Europa se gestionan fundamentalmente las demandas del resto de clientes y zonas.

Todas las incidencias, reclamaciones o quejas se gestionan de la siguiente manera: vía telefónica, vía email o a través de formularios que se encuentran disponibles en la web en ambas regiones, en las lenguas más comunes (aunque el uso del inglés y el español predomina).

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: recepción de reclamaciones, valoración, control + Atención al cliente y Acción final, como se muestra en el siguiente gráfico:

⁸ INESCOP: Centro de innovación tecnológico del calzado.

⁹ REACH: **Reglamento (CE) nº 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.



- Reclamaciones clientes B2B

En el año 2022, el número de reclamaciones e incidencias de los clientes B2B en Europa y el resto del mundo (excepto América) fueron de 239, correspondiente a incidencias relativas a 444 artículos, mientras que en el año 2021 se registraron 170 incidencias de 310 artículos. Las principales reclamaciones de producto son relativas a la calidad, piel defectuosa, piel rota, ruido al andar y otros, tal y como se detalla a continuación:

Motivo	2021		2022	
	Reclamaciones	Unidades	Reclamaciones	Unidades
Calidad	51	142	29	76
Piel defectuosa	26	50	22	33
Piel rota	15	17	8	8
Ruido al andar	10	11	8	8
Otros*	68	90	172	319
Total	170	310	239	444

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

Si bien ha habido un aumento en el número de reclamaciones, el ratio de devolución ha disminuido con respecto al ejercicio anterior, un 0,10%, frente al 0,12% de 2021, tal y como se detalla en la siguiente tabla:

Porcentaje de devolución	2021	2022
Venta de artículos (Uds.)	99.545	136.738
Unidades reclamadas	310	444
- Reparadas (Uds.)	193	312
- Abonadas (Uds.)	117	132
Devolución (%) *	0,12%	0,10%

*El porcentaje de devolución se calcula entre las unidades abonadas sobre las unidades de artículos vendidos.

Por otro lado, las reclamaciones B2B de Estados Unidos se gestionan a través de correo electrónico. En 2022, se recibieron un total de 696 solicitudes de devolución correspondiente a incidencias de 3.304

artículos, mientras que en 2021 se recibieron 529 solicitudes de devolución correspondientes a 2.869¹⁰ artículos.

El porcentaje de devolución ha sido de 1,4% en el 2022, frente al 1,3% en 2021 fue de 1,3%.

- Reclamaciones clientes B2C

Las reclamaciones de los clientes B2C en Europa se contabilizaban a través de la herramienta Magento hasta el mes de septiembre de 2021. Esta herramienta se encuentra en un proceso de actualización.

Sin embargo, el Grupo dispone de SAP, herramienta en la que se contabilizan los casos de clientes que quieren que se les haga el abono del artículo. La limitación de SAP es que no se registra el motivo de la devolución.

En el ejercicio 2022 se han contabilizado a través de SAP un total de 1.083 devoluciones correspondiente a 1.090 incidencias en artículos, frente a las 685 devoluciones correspondientes a 687 incidencias en el ejercicio 2021.

Porcentaje de devolución	2021	2022
Venta de artículos (Uds.) *	4.468	6.417
Devolución de artículos (Uds.)	687	1.090
Devolución (%) **	15%	17%

*De las unidades vendidas 405 (año 2021) unidades y 691 (año 2022) unidades corresponden a la facturación del artículo "portes".

**El porcentaje de devolución se calcula como unidades abonadas sobre artículos vendidos.

Por otro lado, en la siguiente tabla se detallan el número y los motivos de las reclamaciones registradas en Magento hasta el mes de septiembre del año 2021.

Número de reclamaciones y motivo	2021*
Tamaño incorrecto	521
Sin especificar	35
No me gustó	130
Defectuoso	9
Otros**	11
Total	706***

*Los datos han sido modificados debido a que en el EINF 2021 por un error en el reporte de las reclamaciones.

**Nota. Hace relación a calidad-precio, defectuoso, descripción inadecuada del producto, etc.

***Nota. Los datos no son comparativos entre Magento y SAP debido a que en esta última solo se registran los casos en el que el cliente quiere que el artículo sea abonado, mientras que en Magento se registraban reclamaciones que no necesariamente derivaban en una devolución.

Las solicitudes de devolución B2C de Norteamérica se realizan a través de la página web (vía la herramienta *Shipstation*), y la línea telefónica de atención al cliente.

Una vez la devolución se recibe en el almacén, se comprueba que los artículos estén en buen estado, en cuyo caso se registran en la herramienta SAP para ser abonados cliente.

¹⁰ El dato del año 2021 ha sido modificado para que el criterio de comparabilidad entre años fuese el mismo. En 2022, la metodología en la herramienta de reporte fue distinta a la del año anterior.

Durante 2022, se emitieron notas de abono por un total de 4.200 artículos, correspondiente a un 17% de los artículos facturados, frente a los 3.398 artículos (se abonaron un 15% de los artículos facturados) de 2021. La mayor parte de las reclamaciones recibidas cada año se resolvieron antes del cierre del ejercicio.

Con respecto a las solicitudes recibidas a través de la página web, el cliente debe indicar un motivo de la devolución. A continuación, se desglosan los motivos más frecuentes en las solicitudes de devolución recibidas por esta vía:

Número de artículos a devolver y los motivos registrados en <i>Shipstation</i> (uds)	2021*	2022
Cambio de opinión	795	820
Cambio de par	629	680
No se ajusta a las expectativas	181	210
Pedido artículo incorrecto	126	228
No especificado	116	346
Otros**	1.316	1.658
Total	3.163	3.942

*El dato del año 2021 ha sido modificado para que el criterio de comparabilidad entre años fuese el mismo que el año 2022, debido a que la metodología en la herramienta de reporte fue distinta a la del año anterior.

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



Compromiso social

7. Compromiso Social

Iniciativas sociales

El Grupo Blanco Bonete Inversiones trabaja con el propósito de ser un agente de transformación social, siendo fiel con las comunidades con tradición zapatera y favoreciendo su bienestar integral. 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 93,6% de los empleados de España son de Almansa. Adicionalmente, en 2022 se firmaron convenios de prácticas a través de colaboraciones con el Ayuntamiento de Almansa y con el Instituto Sixto Marco para estudiantes de grado medio y superior de formación profesional, enseñanzas de artes plásticas y diseño, y ciclos de formación básica y de otros programas formativos de cualificación básica.

En Portugal se concertó un programa con el ayuntamiento de Mangualde, zona de tradición textil. El programa consistió en formar a 25 mujeres en la técnica de cosido de calzado, de las cuales se contrató a 12 de éstas.

Además, en 2022 el 56,45% de las compras se realizan a proveedores locales (58,7% en 2021).

	2021		
País	Gasto proveedores locales (€)	Total gasto (€)	%
España	24.458.416,81	31.196.245,59	78,40%
Portugal	615.756,43	672.292,10	91,60%
Francia	231.058,00	460.829,06	50,10%
Estados Unidos	6.454.857,26	21.732.027,19	29,70%
Total	31.760.088,50	54.061.393,94	58,70%

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 % de gasto en proveedores locales es mayor del que se refleja, excluyendo las operaciones intercompañía.

	2022		
País	Gasto proveedores locales (€)	Total gasto (€)	%
España	36.967.207,87	46.176.408,21	80,06%
Portugal	1.082.242,97	2.140.616,15	50,56%
Francia	169.236,61	602.959,61	28,07%
Estados Unidos	7.639.994,29	32.320.361,63	23,64%
Total	45.858.681,74	81.240.345,60	56,45%

Donaciones y patrocinios

Los patrocinios y las donaciones que realiza el Grupo están orientadas principalmente al apoyo del deporte local, lo que ayuda a promover un estilo de vida saludable y equilibrado. Adicionalmente, el Grupo apoya las fiestas locales a través de acciones de patrocinio. A continuación, se desglosan los patrocinios realizados en 2022:

Organización	Aportación (€)
Club Baloncesto Almansa	4.000
Unión Deportiva Almansa	2.000
Kronos Equipamiento S.L.	1.245
Foro De Marcas Renombradas Españolas	850
C.D. Escuela De Fútbol Almansa	600
Club natación Almansa	500
Producciones MIC S.L.	350
Grupo Festero Boinas Negras Almansa	100
Peña Madridista Almansa	100
Total	9.745

Además, durante el año 2022, se ha colaborado económicamente con distintas entidades como la Fundación Cre100do y el ayuntamiento de Almansa por un total de 3.500 euros frente a los 3.215 euros del año 2021.

A continuación, se desglosan las cantidades aportadas en 2022:

Organización	Descripción del proyecto	Aportación (€)
CRE100DO	Donación anual cuyo objetivo es ayudar a crecer y promocionar en el exterior el <i>mid market</i> español.	3.000
Ayuntamiento de Almansa	Donación a la carrera de la Mujer	500

Asociaciones

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

Asociación (euros)	2021	2022
Asociación de Fabricantes del Calzado	4.892	4.892
Centro Tecnológico de Calzado (INESCOP)	720	540
Circulo Fortuny	7.500	7.500
Asociación Española de Economía Digital (A-Digital)	4.500	4.500
Asociación de Marcas Renombradas Españolas	-	12.000
Total	17.612	29.432

El Grupo ha aportado un total de 29.432 euros (17.612 euros en 2021) en concepto de membresía.

Comprometidos con la Agenda 2030

Durante el año 2022, el Grupo realizó una autoevaluación con la herramienta *SDG Action Manager*, en la que se identificaron los principales ODS en los que el Grupo tiene un mayor impacto. La autoevaluación se realizó teniendo en cuenta la guía de los ODS que le aplica a la industria del calzado.



El Grupo se compromete con la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres. Los compromisos en esta materia se reflejan en el Plan de Igualdad de la compañía y la existencia de paridad en la plantilla.



El Grupo da cumplimiento estricto a la normativa laboral en todos los países donde tiene operaciones y genera empleo en las áreas de influencia.

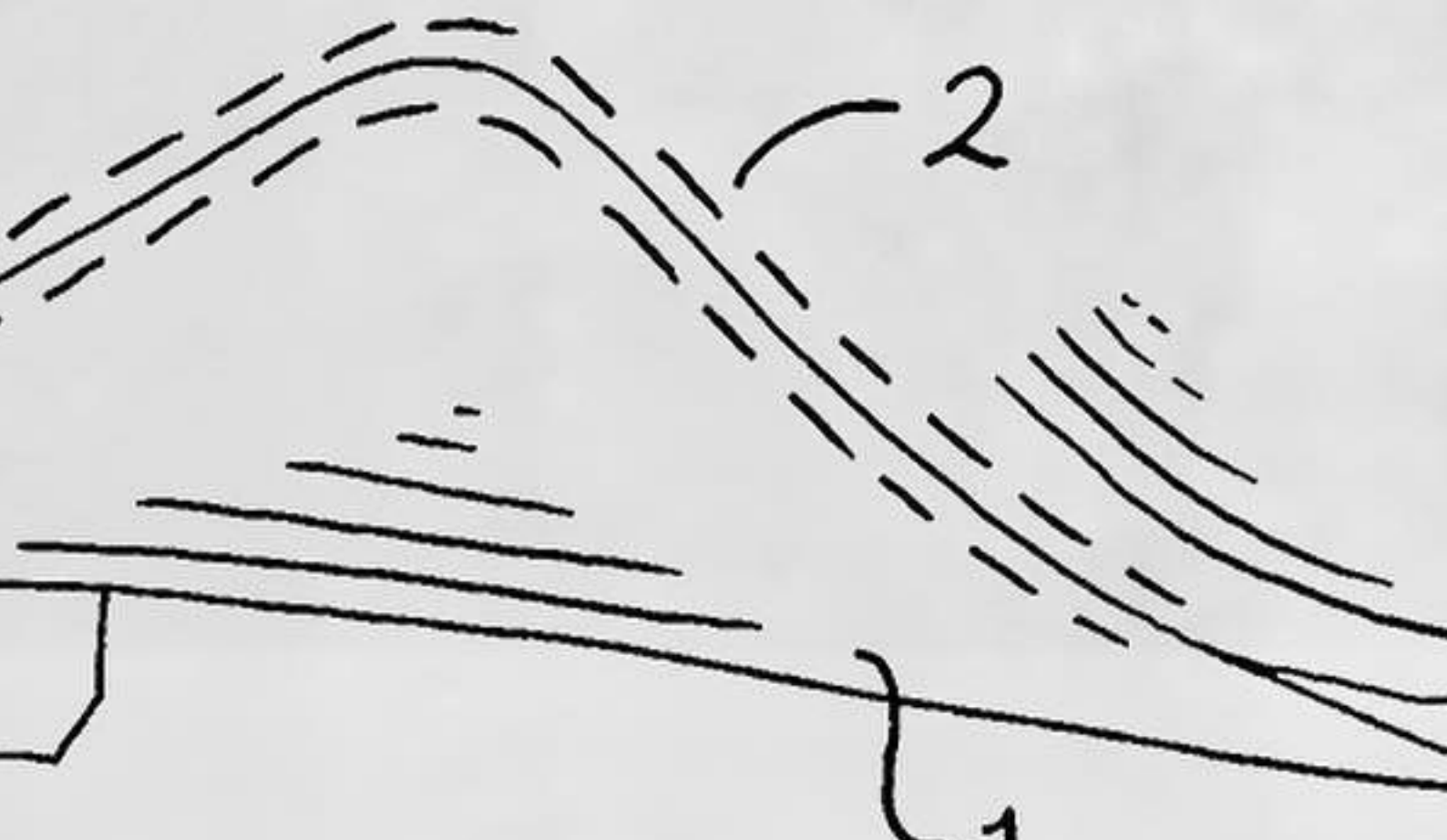


El Grupo contribuye a través de diseños atemporales y la calidad del calzado, lo que favorece que el calzado dure más tiempo y se minimice el consumo de materias primas.

El resultado general de la evaluación fue de 37,3% sobre 100%, estando el Grupo por encima de la media del sector y destaca sobre todo en: el compromiso con el respeto de los derechos humanos y el cumplimiento con los estándares laborales. Se evaluó el desempeño del Grupo en materia de derechos humanos, prácticas laborales positivas, los sistemas de gestión ambiental y las prácticas de buena gobernanza. Destacando, principalmente en el compromiso con los derechos humanos y el cumplimiento de los estándares laborales.



Anexo I



8. 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 2-1 GRI 2-6
Mercados en los que opera	7	GRI 2-1 GRI 2-6
Objetivos y estrategias de la organización	8	GRI 3-3
Principales factores y tendencias que pueden afectar a su futura evolución	8	GRI 3-3
Marco de reporting utilizado	4	GRI 1
Principio de materialidad	17-18	GRI 3-1 GRI 3-2
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	33-38	GRI 3-3
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	33	GRI 3-3
Procedimientos de evaluación o certificación ambiental	33	GRI 3-3
Recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales	33	GRI 3-3
Aplicación del principio de precaución	33	GRI 3-3
Cantidad de provisiones y garantías para riesgos ambientales	33	GRI 3-3
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 3-3

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)
Economía circular y prevención y gestión de residuos		
Medidas de prevención, reciclaje, reutilización, otras formas de recuperación y eliminación de desechos	33-35	GRI 3-3 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	35	GRI 303-5 (2018)
Consumo de materias primas y medidas adoptadas para mejorar la eficiencia de su uso	42-43	GRI 3-3 GRI 301-1
Consumo, directo e indirecto, de energía	35-37	GRI 302-1 GRI 302-3
Medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética	36-37	GRI 3-3
Uso de energías renovables	37	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 3-3 GRI 305-1 GRI 305-2
Medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático	37	GRI 3-3
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 3-3
Protección de la biodiversidad		
Medidas tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad	38	GRI 3-3
Impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas	38	GRI 3-3
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	20-31	GRI 3-3

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)
Empleo		
Número total y distribución de empleados por país, sexo, edad y clasificación profesional	20-21	GRI 2-7 GRI 405-1
Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo	20-21	GRI 2-7 GRI 405-1
Promedio anual de contratos indefinidos, de contratos temporales y de contratos a tiempo parcial por sexo, edad y clasificación profesional	22	GRI 3-3 GRI 401-1
Número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional	23	GRI 3-3 GRI 401-1
Remuneraciones medias y su evolución desagregados por sexo, edad y clasificación profesional o igual valor	25-26	GRI 3-3 GRI 405-2
Brecha salarial, la remuneración de puestos de trabajo iguales o de media de la sociedad	26-29	GRI 3-3 GRI 405-2
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	29	GRI 3-3
Implantación de políticas de desconexión laboral	25	GRI 3-3
Número de empleados con discapacidad	25	GRI 3-3 GRI 405-1
Organización del trabajo		
Organización del tiempo de trabajo	25	GRI 3-3
Número de horas de absentismo	23	GRI 3-3 GRI 403-9 (2018)
Medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio corresponsable de estos por parte de ambos progenitores	25	GRI 3-3
Salud y seguridad		
Condiciones de salud y seguridad en el trabajo	29-30	GRI 403-2 (2018) GRI 403-3 (2018) GRI 403-4 (2018) GRI 403-6 (2018) GRI 403-8 (2018)

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)
Accidentes de trabajo, en particular su frecuencia y gravedad, así como las enfermedades profesionales; desagregado por sexo	30	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	31	GRI 3-3
Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país	31	GRI 2-30
Balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y la seguridad en el trabajo	31	GRI 3-3 GRI 403-4 (2018)
Formación		
Políticas implementadas en el campo de la formación	23-24	GRI 3-3
Cantidad total de horas de formación por categoría profesional	24	GRI 404-1
Accesibilidad universal		
Accesibilidad universal de las personas con discapacidad	25	GRI 3-3
Igualdad		
Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres	24-25	GRI 3-3
Planes de igualdad, medidas adoptadas para promover el empleo, protocolos contra el acoso sexual y por razón de sexo	24-25	GRI 3-3
Política contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad	24-25	GRI 3-3
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	14	GRI 3-3
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	14	GRI 2-23 GRI 2-26

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)
Denuncias por casos de vulneración de derechos humanos	14	GRI 3-3 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	14	GRI 3-3
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	13-14	GRI 3-3
Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno	13-14	GRI 2-23 GRI 2-26
Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales	13-14	GRI 2-23 GRI 2-26
Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro	49-50	GRI 2-28
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	17-18 40-51	GRI 3-3
Compromisos de la empresa con el desarrollo sostenible		
El impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local	49	GRI 203-1
El impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio	49	GRI 3-3 GRI 413-1
Las relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos	18	GRI 3-3 GRI 413-1
Las acciones de asociación o patrocinio	49-50	GRI 3-3 GRI 2-28
Subcontratación y proveedores		
Inclusión en la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales	40,42-44	GRI 3-3

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)
Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental	43-44	GRI 2-6
Sistemas de supervisión y auditorías y resultados de las mismas	44	GRI 2-6
Consumidores		
Medidas para la salud y la seguridad de los consumidores	40,44-45	GRI 3-3 GRI 416-1
Sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de las mismas	44-47	GRI 3-3
Información fiscal		
Los beneficios obtenidos país por país	14-15	GRI 207-4 (2019)
Los impuestos sobre beneficios pagados	15	GRI 207-4 (2019)
Las subvenciones públicas recibidas	15	GRI 201-4



MAGNANNI

BLANCO BONETE INVERSIONES

www.bbinv.es
