

**ESTADO DE INFORMACIÓN  
NO FINANCIERA 2019**

**DEPÓSITOS ALMACENES NÚMERO UNO,  
S.A.**

# ÍNDICE

1. OBJETO DEL INFORME.....	3
2. ALCANCE.....	4
3. MODELO DE NEGOCIO .....	5
4. CUESTIONES MEDIOAMBIENTALES.....	8
5. CUESTIONES SOCIALES Y RELATIVAS AL PERSONAL.....	14
6. RESPETO DE LOS DERECHOS HUMANOS.....	25
7. LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN Y EL SOBORNO .....	26
8. SOCIEDAD.....	27
9. ANEXO CONTENIDOS LEY 11/2018.....	32

## 1. OBJETO DEL INFORME

El presente Estado de Información no Financiera (en adelante, EINF) incluye la información necesaria para comprender la evolución, los resultados y el impacto de la actividad de Depósitos Almacenes Número Uno y sociedades dependientes, denominado GRUPO NÚMERO UNO (en adelante el Grupo o la Compañía) respecto a cuestiones medioambientales y sociales, así como las relativas al personal, al respeto de los Derechos Humanos y a la lucha contra la corrupción y el soborno.

El periodo cubierto por la información presentada abarca desde el 1 de enero de 2019 al 31 de diciembre de 2019 (en adelante, ejercicio 2019). Asimismo, atendiendo al compromiso asumido de aportar datos comparables de cara a facilitar la comprensión de la evolución de la información no financiera reportada, se integran también valores cuantitativos correspondientes al ejercicio 2018.

De conformidad con lo establecido en 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, este informe presenta, a nivel consolidado, el desempeño económico, medioambiental y social de aquellas sociedades que se especifican en el alcance. Para su elaboración se ha tenido en cuenta la normativa anteriormente citada, tomando como referencia los Estándares GRI de forma orientativa.

## 2. ALCANCE

El alcance del presente EINF incluye a aquellas sociedades que se integran en el perímetro de cuentas consolidadas de GRUPO NÚMERO UNO, con actividad durante el ejercicio reportado y cuya gestión administrativa recae bajo el Grupo. Se excluyen aquellas en las que el Grupo tiene participación financiera pero son otros socios los responsables de su gestión.

Por tanto, en las siguientes páginas se presenta información no financiera, relativa a los impactos económicos, ambientales<sup>1</sup> y sociales, de las siguientes sociedades que forman parte del GRUPO NÚMERO UNO (su actividad individual se detalla en las Cuentas Anuales Consolidadas de Depósitos Almacenes Número Uno, S.A. y sus sociedades dependientes):

- A. C. CÓNsul, S.L.
- ARCHIGESTIÓN, S.A.
- DEPÓSITOS ALMACENES NÚMERO UNO, S.A.
- GESTIÓN DE PROPIEDADES EL SIGLO, S.L.
- HAMIDIA, S.L.
- KAFRAIA, S.L.<sup>2</sup>
- LA SUERTE DEL MARQUÉS, S.L.
- EL NUMERITO, S.A.
- ORGANIZACIÓN MARTÍNEZ, S.A.
- POCANKO, S.L.<sup>2</sup>
- SUMMERFIELD, S.A.
- ALIOMAR-R. S.L.
- TASTUSA, S.L.
- EXCHANTUR, S.L.<sup>2</sup>
- ZURAFa, S.L.

Asimismo se incluyen dentro del alcance de información las siguientes sociedades con las que el Grupo mantiene alianzas comerciales, recayendo sobre el mismo su gestión operativa:

- GUESS CANARY ISLANDS, S.L.
- JAMAREK, S.L.
- TEAM GLOBAL PROJECT, S.L.

### Cambios en el perímetro de reporte respecto del ejercicio 2018

A efectos del reporte consolidado, los principales cambios en el perímetro obedecen a la inclusión de la sociedad Team Global Project S.L., que en 2019 forma parte de las sociedades dependientes que consolidan cuentas con el Grupo y están bajo su gestión.

---

<sup>1</sup> Los impactos ambientales recogen el alcance de la actividad *retail* y de los centros comerciales propiedad del Grupo para la división patrimonial.

<sup>2</sup> Sociedades sin personal contratado.

### 3. MODELO DE NEGOCIO

Depósitos Almacenes Número Uno, S.A. es la sociedad dominante del GRUPO NÚMERO UNO (en adelante, el Grupo o la Compañía), que integra un conjunto de empresas radicadas en el archipiélago canario, cuya actividad se desarrolla, principalmente, en torno a dos líneas de negocio diferenciadas que, a su vez, generan importantes sinergias entre sí: *retail* y gestión patrimonial. En la Tabla 1 se presenta el detalle de información relativa a los esquemas operativos bajo los que se instrumenta la actividad del Grupo dentro de estas dos líneas.

Tabla 1. Detalle de líneas de negocio de Grupo Número Uno en 2019.

SEGMENTO DE ACTIVIDAD		
RETAIL	<b>Franquicias:</b> En 2019 el Grupo gestionaba 7 marcas comerciales en régimen de franquicia	
	Stradivarius	30 tiendas
	Muy Mucho	4 tiendas
	Vans	4 tiendas
	Pimkie	8 tiendas
	Levis	16 tiendas
	Nike	1 tienda
	Bimba y Lola <sup>3</sup>	8 tiendas
	<b>Tienda de marca propia</b>	
	Número 1	1 tienda
	<b>Alianzas comerciales:</b> Depósitos Almacenes Número Uno mantiene alianzas estratégicas con compañías multinacionales, operando como distribuidores de tiendas oficiales de dichas marcas.	
	Guess Europa	16 tiendas
	Worten	15 tiendas
	JD-Sprinter <sup>4</sup>	20 tiendas
	MO	7 tiendas
	Salsa Jeans	7 tiendas
	Party Fiesta Canarias	9 tiendas
Koala	6 tiendas	
Forecast	1 tienda	
Merkamueble	1 tienda	
GESTIÓN PATRIMONIAL	<b>Centros Comerciales:</b> comercialización, recomercialización, gerencia y gestión patrimonial de centros comerciales.	
	<b>Promoción inmobiliaria</b> (centros comerciales, parques empresariales, parking, viviendas, oficinas y locales) y compraventa de bienes inmuebles.	
	<b>Arrendamiento de activos inmobiliarios</b> , destacando la explotación en arrendamiento de más de 425 locales comerciales en las principales ciudades y centros comerciales de Canarias.	
	<b>Prestación de servicios de intermediación</b> en la compraventa y arrendamiento de todo tipo de inmuebles.	

<sup>3</sup> Bajo la gestión del Grupo hasta marzo de 2019.

<sup>4</sup> Antiguas tiendas Sportzone. JD-Sprinter absorbió Sportzone y durante el año 2019 se procedió a la reforma y cambio de rótulo de las tiendas.

De forma complementaria a estas líneas de negocio, el Grupo presta servicios a terceros dentro de los ámbitos de seguros y asesoría jurídica a través de su dependiente Archigestión, S.A. (en adelante Archigestión):

- Agencia de seguros: servicios generales de mediación de seguros, siendo agente exclusivo de la aseguradora Mapfre.
- Asesoría jurídica en materia mercantil, inmobiliaria y financiera.

Además de estos ámbitos, Archigestión es, dentro del perímetro de consolidación, la empresa centrada en el desarrollo y comercialización del patrimonio inmobiliario del Grupo. Con todo, su principal actividad incluye trabajos de consultoría, gestión patrimonial, comercialización y gestión de centros comerciales.

En los últimos años, la Compañía se ha posicionado como líder de gestión de centros comerciales en Canarias, con más de 950 locales comerciales a su cargo, y una superficie que supera los 303.000 m<sup>2</sup>.

*Tabla 2 Detalle de centros comerciales gestionados por el Grupo en 2019 (información disponible en la página web de <https://www.archigestion.com>)*

CENTROS COMERCIALES BAJO GESTIÓN DEL GRUPO				
Centro Comercial	Ubicación	Isla	Superficie (m <sup>2</sup> )	Locales
El Muelle	Las Palmas de Gran Canaria	Gran Canaria	39.000	88
La Ballena	Las Palmas de Gran Canaria	Gran Canaria	42.065	116
El Tablero	Maspalomas	Gran Canaria	14.600	55
Las Rotondas	Puerto del Rosario	Fuerteventura	32.688	95
Las Palmeras	Corralejo	Fuerteventura	6.559	24
Biosfera	Tías	Lanzarote	9.600	45
Añaza Santa Cruz	Santa Cruz de Tenerife	Tenerife	38.585	120
Siam Mall	Adeje	Tenerife	30.486	70
Gran Sur	Adeje	Tenerife	9.626	38
Sansofé	San Isidro	Tenerife	5.267	12
Pasarela	Arona- Los Cristianos	Tenerife	10.400	52
Pirámides de Martiánez	Puerto de la Cruz	Tenerife	11.992	44
Trocadero	Los Llanos de Aridane	La Palma	10.684	35
Mencey Bencomo	Los Realejos	Tenerife	1.861	12
Galeón Outlet	Adeje	Tenerife	12.000	40
Rosa Center	Playa Paraíso	Tenerife	10.000	35
Mogan Mall	Puerto Rico- Mogán	Gran Canaria	17.940	71

Geográficamente, los centros comerciales gestionados por el Grupo (relacionados en la tabla 2) se distribuyen como muestra el siguiente gráfico :

Gráfico 1 Distribución de centros comerciales del Grupo en 2019 (información disponible en <https://www.archigestion.com>)



Por último, entre las sociedades que integran el perímetro de consolidación de cuentas del Grupo, Team Global Project lleva a cabo su actividad al margen de las líneas de negocio predominantes en la Compañía, operando durante el ejercicio 2019 en la explotación de un salón recreativo infantil.

### Posicionamiento estratégico y previsiones de evolución

El Grupo, tras más de 40 años de trayectoria, se ha posicionado como una empresa líder en Canarias en los sectores en los que opera, destacando especialmente tanto el comercio minorista como la gestión y explotación de centros comerciales.

En lo que se refiere al comercio minorista, la Compañía se ha conformado como uno de los principales operadores de Canarias donde, teniendo en cuenta los distintos formatos bajo los que desarrolla su actividad, participa en la gestión directa e indirecta de 17 marcas comerciales y cerca de 154 tiendas.

Por su parte, el liderazgo regional en la gestión de centros comerciales viene avalado por los números, donde cabe destacar que a lo largo de 2019 se han incorporado 2 nuevos establecimientos en explotación, con lo que la cifra total se eleva a 17, con una superficie bruta alquilable de más de 303.000 m<sup>2</sup> y de 952 locales comerciales.

Las previsiones de futuro pasan por la consolidación de esta posición, sin dejar de incorporar nuevas líneas de negocio que permitan mantener el ritmo de crecimiento y, sobre todo, de generación de puestos de trabajo. Y todo ello afrontando los retos que la transformación digital está suponiendo para los sectores en los que tiene presencia.

La Política de Responsabilidad Corporativa del Grupo recoge los compromisos con los trabajadores, el medio ambiente y la lucha contra la corrupción y el soborno. Garantizar el respeto por el medio ambiente, el respeto de la legalidad, la formación y el desarrollo personal y profesional, la igualdad de oportunidades, la conciliación, la salud y seguridad en el trabajo, o el diálogo abierto con los grupos de interés son algunos de estos compromisos.

## 4. CUESTIONES MEDIOAMBIENTALES

### Impactos y riesgos ambientales

El Grupo identifica como un asunto relevante la gestión del impacto ambiental derivado de su actividad empresarial. Los principales efectos directos identificados por la compañía son:

- Consumo de recursos: energía y agua.
- Emisión de gases de efecto invernadero (GEI) derivada del consumo energético.
- Generación y tratamiento de residuos.

Asimismo, reconoce como efectos indirectos, los consumos de las cadenas de suministro de las diferentes marcas, y sus emisiones asociadas.

### Recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales y aplicación del principio de precaución

La Política de Responsabilidad Corporativa del Grupo integra la asimilación del principio de precaución ante riesgos ambientales en la actividad de la Compañía. Lo lleva a la práctica mediante la concienciación de los empleados a través de campañas informativas específicas sobre el uso adecuado de las instalaciones, el consumo responsable de agua y energía y la correcta segregación y eliminación de residuos. Asimismo, se hace hincapié en el cumplimiento de la normativa técnica de Seguridad y Protección contra incendios y al correcto tratamiento de residuos generados.

Los centros comerciales que se encuentran bajo la gestión y control del Grupo cuentan con seguros a todo riesgo que cubren gastos ambientales en caso de siniestros ocasionados por su actividad o, en su defecto, disponen de provisiones para gastos extraordinarios.

Adicionalmente, se implementan paulatinamente instrumentos y medidas para mejorar la eficiencia energética y en el uso del agua de los centros comerciales y tiendas, todas ellas descritas a lo largo de este capítulo.

En 2019, destaca la mejora implementada en el C.C. Galeón Outlet con la puesta en marcha de la instalación de una planta fotovoltaica para el autoconsumo del centro comercial, cuyo rendimiento anual es de 107.142 Kw/hora.

Dada la actividad de la Compañía, no se detectan riesgos significativos de deterioro ambiental, por lo que dichas medidas de precaución se consideran proporcionadas a la huella ambiental del Grupo.

### Certificaciones

La gestión ambiental llevada a cabo por el Grupo obedece a controles y procedimientos propios, que no están sujetos a certificaciones ambientales de mercado. Sin embargo, los avances y mejoras que se vienen implementando en el ámbito de la gestión ambiental y la eficiencia de instalaciones estarían alineadas con los estándares de soporte de dichas certificaciones.

### **Gestión de residuos**

La gestión de residuos en las tiendas y centros comerciales comienza por la separación de los distintos materiales para su posterior eliminación que, en función del tipo de residuo, se lleva a cabo con diferentes métodos:

- El papel y el cartón se desechan en la compactadora de cartón que el servicio de recogida en puerta descarga asiduamente.
- Los plásticos y envases se depositan en el contenedor correspondiente, ubicado en el exterior de las instalaciones.
- Para el resto de materiales (vidrio, desechos orgánicos) también se emplean los contenedores situados en el exterior.

El desperdicio alimentario no supone un impacto relevante de la actividad del Grupo, al carecer de actividad relacionada con la producción o uso de alimentos. Por ello, no cuenta con acciones específicas para su reducción o prevención. Las actividades de hostelería alojadas en los centros comerciales cuentan con sus sistemas e iniciativas propias, ajenas al control de la Compañía.

### **Huella ambiental**

Consciente de la suprema importancia de la sostenibilidad ambiental en el contexto global y el importante papel del sector empresarial, el Grupo se compromete a controlar y reducir en la medida de lo posible la huella ambiental de sus operaciones. Así se pone de manifiesto en su Política de Responsabilidad Social, y se refleja en el estricto cumplimiento de las exigencias legales en la materia, y las mejoras implementadas más allá del marco normativo aplicable, principalmente a través de medidas de ecoeficiencia, consumo eficiente de recursos y gestión adecuada de residuos.

La huella ambiental del Grupo, que se pretende reducir año a año mediante la implantación de dichas medidas, se compone de:

- Consumo de agua
- Consumo de energía
- Emisiones indirectas generadas por el consumo de energía

#### Consumo de agua

Toda el agua consumida por el Grupo procede de la red municipal de abastecimiento público correspondiente, y se emplea para los aseos públicos y las labores de limpieza de las instalaciones (tiendas y zonas comunes de los centros comerciales).

En el siguiente cuadro se presenta el consumo total de agua consumida por el Grupo durante 2019, acompañado del consumo realizado en 2018 para facilitar la comparativa entre ambos ejercicios. Se aprecia una reducción del 3,17% como resultado del mantenimiento y consolidación de las medidas implantadas para la optimización del consumo de agua y la contención de las fugas, especialmente en los riegos de las zonas ajardinadas y baños. También se ha hecho hincapié a las empresas de servicios de limpieza en su uso sostenible para evitar el exceso de consumo en las actividades de limpieza de las zonas comunes.

Tabla 3 Consumo total de agua del Grupo en 2018 y 2019

CONSUMO TOTAL DE AGUA	2018 (m <sup>3</sup> )	2019 (m <sup>3</sup> )
TIENDAS	2.203,2	1.900,3 <sup>5</sup>
CENTROS COMERCIALES <sup>6</sup>	46.767,2	45.516
<b>TOTAL</b>	<b>48.970,4</b>	<b>47.416,3</b>

En cuanto al riesgo de contaminación directa de los recursos hídricos, se considera prácticamente nulo, puesto que todas las aguas residuales se evacúan en la red de alcantarillado municipal. No obstante, el Grupo añade garantías adoptando medidas para evitar la contaminación por los vertidos:

- Empleo de productos de limpieza no contaminantes.
- Análisis anual de los vertidos.
- Contenedores de aceites usados en los locales de restauración.

#### Consumo de energía

El Grupo consume, principalmente, energía eléctrica para alimentar los sistemas de iluminación y climatización y el parque de equipos electrónicos e informáticos de tiendas y centros comerciales.

En menor medida, también hace uso de combustibles en determinados centros comerciales bajo su gestión; por ejemplo: C.C. Pasarela consume gas propano para abastecer algunos locales de restauración alojados en este, y C.C. Continental emplea fuel oil en el sistema de emergencia que suministra energía a las zonas comunes en caso de que se produzca algún corte en la red municipal de electricidad.

En el siguiente cuadro se muestran las cantidades consumidas durante 2019 y 2018, respondiendo al enfoque de evolución aplicado a este informe.

Tabla 4 Consumo de energía del Grupo en 2018 y 2019

CONSUMO ENERGÍA		2018	2019
TIENDAS	ENERGÍA ELÉCTRICA (kWh)	4.669.951	4.688.756
	ENERGÍA ELÉCTRICA (kWh)	3.404.852,5	3.003.734
CENTROS COMERCIALES	GAS PROPANO (Tn) <sup>7</sup>	49,96	46,84

Entre el consumo total de electricidad registrado en el año 2018 (8.074.803,5 kWh) y el de 2019 (7.692.490 kWh) se aprecia una reducción del 4,73%. Esta disminución se debe a las medidas de control empleadas; por ejemplo, apagado y encendido automático de la iluminación en parkings de los centros comerciales, optimización de horarios invierno/verano y actualización de los sistemas de control del edificio, empleo del “free-cooling” en los centros cerrados con sistema de climatización empleando sólo el aire exterior para mantener la temperatura ambiente de 24 grados centígrados en el interior, cuando

<sup>5</sup> Consumo medio [ratio (m<sup>3</sup>/tienda)] = 1,8 m<sup>3</sup>/mes (21,6 m<sup>3</sup>/año) x tienda. Nº de tiendas en 2019 = 88

<sup>6</sup> Consumo de agua agregado de los centros comerciales propiedad del Grupo: C.C. Galeón Outlet, C.C. Pirámides de Martiánez, C.C. Pasarela, C.C. Tablero, C.C. Continental, C.C. Mencey Bencomo.

<sup>7</sup> Consumo del C.C. Pasarela generado por las cocinas de los locales de restauración.

la situación meteorológica lo permite. Asimismo, también se observa un descenso del 6,24% en el consumo de gas propano.

### Emisiones generadas

Las emisiones de GEI del Grupo son de tipo indirecto y se derivan del consumo de electricidad de las tiendas y centros comerciales de su propiedad.

En la siguiente tabla se presentan estas emisiones de alcance 2 producidas durante el año 2019 y 2018, que muestran un descenso del 27,97%:

Tabla 5 Emisiones GEI alcance 2 del Grupo en 2018 y 2019

EMISIONES GEI	TnCO <sup>2</sup> Eq 2018 <sup>8</sup>	TnCO <sup>2</sup> Eq 2019 <sup>9</sup>
TIENDAS	1.914,7	1.453,5
CENTROS COMERCIALES	1.396	931,2
<b>TOTAL</b>	<b>3.310,7</b>	<b>2.384,7</b>

El Grupo no cuenta con metas específicas de reducción de emisiones; sin embargo sí implementa medidas para la mejora de su eficiencia energética que contribuyen a disminuir las emisiones. Dichas medidas, así como otras implementadas para reducir el consumo de agua, se describen en el siguiente apartado.

### **Medidas para la reducción del impacto ambiental**

El Grupo lleva a cabo un conjunto de medidas para reducir el consumo de agua y energía, y las emisiones derivadas de este, consiguiendo así aminorar el riesgo e impacto ambiental ligado a su actividad.

Por una parte, se desarrollan medidas para sensibilizar a clientes y empleados sobre acciones que contribuyen a la lucha contra el cambio climático, como el uso adecuado de las instalaciones, el consumo racional de energía, el ahorro de agua y la debida eliminación de desechos. Asimismo, en los centros comerciales propiedad del Grupo, se fomentan prácticas responsables de conducción de vehículos particulares mediante, por ejemplo, la ubicación de carteles que recomiendan apagar el motor mientras estén parados y/o estacionados, o la instalación de plazas de aparcamiento con recarga eléctrica.

Por otra parte, cabe mencionar que el Grupo cumple con los parámetros establecidos por la normativa local en cuanto a contaminación acústica derivada del ruido y las vibraciones generadas durante la actividad habitual de tiendas y centros comerciales.

En cuanto a las acciones específicas para mejorar la eficiencia energética, la Compañía dispone de las siguientes medidas desde 2017:

<sup>8</sup> Calculadas empleando el ratio promedio de emisión de 0,410 kg de CO<sub>2</sub> por cada kilovatio hora consumido. Fuente: *Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico*.

<sup>9</sup> Calculadas empleando el ratio promedio de emisión de 0,310 kg de CO<sub>2</sub> por cada kilovatio hora consumido. Fuente: *Factores de Emisión. Junio 2020. Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico*.

- Modernización de los equipos de aire acondicionado y climatización que mejoran la calificación energética de las instalaciones.
- Cortinas de aire en las entradas de las tiendas que permiten contener el clima generado en el interior de esta, disminuyendo el consumo eléctrico.
- Instalación de iluminación LED en las nuevas tiendas y en las que han sido reformadas.
- Sustitución de luminarias convencionales a tipo LED en el parking, escaleras de emergencias, rampas de acceso y muelle de carga de centros comerciales.
- Instalación de relojes temporizadores en la iluminación de escaparates que reducen el consumo.
- Sensores de movimiento automáticos en aseos y probadores que atenúan la intensidad de la luz cuando no hay tránsito.
- Contratación de una empresa especializada en implantación de medidas de eficiencia energética (Otto Energy), como la reducción de consumos, bajando las potencias de suministro

Todas las tiendas nuevas y reformadas en 2019 (18 tiendas) cuentan con iluminación led y máquinas de aire de alta eficiencia. En otras tiendas (5 tiendas) e instalaciones (oficinas centrales) que no fueron reformadas se ha realizado la sustitución de maquinarias obsoletas de aire acondicionado

Además, para fomentar el uso de energías renovables, se ha puesto en marcha en algunos centros comerciales la instalación de placas fotovoltaicas de planta cubierta para su autoconsumo, como el ejemplo del C.C. Galeón Outlet mencionado anteriormente.

#### Medidas para la adaptación a las consecuencias del cambio climático

La actividad desarrollada por el Grupo no genera un impacto directo sobre el cambio climático, dado que las emisiones de GEI que se pueden vincular a la Compañía son, como se menciona más atrás, de tipo indirecto por el consumo de energía eléctrica.

No obstante, consciente de los graves efectos que sufre el planeta a consecuencia del cambio climático y de las devastadoras previsiones de futuro si no se frena la contaminación, el Grupo trabaja para reducir la producción de dichas emisiones indirectas. Desde su alcance, busca contribuir a la mitigación del cambio climático a través de las mejoras de eficiencia energética anteriormente citadas. Además de estas, en 2019 también ha llevado a cabo la instalación de placas fotovoltaicas en uno de los centros comerciales que se encuentran bajo su gestión, para el autoconsumo de dichas instalaciones.

#### **Materias primas**

El Grupo no reporta información sobre el uso de materias primas al no contar con actividad productiva de artículos acabados o semiacabados. El consumo de materias primas se concentra en la cadena de valor de las marcas que el Grupo distribuye en sus tiendas, sobre las que no tiene capacidad para controlar el uso o mejorar su eficiencia.

**Biodiversidad**

La mayor parte de la actividad del Grupo tiene lugar en territorios de las Islas Canarias, comunidad con numerosos sectores protegidos y declarados por la UNESCO como Reserva de la Biosfera. Ninguno de sus centros de trabajo se encuentran ubicados en espacios especialmente protegidos; sin embargo, la Compañía está seriamente comprometida con el cumplimiento de los parámetros establecidos para desarrollar su actividad de forma sostenible sin alterar las características medioambientales de estas zonas.

La actividad acometida por el Grupo no tiene impacto directo sobre la biodiversidad, motivo por el cual no se presenta información específica sobre efectos generados en este ámbito.

## 5. CUESTIONES SOCIALES Y RELATIVAS AL PERSONAL

Uno de los principales activos generadores de valor del Grupo son las personas que integran su equipo de trabajo. Un conjunto de trabajadores con un gran potencial de talento y alineado con la vocación de la Compañía de servicio al cliente y respuesta profesional a los requerimientos de cada puesto laboral.

El Grupo se preocupa de motivar, ofrecer un trabajo de calidad y reforzar sus capacidades, competencias y liderazgo personal y profesional.

Dada la actividad y el modelo de negocio del Grupo, se identifican como principales factores de riesgo aquellos que puedan afectar a la salud y seguridad de los empleados o que atenten contra sus derechos.

Los principales instrumentos de gestión empleados por el Grupo en el ámbito de recursos humanos son:

- Convenios colectivos de aplicación.
- Política de Responsabilidad Corporativa de Grupo Número 1.
- Plan de Igualdad.
- Protocolo para la prevención y denuncia de cualquier comportamiento de acoso sexual y acoso por razón de sexo.

### Empleo<sup>10</sup>

El equipo de profesionales de la Compañía en 2019 estuvo compuesto por 823,32 empleados equivalentes a tiempo completo (ETC), de los que el 86,51% son mujeres. A continuación, se muestran los cuadros de distribución de la plantilla (con datos calculados empleando el criterio ETC) en función del sexo, edad y categoría profesional de los empleados.

Se incluyen datos del ejercicio 2019 y del anterior (2018) a efectos de informar sobre la evolución de la plantilla.

*Tabla 6 Distribución de la plantilla media en función de la edad y el sexo de los empleados en 2018 y 2019*

EDAD	2018			2019		
	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
< 30 AÑOS	278	33,26	244,78	247,28	29,97	217,31
≥ 30 Y ≤ 50 AÑOS	520,48	55,56	464,92	522,02	57,36	464,66
> 50 AÑOS	49,27	22,05	27,22	54,02	23,75	30,27
<b>TOTAL</b>	<b>847,79</b>	110,86	736,93	<b>823,32</b>	111,08	712,24

<sup>10</sup> Todos los datos presentados se han calculado empleando el criterio ETC, teniendo en cuenta el promedio diario, a excepción de la información sobre despidos.

Tabla 7 Distribución de la plantilla media en función del sexo categoría profesional en 2018 y 2019

CATEGORÍA PROFESIONAL	2018			2019		
	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
GERENTES	40,29	12,54	27,75	42,37	15,30	24,46
JEFES Y ENCARGADOS	96,16	11,19	84,97	90,09	9,75	86,17
TITULADOS Y PROFESIONALES	4,67	1,67	3	4,96	1,96	3,00
ADMINISTRATIVOS	67,12	17,38	49,74	68,39	15,28	47,15
DEPENDIENTES Y COMERCIALES	629,55	58,08	571,46	606,46	55,82	551,39
PERSONAL DE LIMPIEZA, SEGURIDAD Y OTROS	10	10	-	11,05	12,97	0,07
<b>TOTAL</b>	<b>847,79</b>	<b>110,86</b>	<b>736,93</b>	<b>823,32</b>	<b>111,08</b>	<b>712,24</b>

### Selección y contratación

El compromiso del Grupo con el empleo de calidad se refleja en el elevado porcentaje de empleados con contrato indefinido y a tiempo completo que suponen casi la mitad de la plantilla total de la Compañía (47,70%). También se observa una proporción significativa de empleados con contrato temporal y a tiempo completo (37,50%), que obedece principalmente a las características del sector *retail* cuyas necesidades de personal de tienda y comercial fluctúan en función de las campañas estacionales.

En las siguientes tablas se registra el promedio de contratos desagregado por género, edad y clasificación profesional, con datos de los ejercicios 2018 y 2019.

Tabla 8 Promedio de contratos en 2018 y 2019

PROMEDIO DE CONTRATOS		2018		2019	
		TOTAL	% S/TOTAL	TOTAL	% S/TOTAL
CONTRATO INDEFINIDO	T.COMPLETO	408,81	48,22 %	392,73	47,70%
	T.PARCIAL	60,53	7,15%	71,33	8,66%
CONTRATO TEMPORAL	T.COMPLETO	78,31	9,24%	50,55	6,14%
	T.PARCIAL	300,15	35,39%	308,71	37,50%

Tabla 9 Promedio anual de contratos en 2018 y 2019 por sexo

PROMEDIO DE CONTRATOS POR SEXO		2018			2019		
		HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
CONTRATO INDEFINIDO	T.COMPLETO	57,59	351,22	408,81	64,49	328,24	392,73
	T.PARCIAL	2,46	58,07	60,53	3,21	68,12	71,33
CONTRATO TEMPORAL	T.COMPLETO	12,90	65,41	78,31	8,98	41,57	50,55
	T.PARCIAL	37,91	262,24	300,15	34,40	274,31	308,71

Tabla 10 Promedio anual de contratos en 2018 y 2019 por edad

PROMEDIO DE CONTRATOS POR EDAD		2018				2019			
		< 30 AÑOS	≥ 30 Y ≤ 50 AÑOS	> 50 AÑOS	TOTAL	< 30 AÑOS	≥ 30 Y ≤ 50 AÑOS	> 50 AÑOS	TOTAL
CONTRATO INDEFINIDO	T.COMPLETO	30,29	331,98	46,54	<b>408,81</b>	24,74	318,07	49,92	<b>392,73</b>
	T.PARCIAL	7,76	52,05	0,75	<b>60,53</b>	10,87	59,71	0,75	<b>71,33</b>
CONTRATO TEMPORAL	T.COMPLETO	39,20	37,81	1,30	<b>78,31</b>	22,93	24,44	3,18	<b>50,55</b>
	T.PARCIAL	200,83	98,64	0,68	<b>300,15</b>	188,74	119,80	0,18	<b>308,71</b>

Tabla 11 Promedia de contratos en 2018 y 2019 por categoría profesional

PROMEDIO DE CONTRATOS POR CATEGORÍA		GERENTE	JEFES Y ENCARG.	TITUL. Y PROFES.	ADMIN.	DEPEND. Y COMERC.	LIMP., SEG. Y OTROS	TOTAL	
2018	CONTRATO INDEFINIDO	T.COMPLETO	40,29	86,20	4	59,59	209,58	9,15	<b>408,81</b>
		T.PARCIAL	-	6,58	-	0,11	53,84	-	<b>60,53</b>
	CONTRATO TEMPORAL	T.COMPLETO	-	2,33	0,67	6,97	67,49	0,85	<b>78,31</b>
		T.PARCIAL	-	1,06	-	0,44	298,65	-	<b>300,15</b>
2019	CONTRATO INDEFINIDO	T.COMPLETO	38,79	86,15	4,62	50,38	200,52	12,27	<b>392,73</b>
		T.PARCIAL		7,49		0,07	63,50	0,27	<b>71,33</b>
	CONTRATO TEMPORAL	T.COMPLETO	0,97	1,91	0,34	11,53	35,30	0,50	<b>50,55</b>
		T.PARCIAL		0,38		0,44	307,89		<b>308,71</b>

En 2019 se han producido un total de 21 despidos de empleados, que corresponden a los siguientes datos desglosados en función del sexo, la categoría profesional y la edad:

Tabla 12 Despidos durante los ejercicios 2018 y 2019, desagregados por sexo, edad y categoría profesional

DESPIDOS		2018		2019	
		HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES
CATEGORÍA	JEFES Y ENCARGADOS	-	-	-	3
	TITULADOS Y PROFESIONALES	1	1	1	1
	ADMINISTRATIVOS	-	2	-	-
	DEPENDIENTES Y COMERCIALES	1	16	2	14
	PERSONAL DE LIMPIEZA, SEGURIDAD Y OTROS	2	-	-	-
EDAD	< 30 AÑOS	-	2	1	1
	≥ 30 Y ≤ 50 AÑOS	2	16	2	14
	> 50 AÑOS	2	1	-	3
<b>TOTAL DE DESPIDOS</b>		<b>4</b>	<b>19</b>	<b>3</b>	<b>18</b>

## Remuneraciones

El sistema de remuneraciones empleado por el Grupo responde exclusivamente a criterios de desempeño y responsabilidad de cada puesto de trabajo, garantizando retribuciones justas y no discriminatorias que contribuyen a la igualdad entre hombres y mujeres.

En las tablas siguientes se refleja la relación de la retribución media entre hombres y mujeres. Para el cálculo de esta retribución media, se ha tomado como base la media de los salarios brutos anuales de los empleados (hombre y mujer) pertenecientes a una misma categoría. Dicho salario bruto comprende la suma del salario base más complementos tales como la antigüedad y cualquier otra prestación social como transporte.

### Remuneraciones medias de los empleados<sup>11</sup>

Tabla 13 Remuneraciones medias anuales en 2018 Y 2019, por categoría profesional y sexo (en euros)

REMUNERACIÓN MEDIA ANUAL POR CATEGORÍA PROFESIONAL Y SEXO	2018		2019	
	MUJERES	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES
GERENTES	38.164,15 €	48.207,38 €	37.481,64 €	39.567,79 €
JEFES Y ENCARGADOS	17.243,43 €	21.006,97 €	17.417,12 €	22.051,63 €
TITULADOS Y PROFESIONALES	41.500,01 €	24.420,95 €	43.317,38 €	23.142,01 €
ADMINISTRATIVOS	19.572,25 €	22.283,61 €	19.448,37 €	21.524,48 €
DEPENDIENTES Y COMERCIALES	13.360,86 €	12.868,25 €	14.280,23 €	13.950,56 €
PERSONAL DE LIMPIEZA, SEGURIDAD Y OTROS	-	19.604,11 €	- <sup>12</sup>	20.491,30 €

Tabla 14 Remuneraciones medias anuales en 2018 Y 2019, por edad (en euros)

REMUNERACIÓN MEDIA ANUAL POR EDAD	2018	2019
< 30 AÑOS	12.646,41 €	13.897,54 €
≥ 30 Y ≤ 50 AÑOS	15.853,11 €	16.765,84 €
> 50 AÑOS	24.772,75 €	25.726,46 €

### Remuneración media de consejeros y directivos

En el siguiente cuadro se desglosa la retribución media anual (en bruto) de los Directivos y Consejeros del Grupo (en euros) durante el ejercicio 2019 y los correspondientes datos del ejercicio anterior:

Tabla 15 Remuneraciones medias anuales en 2018 Y 2019 de los consejeros y directivos del Grupo, desagregadas por sexo

SEXO	CONSEJEROS / DIRECTIVOS 2018		CONSEJEROS / DIRECTIVOS 2019	
	Nº	REMUNERACIÓN MEDIA ANUAL	Nº	REMUNERACIÓN MEDIA ANUAL
HOMBRES	9	53.823,41 €	10	55.463,75 €
MUJERES	11	52.718,44 €	11	49.953,52 €

<sup>11</sup> Se han revisado las remuneraciones medias y cálculo de la brecha salarial de 2018, atendiendo a mejoras en los sistemas de captura y consolidación de información.

<sup>12</sup> Por cuestiones de confidencialidad se omite la remuneración media del grupo "MUJERES" de la categoría "PERSONAL DE LIMPIEZA Y SEGURIDAD".

### Análisis de la brecha salarial

Del análisis de las remuneraciones medias anuales de 2019 de hombres y mujeres de igual categoría profesional y mismo rango de edad, obtenemos una brecha salarial ajustada<sup>13</sup> de (0,21) %, que se incluye en el siguiente cuadro junto con el resultado de la comparativa realizada para el ejercicio 2018.

*Tabla 16 Brecha salarial ajustada en 2018 y 2019*

BRECHA SALARIAL AJUSTADA	%
2018	(0,01)
2019	(0,21)

### **Organización del trabajo**

La organización del tiempo de trabajo de los empleados del Grupo responde a lo establecido en los convenios de colectivos de aplicación dentro de su plantilla (indicados más adelante en el epígrafe de “Relaciones sociales”), que determinan la duración de la jornada anual.

Esta jornada anual se distribuye semanalmente de acuerdo a diversas modalidades, atendiendo a las necesidades de cada puesto de trabajo:

- Jornada continua y/o partida: para los trabajos de soporte de la actividad comercial y para determinados puestos de trabajo del departamento comercial que, por sus funciones y responsabilidades, precisan estar presentes en los dos turnos.
- Jornada a turnos rotativos (mañana o tarde) de lunes a domingo para la actividad comercial.
- Jornada partida de lunes a viernes para la actividad en oficinas.

El Grupo no cuenta con medidas de desconexión laboral por no considerarse necesarias teniendo en cuenta que la mayor parte de sus empleados (el 73% pertenecen a la categoría “Dependientes y comerciales”) desempeñan funciones de atención al cliente en tienda y no se les facilitan medios para conectarse fuera del horario de trabajo.

### Absentismo laboral

Durante el ejercicio 2019 el Grupo registró un total de 106.104 horas de absentismo laboral. En la siguiente tabla se presenta la comparativa de los datos de 2018 y 2019, evidenciando una reducción del 27,9%.

*Tabla 17 Horas de absentismo laboral registradas durante 2018 y 2019*

ABSENTISMO LABORAL	HORAS TOTALES
HORAS ABSENTISMO 2018	147.160
HORAS ABSENTISMO 2019	106.104

<sup>13</sup> Brecha salarial ajustada medida como la diferencia en las remuneraciones medias entre una mujer y un hombre de igual categoría profesional y rango de edad. Para este análisis se tienen en cuenta grupos con más de un empleado.

### Medidas de Conciliación

Para favorecer la conciliación familiar de sus empleados, en cumplimiento de lo dispuesto en los convenios colectivos de aplicación y en su Política de Responsabilidad Corporativa, el Grupo adopta principalmente las siguientes medidas:

- Facilitar la acumulación del permiso de lactancia en días completos, si la persona trabajadora está interesada.
- Posibilitar el disfrute de las vacaciones a continuación del permiso de maternidad y paternidad.
- Favorecer la adaptación de los días de trabajo, siempre que sea posible, para que el empleado pueda cubrir sus situaciones familiares.
- Buscar soluciones a las solicitudes de reducción de jornada o de conciliación que conlleven una modificación del horario, estudiando cada caso en particular.
- Respetar el derecho de las personas trabajadoras a acogerse a una excedencia por cuidado de hijos menores.

### **Salud y Seguridad**

Garantizar la salud y seguridad de todos los empleados es una prioridad para el Grupo, que se compromete a velar por su bienestar en el entorno laboral estableciendo medidas para su protección.

En todas las empresas del Grupo, incluyendo las asociadas, opera un Servicio de Prevención Ajeno (SPA) que estipula las especialidades de Medicina del Trabajo e Higiene Industrial.

Asimismo, existe una modalidad de organización preventiva, solo disponible para la empresa Depósitos Almacenes Número Uno S.A., llamada Servicio de Prevención Propio (SPP) que asume las especialidades de Seguridad en el Trabajo y Ergonomía y Psicología Aplicada.

### Accidentes de trabajo y enfermedades profesionales

En los siguientes cuadros se muestran los datos e indicadores relativos a accidentes laborales registrados en sociedades del Grupo durante 2018 y 2019, con un total de 68 y 58 incidentes respectivamente.

De igual forma que en el ejercicio anterior (2018), en 2019 no se registraron casos de enfermedades profesionales.

*Tabla 18 Accidentes laborales en 2018 y 2019*

ACCIDENTES DE TRABAJO	2018			2019		
	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
CON BAJA	3	35	38	3	25	28
SIN BAJA	6	24	30	6	24	30
<b>TOTAL</b>	<b>9</b>	<b>59</b>	<b>68</b>	<b>9</b>	<b>49</b>	<b>58</b>

Tabla 19 índices de frecuencia (IF) y gravedad (IG) de las sociedades con accidentes en 2018 y 2019<sup>14</sup>

SOCIEDADES <sup>15</sup>	ÍNDICES SINIESTRALIDAD 2018				ÍNDICES SINIESTRALIDAD 2019			
	IF G. Canaria	IG G. Canaria	IF Tenerife	IG Tenerife	IF G. Canaria	IG G. Canaria	IF Tenerife	IG Tenerife
Depósitos Almacenes Número Uno S.A.	12,01	0,31	10,56	0,17	15,39	0,90	11,02	0,25
El Número S.A.	24,49	0,32	-	-	-	-	-	-
Summerfield S.A.	-	-	45,82	2,2	11,43	0,55	-	-
Guess Canary Islands S.L.	7,6	0,06	23,81	1,6	7,83	0,02	-	-
Jamarek S.L.	-	-	-	-	-	-	23,10	0,95

### Relaciones sociales

La Compañía mantiene un diálogo social continuo con los agentes sociales internos y externos de diferentes ámbitos, participando y colaborando en iniciativas que fomenten y faciliten la negociación, consulta o simple intercambio de información sobre cuestiones de interés común para el Grupo y sus empleados. Para ello, se ha definido la participación y colaboración de los trabajadores y sus representantes para abordar cuestiones de interés colectivo, llevando a cabo procesos de negociación.

Para fomentar y promover el diálogo y poder contar con el punto de vista de todos sus colaboradores, se han creado grupos de mejora para el proceso de intercambio de información.

El Grupo ha llevado a cabo reuniones ordinarias trimestrales con los representantes de los trabajadores y se han creado comisiones mixtas específicas para abordar la consulta y negociación.

La compañía continua trabajando en el proyecto de comunicación interna para reforzar la transmisión de información corporativa. Además, durante el 2019 se ha regulado el canal de comunicación con los trabajadores, a través del Portal del Empleado, SMS o email de forma de lograr una mayor cercanía en las relaciones y comunicación con los trabajadores.

### Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo, por país

El porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo en España es el 100%. Los empleados del Grupo están cubiertos por los siguientes convenios colectivos, en función de la actividad y ubicación de su centro de trabajo:

- Convenio Bazares de Tenerife
- Convenio Hostelería
- Convenio Pymes Textil Gran Canaria
- Convenio Pymes Bazares Gran Canaria
- Convenio Textil Tenerife
- Convenio Calzado Tenerife
- Convenio Oficinas y Despachos Tenerife

<sup>14</sup> No se dispone de los índices de accidentalidad desagregados por sexo.

<sup>15</sup> Se incluyen las sociedades del Grupo que registraron accidentes laborales.

## Formación

El Grupo asume en su Política de Responsabilidad Corporativa el compromiso de promover el desarrollo personal y profesional de sus trabajadores, fomentando la mejora de sus propias capacidades y competencias. En este contexto se desarrolla el programa de formación continua que ofrece talleres y cursos de capacitación a los empleados cuyos objetivos generales son:

- Adquisición de nuevas competencias y habilidades vinculadas a la carrera profesional de los empleados.
- Aumento del grado de satisfacción y motivación.
- Fortalecimiento de la confianza para desempeñar sus labores y asumir nuevas responsabilidades.
- Crecimiento de la participación e innovación, como consecuencia del aumento de autoestima y capacitación.
- Reducción de errores y accidentes laborales.
- Mejora de la capacidad de adaptación a cambios y disminución de estrés laboral.
- Facilitar la coordinación entre los empleados.
- Aumento de efectividad en las funciones de los empleados.
- Potenciación de la promoción interna al sumar nuevas destrezas.
- Lograr un mejor desempeño que redunde en la productividad global del Grupo.

Por otra parte, la formación continua también reporta beneficios a la Compañía dado que le permite:

- Conocer las fortalezas y debilidades de la plantilla de cara a facilitar el reparto óptimo de funciones.
- Reforzar la cultura organizacional, con profesionales que se sienten satisfechos e integrados en la empresa.
- Consolidar entre los empleados los valores y misión de la compañía.
- Reducir los índices de rotación de personal, manteniendo el talento, gracias al aumento de la motivación y satisfacción de los empleados.
- Impulsar la reputación y del *employer branding* de la Compañía, contribuyendo a la atracción de los mejores perfiles.
- Generar ahorro gracias a la estructura de alto rendimiento y reducción de los errores laborales.
- Aumentar la innovación en los equipos, contribuyendo a crear una ventaja competitiva frente a otras empresas del sector.
- Incrementar la productividad de la plantilla, que se traduce en mejores resultados económicos para la Compañía.

El programa formativo anual de las empresas del Grupo se planifica y desarrolla de acuerdo al siguiente esquema:

Tabla 20 Fases para la planificación del programa formativo del Grupo

<b>A. Identificación de las necesidades formativas</b>
<p>Las acciones formativas ofrecidas por el Grupo están dirigidas a satisfacer las necesidades de cada colaborador, a preparar a los equipos para posibles cambios o demandas del mercado, o a adaptar al personal a la actualización tecnológica, por lo que es importante detectar cuáles son las áreas de mejora.</p> <p>En primer lugar, se realiza un <b>análisis en profundidad de la empresa</b> con el fin de detectar correctamente las necesidades formativas.</p>
<b>B. Diseño del plan formativo</b>
<p>Tras identificar las necesidades del equipo, se procede a concretar las acciones de formación continua que se van a llevar a cabo, quiénes se van a beneficiar de las mismas, cuándo se van a impartir y la metodología elegida en cada caso.</p> <p>El objetivo esencial de este plan de formación es la propuesta de acciones que permitan a los trabajadores la adquisición de los conocimientos necesarios para su desarrollo profesional.</p>
<b>C. Análisis de resultados</b>
<p>Con el objetivo de conocer el éxito del programa formativo, el Grupo determina qué iniciativas han generado efectos más positivos y cuáles no (de cara a la posterior planificación), midiendo su eficacia con base en indicadores de gestión, relativos a los aspectos organizacionales del programa formativo (costo por curso, gasto por trabajador, ratio de alumno por tutor, etc.), e indicadores de efecto, que analizan la valoración de los empleados respecto a la formación (número de inscritos por programa, porcentaje de participantes respecto al total de la plantilla, tasa de abandono, etc.).</p> <p>Finalizada dicha evaluación, el técnico de formación debe realizar un informe en el que se describen los resultados obtenidos y, en base a ellos, proponer una serie de acciones preventivas de mejora.</p>

Todas las acciones formativas propuestas por el Grupo se informan previamente a la Representación Legal de los Trabajadores, en su caso, entregándoles copia del Plan de Formación a principios de cada año y quince días antes a cada acción formativa.

En el ejercicio 2019 el conjunto de formaciones realizadas supuso un total de 6.055 horas, distribuidas en función de la categoría profesional de los participantes de acuerdo a los datos de la siguiente tabla:

Tabla 21 Horas de formación impartidas durante 2018 y 2019, desagregadas por la categoría profesional de los participantes

<b>CATEGORÍA PROFESIONAL</b>	<b>HORAS DE FORMACIÓN 2018</b>	<b>HORAS DE FORMACIÓN 2019</b>
<b>GERENTES</b>	506	476
<b>JEFES Y ENCARGADOS</b>	959	850
<b>TITULADOS Y PROFESIONALES</b>	787	109
<b>ADMINISTRATIVOS</b>	150	1.438
<b>DEPENDIENTES Y COMERCIALES</b>	3.977	3.175
<b>PERSONAL DE LIMPIEZA Y SEGURIDAD</b>	-	7
<b>Total HORAS</b>	<b>6.379</b>	<b>6.055</b>

### **Accesibilidad universal de las personas con discapacidad**

Durante el ejercicio 2019, 22 personas con alguna discapacidad formaban parte del equipo de profesionales del Grupo, 2 personas más que en el ejercicio anterior.

Para garantizar y tutelar los derechos de estos trabajadores, el Grupo cumple con la Ley General de derechos de las personas con discapacidad y de su inclusión social, aprobada mediante el Real Decreto Legislativo 1/2013, adoptando medidas específicas para la protección de los trabajadores que, teniendo reconocida la situación de discapacidad, sean especialmente sensibles a los riesgos derivados del trabajo. Como parte de estas medidas, se concede especial atención al acondicionamiento de los puestos de trabajo facilitando la accesibilidad.

Asimismo, la Compañía cumple con lo dispuesto en el Real Decreto 314/2006, de 17 de marzo (BOE 28-marzo-2006), y posteriores modificaciones, sobre la normativa de accesibilidad de las personas que establece el Documento Básico de Seguridad de Utilización y Acceso del Código Técnico de la Edificación (CTE DB SUA 9).

En concreto, los puntos de venta se construyen y diseñan atendiendo a requisitos de:

- Condiciones básicas de accesibilidad en los edificios, establecidas por el RD 505/2007.
- Accesibilidad en las zonas: elementos e itinerarios accesibles, rampas, ascensor accesible, siempre y cuando la disponibilidad técnica garantice la correcta ejecución de los mismos.
- Condiciones más específicas de accesibilidad, como probadores para personas con movilidad reducida (PMR).
- Dotación de elementos accesibles, como aseos adaptados para PMR cuando la normativa u ordenanzas municipales lo requieren.

Por otra parte, los centros comerciales del Grupo también cuentan con medidas de accesibilidad para personas con discapacidad: plazas de aparcamiento reservadas cerca de los accesos, rampas mecánicas, ascensores y aseos habilitados.

### **Igualdad**

La Política de Responsabilidad Corporativa del Grupo recoge entre los criterios de actuación de la Compañía, la generación de un entorno laboral basado en el principio de diversidad e igualdad de oportunidades.

Este compromiso se concreta en el Plan de Igualdad elaborado por el Grupo en el año 2012 para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres y erradicar la violencia sexista en el entorno de trabajo. El Plan de Igualdad es aplicable a todas las personas que integran el Grupo, teniendo como objetivo común conseguir un entorno libre de cualquier actuación o comportamiento que suponga una discriminación en el entorno laboral.

Desde el 2018, El Grupo se encuentra negociando con los Comités de Empresa la revisión y aprobación de un nuevo Plan de Igualdad. En el 2019 se ha avanzado primordialmente en la fase diagnóstica, que se encuentra próxima a finalizarse, trasladándose luego a los respectivos Comités, y de esta forma, continuar con el proceso de definición y cierre durante el próximo año.

Desde su fundación, el Grupo valora la diversidad y el respeto a las personas, y persigue la eliminación de cualquier comportamiento excluyente y discriminatorio. En este sentido, basa su conducta en cinco pilares de actuación:

- Rechazar cualquier tipo de discriminación por razón de raza, edad, sexo, estado civil, nacionalidad, creencias o cualquier condición física o social.
- Considerar la diversidad como un valor.
- Creación de un entorno inclusivo, apoyando la diversidad y combatiendo la discriminación en cualquiera de sus formas.
- Fomentar el principio de igualdad de oportunidades en todos los procesos de acceso al empleo, promoción, retribución y formación.
- Facilitar la colaboración de personas de diversas generaciones.

El posicionamiento del Grupo con la diversidad e igualdad de género también se fundamenta en su compromiso con la erradicación de la violencia sexista y la garantía y tutela de los derechos de las personas afectadas. Para ello, el Grupo dispone de un protocolo para la prevención y denuncia de cualquier comportamiento que pudiera ser constitutivo de acoso sexual y acoso por razón de sexo, aplicable también a todas las personas que forman parte de la Compañía.

El protocolo contempla que las posibles denuncias se tramiten de forma urgente y confidencial, protegiendo la dignidad e intimidad de las personas implicadas en los hechos denunciados. Establece dos tipos de procedimientos; un procedimiento informal y un procedimiento formal. Ambos finalizan con un informe en el que se recogen las conclusiones y las medidas a adoptar.

## 6. RESPETO DE LOS DERECHOS HUMANOS

Asegurar el respeto de los Derechos Humanos en el marco de las operaciones propias de la Compañía es uno de los compromisos del Grupo en materia de Responsabilidad Social. Para ello, toma como referencia, entre otros, la Declaración Universal de Derechos Humanos, los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos de Naciones Unidas, y los Principios y Derechos Fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo (OIT).

El Grupo rechaza cualquier forma de abuso o vulneración de los Derechos Humanos contra cualquiera de los grupos de interés, y mantiene un firme compromiso con los principios contenidos en los convenios de la Organización Internacional de Trabajo (OIT), velando por el cumplimiento de sus disposiciones, especialmente aquellas relacionadas con el trabajo de menores de edad, la libertad de asociación y la negociación colectiva.

La compañía garantiza que se respetan los Derechos Humanos y Laborales en los siguientes ámbitos:

- Diversidad e igualdad de oportunidades.
- No existencia de trabajo infantil, aplicando mecanismos para la verificación de la edad de la persona trabajadora en el momento de su incorporación en la plantilla.
- Entorno laboral sin discriminaciones por razón de género, origen étnico, edad, religión, discapacidad, enfermedad, orientación sexual, nacionalidad o estado civil.
- Entorno libre de riesgos contra la salud y la seguridad, en sus instalaciones.
- Libertad sindical, de asociación, derecho a la huelga y el derecho a la negociación colectiva.

Con el fin de prevenir la vulneración de estos derechos, se mantiene un diálogo constante con los empleados, facilitando la formulación de cualquier queja o denuncia que estimase conveniente.

En 2019 no se han registrado denuncias contra el Grupo por casos de vulneración de los derechos humanos o por acciones que contravengan los convenios fundamentales promulgados por la OIT.

## 7. LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN Y EL SOBORNO

El Grupo cuenta con una Política de Responsabilidad Corporativa que incluye el compromiso de la compañía con la lucha contra la corrupción, el soborno y el blanqueo de capitales, entre otros aspectos importantes.

La Compañía enmarca su actividad en el estricto cumplimiento de la legislación aplicable, rechazando conductas contrarias a la ley tales como el cohecho, tráfico de influencias, extorsión, soborno, pagos de facilitación o extorsión, entre otras.

El Grupo cuenta con mecanismos de supervisión y control internos que permiten garantizar el cumplimiento de la Política de Responsabilidad Corporativa en materia de lucha contra la corrupción y el soborno, y prevención del blanqueo de capitales.

Cabe señalar que en ninguna de las sociedades dependientes del Grupo, ni en ninguno de sus socios empresariales, se han registrado casos de corrupción.

## 8. SOCIEDAD

La Política de Responsabilidad Corporativa del Grupo expresa y desarrolla el compromiso de la Compañía con la generación de valor compartido y el impulso del desarrollo de la comunidad local.

El Grupo trabaja en la creación y mantenimiento de un modelo de negocio responsable que, en el medio y largo plazo, aporte valor, rentabilidad y competitividad a su entorno social y económico, contribuyendo al progreso de la comunidad y generando confianza entre sus grupos de interés.

Asume el compromiso de ofrecer un servicio de calidad y profesionalizado, que satisfaga las necesidades de los clientes y proporcione la mejor relación calidad-precio, actuando siempre en el marco de la competencia leal rechazando conductas fraudulentas o maliciosas contrarias a su ética empresarial.

Asimismo, en relación a su objetivo de generar valor en las comunidades locales, el Grupo mantiene relaciones comerciales con proveedores de cercanía y bajo normas de la Unión Europea para el abastecimiento de las sociedades en las que ejercer la toma de decisiones y gestión administrativa (en el caso de las marcas comercializadas en sus tiendas, la compra se realiza de acuerdo a los criterios de las mismas). De esta forma, la Compañía contribuye a la creación y mantenimiento del empleo en las zonas donde desarrolla su actividad.

De igual forma, participa en numerosas iniciativas de concienciación social sobre temáticas relevantes en el panorama actual, por ejemplo:

- “Acción Todas Somos Cuerpos Pimkie”. Campaña desarrollada en redes sociales y valla publicitaria con el objetivo de transmitir la importancia de la autoestima y el rechazo de la discriminación por el aspecto físico, que cobra especial relevancia en el mundo de la moda.
- Homenaje a la diversidad con motivo del Día internacional del Orgullo LGBT bajo el lema “Saca tu Ropa del Armario” “Love is Love”, transmitiendo este mensaje en redes y con cartelería en tienda para apoyar la inclusión.
- “Menos agua”, campaña de comunicación en redes sociales para el uso racional del agua.

Por otra parte, en su afán por impulsar el desarrollo social y económico de su entorno, el Grupo lleva a cabo diversas acciones de colaboración solidaria que apoyan causas benéficas y favorecen la integración y mejora de las condiciones de vida de colectivos vulnerables como, por ejemplo:

- Colaboración en la venta de tazas solidarias en las tiendas del Grupo, cuyos beneficios íntegros fueron destinados a la Asociación Española Contra el Cáncer. Por su parte, la Compañía adquirió una taza para obsequiar a cada empleado.
- Desfile benéfico en favor de la lucha contra el cáncer de mama, con motivo del Día Mundial contra el Cáncer de Mama.
- Evento de firma de autógrafos de Pedro Rodríguez (jugador de fútbol Canario de fama internacional) en favor de la homónima Fundación Pedro Rodríguez, cuya labor de orienta a la integración en el deporte de niños con familias de escasos recursos.

En el siguiente apartado se relacionan algunos ejemplos más de organizaciones sociales con las que el Grupo ha colaborado en 2019.

### Acciones de colaboración social y de patrocinio

Uno de los principales pilares de actuación del Grupo en materia de Responsabilidad Social es velar por el bienestar y el desarrollo socioeconómico de las comunidades locales a través de aportaciones a entidades sin ánimo de lucro que protegen y atienden a colectivos desfavorecidos. En 2019, el Grupo realizó aportaciones económicas por valor de 21.175,73 € a las siguientes organizaciones:

- Fundación Canaria Satocan-Junguel Sanjuan
- Aldeas Infantiles
- Cruz Roja Española
- Cáritas Diocensanas
- Fundación Instituto De Salud Global
- Asociación Social Humanitaria Villa Feliz
- Asociación Tenerife Rural

Asimismo, en 2019 el Grupo ha patrocinado diversas actividades e iniciativas, entre las que destacan:

- Torneo femenino de golf “I TORNEO MAS MUJER”, como parte del evento “PINK & GREEN SUMMER PARTY”.
- Audi Golf Night by Mahou & Lopesan Maspalomas Golf, único torneo de golf nocturno de Canarias.
- Festival musical “Live in Summer Festival” en Santa Cruz de Tenerife.
- “VI Torneo de Pádel Benéfico”, ciudad de Güímar, promovido por ABDC Chanvergas Pádel, a favor de Solidarios Canarias.
- “Encuentro de líderes”, organizado por Radio Club Tenerife y Grupo de comunicación El Día, con el objetivo de generar un espacio de reflexión sobre la actualidad informativa.
- “X Gala solidaria del Fast” (Foros de Amigos del Sur de Tenerife), con la causa “A favor de la lucha contra el cáncer”.
- Colaboración para las fiestas Patronales del Municipio de Arafo en Tenerife.

La siguiente tabla recoge las cantidades totales aportadas por el Grupo, en 2018 y 2019, al apoyo de entidades sociales sin ánimo de lucro y a la colaboración con organizaciones e iniciativas locales de diversa índole.

Tabla 22 Aportaciones a entidades sin ánimo de lucro y colaboraciones/patrocinios realizadas por el Grupo en 2018 y 2019

APORTACIONES Y COLABORACIONES DE CARÁCTER SOCIAL	2018	2019
DONACIONES A FUNDACIONES Y/O ENTIDADES SIN ÁNIMO DE LUCRO	47.798,66 €	25.708,20 €
COLABORACIONES Y PATROCINIOS	56.568,06 €	95.145,07 €

Durante el ejercicio 2019 se ha mantenido el compromiso social del Grupo realizando aportaciones a organizaciones sin ánimo de lucro, aunque se han reforzado las colaboraciones y patrocinios en favor de la dinamización comercial del entorno y la cooperación con campañas de diversas características (mencionadas anteriormente).

### Relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales

El Grupo mantiene sólidas relaciones con diversos actores de las comunidades locales en las que opera, participando en actos y eventos significativos como el coloquio “Situación económica actual y perspectivas de futuro en las Islas Canarias”, organizado por la Escuela Canaria de Negocios o el proyecto “Los que dejan huella”, organizado por Prensa Ibérica y KPMG.

La Compañía forma parte activa de la sociedad canaria y es reconocido por su labor empresarial y social, por ello, se han concedido varios premios y galardones a su máximo responsable D. Amid Achi, Presidente Ejecutivo de Grupo Número 1:

- Finalista por Canarias al Premio Emprendedor del Año de EY.
- Premio Ejecutivo del Año, otorgado por el Consejo Editorial de la revista Ejecutivos, a propuesta de la Asociación de Jóvenes Empresarios de Tenerife, en la I Edición de los Premios Ejecutivos Santa Cruz de Tenerife.
- Premio Tajinaste 2019 otorgado por el Rotary Club de Santa Cruz de Tenerife para hacer notar a la sociedad canaria el esfuerzo que personas físicas o jurídicas hacen hacia los demás.
- Premio Taburiente 2019, otorgado por la Fundación Diario de Avisos por el compromiso, el buen hacer y la capacidad que han marcado su trayectoria.
- Premio Chanverga del Año 2019 concedido por la Asociación humanitaria ABDC Chanvergas Pádel, premiando la excelente trayectoria profesional y destacando la dimensión social y solidaria emprendida.
- Premio Mención Especial Gánigo 2019 que el CIT SUR entrega cada año a aquellas personas, organizaciones, empresas, asociaciones, entidades o administraciones que por sus méritos han contribuido a fomentar y difundir el desarrollo del Sur de Tenerife y paralelamente, han propiciado la estabilidad económica a la zona y han dado a conocer las bondades, riquezas y singularidades de la misma.

### Proveedores

En relación a los proveedores del Grupo, teniendo en cuenta su modelo de negocio, existen dos casos diferenciados cuyas características condicionan la relación que mantiene la Compañía con estos:

- Proveedores de la línea *retail*: En esta área, la práctica totalidad de los proveedores de mercancías, materiales y servicios son los propios franquiciadores o vienen impuestos por estos. Por ello, la responsabilidad de selección, control y supervisión recae en la marca y no en el Grupo.
- Resto de proveedores: La política del Grupo es apostar por proveedores locales, con el propósito de contribuir al crecimiento y dinamización de tejido empresarial de las zonas en las que opera. La mayoría son empresas canarias de todo tamaño, desde autónomos a grandes corporaciones. La mayor parte son proveedores de servicios para los centros comerciales y de mantenimiento de algunas tiendas.

## Clientes

Los clientes son el motor fundamental para el desarrollo, evolución y crecimiento de la Compañía y en torno a ellos se llevan a cabo una serie de medidas con un doble objetivo:

- Velar por su salud y seguridad.
- Atender sus inquietudes y satisfacer sus necesidades.

### Salud y seguridad de los clientes

Además de cumplir con las obligaciones de autoprotección, evacuación y planes de emergencia, el Grupo imparte formaciones a sus empleados con la finalidad de formarles para atender correctamente a los clientes en circunstancias de emergencia.

Desde el Departamento de Prevención de Riesgos Laborales y el Departamento Comercial, se vigila el cumplimiento de las condiciones de confort en las zonas comerciales, ya sean las condiciones termohigrométricas (temperatura y humedad) como las acústicas.

Entre las acciones concretas implementadas en distintos centros comerciales, para garantizar la seguridad de clientes y trabajadores, se encuentran la disposición de certificados de limpieza de aljibes o la instalación de detectores de monóxido de carbono en parkings. También en los parkings de los centros comerciales, la Compañía habilita plazas específicas para familiar y mujeres embarazadas que les permiten estacionar cómodamente.

Por otro lado, el Grupo establece, a través de la Política de Responsabilidad Corporativa, el compromiso de garantizar la protección de la privacidad de los clientes y empleados del Grupo.

### Atención al cliente: sistema de reclamaciones

A la hora de gestionar las posibles reclamaciones de los usuarios, el Grupo ha elaborado un procedimiento que se encuentra en todos los establecimientos e indica cómo actuar ante una reclamación.

Las hojas de reclamaciones se encuentran en la carpeta con la documentación relevante del establecimiento que está en la propia tienda.

Además, también existe otra vía dentro de la empresa para la presentación de quejas y/o reclamaciones que se gestiona desde el departamento de marketing.

Durante el ejercicio 2019 se registraron 64 reclamaciones, presentadas mediante hoja de reclamación; de las que el 100% fueron atendidas. En el siguiente cuadro se presenta la comparativa de reclamaciones recibidas durante los dos últimos ejercicios, mostrando una reducción del 34,7%:

*Tabla 23. Número de quejas y reclamaciones registradas por el Grupo durante los ejercicios 2018 y 2019*

QUEJAS Y RECLAMACIONES ORDINARIAS	2018	2019
NÚMERO DE RECLAMACIONES	98	64

### Fiscalidad y administraciones públicas

En el siguiente cuadro se presenta la cifra total de beneficios obtenidos por el Grupo por su actividad durante el año 2018 y 2019, y el importe de impuestos pagados en los periodos mencionados (calculados aplicando el criterio de caja).

Tabla 24 Información fiscal del Grupo de los ejercicios 2018 y 2019

	2018	2019
<b>BENEFICIOS OBTENIDOS</b>	16.725.386,95 €	16.176.188,09€
<b>IMPUESTO SOCIEDADES</b>	2.214.902,96 €	3.142.210,07 €
<b>SUBVENCIONES RECIBIDAS</b>	7.000 €	-

## 9. ANEXO CONTENIDOS LEY 11/2018

Este informe incluye la información necesaria para comprender la evolución, los resultados, la situación de la compañía y el impacto de su actividad respecto a cuestiones medioambientales y sociales, así como las relativas al personal, al respeto de los Derechos Humanos y a la lucha contra la corrupción y el soborno.

A continuación se muestran la relación de contenidos requeridos por la Ley 11/2018. Para la definición de indicadores de reporte, se han tomado como referencia los Estándares GRI de forma orientativa.

LEY 11/2018	EINF 2019
Entorno empresarial	Pág. 5 - 7
Organización y estructura	Pág. 5 - 7
Mercados en los que opera	Pág. 5 - 7
Objetivos y estrategias	Pág. 7
Factores y tendencias que pueden afectar a su evolución	Pág. 7
<b>Aspectos medioambientales</b>	
Políticas Medioambientales	Pág. 8
Principales riesgos	Pág. 8
General	
Efectos actuales y previsibles de las actividades de la empresa en el medio ambiente, en su caso en la salud y la seguridad	Pág. 8
Procedimientos de evaluación o certificación ambiental	Pág. 8
Recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales y aplicación del principio de precaución, cantidad de provisiones y garantías para riesgos ambientales	Pág. 8
Contaminación	
Medidas para prevenir, reducir o reparar las emisiones de carbono que afecten gravemente el medio ambiente	Pág. 11 - 12
Contaminación atmosférica específica de una actividad incluido el ruido y la contaminación lumínica	Pág. 11
Economía Circular y prevención y gestión de residuos	
Medidas de prevención, reciclaje, reutilización, otras formas de recuperación y eliminación de desechos; acciones para combatir el desperdicio de alimentos	Pág. 9
Uso sostenible de los recursos	
Consumo de agua y suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales	Pág. 9 - 10
Consumo de materias primas y medidas adoptadas para mejorar la eficiencia en su uso.	Pág. 12
Consumo directo e indirecto de energía	Pág. 10
Medidas para mejorar la eficiencia energética y el uso de energías renovables	Pág. 11 - 12
Cambio climático	
Protección de la biodiversidad	Pág. 12 - 13
<b>Cuestiones sociales y relativas al personal</b>	
Políticas Laborales y resultado de las políticas	Pág. 14
Principales riesgos	Pág. 14
Empleo	
Número total y distribución de empleados por sexo, edad, país y clasificación profesional	Pág. 14 - 15

LEY 11/2018	EINF 2019
Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo, promedio anual de contratos indefinidos, contratos temporales y contratos a tiempo parcial por sexo, edad y clasificación profesional	Pág. 15- 16
Número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional	Pág. 16
Remuneraciones medias y evolución desagregada por sexo, edad y clasificación profesional o igual valor	Pág. 17
Brecha salarial, la remuneración por puestos de trabajo iguales o de media de la sociedad	Pág. 18
Remuneración media de los consejeros y directivos incluyendo la retribución variable, dietas, indemnizaciones, el pago de los sistemas de previsión de ahorro a largo plazo y cualquier otra percepción desagregada por sexo	Pág. 17
Implantación de políticas de desconexión laboral	Pág. 18
Empleados con discapacidad	Pág. 23
Organización del trabajo	
Organización de tiempo de trabajo	Pág. 18
Número de horas de absentismo	Pág. 18
Medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio corresponsable de estos por parte de ambos progenitores	Pág. 19
Salud y seguridad	Pág. 19 - 20
Relaciones Sociales	Pág. 20
Formación	Pág. 21- 22
Accesibilidad	Pág. 23
Igualdad	Pág. 23 -24
<b>Información sobre el respeto de los Derechos Humanos</b>	
Políticas de Derechos Humanos y resultado de estas políticas	Pág. 25
Diligencia debida en materia de Derechos Humanos	Pág. 25
Principales riesgos en DDHH	Pág. 25
<b>Información relativa a la lucha contra la corrupción y el soborno</b>	
Políticas contra la corrupción y el soborno	Pág. 26
Riesgos de Corrupción y Soborno	Pág. 26
Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno	Pág. 26
Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales	Pág. 26
Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro	Pág. 28
<b>Información sobre la sociedad</b>	
Políticas y resultados de las políticas	Pág. 27
Principales riesgos	Pág. 27
Compromiso de la empresa con el desarrollo sostenible	Pág. 27 - 28
Subcontratación y proveedores	Pág. 29
Consumidores	Pág. 30
Información fiscal	Pág. 31