



1.

MODELO DE NEGOCIO DE AFFINITY

2.

MATERIALIDAD

3.

PRODUCTO

4.

PLANETA

5.

PERSONAS

6.

CONTRIBUCIÓN SOCIAL

7.

BUEN GOBIERNO

8.

ANEXOS



## Alimentando vínculos saludables entre personas, perros y gatos



1.

MODELO DE  
NEGOCIO DE  
AFFINITY

2.

MATERIALIDAD

3.

PRODUCTO

4.

PLANETA

5.

PERSONAS

6.

CONTRIBUCIÓN  
SOCIAL

7.

BUEN  
GOBIERNO

8.

ANEXOS



**1. Modelo de Negocio de Affinity**

**2. Materialidad**

**3. Producto:** soluciones nutritivas, naturales e innovadoras

**4. Planeta:** cuidado del entorno y el planeta

**5. Personas:** bienestar de las personas y desarrollo del talento diverso

**6. Contribución Social:** comprometidos con los animales de compañía y las comunidades locales

**7. Buen Gobierno:** impulsamos comportamientos éticos, transparentes y responsables

**8. Anexos**



ÍNDICE

**1.**  
MODELO DE  
NEGOCIO DE  
AFFINITY

**2.**  
MATERIALIDAD

**3.**  
PRODUCTO

**4.**  
PLANETA

**5.**  
PERSONAS

**6.**  
CONTRIBUCIÓN  
SOCIAL

**7.**  
BUEN  
GOBIERNO

**8.**  
ANEXOS



## **1.** Modelo de Negocio de Affinity



# 1.1. Modelo de creación de valor

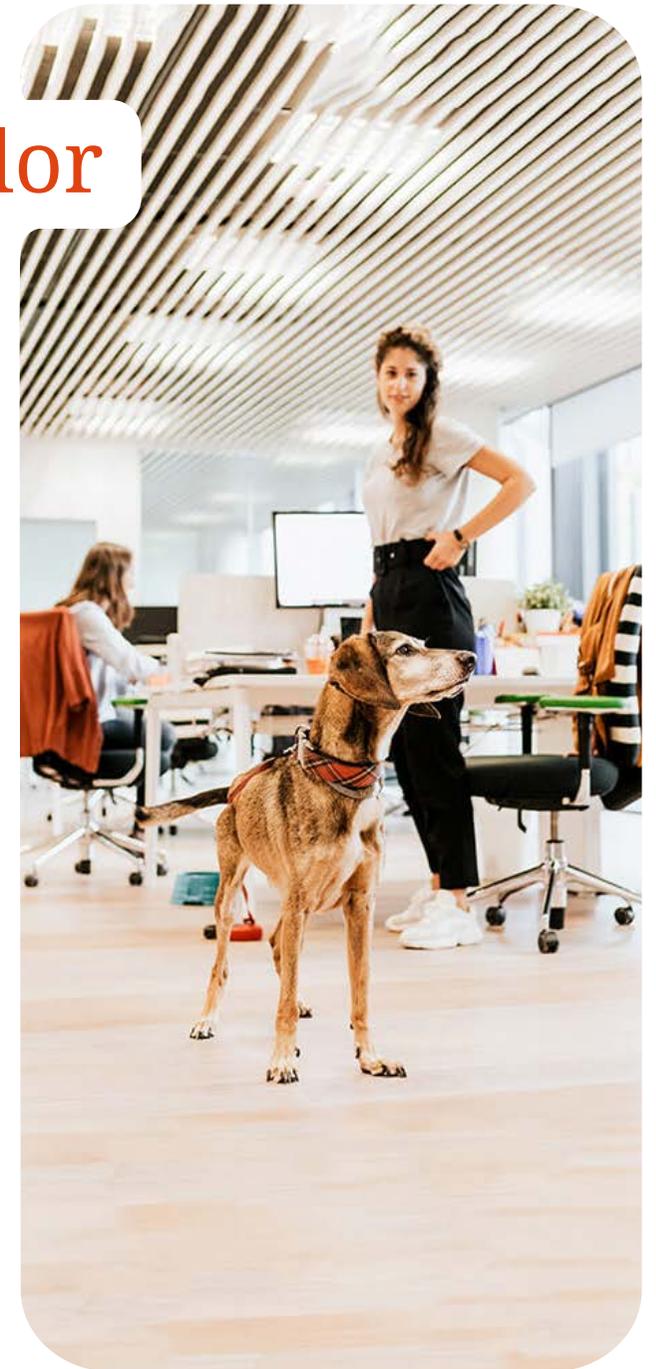
## Comprometidos con el bienestar de los perros y los gatos

Somos mucho más que una compañía experta en nutrición animal. Somos una compañía amante de los animales y plenamente comprometida con el bienestar de los perros y gatos y de las personas que cuidan de ellos.

Amamos a los animales de compañía, son nuestra pasión y el motivo de nuestro trabajo. Queremos acompañar y contribuir a mejorar la relación entre las personas y sus animales de compañía, reforzando el vínculo que les une y, a su vez, ayudando a mejorar la salud física y emocional de ambos.

Una muestra de nuestro compromiso y filosofía es nuestra Fundación, una organización sin ánimo de lucro, que es la única fundación corporativa del sector en España dedicada a promover este vínculo entre personas, perros y gatos.

La Fundación Affinity lleva más de 30 años trabajando por los animales y las personas desde 3 ámbitos: la investigación, la concienciación y la acción social. Tres áreas de actuación con el objetivo común de difundir la filosofía de que una sociedad que respeta a los animales es una sociedad mejor.



1.  
MODELO DE  
NEGOCIO DE  
AFFINITY

2.  
MATERIALIDAD

3.  
PRODUCTO

4.  
PLANETA

5.  
PERSONAS

6.  
CONTRIBUCIÓN  
SOCIAL

7.  
BUEN  
GOBIERNO

8.  
ANEXOS



**1.**  
MODELO DE  
NEGOCIO DE  
AFFINITY

**2.**  
MATERIALIDAD

**3.**  
PRODUCTO

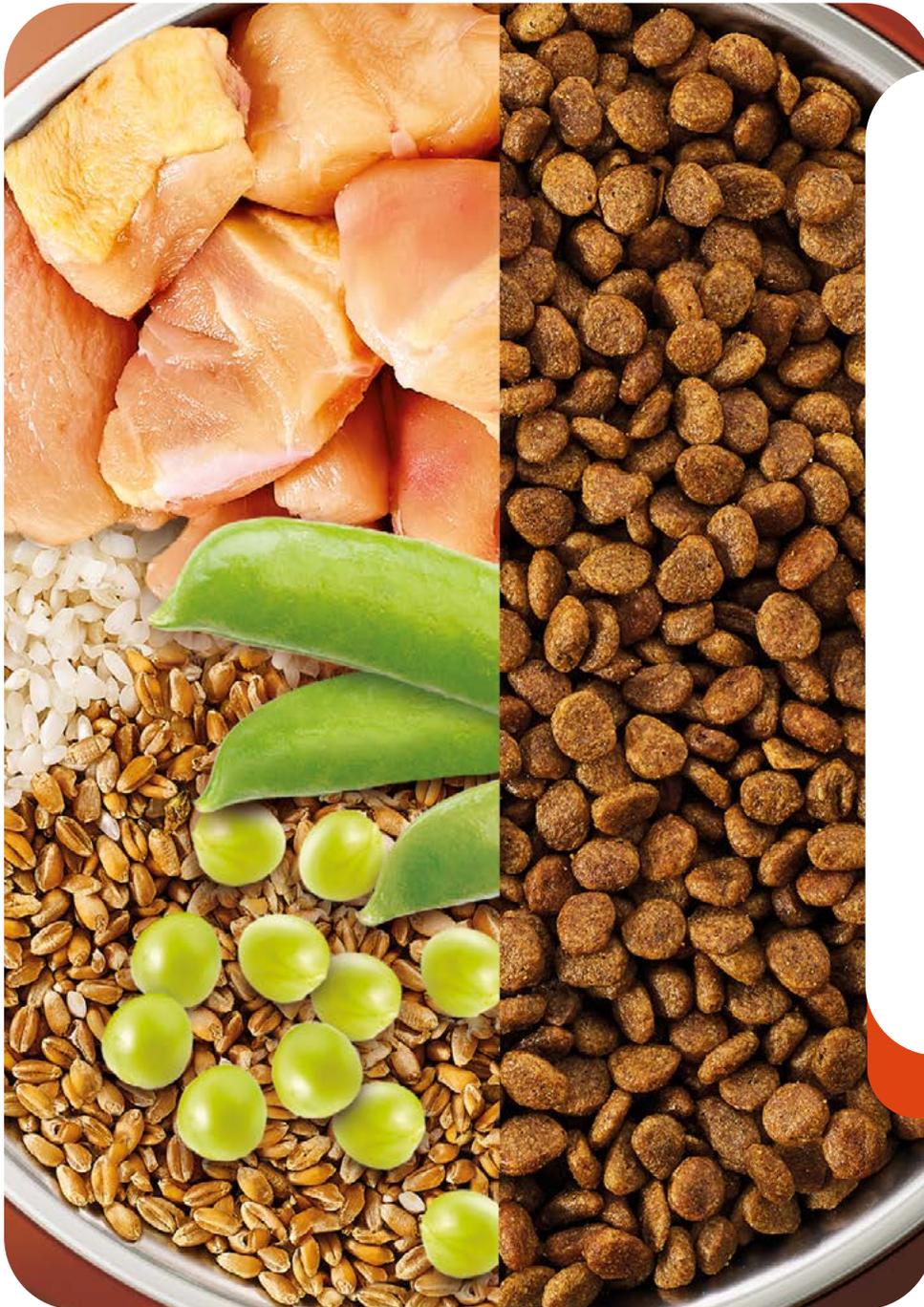
**4.**  
PLANETA

**5.**  
PERSONAS

**6.**  
CONTRIBUCIÓN  
SOCIAL

**7.**  
BUEN  
GOBIERNO

**8.**  
ANEXOS



## Líderes en una alimentación completa y equilibrada para perros y gatos

Affinity es una empresa con más de 50 años de experiencia en la producción de nutrición animal de calidad y que forma parte del negocio de PetFood del Grupo Agrolimen<sup>1</sup>. El Grupo es líder en alimentación para perros y gatos en España, cuartos en Europa y séptimos en el mundo.

Sabemos lo importante que es la nutrición para la salud de nuestros perros y gatos, por lo que a través de nuestras marcas, hemos desarrollado una extensa gama de productos con ingredientes seleccionados de primera calidad y con un alto valor nutritivo que contribuyen al desarrollo y la calidad de vida de los perros y los gatos.

Un equilibrio entre investigación, tecnología, profesionales especializados y una selección cuidadosa de los ingredientes nos permite cubrir, a través de nuestros productos, las necesidades alimenticias de perros y gatos, desde las más genéricas a las más específicas.

<sup>1</sup> El negocio de alimentación de animales de compañía bajo el perímetro de consolidación del Grupo Agrolimen lo forman además de Affinity Petcare, las compañías Natures Menu, Nature's Variety y ReelRaw.

## Organización orientada al mercado y a los clientes

Los 1.468 profesionales<sup>2</sup> que trabajamos en la división de la alimentación de animales de compañía del Grupo Agrolimen desarrollamos nuestra labor y pasión desde la sede central de Barcelona (Hospitalet de Llobregat) y desde el resto de sedes distribuidas por el mundo.

Además, contamos con 5 centros de producción para abastecer a los más de 70 países en los que estamos presentes.



De los 5 centros comentados anteriormente, España, Italia y Francia corresponden al subgrupo Affinity Petcare, el centro de UK corresponde a Natures Menu y el de EUA corresponde a Nature´s Variety.

Por lo que respecta a las sociedades controladas por el subgrupo Affinity Petcare, estamos organizados en dos divisiones de negocio, una enfocada al canal de la gran distribución y otra al canal especializado, soportadas por las áreas corporativas, lo que nos permiten innovar y responder mejor y con mayor rapidez a las necesidades de los perros y gatos, de nuestros clientes y de los consumidores.

<sup>2</sup> En 2022 eran 1.366 empleados. En este total se incluye al personal de Natures Menu, Nature´s Variety y ReelRaw.



1.  
MODELO DE  
NEGOCIO DE  
AFFINITY

2.  
MATERIALIDAD

3.  
PRODUCTO

4.  
PLANETA

5.  
PERSONAS

6.  
CONTRIBUCIÓN  
SOCIAL

7.  
BUEN  
GOBIERNO

8.  
ANEXOS



1.  
MODELO DE  
NEGOCIO DE  
AFFINITY

2.  
MATERIALIDAD

3.  
PRODUCTO

4.  
PLANETA

5.  
PERSONAS

6.  
CONTRIBUCIÓN  
SOCIAL

7.  
BUEN  
GOBIERNO

8.  
ANEXOS

## 1.2. Estrategia de negocio sostenible



### Entorno de mercado

Se estima<sup>3</sup> que la alimentación para perros y gatos a nivel mundial facturó 114 billones de euros en 2022 (101 billones en 2021), con un crecimiento anual del 12,9%, siendo Agrolimen el séptimo grupo a nivel mundial.

En Europa Occidental, principal geografía donde opera Affinity, y que representa el 20% de la facturación mundial del sector, con un crecimiento del 10%, Affinity es la cuarta compañía.

Las compañías del Grupo Affinity elaboran principalmente alimentación seca, que representa el 41% del mercado europeo, en esta tecnología Affinity es el tercer fabricante europeo y mejora su participación año tras año.

Los europeos son cada vez más proclives a la tenencia de animales de compañía, la población

de perros y gatos crecen 2,1% en 2022. El valor de la categoría de alimentación de perros y gatos tiene una evolución positiva gracias, tanto al crecimiento de la población, como al crecimiento de productos de valor adaptados a las necesidades específicas de los animales de compañía.

### PILARES DE LA ESTRATEGIA

Los pilares de nuestra estrategia de crecimiento son:

- **Investigación avanzada e innovación permanente**
- **Calidad y seguridad alimentaria**
- **Construcción de marcas líderes**
- **Compromiso con el desarrollo sostenible**

<sup>3</sup> Fuente: últimos datos disponibles Euromonitor (2023)

## Gestión de la sostenibilidad en Affinity

Affinity desarrolla su estrategia con arreglo a un propósito y unos valores con los que se encuentran comprometidas todas las compañías y personas que forman parte del Grupo y cuyo denominador común es la creación de valor de forma sostenible.

Desarrollamos iniciativas en los ámbitos de la sostenibilidad de nuestro producto, del cuidado medioambiental, la contribución social y con las mejores prácticas de gobierno corporativo existentes, procurando un desarrollo que satisfaga las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades.

Para lograr su gestión coordinada y sostenible, contamos con el departamento de Desarrollo Sostenible, que lidera el Comité

de Sostenibilidad, en el que están representados miembros de todas las áreas de la compañía y que tiene como objetivo garantizar ejecución de la estrategia de sostenibilidad e integrarla en los procesos operacionales y administrativos, impulsar el diálogo y conocer las expectativas de los grupos de interés, así como fomentar las buenas prácticas ambientales, sociales y de buen gobierno y comunicación.

## Relevancia social de las mascotas

Los acontecimientos de estos últimos años han demostrado a la Sociedad que, en situaciones de dificultad, el vínculo afectivo entre humanos, perros y gatos se hace más fuerte y contribuye significativamente al buen estado emocional de los *petparents*.

Desde Affinity hemos dedicado y dedicaremos nuestros mejores esfuerzos para cumplir con nuestra

responsabilidad, manteniendo sin interrupciones el suministro del alimento de calidad del que tanto disfrutan, y promoviendo, desde nuestra Fundación y nuestras marcas, la información permanente a todos los amantes de perros y gatos, promoviendo la adopción y contra el abandono.



1.  
MODELO DE  
NEGOCIO DE  
AFFINITY

2.  
MATERIALIDAD

3.  
PRODUCTO

4.  
PLANETA

5.  
PERSONAS

6.  
CONTRIBUCIÓN  
SOCIAL

7.  
BUEN  
GOBIERNO

8.  
ANEXOS



1.  
MODELO DE  
NEGOCIO DE  
AFFINITY

2.  
**MATERIALIDAD**

3.  
PRODUCTO

4.  
PLANETA

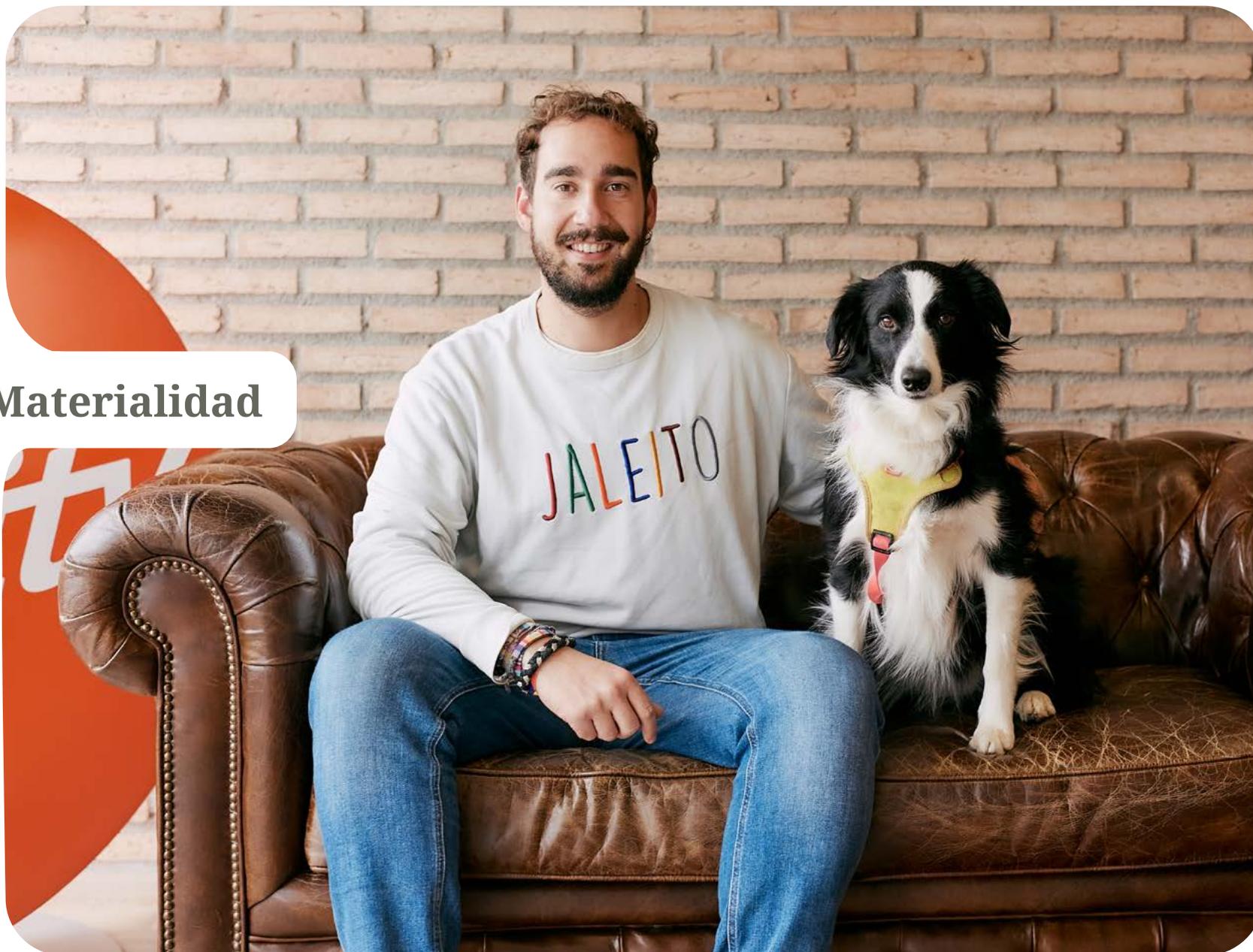
5.  
PERSONAS

6.  
CONTRIBUCIÓN  
SOCIAL

7.  
BUEN  
GOBIERNO

8.  
ANEXOS

## 2. Materialidad



## 2. Materialidad



1.

MODELO DE NEGOCIO DE AFFINITY

2.

MATERIALIDAD

3.

PRODUCTO

4.

PLANETA

5.

PERSONAS

6.

CONTRIBUCIÓN SOCIAL

7.

BUEN GOBIERNO

8.

ANEXOS

En Affinity, trabajamos periódicamente para identificar y comprender las expectativas de los grupos de interés en materia de sostenibilidad de forma proactiva y sistemática. A través de los análisis de materialidad identificamos qué asuntos son más relevantes para nuestros grupos de interés y la compañía. Los principales temas materiales son el bienestar de los perros y gatos y las personas que cuidan de ellos, la diversidad y la inclusión, la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero y la economía circular. Estos asuntos se integran en nuestros procesos internos de toma de decisiones avanzando así en la creación de valor económico, social y medioambiental.

En la realización de este análisis se han tenido en consideración las recomendaciones recogidas en los estándares de Global Reporting Initiative y más concretamente en el estándar GRI 3: “Temas Materiales 2021”, que establece la materialidad como uno de los cuatro conceptos clave a seguir para la definición de contenidos de informes de sostenibilidad y se han aplicado en la elaboración del presente informe.

Nuestro análisis de materialidad está integrado en la compañía e involucra a todas aquellas áreas que interaccionan con los grupos de interés, teniendo en cuenta igualmente la manera

cómo evoluciona el mercado y, por tanto, sus expectativas y necesidades. Affinity ha identificado aquellos aspectos sociales, ambientales y de comportamiento ético que son más relevantes para sus distintos grupos de interés y que internamente estructuramos en los campos de Producto, Planeta, Personas, Sociedad y Buen Gobierno.

Los resultados del análisis son validados por el Comité Ejecutivo y por la Comisión de Sostenibilidad y se integran en nuestra Estrategia de Negocio.



Asimismo, el presente informe se ha estructurado dando cumplimiento a la Ley 11/2018 en función de la relevancia de los aspectos identificados en el análisis de materialidad.



1.  
MODELO DE  
NEGOCIO DE  
AFFINITY

2.  
MATERIALIDAD

3.  
PRODUCTO

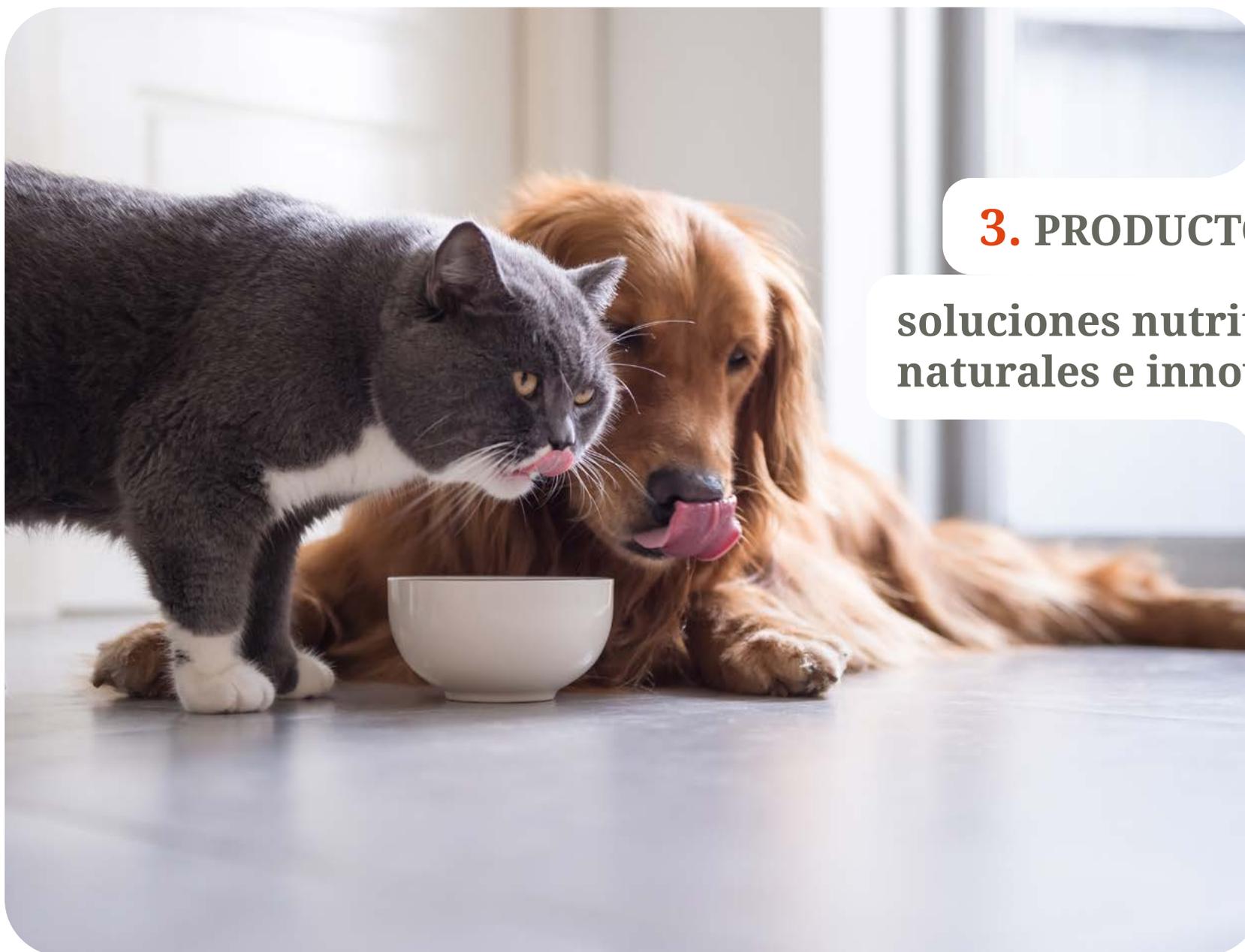
4.  
PLANETA

5.  
PERSONAS

6.  
CONTRIBUCIÓN  
SOCIAL

7.  
BUEN  
GOBIERNO

8.  
ANEXOS



### 3. PRODUCTO:

**soluciones nutritivas,  
naturales e innovadoras**



1.

MODELO DE NEGOCIO DE AFFINITY

2.

MATERIALIDAD

3.

PRODUCTO

4.

PLANETA

5.

PERSONAS

6.

CONTRIBUCIÓN SOCIAL

7.

BUEN GOBIERNO

8.

ANEXOS



## 3.1. Bienestar nutricional

### Calidad y Seguridad alimentarias

Affinity Petcare, cumpliendo con su política de calidad y seguridad alimentaria:

- Ejecuta sistemas de gestión basados en procesos eficaces y concentrados en lograr:
    - La satisfacción de los clientes y consumidores.
    - La producción y distribución de productos seguros para los perros y gatos.
  - Establece objetivos y metas que supongan el reto de mejorar continuamente los resultados con respecto a los clientes, consumidores, accionistas y proveedores.
  - Revisa periódicamente la efectividad de los sistemas implementados y los objetivos y metas derivados.
- En lo que respecta a **la calidad**, identificamos las siguientes partes interesadas:
- **Proveedores:** inician la cadena de valor de nuestros productos y, por lo tanto, la selección y aprobación de proveedores es clave para ofrecer un producto superior.
  - **Clientes:** son quienes distribuyen y venden los productos de Affinity para ponerlos a disposición de los consumidores.
  - **Consumidores:** los propietarios de los perros y gatos que compran los productos de nuestras marcas.
  - **Perros y gatos:** los consumidores finales de los productos Affinity.



1.

MODELO DE NEGOCIO DE AFFINITY

2.

MATERIALIDAD

3.

PRODUCTO

4.

PLANETA

5.

PERSONAS

6.

CONTRIBUCIÓN SOCIAL

7.

BUEN GOBIERNO

8.

ANEXOS

Se trata de procesos que tienen en cuenta la evolución del sector y ayudan a adaptarse a sus cambios y transformaciones. Estas prácticas, en colaboración con proveedores y distribuidores, el estricto cumplimiento de la legislación y el respeto al entorno natural son el mejor aval para ofrecer productos y servicios de calidad.

En cuanto a la **seguridad alimentaria**, consideramos riesgo alimentario a aquello que pueda afectar a la salud de los perros y gatos y cuyos efectos hayan sido demostrados o que se consideren razonablemente probables.

Todos los productos comercializados por Affinity Petcare son diseñados, fabricados y distribuidos bajo condiciones controladas, que han seguido un análisis de peligros y puntos críticos de control (APPCC). Cuando los productos han sido fabricados por un tercero, Affinity se asegura de que se hayan cumplido los mismos principios.

El sistema de APPCC implantado en Affinity está basado en:

- Código de prácticas de FEDIAF para la fabricación de alimentos seguros para los perros y gatos.
- Codex Alimentarius FAO-OMS “Código Internacional Recomendado de Prácticas - Principios Generales de Higiene de los Alimentos”
- ISO 22000 “Sistemas de gestión de la seguridad alimentaria - Requisitos”

La gestión de la Calidad y la seguridad alimentaria está certificada a través de la implementación de la ISO 9001 e ISO 22000 en las tres fábricas de España, Francia e Italia, y adicionalmente en la fábrica de España, también certificada según normativa ISO 14001 para la gestión medioambiental de ésta.





1.

MODELO DE  
NEGOCIO DE  
AFFINITY

2.

MATERIALIDAD

3.

PRODUCTO

4.

PLANETA

5.

PERSONAS

6.

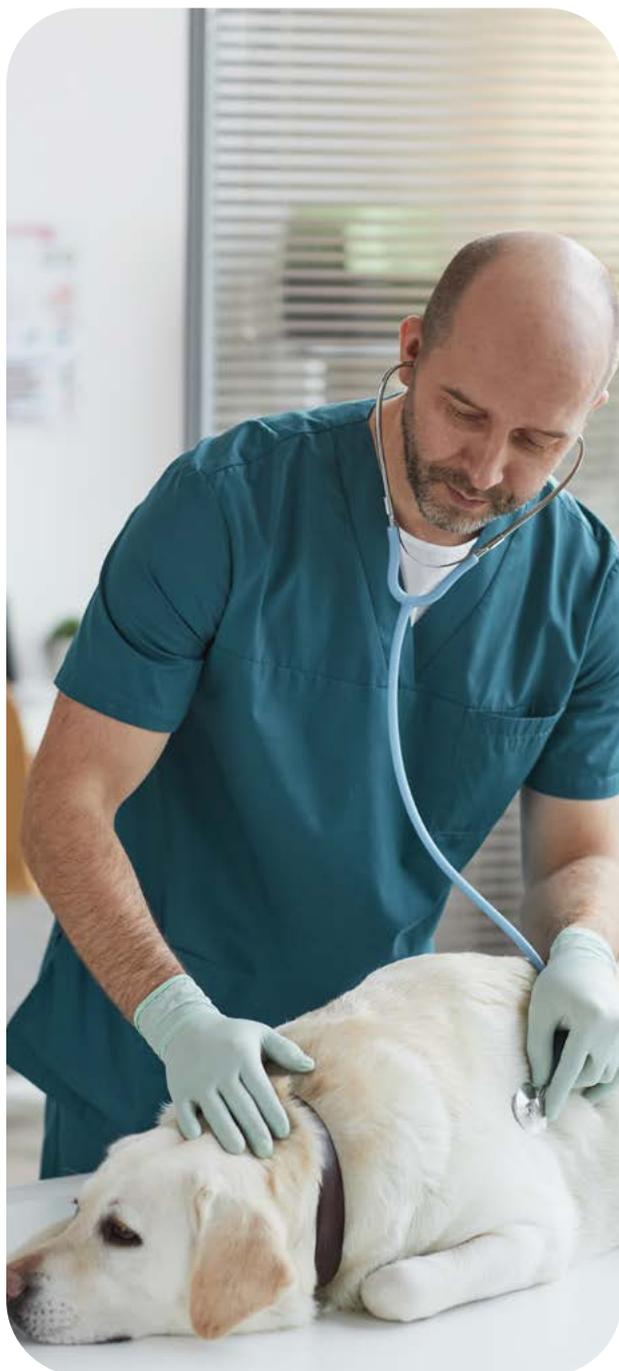
CONTRIBUCIÓN  
SOCIAL

7.

BUEN  
GOBIERNO

8.

ANEXOS



## Investigación e innovación nutricional

Trabajamos continuamente con el objetivo de conseguir que los perros y los gatos tengan la mejor salud posible a lo largo de toda su vida a través de productos con una formulación completa y equilibrada. Nuestro equipo de nutricionistas, etólogos, veterinarios y otros especialistas están continuamente innovando para dar forma al futuro de su cuidado y bienestar.

Todos ellos respaldados por nuestro centro de nutrición, el Affinity Nutrition Center (ANC), el único centro de cuidado de perros y gatos en España dedicado a la generación de conocimiento sobre la salud, el bienestar y la nutrición animal. Nuestras instalaciones renovadas y respetuosas con el medio ambiente se adaptan a las necesidades diarias de perros y gatos, proporcionándoles los máximos niveles de confort, seguridad y bienestar.

Nuestro equipo está compuesto por veterinarios, nutricionistas, biólogos y etólogos que trabajan diariamente con nuestros animales para realizar pruebas de palatabilidad, donde se mide la aceptación o preferencia de un alimento sobre otro, y para llevar a cabo

estudios nutricionales no invasivos basados en la evaluación de diferentes dietas de alimentación para perros y gatos.

El Centro de Nutrición Affinity es un hogar para nuestros perros y gatos, donde socializan, se ejercitan y juegan juntos todos los días. Después de un tiempo en el centro, nuestros perros y gatos entran en nuestro plan de adopción con el objetivo de darles la oportunidad de formar parte de una familia y vivir experiencias nuevas.

El ANC forma parte de una red de centros con los que colaboramos y compartimos conocimiento y que van desde universidades públicas y privadas, laboratorios veterinarios y también, como no podía ser de otra forma, las clínicas y profesionales veterinarios con los que llevamos a cabo estudios para mejorar la nutrición y el bienestar de los perros y gatos y su vínculo con las personas que cuidan de ellos.

Con nuestras publicaciones científicas difundidas a través del ecosistema digital de referencia **Vets&Clinics**, contribuimos a la formación de los profesionales del sector.



1.

MODELO DE NEGOCIO DE AFFINITY

2.

MATERIALIDAD

3.

PRODUCTO

4.

PLANETA

5.

PERSONAS

6.

CONTRIBUCIÓN SOCIAL

7.

BUEN GOBIERNO

8.

ANEXOS

## Transparencia y contribución al conocimiento del consumidor

Reconocemos la importancia que tiene para los *petparents* el conocer los ingredientes que contienen nuestros productos y también el estar bien informados de las necesidades de sus perros y gatos. Como compañía, tenemos la vocación de acompañar al consumidor a lo largo de la vida con su perro o gato, poniendo a su alcance la información necesaria para que pueda tomar decisiones responsables sobre la nutrición y el cuidado de su animal.

Por eso nos esforzamos en aportar información nutricional precisa y convenientemente acompañada de los beneficios funcionales que aportan a nuestras recetas, así como a difundir el conocimiento actual sobre el cuidado y bienestar de nuestros perros y gatos.

Nuestras marcas proporcionan, a través de sus webs y redes sociales, consejos e información práctica, elaborada por expertos nutricionistas, veterinarios, etólogos y educadores, sobre aquellos temas que más importan o

preocupan a las personas que cuidan de un animal. Cómo elaboramos el alimento para perros y gatos, cómo incorporar un animal a nuestras vidas, qué cuidados específicos necesita un cachorro, o cómo enriquecer el entorno de un gato para garantizar su bienestar son algunos ejemplos de contenido a disposición de los *petparents*, para ayudarles no solamente en la elección de la mejor nutrición para su animal, sino también en la reflexión sobre otros aspectos clave del cuidado como son la importancia de la salud, el entorno y la conducta, para garantizar el bienestar emocional del perro o gato.

Compartimos los objetivos de la industria publicitaria de trabajar por una publicidad responsable: leal, veraz, honesta y legal. Como anunciantes este compromiso se plasma en el cumplimiento de determinados principios y normas deontológicas que se recogen en los códigos de conducta publicitaria; así como en el sometimiento a un tercero

independiente para la resolución de las eventuales reclamaciones que pudieran presentarse en caso de incumplimiento de estas normas y las autoridades regulatorias nacionales correspondientes.

Promovemos relaciones satisfactorias con nuestros consumidores a través de un diálogo constante que nos permite conocerlos y mejorar. Con esta finalidad ponemos a su disposición diversos canales de comunicación con cada una de las marcas, a través de los que también les mantenemos al día de todas las novedades. La comunicación permanente con los consumidores es fundamental para nuestro modelo de empresa que se basa en poner al consumidor en primer lugar, para brindarle una experiencia excelente y construir relaciones a largo plazo. Con ese objetivo, en 2023 se pusieron en marcha nuevos canales digitales en España: WhatsApp y Livechat para acercarnos aún más a nuestros consumidores.

***Promovemos relaciones satisfactorias con nuestros consumidores a través de un diálogo constante que nos permite conocerlos y mejorar.***



1.  
MODELO DE  
NEGOCIO DE  
AFFINITY

2.  
MATERIALIDAD

3.  
PRODUCTO

4.  
PLANETA

5.  
PERSONAS

6.  
CONTRIBUCIÓN  
SOCIAL

7.  
BUEN  
GOBIERNO

8.  
ANEXOS

Desde el área de servicio de atención al consumidor se atendieron en 2023 unos 9,9K consultas (11,7K en 2022) de las cuales 2,1K (22%) fueron quejas versus las 2,5K del ejercicio 2022, lo que representa un descenso en términos absolutos de dicha categoría. Durante el ejercicio 2023 también hemos recibido un menor número de consultas relacionadas con promociones o con nuestros productos, ayudado por una importante labor de actualización de contenidos en nuestros canales digitales.

Respecto a los canales utilizados por los consumidores, 6,3K (64%) consultas fueron recibidas vía digital (7,9K en 2022) y 3,6K (36%) vía telefónica (3,8K en 2022), relacionadas con las más diversas cuestiones, como consultas sobre dónde encontrar el producto, características del mismo, incidencias o cuestiones de actualidad entre otros. El 99,5% (9,8K) de las mismas, se encuentran resueltas a fecha de emisión de este informe (11,7K en 2022 equivalentes al 99,9%). El servicio de atención al consumidor de Affinity es gratuito y los canales abiertos permiten escuchar opiniones y aclarar cualquier cuestión de la forma más ágil y

precisa posible. Affinity tiene canales para sus diferentes marcas, con el objetivo de prestar un servicio personalizado y adaptado al perfil de sus consumidores.

La nota media del servicio telefónico gratuito de atención al consumidor en el período de Enero a Diciembre 2023 se situó en 9,5 sobre 10 y del servicio digital en 7,7 sobre 10 (en

2022 se situó en 9,3 para el servicio telefónico y en 7,7 para el servicio digital). En nuestras webs se encuentran tanto los teléfonos gratuitos de atención al consumidor, como los formularios de contacto y las direcciones de correo electrónico disponibles para los consumidores. Asimismo, en todos nuestros envases se indican impresos dichos números de contacto.





1.

MODELO DE  
NEGOCIO DE  
AFFINITY

2.

MATERIALIDAD

3.

PRODUCTO

4.

PLANETA

5.

PERSONAS

6.

CONTRIBUCIÓN  
SOCIAL

7.

BUEN  
GOBIERNO

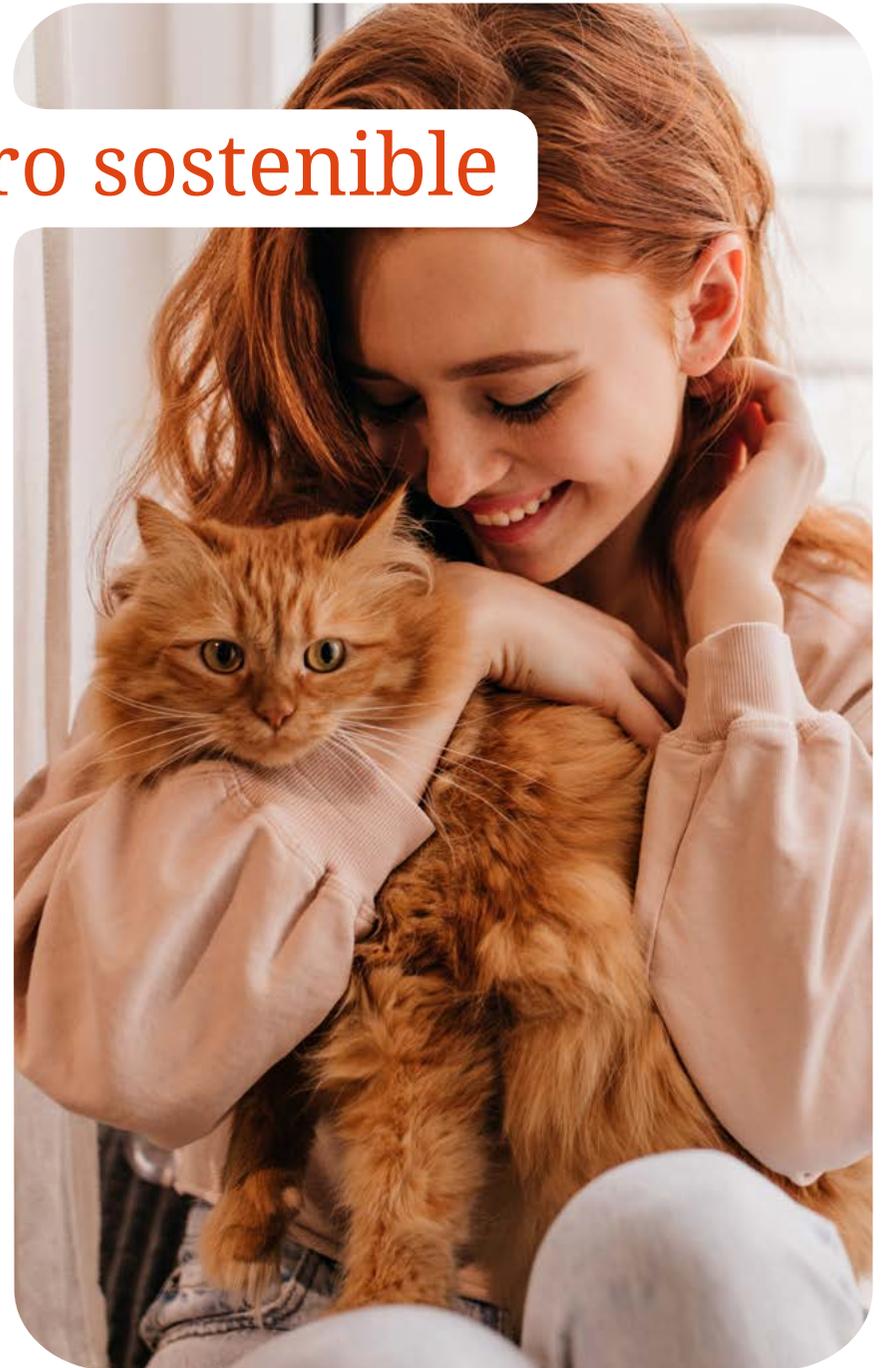
8.

ANEXOS

## 3.2. Cadena de suministro sostenible

### Trazabilidad y sostenibilidad de las materias primas

- Aplicamos políticas de proximidad, obteniendo la mayor parte de nuestras materias primas en la Unión Europea, y para cada uno de nuestros centros productivos, aprovisionamos un volumen muy significativo de los ingredientes (más del 50% en promedio) en el país propio del centro productivo, con el objetivo de minimizar en la medida de lo posible, el impacto asociado al transporte de dichas materias primas.
- Affinity no utiliza ingredientes transgénicos en sus formulaciones; en el caso concreto de la soja y el maíz, asegura mediante trazabilidad la identidad no-OGM de dichas materias primas.
- En virtud de nuestro compromiso por la sostenibilidad y el aprovisionamiento responsable, ponemos un foco creciente en la trazabilidad aguas arriba de nuestros ingredientes principales, y colaboramos con los diferentes proveedores de cara a poder ofrecer a los consumidores una máxima seguridad en lo relativo a las características y/o el origen de dichos ingredientes.



## Sostenibilidad en la cadena de proveedores



1.

MODELO DE  
NEGOCIO DE  
AFFINITY

2.

MATERIALIDAD

3.

PRODUCTO

4.

PLANETA

5.

PERSONAS

6.

CONTRIBUCIÓN  
SOCIAL

7.

BUEN  
GOBIERNO

8.

ANEXOS

Las operaciones de suministro de Affinity se desarrollan en el ámbito europeo, aplicándoles por tanto a nuestros proveedores un marco regulatorio garantista, con el consiguiente nivel de protección y seguridad en nuestras relaciones comerciales.

Conscientes de que la cadena de valor de nuestros productos empieza en nuestros proveedores, Affinity busca establecer relaciones duraderas y basadas en la confianza mutua con ellos en todos los países en los que opera y en las diferentes categorías de productos y servicios aplicables. El éxito mutuo de dicha relación comercial se fundamenta en el respeto a los siguientes principios que se recogen en el Código Ético de buenas prácticas al que se adhieren nuestros proveedores:

### Ética y Legalidad:

El Proveedor asegura que cumple la legislación vigente en el país donde opera y se compromete a cumplir las normas más estrictas de conducta ética y moral, evitando cualquier tipo de práctica corrupta, cualquier conflicto de intereses, aportando información veraz en sus comunicaciones con Affinity y garantizando el ejercicio de la libre competencia.

### Prácticas Laborales, Salud y Seguridad:

El Proveedor se compromete a respetar la protección de los derechos humanos y laborales fundamentales, reconocidos internacionalmente dentro de su ámbito de influencia, y a proporcionar un entorno laboral seguro garantizando la igualdad de oportunidades y cumpliendo los requisitos establecidos en materia de prevención de riesgos laborales.

### Medioambiente y Bienestar Animal:

El Proveedor cumple con todos los requisitos legales relacionados con la protección medioambiental y dispone de los permisos necesarios para su actividad, manteniendo un enfoque preventivo y gestionando cualquier sustancia o material que represente un peligro al ser liberado al medio ambiente. El Proveedor cumple asimismo con los requisitos legales relacionados con el Bienestar Animal en caso de aplicarle.

### Calidad y Seguridad del Producto:

El Proveedor garantiza que todos los productos suministrados a Affinity cumplen con las regulaciones y leyes vigentes relacionadas con la calidad y la seguridad de los alimentos. El Proveedor se compromete a informar inmediatamente a Affinity sobre cualquier información o sospecha relacionada con la seguridad alimentaria.

### Confidencialidad y Propiedad Intelectual:

El Proveedor se compromete a respetar los derechos de propiedad intelectual y a dar tratamiento de confidencial a cualquier información compartida por Affinity y concerniente a la relación comercial entre ambos, no pudiendo divulgarla a terceros sin consentimiento escrito y previo de Affinity.

### Subcontratación:

El Proveedor se responsabiliza de asegurar el cumplimiento de estos Principios por parte de sus colaboradores y subcontratistas.



1.

MODELO DE NEGOCIO DE AFFINITY

2.

MATERIALIDAD

3.

PRODUCTO

4.

PLANETA

5.

PERSONAS

6.

CONTRIBUCIÓN SOCIAL

7.

BUEN GOBIERNO

8.

ANEXOS

Affinity, en línea con su Política de Calidad y en el desarrollo de sus operaciones, aplica un Proceso de Homologación de Proveedores definido que contempla, en función de la criticidad de los productos comprados y del análisis de riesgo de cada proveedor, la realización de Auditorías en las que se consideran aspectos tanto de Calidad como de Medioambiente. Asimismo, Affinity realiza un seguimiento continuo de sus proveedores con el objetivo de garantizar el nivel de calidad y seguridad de las materias primas compradas.

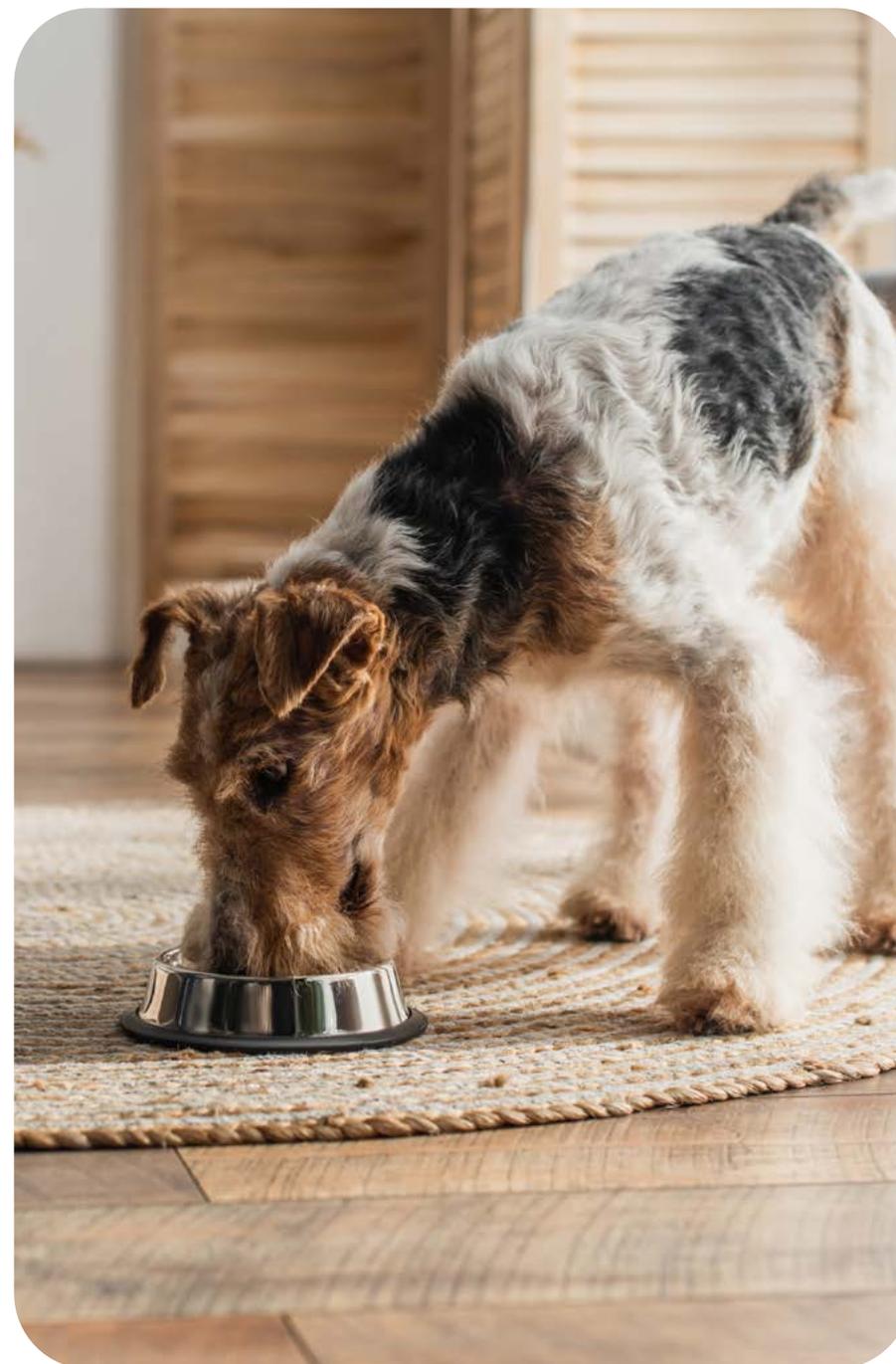
Dichos procesos de Homologación y Evaluación de proveedores consideran los cambios y transformaciones del sector y ponen cada vez más énfasis en aspectos de Seguridad Alimentaria y Sostenibilidad.

Durante 2023, se realizaron 19 desplazamientos de visita a proveedores que comparan con los 20 realizados en 2022.

Concretamente se realizaron 10 auditorías a proveedores, en línea con lo realizado en 2022 con resultado satisfactorio en el 80% de los casos, frente a un 90% en 2022.

En línea con su compromiso con la Seguridad Alimentaria, Affinity ha finalizado en 2023 la remodelación total del Laboratorio Central, localizado en Santa Margarida i Els Monjos. De esta forma, se ha reformado el laboratorio para optimizar los métodos analíticos, mejorando al mismo tiempo la robustez de los mismos y el tiempo de respuesta.

Por otro lado, y tras haberse internalizado los análisis microbiológicos en 2022, durante el 2023 se ha puesto en marcha la internalización de los análisis cualitativos de transgénicos por técnica PCR, con la consiguiente mejora en capacidad de detección de cara a asegurar la ausencia de material OGM en nuestros productos.





1.

MODELO DE  
NEGOCIO DE  
AFFINITY

2.

MATERIALIDAD

3.

PRODUCTO

4.

PLANETA

5.

PERSONAS

6.

CONTRIBUCIÓN  
SOCIAL

7.

BUEN  
GOBIERNO

8.

ANEXOS



## Bienestar animal

Affinity utiliza en la formulación de sus productos, materias primas e ingredientes de origen animal que se originan en su totalidad en el continente europeo. El ámbito de la Unión Europea supone un marco garantista asimismo en lo relativo a los aspectos regulatorios de Bienestar Animal. Dicho marco regulatorio establece las condiciones que deben respetarse en la reproducción, cría y transporte de las diferentes especies animales de cara a garantizar las cinco provisiones:



Proporcionar acceso a agua fresca y una dieta saludable y nutritiva.



Proporcionar un entorno adecuado, que incluye un lugar donde guarecerse.



Proporcionar protocolos rápidos y eficaces de diagnóstico y tratamiento de enfermedades.



Proporcionar las condiciones que evitan el sufrimiento mental.



Proporcionar un espacio y recursos adecuados, así como la compañía de otros individuos de la propia especie.



1.  
MODELO DE  
NEGOCIO DE  
AFFINITY

2.  
MATERIALIDAD

3.  
PRODUCTO

4.  
PLANETA

5.  
PERSONAS

6.  
CONTRIBUCIÓN  
SOCIAL

7.  
BUEN  
GOBIERNO

8.  
ANEXOS

## 4. PLANETA:

### cuidado del entorno y el planeta



# 4.1. Gestión Medioambiental



1.  
MODELO DE  
NEGOCIO DE  
AFFINITY

2.  
MATERIALIDAD

3.  
PRODUCTO

4.  
PLANETA

5.  
PERSONAS

6.  
CONTRIBUCIÓN  
SOCIAL

7.  
BUEN  
GOBIERNO

8.  
ANEXOS



## Política y gestión ambiental

Affinity está comprometida con la sostenibilidad ambiental tal y como se plasma en nuestra Política de Medio Ambiente que se fundamenta en:

- El cumplimiento de todos los requisitos legales y normativos aplicables a nuestras actividades, así como aquellos códigos y buenas prácticas sectoriales que hayamos suscrito.
- La prevención y la minimización de los impactos ambientales que generamos en el medio ambiente.
- El sistema de gestión ambiental implantado permite un correcto desempeño ambiental:
  - Diagnosticando los Aspectos ambientales significativos, minimizando el consumo de recursos y reduciendo o eliminando los impactos ambientales derivados de la actividad y su afectación al Medio Ambiente en cuanto a emisiones, vertidos y generación de residuos.
  - Estableciendo objetivos y metas referidas a la Gestión Medioambiental que permitan la mejora continua, en beneficio de nuestros clientes, consumidores, accionistas, proveedores, personal propio y subcontratado, la comunidad y el medio natural.
  - Revisando periódicamente la efectividad de los sistemas implantados y los objetivos y metas marcados.
- Es compromiso de Affinity la correcta gestión del desempeño ambiental, teniendo en cuenta las diferentes fases del ciclo de vida de los productos, desde su diseño y origen de las materias primas hasta la fase de fin de vida del producto.
- La responsabilidad de la preservación del Medio Ambiente es de todos los miembros de la organización, cualquiera que sea su función.



1.  
MODELO DE  
NEGOCIO DE  
AFFINITY

2.  
MATERIALIDAD

3.  
PRODUCTO

4.  
PLANETA

5.  
PERSONAS

6.  
CONTRIBUCIÓN  
SOCIAL

7.  
BUEN  
GOBIERNO

8.  
ANEXOS

La política de Medio Ambiente ha sido actualizada en 2023, otorgándole un enfoque más preventivo, fortaleciendo el análisis de aspectos medioambientales y el compromiso de la Dirección. Esta política está a disposición de todas las partes interesadas como parte de la política de Calidad, Seguridad y Medio Ambiente de Affinity.

Affinity Petcare controla tres plantas de producción situadas en España, Francia e Italia. Cada planta tiene implantado un sistema de Gestión Ambiental (en el caso de España certificado según la Norma Internacional ISO 14001). Su desarrollo, revisión y actualización, permite un enfoque sistemático a la gestión ambiental que proporciona información a la dirección para generar éxito a largo plazo y crear opciones que contribuyan al desarrollo sostenible.



Adicionalmente a los mencionados sistemas de gestión ambiental, para la prevención y la minimización de los impactos ambientales, las pólizas de seguros contratadas por Affinity contemplan, como principio de precaución, los riesgos ambientales a pesar de no estar obligados a contratar garantía financiera de acuerdo a lo que establece la Ley 26/2007 de Responsabilidad Medioambiental.

Para determinar los efectos actuales y previsibles de las actividades sobre el medio ambiente se han definido las etapas del ciclo de vida del producto, elaborándose anualmente un inventario de todas las actividades y procesos que afectan a aspectos ambientales. Se tienen en consideración las entradas (materias primas, recursos y energía, servicios), las salidas (producto intermedio o acabado, emisiones a la atmósfera, vertidos, derrames accidentales y residuos), los requerimientos legales y las condiciones de trabajo (normales, anormales, emergencia). Una vez identificados los aspectos ambientales, se evalúan según criterio definido.

El resultado de la valoración clasifica los aspectos y determina cuáles de ellos son significativos.

## ASPECTOS AMBIENTALES SIGNIFICATIVOS



### Emisiones a la atmósfera:

Agua de secado  
Polvo  
Ruido  
Gases de combustión



### Vertidos:

Agua de limpieza depurada



### Residuos:

Papel  
Plástico  
Banal  
Alimentario  
Madera

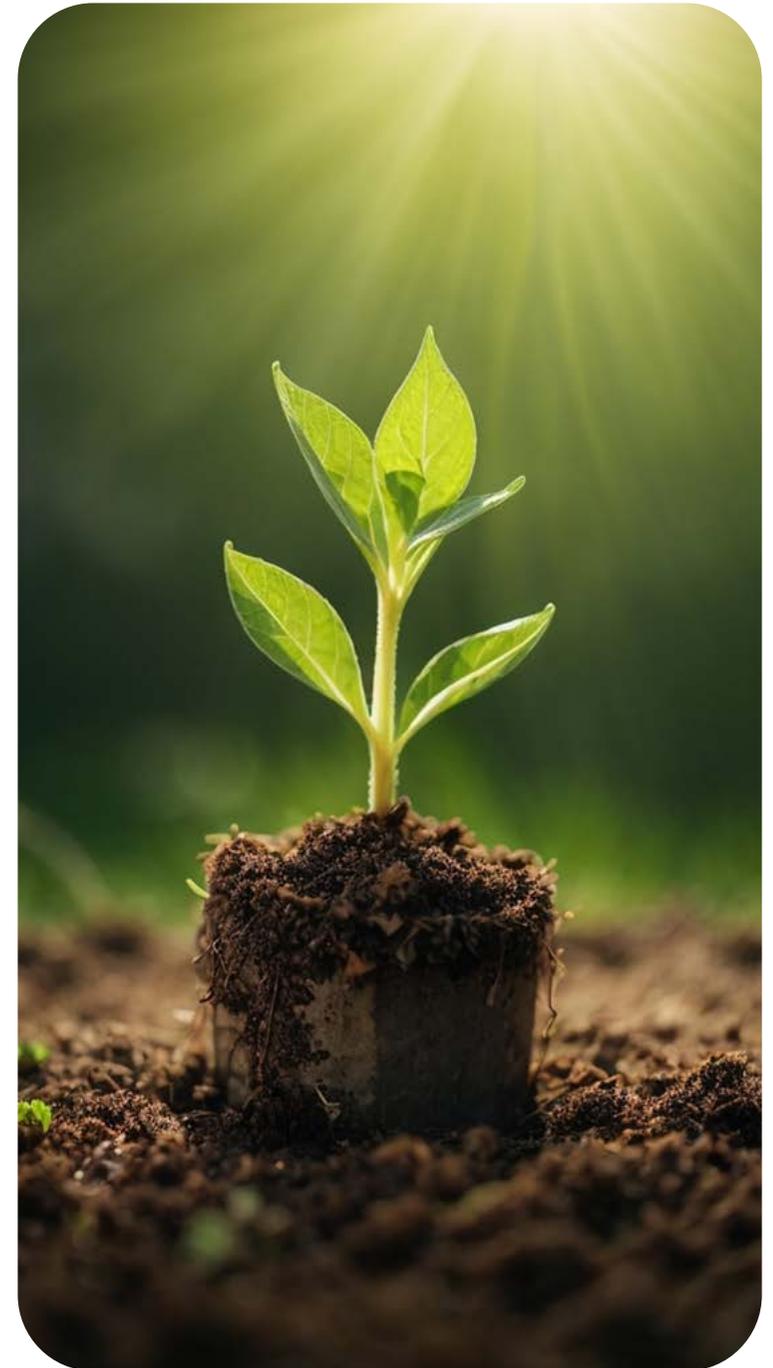


Los recursos económicos dedicados a la prevención y minimización de los impactos ambientales durante el 2023 han sido los siguientes:

### RECURSOS DEDICADOS A LA PREVENCIÓN Y MINIMIZACIÓN DE LOS IMPACTOS AMBIENTALES (€)



Durante 2023 los recursos dedicados a la prevención y minimización de impactos ambientales se han incrementado en un 9%. La compañía continúa apostando por un escenario más sostenible, avanzando en la consecución de los compromisos medioambientales establecidos, los cuales se explican en detalle más adelante.





1. MODELO DE NEGOCIO DE AFFINITY

2. MATERIALIDAD

3. PRODUCTO

4. PLANETA

5. PERSONAS

6. CONTRIBUCIÓN SOCIAL

7. BUEN GOBIERNO

8. ANEXOS

## 4.2. Uso sostenible de los recursos

En Affinity desarrollamos las líneas estratégicas que nos aseguren un crecimiento del negocio respetuoso con nuestro entorno y nuestra comunidad. Por ello, trabajamos para que todas nuestras operaciones tengan el menor impacto posible con el medioambiente y estamos comprometidos con la sociedad.

### Consumo de energía

Affinity consume energía eléctrica y gas natural en todas sus plantas.

Los consumos de energía de las fábricas del año 2023 se indican a continuación, los cuales han sido inferiores (en un 7%) a los de 2022.



Siguiendo con la filosofía y compromiso de años anteriores para aumentar el uso de energías renovables en nuestras fábricas y oficinas, al igual que en 2021 y 2022, durante el 2023 el 100% de la electricidad consumida en las fábricas y oficinas ha sido procedente de fuentes renovables.

Además, existe un programa interno de gestión de la eficiencia energética con su sistema de medición de consumos, planes de mejora continua y auditorías energéticas periódicas en el que se trabaja anualmente para mejorar las eficiencias energéticas de los equipos e instalaciones de Affinity.





## Consumo de materiales

La calidad de nuestros ingredientes es un pilar fundamental de nuestro compromiso con el bienestar de los animales de compañía. Seleccionamos ingredientes de primera calidad y con un alto valor nutritivo que contribuyen al desarrollo y la calidad de vida de los perros y los gatos. Asimismo, los materiales de envase juegan un papel esencial para la correcta conservación del producto elaborado, y garantizan su preservación durante toda su vida útil.

Durante el 2023, el consumo de ingredientes y materiales de envase ha sido inferior al del año anterior, tal y como puede verse en la siguiente tabla.

### CONSUMO DE MATERIAS PRIMAS (toneladas)



## Compromiso con el packaging reciclable

En Affinity trabajamos constantemente para la mejora de nuestros envases, optimizando la cantidad de material usado en los mismos sin perder las propiedades de conservación de éstos.

Siguiendo con el compromiso para conseguir la total reciclabilidad de nuestros envases y materiales de embalaje utilizados (packaging primario, secundario y terciario), durante el 2023 el 65% de los envases y embalajes utilizados en las fábricas de Affinity son reciclables, (un 65% en 2022). Además, el cartón empleado como packaging secundario de nuestros productos es cartón reciclado.



*La calidad de nuestros ingredientes es un pilar fundamental de nuestro compromiso con el bienestar de los animales de compañía.*



1. MODELO DE NEGOCIO DE AFFINITY

2. MATERIALIDAD

3. PRODUCTO

4. PLANETA

5. PERSONAS

6. CONTRIBUCIÓN SOCIAL

7. BUEN GOBIERNO

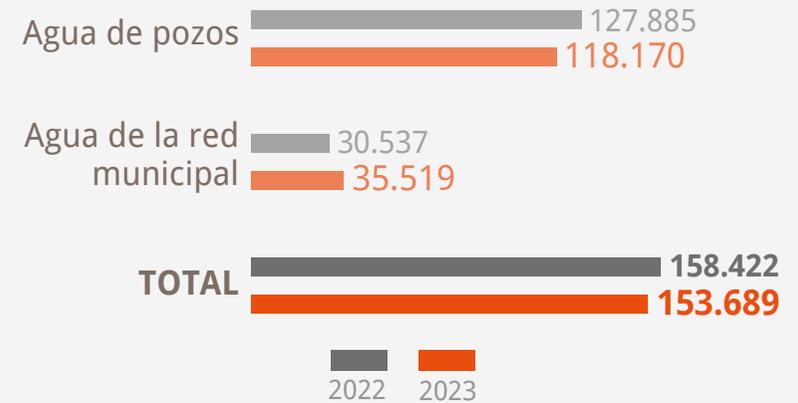
8. ANEXOS



## Consumo de agua y vertido de aguas residuales

En 2023 el agua captada para los procesos de producción de Affinity fue un 3% menor respecto a 2022. De esta agua, el 77% procede de pozos debidamente autorizados por la administración competente en cada país (el 81% en 2022).

### CAPTACIÓN DIRECTA DE AGUA (m³)



La mayor parte del consumo de agua de proceso se utiliza para la cocción de los alimentos y durante el proceso de producción se evapora y es devuelta a la atmósfera. El resto del agua se utiliza en los procedimientos de limpieza de las instalaciones y posteriormente se trata en plantas depuradoras situadas en cada una de las fábricas. Todos los circuitos de calefacción o refrigeración por agua funcionan en circuito cerrado, lo que minimiza el consumo de agua.



1. MODELO DE NEGOCIO DE AFFINITY

2. MATERIALIDAD

3. PRODUCTO

4. PLANETA

5. PERSONAS

6. CONTRIBUCIÓN SOCIAL

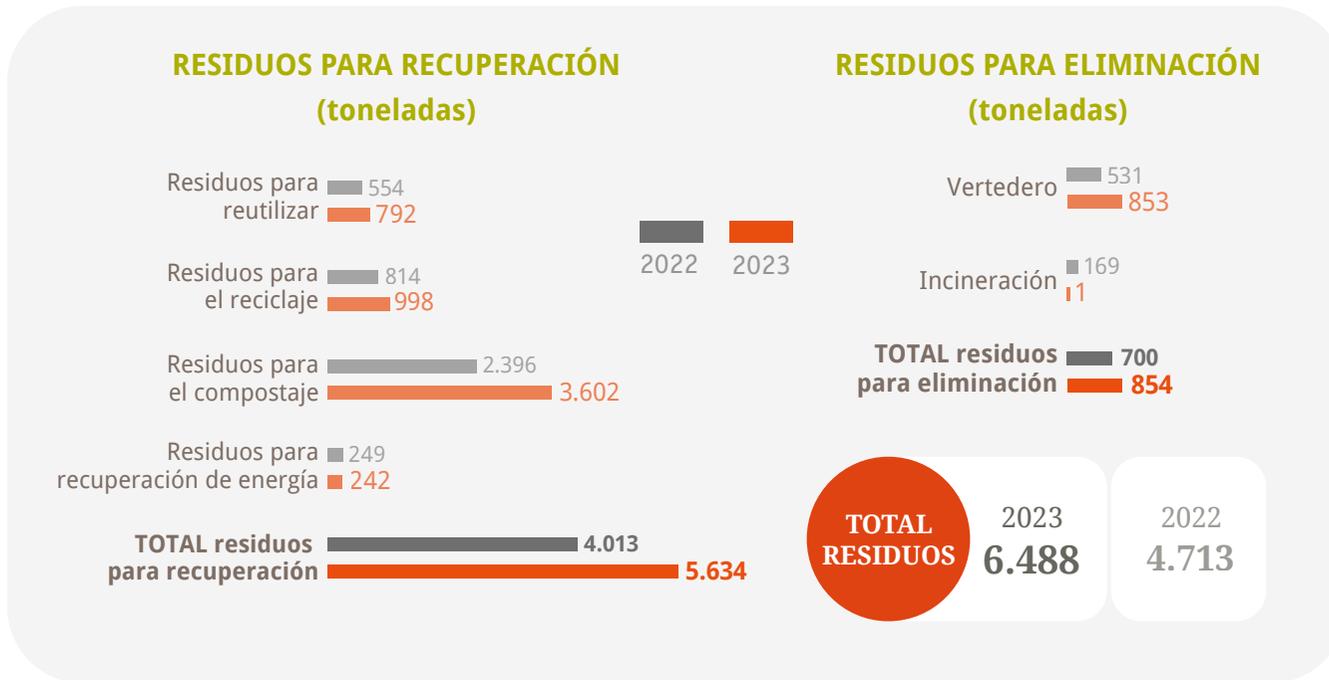
7. BUEN GOBIERNO

8. ANEXOS

# 4.3. Gestión sostenible del impacto medioambiental

## Gestión de los residuos y medidas contra el desperdicio alimentario

La política de Affinity contempla la minimización de los residuos generados, así como destinar dichos residuos a la recuperación con preferencia a la eliminación.





1.  
MODELO DE  
NEGOCIO DE  
AFFINITY

2.  
MATERIALIDAD

3.  
PRODUCTO

4.  
PLANETA

5.  
PERSONAS

6.  
CONTRIBUCIÓN  
SOCIAL

7.  
BUEN  
GOBIERNO

8.  
ANEXOS



En 2023 el 87% de los residuos fueron destinados a la recuperación (85% en 2022), principalmente mediante la gestión de residuos orgánicos, incluido los lodos de depuración de aguas residuales, en plantas de compostaje. Así se facilita su reaprovechamiento en otras actividades, promoviendo también de esta manera la economía circular. En 2023, el incremento en el volumen de residuos se debe principalmente al incremento en el volumen de residuos banales, lodos de depuradora y de aguas de limpieza que han sido gestionadas como residuo a través de un gestor autorizado.

Por otra parte, los productos fabricados en stock que tienen una vida útil de menos de seis meses y que son plenamente aptos para su consumo, no son destinados a residuos si no que

buna parte de los mismos son enviados a protectoras de perros y gatos cercanas a las plantas de producción. Bajo esta iniciativa contra el desperdicio alimentario, durante 2023 se han donado 398 toneladas de producto (441 en 2022) a protectoras y centros de animales en los tres países en los que Affinity produce (ver apartado 6.1).

### MEDIDAS CONTRA EL DESPERDICIO DE ALIMENTOS

Producto enviado a protectoras  
de mascotas (toneladas)



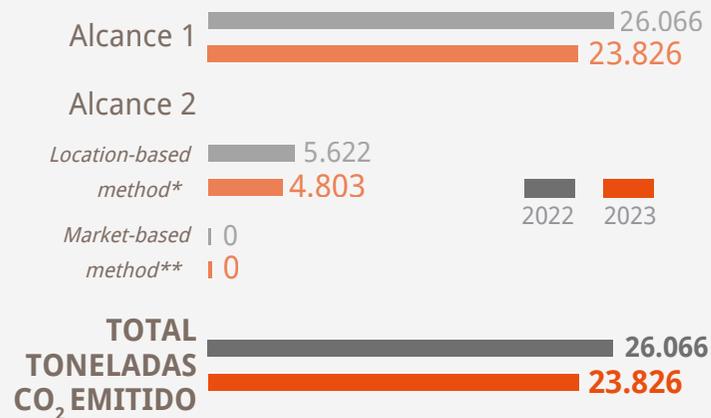
## Compromiso con la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero

Como resultado de las actividades industriales desarrolladas en Affinity, se generan una serie de emisiones directas, que son aquellas que se producen directamente en las instalaciones de Affinity, e indirectas, entendiéndose como aquellas que se generan en casa de nuestros proveedores debido a la actividad que realizan para abastecer las necesidades de Affinity.

Las emisiones directas (alcance 1) son derivadas del consumo de gas natural, principal fuente de energía de nuestro proceso de producción, y de la recarga de gases refrigerantes. Y las emisiones indirectas que se especifican en este informe (alcance 2) son las derivadas de la generación de electricidad que se consume en nuestras instalaciones.

Cumpliendo con el compromiso de reducir las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) derivadas del consumo de energía, al igual que en anteriores años, durante el 2023, el 100% de la energía eléctrica consumida en las fábricas y oficinas de España, Italia y Francia procede de fuentes renovables. Gracias al origen renovable de la electricidad consumida en nuestras fábricas en 2023 se ha evitado la emisión de 4.803 toneladas de CO<sub>2</sub> a la atmósfera. Desde 2020 las toneladas de CO<sub>2</sub> evitadas por el consumo de electricidad de fuente renovable han sido 21.629 (5.622 en 2022, 5.379 en 2021 y 5.825 en 2020).

### EMISIÓN DE GASES A LA ATMÓSFERA (toneladas emisión CO<sub>2</sub>)



\* *Location-based method*: metodología de cálculo de las emisiones de GEI basada en el factor de emisión del mix de generación de electricidad de cada país.

\*\* *Market-based method*: metodología de cálculo de las emisiones de GEI cuyo factor de emisión se define de acuerdo con el origen de la electricidad comprada, el cual es cero (0) debido a la compra por parte de Affinity de electricidad con garantías de origen de fuente renovable (GdO).

Cabe resaltar que ninguna de las plantas de Affinity está sujeta al mercado de derechos de emisión de la Unión Europea.

Todos los focos de emisión de partículas están declarados a la Administración y disponen de filtros para prevenir cualquier emisión accidental. Los focos de emisión atmosférica, tanto los de partículas como los de combustión, son inspeccionados periódicamente por las autoridades competentes.



1.  
MODELO DE  
NEGOCIO DE  
AFFINITY

2.  
MATERIALIDAD

3.  
PRODUCTO

4.  
PLANETA

5.  
PERSONAS

6.  
CONTRIBUCIÓN  
SOCIAL

7.  
BUEN  
GOBIERNO

8.  
ANEXOS



1.  
MODELO DE  
NEGOCIO DE  
AFFINITY

2.  
MATERIALIDAD

3.  
PRODUCTO

4.  
PLANETA

5.  
PERSONAS

6.  
CONTRIBUCIÓN  
SOCIAL

7.  
BUEN  
GOBIERNO

8.  
ANEXOS

## Reducción del ruido y la contaminación lumínica

En lo que se refiere a las emisiones de ruido, las fábricas de Affinity disponen de un programa de reducción de emisiones acústicas, tanto para focos de emisión puntual como de emisión difusa. Todos los focos de emisión de ruido disponen de silenciadores o paneles anti ruido para la minimización de emisiones. Además, existe un protocolo de verificación acordado con las autoridades locales, sometido a inspección por parte de la autoridad competente, de acuerdo con la Autorización Ambiental Integrada de cada fábrica.

De acuerdo con la valoración que se ha hecho de la contaminación lumínica, ésta no es significativa dada la ubicación de las fábricas de la compañía.

## Medidas para paliar los efectos del cambio climático

Durante 2023, las actividades desarrolladas en Affinity y sus instalaciones no se han visto afectadas por ninguna consecuencia meteorológica o de otro tipo relacionada con el cambio climático. Asimismo, no se prevén posibles riesgos asociados a estos sucesos en un futuro inminente.

## Áreas protegidas o con gran valor para la biodiversidad

Ninguna de las fábricas de Affinity se encuentra dentro o junto a áreas protegidas o con gran valor para la biodiversidad. Igualmente, los impactos en materia de biodiversidad son tenidos en cuenta por las autoridades ambientales como parte de los requisitos a considerar para otorgar la Autorización Ambiental Integrada de cada fábrica.



***Ninguna de las fábricas de Affinity se encuentra dentro o junto a áreas protegidas o con gran valor para la biodiversidad.***



ÍNDICE

1.

MODELO DE  
NEGOCIO DE  
AFFINITY

2.

MATERIALIDAD

3.

PRODUCTO

4.

PLANETA

5.

PERSONAS

6.

CONTRIBUCIÓN  
SOCIAL

7.

BUEN  
GOBIERNO

8.

ANEXOS



## 5. PERSONAS:

**bienestar de las personas y  
desarrollo del talento diverso**



1.

MODELO DE NEGOCIO DE AFFINITY

2.

MATERIALIDAD

3.

PRODUCTO

4.

PLANETA

5.

PERSONAS

6.

CONTRIBUCIÓN SOCIAL

7.

BUEN GOBIERNO

8.

ANEXOS



## Contribuimos al bienestar y la salud de las personas y al desarrollo del talento diverso e inclusivo

El ejercicio 2023 ha estado marcado por el desarrollo y consolidación de nuestra estrategia de people, que se estructura en tres pilares fundamentales:

- **One Affinity:** Reforzamos la creación de una cultura internacional común para todas nuestras geografías, permitiéndonos responder de manera más eficiente a las necesidades de nuestros clientes en cada uno de los mercados en los que operamos. La igualdad de oportunidades y la no discriminación son principios básicos arraigados en la cultura de Affinity.
- **Talento:** Nos dedicamos a atraer y retener a profesionales de primer nivel, fundamentales para consolidar equipos sólidos y comprometidos con los objetivos de crecimiento planteados en el plan estratégico 2024-2026.
- **Workload:** Nos enfocamos a una gestión de carga laboral más sostenible y mejoramos el equilibrio entre trabajo y vida personal de nuestros empleados (*work-life bonding*). Priorizar el bienestar de nuestros equipos es fundamental para nuestra cultura, reafirmando nuestro compromiso con el fomento de relaciones saludables. En 2023, iniciamos los primeros pasos, organizado iniciativas en tres secciones: Priorización y Line Managers, Formas de Trabajo y Desconexión Digital.



# 5.1. Salud y bienestar

## 5.1.1. Cultura y valores corporativos

Como compañía, nuestra misión es acompañar y mejorar la relación entre las personas y sus animales de compañía, reforzando el vínculo que les une y ayudando a mejorar la salud física y emocional de perros y gatos.

Nuestros valores corporativos, son los principios que nos diferencian, "Solidaridad", "Coherencia", "Superación" y "Humildad". Estos valores fueron definidos de manera colectiva por nuestros empleados y empleadas y son un elemento clave de nuestra cultura, orientando los comportamientos y acciones de las personas que forman parte de Affinity en el día a día.

### Datos básicos sobre la plantilla

La plantilla de Affinity a cierre de 2023 estaba formada por 883 personas de las cuales el 56% eran hombres (495) y el 44% mujeres (388). En 2022 los datos eran 484 hombres y 349 mujeres, mantenido estables la representación femenina en la compañía (en el 2022 representaba 58% hombres vs 42% mujeres). Nuestras oficinas principales están ubicadas en Barcelona, París y Milán. En los tres países contamos también con centros de producción.



<sup>4</sup> Empleados en Alemania, Bélgica, Grecia, Polonia y Portugal.

1.  
MODELO DE  
NEGOCIO DE  
AFFINITY

2.  
MATERIALIDAD

3.  
PRODUCTO

4.  
PLANETA

5.  
PERSONAS

6.  
CONTRIBUCIÓN  
SOCIAL

7.  
BUEN  
GOBIERNO

8.  
ANEXOS



1.

MODELO DE NEGOCIO DE AFFINITY

2.

MATERIALIDAD

3.

PRODUCTO

4.

PLANETA

5.

PERSONAS

6.

CONTRIBUCIÓN SOCIAL

7.

BUEN GOBIERNO

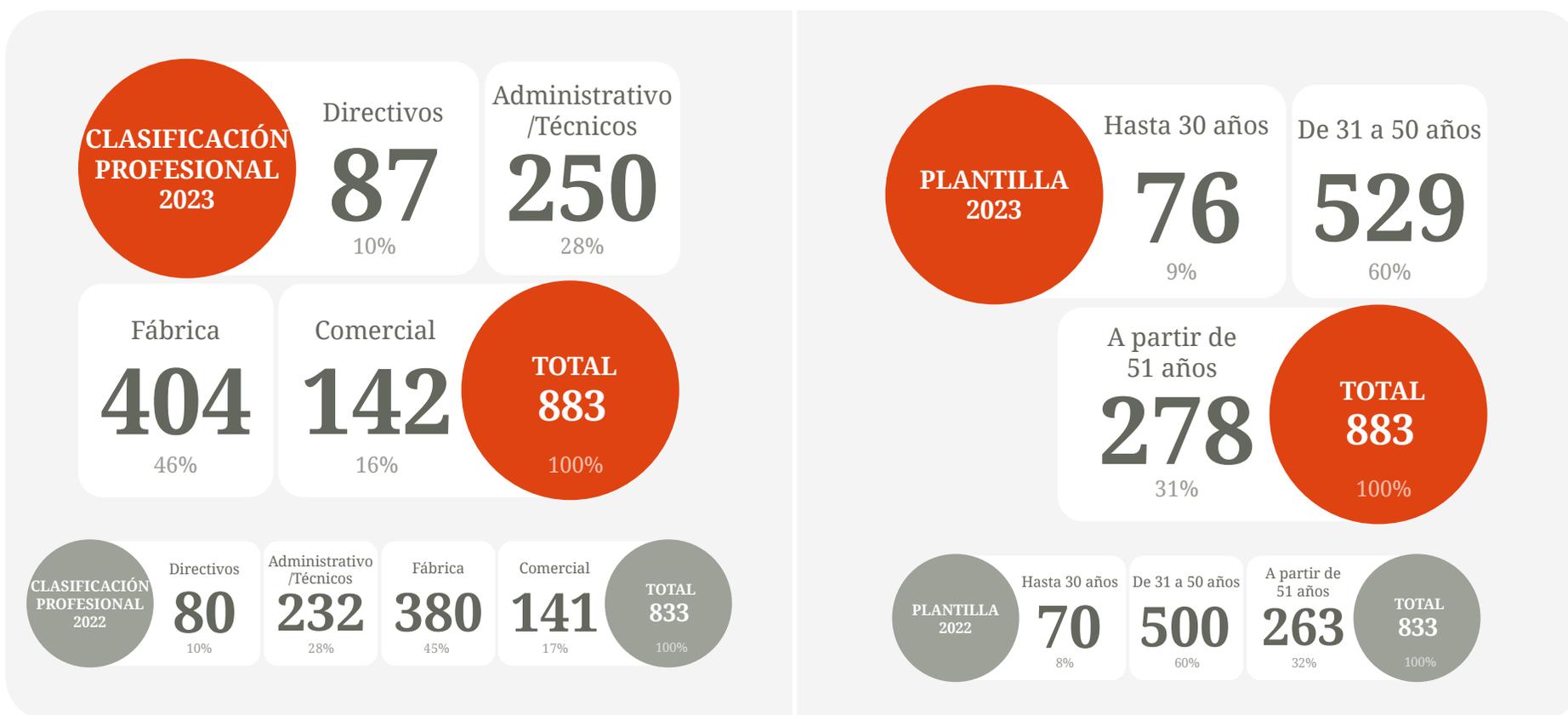
8.

ANEXOS

Debido a la segregación ocupacional propia del trabajo industrial, en nuestras plantas productivas todavía hay una prevalencia del género masculino mientras que en nuestras oficinas el porcentaje de mujeres representa un 57% sobre el total, mejorando en tres puntos el registro de 2022.

La distribución de la plantilla por categoría profesional se mantiene con datos similares al año 2022, como se muestra en la siguiente tabla:

Tampoco se observan grandes cambios en la distribución por edades de la plantilla. En este año 2023 el tramo de edad de hasta 30 años ha incrementado en un punto en comparación con el clúster formado por los mayores de 51 años.



## Número total y distribución de modalidades de contratos de trabajo



1.

MODELO DE NEGOCIO DE AFFINITY

2.

MATERIALIDAD

3.

PRODUCTO

4.

PLANETA

5.

PERSONAS

6.

CONTRIBUCIÓN SOCIAL

7.

BUEN GOBIERNO

8.

ANEXOS

Para Affinity es prioritario ofrecer condiciones de empleo estables y de calidad. Por este motivo, la mayoría de contratos vigentes en la compañía son de tipo indefinido con un peso total de 97,9% de contratos de este tipo a cierre de 31 de diciembre.

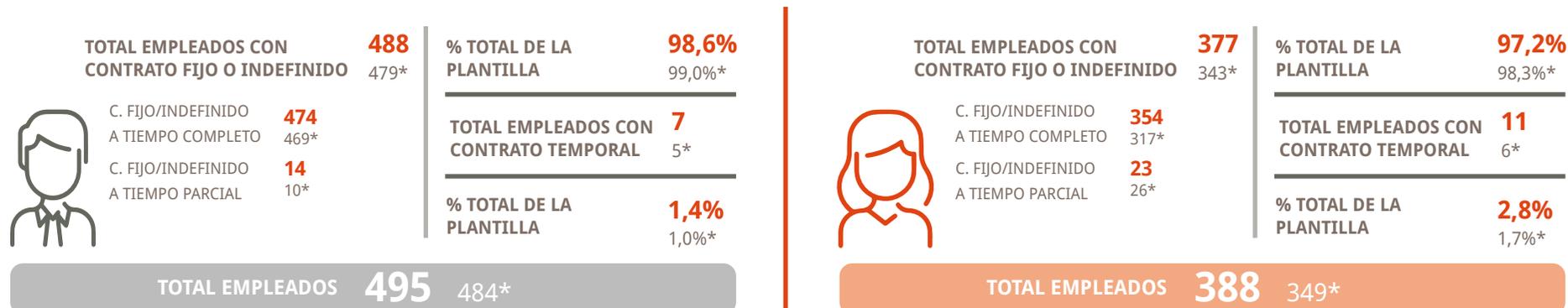
<b>TOTAL EMPLEADOS CON CONTRATO FIJO O INDEFINIDO</b>	<b>865</b>	% SOBRE EL TOTAL DE LA PLANTILLA	<b>97,9%</b>
	822*		
C. FIJO/INDEFINIDO A TIEMPO COMPLETO	<b>828</b>		98,7%*
	786*		
C. FIJO/INDEFINIDO A TIEMPO PARCIAL	<b>37</b>		
	36*		
<b>TOTAL EMPLEADOS CON CONTRATO TEMPORAL</b>	<b>18</b>	% SOBRE EL TOTAL DE LA PLANTILLA	<b>2,1%</b>
	11*		
			1,3%*

\*2022

**TOTAL EMPLEADOS**  
**883**  
833\*

En la tabla que se muestra a continuación, se puede comprobar que el peso de los contratos indefinidos sigue siendo muy alto y con una pequeña disminución de 0,8pp el valor registrado en 2022. También de la tabla anterior se desprende que, igual que en 2022, no existen empleados temporales con contrato a tiempo parcial a cierre del ejercicio.

### DISTRIBUCIÓN DE CONTRATOS POR GÉNERO 2023



\*2022

El promedio anual de contratos indefinidos, de contratos temporales y de contratos a tiempo parcial por género, edad y clasificación profesional siguen el mismo patrón que el descrito en el punto anterior.



1.

MODELO DE  
NEGOCIO DE  
AFFINITY

2.

MATERIALIDAD

3.

PRODUCTO

4.

PLANETA

5.

PERSONAS

6.

CONTRIBUCIÓN  
SOCIAL

7.

BUEN  
GOBIERNO

8.

ANEXOS

### PROMEDIO ANUAL DE LA DISTRIBUCIÓN DE CONTRATOS 2023

**PROMEDIO EMPLEADOS CON  
CONTRATO FIJO O INDEFINIDO** **854**  
816\*

C. FIJO/INDEFINIDO **816**  
A TIEMPO COMPLETO 778\*

C. FIJO/INDEFINIDO **38**  
A TIEMPO PARCIAL 38\*

**PROMEDIO EMPLEADOS CON  
CONTRATO TEMPORAL** **19**  
13\*

C. TEMPORAL A **19**  
TIEMPO COMPLETO 13\*

C. TEMPORAL A **0**  
TIEMPO PARCIAL 0,2\*

**PLANTILLA  
MEDIA**  
**873**  
829\*

\*2022

### PROMEDIO ANUAL DE LA DISTRIBUCIÓN DE CONTRATOS POR GÉNERO 2023

**TOTAL EMPLEADOS CON  
CONTRATO FIJO O INDEFINIDO** **485**  
474\*

C. FIJO/INDEFINIDO **470**  
A TIEMPO COMPLETO 463\*

C. FIJO/INDEFINIDO **15**  
A TIEMPO PARCIAL 11\*



**PROMEDIO CON  
CONTRATO TEMPORAL** **9**  
6\*

C. TEMPORAL A **9**  
TIEMPO COMPLETO 6\*

C. TEMPORAL A **0**  
TIEMPO PARCIAL 0\*

**TOTAL EMPLEADOS** **494** 480\*

**TOTAL EMPLEADOS CON  
CONTRATO FIJO O INDEFINIDO** **369**  
342\*

C. FIJO/INDEFINIDO **346**  
A TIEMPO COMPLETO 314\*

C. FIJO/INDEFINIDO **23**  
A TIEMPO PARCIAL 28\*



**PROMEDIO CON  
CONTRATO TEMPORAL** **10**  
7\*

C. TEMPORAL A **10**  
TIEMPO COMPLETO 7\*

C. TEMPORAL A **0**  
TIEMPO PARCIAL 0,2\*

**TOTAL EMPLEADOS** **379** 349\*

\*2022



1.

MODELO DE NEGOCIO DE AFFINITY

2.

MATERIALIDAD

3.

PRODUCTO

4.

PLANETA

5.

PERSONAS

6.

CONTRIBUCIÓN SOCIAL

7.

BUEN GOBIERNO

8.

ANEXOS

Por franjas de edad, se observa que el promedio de los contratos temporales tienen más peso en la franja de empleados entre 31 y 50 años, mientras que en 2022 era en la franja de menores de 30.

### PROMEDIO ANUAL DE LA DISTRIBUCIÓN DE CONTRATOS POR EDAD 2023

	TOTAL	Hasta 30 años	De 31 a 50 años	A partir de 51 años
<b>PROMEDIO EMPLEADOS CON CONTRATO FIJO O INDEFINIDO</b>	<b>854</b>	<b>64</b>	<b>504</b>	<b>286</b>
	816*	60*	492*	264*
C. FIJO/INDEFINIDO A TIEMPO COMPLETO	<b>816</b>	<b>64</b>	<b>488</b>	<b>264</b>
	778*	60*	467*	251*
C. FIJO/INDEFINIDO A TIEMPO PARCIAL	<b>38</b>	<b>0</b>	<b>16</b>	<b>22</b>
	38*	0*	25*	13*
<b>PROMEDIO EMPLEADOS CON CONTRATO TEMPORAL</b>	<b>19</b>	<b>6</b>	<b>10</b>	<b>3</b>
	13*	8*	5*	0*
C. TEMPORAL A TIEMPO COMPLETO	<b>19</b>	<b>6</b>	<b>10</b>	<b>3</b>
	13*	8*	5*	0*
C. TEMPORAL A TIEMPO PARCIAL	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
	0*	0*	0*	0*
<b>PLANTILLA MEDIA</b>	<b>873</b>	<b>70</b>	<b>514</b>	<b>289</b>
	829*	68*	497*	264*

\*2022

Finalmente, se muestra a continuación el promedio del tipo de contrato según categoría profesional para el ejercicio 2023:

### PROMEDIO ANUAL DE LA DISTRIBUCIÓN DE CONTRATOS POR CATEGORÍA PROFESIONAL 2023

	TOTAL	Directivos	Administrativos/ Técnicos	Fábrica	Comercial
<b>CONTRATO FIJO O INDEFINIDO A TIEMPO COMPLETO</b>	<b>854</b>	<b>86</b>	<b>240</b>	<b>388</b>	<b>140</b>
	816*	79*	231*	367*	139*
C. FIJO/ INDEFINIDO A TIEMPO COMPLETO	<b>816</b>	<b>86</b>	<b>230</b>	<b>366</b>	<b>134</b>
	778*	79*	218*	347*	134*
C. FIJO/ INDEFINIDO A TIEMPO PARCIAL	<b>38</b>	<b>0</b>	<b>10</b>	<b>22</b>	<b>6</b>
	38*	0*	13*	21*	5*
<b>CONTRATO TEMPORAL</b>	<b>19</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>11</b>	<b>5</b>
	13*	0*	0*	9*	4*
C. TEMPORAL A TIEMPO COMPLETO	<b>19</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>11</b>	<b>5</b>
	13*	60*	0*	9*	4*
C. TEMPORAL A TIEMPO PARCIAL	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
	0,2*	0*	0*	0,2*	0*
<b>PLANTILLA MEDIA</b>	<b>873</b>	<b>86</b>	<b>243</b>	<b>399</b>	<b>145</b>
	829*	79*	231*	376*	143*

\*2022

## 5.1.2. Seguridad y salud de los trabajadores



1.  
MODELO DE  
NEGOCIO DE  
AFFINITY

2.  
MATERIALIDAD

3.  
PRODUCTO

4.  
PLANETA

5.  
PERSONAS

6.  
CONTRIBUCIÓN  
SOCIAL

7.  
BUEN  
GOBIERNO

8.  
ANEXOS

En 2023, la compañía ha continuado en su claro compromiso de mejora continua en todos los campos que componen la Seguridad y Salud, incorporando una nueva función corporativa de Health & Safety Director, en dependencia del área de Recursos Humanos, a la que reportarán los Health & Safety Managers de cada uno de los países y centros de trabajo del grupo.

Con este cambio organizativo, que cuenta con liderazgo y compromiso del Comité de Dirección del Grupo, aseguramos la independencia de la función, le otorgamos mayor visibilidad y nos dotamos de una plataforma de mejora y transformación avanzada, plenamente conectada con la agenda estratégica de la compañía y con los programas de “*Engagement* y Formación”.

Durante 2023 se ha ampliado la presencia del servicio de prevención ajeno en la planta de Monjos para realización de evaluaciones de riesgos específicas, y formación específica del puesto, así como una figura de Técnico de Prevención

de Riesgos Laborales interna adicional. También en 2023, se ha empoderado a las figuras locales de H&S en Italia y Francia teniendo mayor visibilidad en los equipos de liderazgo y en la toma de decisiones relacionadas con H&S.

También durante 2023 hemos definido nuestra Política Integrada de H&S-QFSE denominada “Compromiso de la Dirección”, y definido unas Reglas de Oro, que se compartirán con la organización en 2024, representan los requisitos mínimos para salvaguardar a las personas, los productos y el medio ambiente, estableciéndose como obligatorias para todos, siendo uno de los pilares del proyecto *Fundamentals*.

A nivel local, en España se ha formalizado el SPP “Servicio de Prevención Propio” que iniciará sus funciones en enero de 2024 y que gestionará 2 especialidades, Seguridad y Ergonomía, siendo asumidas las otras dos especialidades Higiene y Vigilancia de la Salud por SPA “Servicio de Prevención Ajeno”.





1.

MODELO DE NEGOCIO DE AFFINITY

2.

MATERIALIDAD

3.

PRODUCTO

4.

PLANETA

5.

PERSONAS

6.

CONTRIBUCIÓN SOCIAL

7.

BUEN GOBIERNO

8.

ANEXOS



## Condiciones de salud y seguridad en el trabajo

Affinity Petcare en su Compromiso de la Dirección, de conformidad con su propósito y valores, se compromete a asegurar los más altos estándares de Seguridad y Salud para sus colaboradores y terceros en el desarrollo de todas sus actividades.

Las fábricas son los centros de trabajo con un mayor riesgo potencial, es por ellos que se continúan realizando evaluaciones de riesgos con mayor detalle. En estos centros de trabajo, los riesgos están identificados por áreas, departamentos y puestos de trabajo, es por ello que se han valorado las características del lugar de trabajo y los diferentes procedimientos de actuación.

Durante la segunda mitad del 2023 se definió a nivel corporativo un *dashboard* "cuadro de mandos" donde se reportarán los diferentes KPI mensualmente por planta.



1.

MODELO DE NEGOCIO DE AFFINITY

2.

MATERIALIDAD

3.

PRODUCTO

4.

PLANETA

5.

PERSONAS

6.

CONTRIBUCIÓN SOCIAL

7.

BUEN GOBIERNO

8.

ANEXOS

## FÁBRICA DE MONJOS (España)

Se realiza la actualización de la Evaluación de Riesgos, cuando existen cambios de puestos, organizativos o de instalaciones. Se debe asegurar que todas las evaluaciones de riesgos se actualicen de conformidad a la regulación al menos una vez cada 5 años. Además, se dispone de un Servicio de Prevención Ajeno que elabora las diferentes evaluaciones, detecta aquellas áreas de mejora existentes e imparte la formación, a todos los trabajadores. Existe un "Comité de Seguridad y Salud" órgano paritario de participación destinado a la consulta regular y periódica de las actuaciones de la empresa en materia de prevención de riesgos, con representación de la empresa y de los trabajadores que se reúne de forma periódica. A cierre de año, se elabora una "Memoria Anual de Seguridad" para resumir los aspectos de Seguridad y Salud Laboral trabajados durante el año. Se ha mejorado el control de accesos, control documental de contratistas y visitas,

implementado un nuevo software, que será completamente implementado en el resto de países en 2024. También se dispone de evaluación de riesgos y planificación de la actividad preventiva para el "Nutrition center" en Masquefa, gestionada por el Servicio de prevención ajeno.

## FÁBRICA DE LA CHAPELLE (Francia)

Se realiza la revisión normativa del "Preventive Plan" al que también se adhieren las contratistas externas. El H&S Manager se ha incluido en el "one team" de la planta, ganado en visibilidad. El Comité de Seguridad y Salud, celebra una reunión trimestral específica para tratar temas de Seguridad y Salud Laboral. Se han realizado diversos estudios y evaluaciones específicas de riesgos, y se va mejorando en procedimientos, instrucciones y gestión de contratistas.

## FÁBRICA DE CASTELGOMBERTO (Italia)

Las evaluaciones de riesgos son realizadas por un RSPP (servicio de protección y prevención) externo. Siempre que se producen cambios significativos en las instalaciones o en las funciones de los puestos de trabajo, estas evaluaciones se actualizan. La compañía se encarga de la formación obligatoria prevista por la ley para los trabajadores según sus funciones. El servicio de prevención concertado puede ser uno de los proveedores cuando se necesite alguna formación específica. El H&S Manager se ha incluido en el "one team" de la planta, ganado en visibilidad. Conforme con la normativa, existe la figura del RLS que es elegido o designado entre los trabajadores, y representa los intereses de los empleados en materia de Seguridad y Salud. En 2023 se han realizado mejoras en las instalaciones, desarrollo de procedimientos e instrucciones, y formaciones de liderazgo.

En cuanto a las oficinas, están identificadas las diferentes secciones incluyendo las redes comerciales.



1.

MODELO DE  
NEGOCIO DE  
AFFINITY

2.

MATERIALIDAD

3.

PRODUCTO

4.

PLANETA

5.

PERSONAS

6.

CONTRIBUCIÓN  
SOCIAL

7.

BUEN  
GOBIERNO

8.

ANEXOS



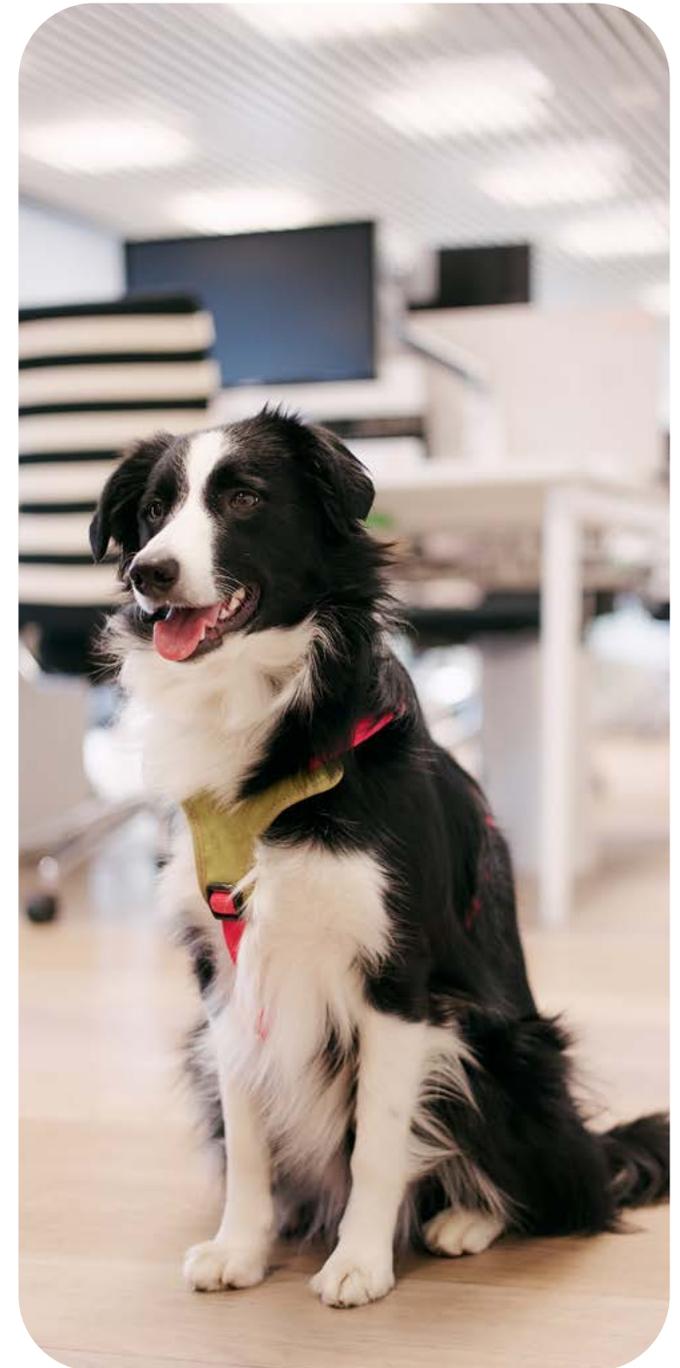
- En la **oficina de Barcelona** donde están los *headquarters* se dispone del apoyo de un SPA (Servicio de Prevención Ajeno) que elabora y revisa las evaluaciones de riesgos. Asimismo, existe una “Planificación de la Actividad Preventiva” donde se registran medidas preventivas a implantar con temporalidad y responsable. Este documento abarca todos los riesgos potenciales para la oficina y la fuerza de ventas. Desde la central también se gestionan los reconocimientos médicos tanto anuales como de nuevas incorporaciones.



- En las **oficinas de París**, el servicio de evaluación de riesgos se subcontrata externamente y se revisa cada año. Este documento abarca todos los riesgos potenciales para la oficina y la fuerza de ventas. También se comparte cada año con el Comité de Seguridad y Salud de Issy-les-Moulineaux (miembros del comité de empresa). Asimismo, se organiza una reunión trimestral con ellos sobre temas de Seguridad y Salud.



- En las **oficinas de Milán**, el servicio de evaluación de riesgos también se subcontrata a un RSPP externo. Las evaluaciones de riesgos se actualizan periódicamente en cumplimiento de la legislación de salud y seguridad. Este año se han realizado los cursos obligatorios en materia de seguridad y salud.





1. MODELO DE NEGOCIO DE AFFINITY

2. MATERIALIDAD

3. PRODUCTO

4. PLANETA

5. PERSONAS

6. CONTRIBUCIÓN SOCIAL

7. BUEN GOBIERNO

8. ANEXOS



## Número de accidentes de trabajo por sexo: Índice de frecuencia por sexo, Índice de gravedad por sexo

Durante el año 2023 se ha mejorado la calidad del reporte y gestión de datos de los accidentes mediante un *dashboard* estandarizado para todas las plantas, donde los KPI están diferenciados en “Lagging y Leading” *indicators* y “Compliance” (acciones abiertas, cerradas, auditorias y horas de formación). Se está consiguiendo mayor visibilidad de la función y junto con la nueva estructura del departamento por país y el foco en planes de mejora, es de esperar que la mejorar en resultados llegue pronto.

En la siguiente tabla podemos observar el total de accidentes y los índices de frecuencia y gravedad 2023 desglosados por género, y a continuación el comparativo del año anterior 2022. Así como en 2022, en 2023 no se han declarado enfermedades profesionales.



**ÍNDICE FRECUENCIA** 15,79  
(# accidentes\*10^6/# horas teóricas) 17,90\*



**ÍNDICE GRAVEDAD** 0,47  
(# jornadas perdidas\*10^3/# horas teóricas) 0,54\*



\*2022



1.

MODELO DE  
NEGOCIO DE  
AFFINITY

2.

MATERIALIDAD

3.

PRODUCTO

4.

PLANETA

5.

PERSONAS

6.

CONTRIBUCIÓN  
SOCIAL

7.

BUEN  
GOBIERNO

8.

ANEXOS

## Una nueva manera de trabajar y comunicarnos

En 2023, el grupo ha seguido consolidando el proyecto *New Work Paradigm* con el fin de potenciar un nuevo modelo de trabajo diseñado para mejorar las relaciones, sacar partido a la tecnología para optimizar los procesos del día a día, aprovechar al máximo los espacios compartidos y, en definitiva, crear un lugar mejor para trabajar y crecer juntos.

Las principales medidas adoptadas en este contexto fueron:



**Implementación y consolidación del modelo híbrido:** En 2023 se ha consolidado el modelo híbrido definido en el marco del proyecto del *New Work Paradigm* del grupo. De este modo, se estableció que el 40% de la asistencia sería virtual y el 60% presencial. El modelo híbrido incluye los siguientes puntos:

- Dar respuesta a las disposiciones de la Ley 10/2021 de trabajo a distancia.
- Curso obligatorio para los empleados de Prevención de Riesgos Laborales.
- Negociación con el comité de empresa de su implementación y posterior acuerdo.



**Optimización de la política de viajes.** Como compañía, hemos consolidado aprendizajes adquiridos post-pandemia, manteniendo la proximidad con los equipos, racionalizando el número de viajes y planificando cuidadosamente la agenda de los desplazamientos.

El nuevo propósito de viajar debe ser principalmente el de llevar a cabo aquellas actividades que sólo puedan realizarse de forma presencial o que realmente sean más efectivas cuando se realizan en persona. Para ello, antes de iniciar una solicitud de viaje, evaluamos de forma individual si es necesario desplazarse o si es posible mantener el nivel de efectividad trabajando en remoto con los equipos, haciendo uso de las herramientas tecnológicas que tenemos a nuestra disposición.





1.

MODELO DE NEGOCIO DE AFFINITY

2.

MATERIALIDAD

3.

PRODUCTO

4.

PLANETA

5.

PERSONAS

6.

CONTRIBUCIÓN SOCIAL

7.

BUEN GOBIERNO

8.

ANEXOS

 **Plan de comunicación interna.** Para lograr nuestro objetivo de mantener a nuestros empleados conectados, informados de manera clara y transparente y disponer de vías de comunicación bidireccionales abiertas, en 2023 se ha potenciado la difusión de contenidos corporativos a través de los distintos canales de comunicación interna:



*Townhalls* virtuales de periodicidad trimestral con presencia del equipo directivo y empleados en cada país y en el idioma local, compartiendo experiencias y dando la oportunidad a la plantilla de enviar preguntas.



Videos de trimestrales del Director General donde se comparte una valoración de la situación de la compañía y del negocio.



Recordatorios de las políticas generales de la empresa, cambios organizativos y otras campañas de interés para la plantilla a través de nuestra plataforma principal de comunicación interna, *Workplace*.



*Newsletter* trimestral con noticias de todos nuestros centros de trabajos.



Pantallas en todos nuestros centros de trabajo con información global y local.



Encuentros de grupos reducidos de empleados con miembros del comité ejecutivo para charlar y poder intercambiar preguntas (*Coffee with the Excom*).

 **Plan de *engagement* co-creado con nuestros empleados y empleadas.** A finales de 2022, se lanzó el programa *Bonders*. Una iniciativa a través de la cual voluntarios de todas las sedes de Affinity se juntaron para co-crear un plan de acción con el fin de abordar las áreas de mejora de la compañía en términos de *engagement*. Con una mirada *One Affinity* y a través de la colaboración, el programa *Bonders* busca fomentar el compromiso y la motivación, así como la productividad, capacitación y bienestar de toda la organización.





1.

MODELO DE NEGOCIO DE AFFINITY

2.

MATERIALIDAD

3.

PRODUCTO

4.

PLANETA

5.

PERSONAS

6.

CONTRIBUCIÓN SOCIAL

7.

BUEN GOBIERNO

8.

ANEXOS

Cerca de 75 empeladas y empleados de las oficinas y las fábricas de España, Francia e Italia se unieron voluntariamente al programa *Bonders*. El plan de acción resultante de los workshops con los *Bonders* fue presentado y aprobado por el Excom.

En 2023 empezó compartiendo el plan con toda la organización durante los *Townhalls* y comenzamos el proceso de implementación de nuestro programa "*Bonders*". La segunda fase del proceso implicó a nuestros *Bonders* colaborando en equipos temáticos (*squads*) liderados por miembros del equipo de Recursos Humanos: *Wellbeing* (Bienestar), DE&I (Diversidad, Equidad e Inclusión), *Social Connections* (Conexiones Sociales), *Comms* (Comunicación) y *Talent Development* (Desarrollo del Talento).

En respuesta a la convocatoria de voluntarios, dimos la bienvenida a 91 participantes de nuestras tres geografías, representando la diversidad de nuestra empresa.

 **DEI squad:** El proceso de este squad comenzó con una evaluación inicial mediante una encuesta y un grupo focal. Posteriormente, desarrollamos un plan de acción que recibió la aprobación de nuestro Comité Ejecutivo y se compartirá en toda la organización en 2024. A lo largo de este viaje, hemos lanzado campañas de concienciación cultural en fechas clave como el mes del orgullo. También hemos creado un programa de Liderazgo para mujeres y actualmente el primer cohorte está en curso.

 **Comms squad:** En 2023 lanzamos la Academia de Reporteros, creando un equipo editorial global. Lanzamos dos newsletters y estamos trabajando activamente para aprovechar al máximo Workplace, nuestra plataforma interna, mientras exploramos nuevas formas de mejorar la comunicación en toda nuestra organización.

 **Social connections squad:** Comenzamos con el exitoso lanzamiento de Summer Pawties en todos nuestros sites. También se llevaron a cabo actividades deportivas y eventos familiares en algunos de nuestros centros de trabajo.

 **Wellbeing squad:** Este equipo desempeñó un papel clave en la revisión de nuestra política de desconexión digital y en el desarrollo de nuestro conjunto de herramientas de priorización. También han trabajado en diversas iniciativas para nuestro programa de bienestar que se lanzará en 2024.

 **Talent squad:** Lanzándose a principios de 2024, el equipo trabajará en fomentar el potencial de nuestra organización a través de iniciativas centradas en la cultura de retroalimentación, aprendizaje continuo, desarrollo profesional y liderazgo.

**En 2024, se monitoreará el progreso del programa y se diseñará un nuevo plan de engagement con una nueva encuesta de engagement a todos los colaboradores, grupos focales y un nuevo ciclo de nuestro programa Bonders.**



1.

MODELO DE  
NEGOCIO DE  
AFFINITY

2.

MATERIALIDAD

3.

PRODUCTO

4.

PLANETA

5.

PERSONAS

6.

CONTRIBUCIÓN  
SOCIAL

7.

BUEN  
GOBIERNO

8.

ANEXOS

## Políticas de desconexión laboral

Los resultados de nuestra última encuesta de *engagement* destacaron una valiosa oportunidad para que nos centramos en una gestión más sostenible de la carga de trabajo y mejoremos el equilibrio entre la vida laboral y personal de nuestros empleados. Dar prioridad al bienestar de nuestros equipos es fundamental para nuestra cultura y refuerza nuestro compromiso de alimentar vínculos saludables.

Desde la dirección de Affinity, se promueven hábitos saludables de trabajo y se transmiten mensajes frecuentes a los empleados fomentando la desconexión, el descanso y el cuidado personal, de forma aún más importante en el modelo híbrido.

Vinculada con la política de teletrabajo, existe una política de desconexión digital que se validó mediante el comité de empresa. En ella se reconocen, entre otras cosas, el derecho de los empleados a desconectarse de los dispositivos que la compañía facilita como herramienta de trabajo al finalizar la jornada laboral y a no programar reuniones fuera del horario laboral.





## Relaciones sociales

En 2023, como en años anteriores, el 100% de los empleados y empleadas de Affinity estuvieron incluidos en el convenio colectivo nacional/sectorial correspondiente:

- **En España**, los empleados y empleadas de las oficinas de Barcelona y de la fábrica de Els Monjos están cubiertos por el “Convenio colectivo de ámbito nacional de la fabricación de alimentos compuestos para animales”.
- **En Francia**, tanto las oficinas de París como la fábrica de La Chapelle aplican el mismo convenio llamado “*Convention Collective de la Meunerie*”.
- **En Italia** se aplican dos convenios distintos. En las oficinas de Milán se aplica el “*CCNL Commercio*” y en la fábrica de Castelgomberto el “*CCNL Alimentare*”.

En los cuatro convenios se hace mención específica a temas de salud y seguridad laboral.

El diálogo entre la compañía y los trabajadores se articula a través de los comités de empresa formados por trabajadores elegidos democráticamente. En España y en Francia existen dos comités, uno en la fábrica y otro en las oficinas, y en Italia existe un comité en la fábrica.

Asimismo, se pone a disposición un canal de comunicación interna, con la posibilidad de la denuncia de carácter anónimo, para que de forma estructurada y confidencial se puedan realizar consultas respecto a la interpretación o aplicación del Código de Conducta y comunicar e informar acerca de los potenciales incumplimientos del mismo.

La cultura de Affinity fomenta la participación y la escucha activa a nuestros empleados y promueve el *feedback* continuo. En 2023 se llevaron a cabo una encuesta con empleados de oficina, ventas y fábrica de España, Italia y Francia sobre Diversidad, Equidad e Inclusión para tomar el pulso a la salud de la organización y de detectar las áreas de mejora en las que poder trabajar como compañía. La próxima encuesta de *engagement* se llevará a cabo en 2024.

1.  
MODELO DE  
NEGOCIO DE  
AFFINITY

2.  
MATERIALIDAD

3.  
PRODUCTO

4.  
PLANETA

5.  
PERSONAS

6.  
CONTRIBUCIÓN  
SOCIAL

7.  
BUEN  
GOBIERNO

8.  
ANEXOS



## 5.2. Desarrollo y gestión del talento

Affinity apuesta por el talento, promoviendo oportunidades de desarrollo profesional para que nuestras personas puedan desarrollar las habilidades y competencias necesarias para su puesto de trabajo, así como ayudarles a crecer en el futuro. Nuestras iniciativas incluyen:

- Definición de planes de desarrollo individuales
- Acceso a Affinity University, nuestra plataforma de formación con contenido relacionado con competencias y habilidades clave transversales y por área de negocio
- Programas de desarrollo funcionales
- Programa de desarrollo de habilidades de liderazgo
- *Mentoring y coaching*

Fomentamos una cultura de desarrollo continuo ofreciendo los recursos necesarios para asegurar la capacitación y motivación de nuestros empleados en un entorno cambiante como el actual.

En el contexto del crecimiento de la compañía y de una economía de talento notablemente competitiva a nivel externo, en 2023 Affinity ha dado continuidad el programa **Internal Open Vacancies** con el fin de fomentar el desarrollo y la movilidad de los empleados de la compañía. De este modo, todas las vacantes abiertas se publican en el portan interno de la compañía (*Workplace*) al mismo tiempo que se hacen públicas externamente. Asimismo, se ha diseñado un protocolo de seguimiento de candidatos internos para garantizar el acompañamiento durante el proceso y una experiencia de empleado consistente.

En 2023, Affinity ha lanzado el programa de desarrollo de liderazgo **Leading People at Affinity**. Este programa cubre los atributos que fomentamos en todos los empleados de la compañía que lideren equipos.



## 5.2.1. Desarrollo de capacidades para el futuro

### Formación: Políticas implementadas en el campo de la formación, cantidad total de horas de formación por categorías profesionales

Durante el año 2023, se han contabilizado un total de 16.019 horas de formación (una media de 18,4 horas de formación por FTE).

El detalle de las horas de formación por categorías profesionales es el siguiente:

En 2023 se han incrementado considerablemente las horas destinadas a formación. Durante este 2023 hemos implementado formaciones funcionales concentradas principalmente en desarrollar el área comercial y de fábrica, así como un portfolio de liderazgo disponible para los empleados que lideran equipos y otro para todos los empleados.



1.  
MODELO DE  
NEGOCIO DE  
AFFINITY

2.  
MATERIALIDAD

3.  
PRODUCTO

4.  
PLANETA

5.  
PERSONAS

6.  
CONTRIBUCIÓN  
SOCIAL

7.  
BUEN  
GOBIERNO

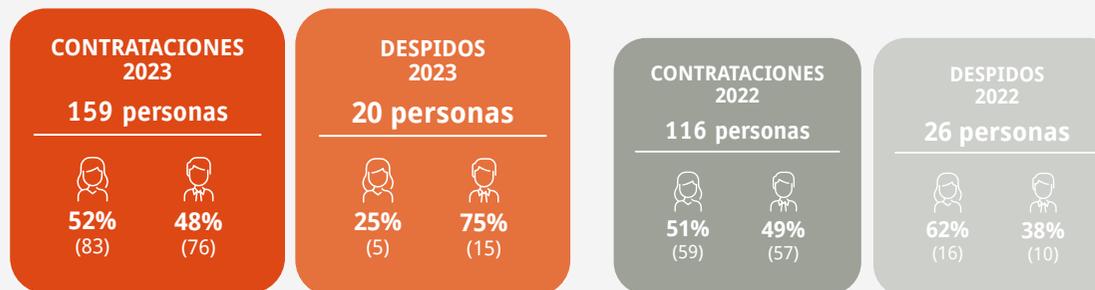
8.  
ANEXOS

## Atracción y retención de talento. Contrataciones y despidos



En el año 2023 nuestra plantilla ha incrementado en 50 empleados a fecha de cierre, siendo nuevamente un año en el que hemos generado empleo. Por ello se han formalizado 159 nuevos contratos, de los cuales un 52% corresponden a mujeres y un 48% a hombres. También se han producido 20 despidos, un 25% mujeres (5) y un 75% hombres (15). En 2022 se produjeron 26 despidos de los cuales un 62% fueron mujeres (16) y un 38% hombres (10).

### NÚMERO DE CONTRATACIONES Y DESPIDOS POR SEXO, EDAD Y CLASIFICACIÓN PROFESIONAL



#### POR EDAD



#### POR CLASIFICACIÓN PROFESIONAL



1.  
MODELO DE  
NEGOCIO DE  
AFFINITY

2.  
MATERIALIDAD

3.  
PRODUCTO

4.  
PLANETA

5.  
PERSONAS

6.  
CONTRIBUCIÓN  
SOCIAL

7.  
BUEN  
GOBIERNO

8.  
ANEXOS

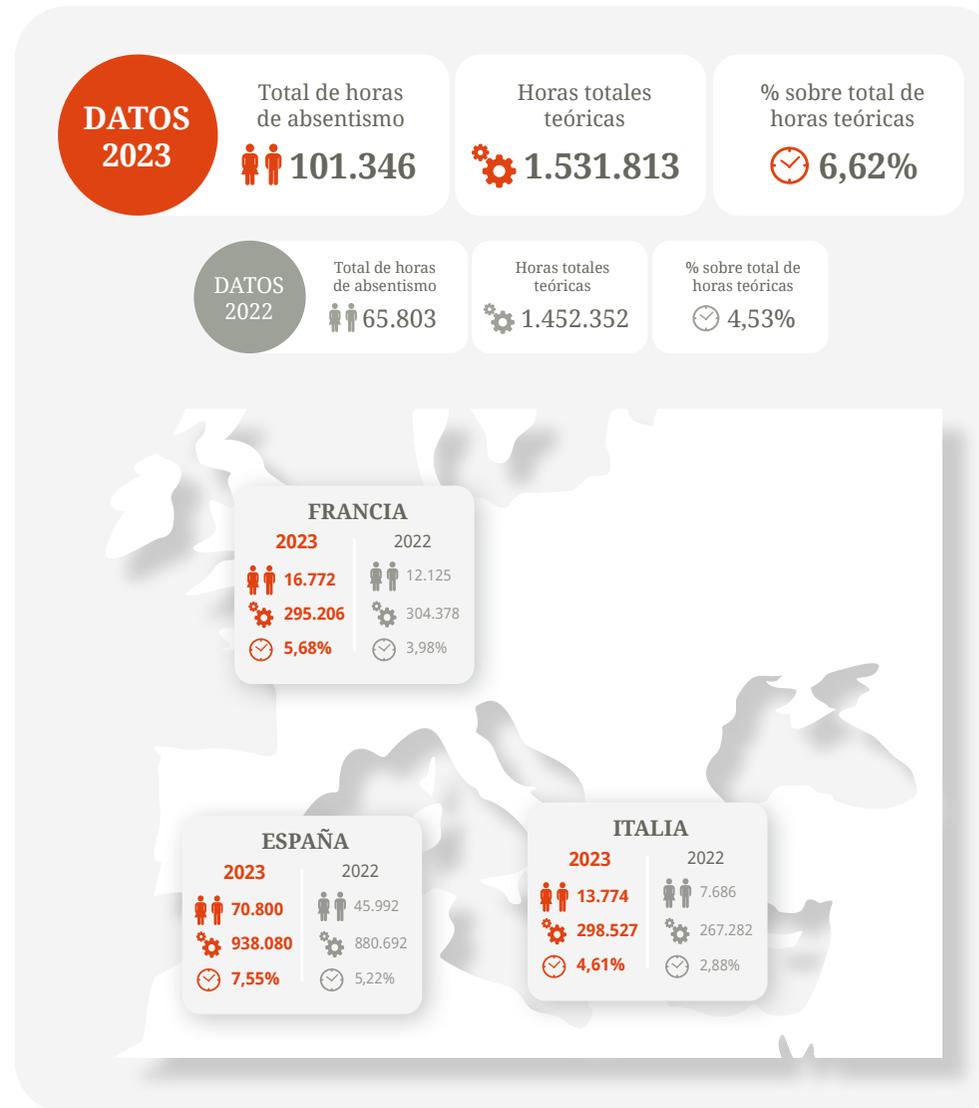
## Organización del tiempo de trabajo. Número de horas de absentismo



La organización del tiempo de trabajo difiere según el centro. En los centros industriales de Els Monjos (España) y Castelgomberto (Italia) la jornada se organiza en tres turnos (mañana, tarde y noche) que cubren las 24 horas del día, de lunes a viernes. En Francia, sin embargo, existen cuatro turnos que mantienen la producción de forma ininterrumpida de domingo a viernes.

En cuanto al personal de oficinas, el horario laboral se organiza mediante jornada partida ajustándose en cada caso el total de horas de trabajo al convenio colectivo correspondiente. En las oficinas de Barcelona tanto los viernes como los periodos de Navidad, Semana Santa y el mes de agosto se puede disfrutar de jornada intensiva.

Para el cálculo del absentismo se considera la suma de las horas no trabajadas vinculadas a una baja médica ponderada sobre el total de horas teóricas contratadas.



Cabe destacar, que el incremento del absentismo en 2023 no se deriva de un aumento de accidentes laborales, ya que en este año se han reducido a 24 (por 26 en 2022), que es el área en la que tenemos mayor capacidad de acción. Los principales factores han sido el incremento en enfermedad común, especialmente casos de larga enfermedad, así como el aumento de horas de maternidad y paternidad derivado de cambio legislativo en Italia, que fija un periodo más largo. Paralelamente se ha está mejorando el sistema de gestión, con alta inversión en la estructura y gestión de Seguridad & Salud, lo cual conlleva mayor visibilidad de casos.



ÍNDICE

1.

MODELO DE  
NEGOCIO DE  
AFFINITY

2.

MATERIALIDAD

3.

PRODUCTO

4.

PLANETA

5.

PERSONAS

6.

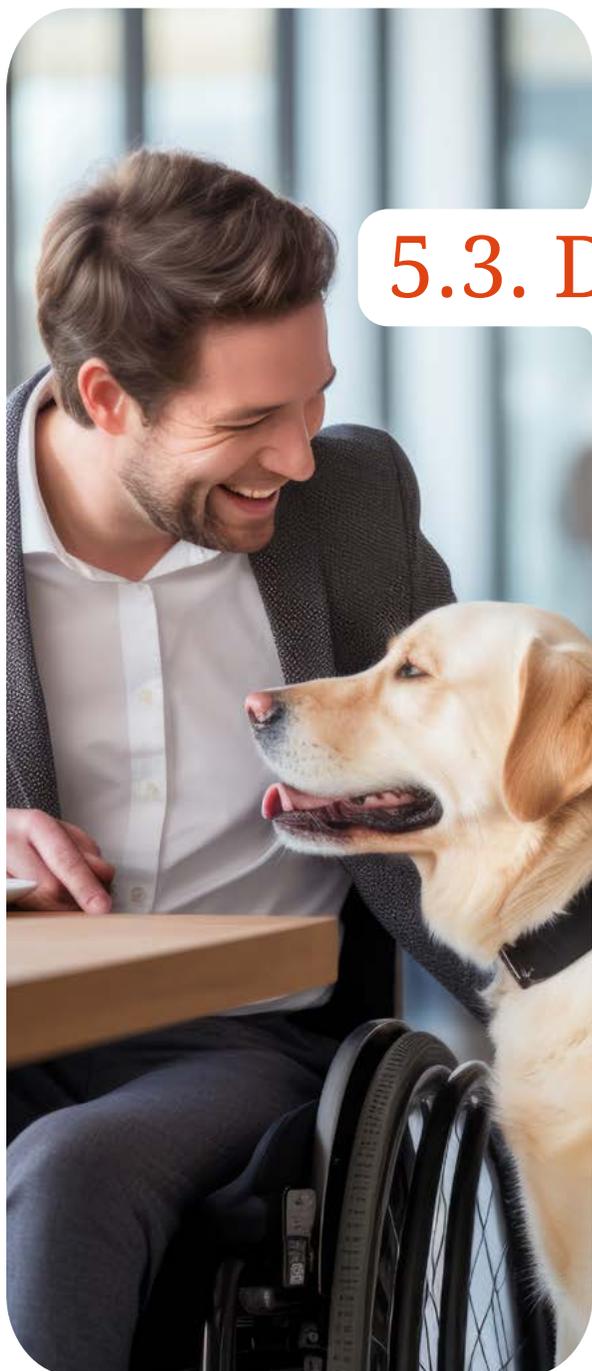
CONTRIBUCIÓN  
SOCIAL

7.

BUEN  
GOBIERNO

8.

ANEXOS



## 5.3. Diversidad, igualdad e inclusión

### 5.3.1. Diversidad, equidad e igualdad de oportunidades

#### Brecha salarial, remuneraciones

Tal como se especifica en nuestro Código de Conducta, en Affinity no se acepta ningún comportamiento discriminatorio. De acuerdo con este principio, los empleados y empeladas de Affinity son retribuidos por su trabajo según su categoría profesional y el puesto desempeñado.

La política retributiva de Affinity está basada en los pilares del desempeño, la competitividad externa y la equidad interna. En el proceso anual de revisión salarial los mayores incrementos se asignan a los empleados que demuestran un mejor desempeño y/o cuya retribución se encuentra más alejada de la referencia de mercado.

Podemos observar incremento que la remuneración media de 2023 respecto 2022 (3%).



1.

MODELO DE  
NEGOCIO DE  
AFFINITY

2.

MATERIALIDAD

3.

PRODUCTO

4.

PLANETA

5.

PERSONAS

6.

CONTRIBUCIÓN  
SOCIAL

7.

BUEN  
GOBIERNO

8.

ANEXOS

### REMUNERACIÓN MEDIA<sup>5</sup> 2023

53.270€ 51.925€\*



51.751€  
47.425€\*



54.460€  
55.170€\*

### BRECHA SALARIAL 2023

5,0% 14,0%\*

\*2022

### REMUNERACIÓN MEDIA CORREGIDA<sup>6</sup> 2023

51.304€ 47.494€\*



51.163€  
46.807€\*



51.416€  
48.007€\*

### BRECHA SALARIAL 2023

0,5% 2,5%\*

\*2022

### REMUNERACIÓN MEDIA POR EDAD

Hasta 32.172  
30 años 35.560

De 31 50.644  
a 50 años 53.398

A partir 59.618  
de 51 años 57.842

### REMUNERACIÓN MEDIA POR CATEGORÍA PROFESIONAL

Directivos<sup>7,8</sup> 152.335  
142.171

Administrativos 47.252  
/ Técnicos 51.238

Fábrica 33.299  
34.906

Comercial 52.841  
54.626

2022 2023

<sup>5</sup> La remuneración media incluye la remuneración fija y variable.

<sup>6</sup> La remuneración media corregida no incluye el primer nivel de dirección.

<sup>7</sup> El cargo de los miembros del Consejo de Administración del Grupo Affinity no están retribuido ni en 2023 ni en 2022.

<sup>8</sup> El salario medio de los directivos en 2023 es de 154.694€ para los hombres y de 122.649€ para las mujeres, siendo este valor de 169.920€ para los hombres y 113.649€ para las mujeres en 2022.



Como compañía seguimos trabajando para eliminar cualquier diferencia salarial y asegurar mediante la aplicación de medidas concretas, tal como revela el plan de igualdad aprobado en 2019, la igualdad de oportunidades de acceso a los puestos y la remuneración según criterios de equidad y no discriminación.



## Igualdad. Medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio corresponsable de estos por parte de ambos progenitores

Affinity pone a disposición de los empleados y empleadas diferentes medidas para facilitar la conciliación de la vida profesional y personal.

Las personas que trabajan en oficina, en función de las características del puesto que ocupan, pueden disfrutar de flexibilidad en el horario de entrada y salida para ajustarlo a sus necesidades.

En las oficinas de Barcelona y Milán existe un servicio de gimnasio para los empleados, bien sea a través de una instalación propia o de la subvención a un centro deportivo. En la misma línea, en las oficinas centrales, se

ofrece un servicio de comedor y de desayunos íntegramente financiado. En otras ubicaciones, la alimentación se subvenciona total o parcialmente a través de comedor en el centro de trabajo o de tickets restaurante. Con estas medidas se pretende promover hábitos saludables entre la plantilla y facilitar la conciliación.

Tal como recoge el Código de Conducta, en Affinity no se acepta ningún comportamiento discriminatorio. En particular, se promueve la igualdad de trato entre hombres y mujeres en lo que se refiere a oportunidades, al acceso al empleo, a la formación, a la promoción

interna y a las condiciones de trabajo.

En los planes de igualdad de género de España y Francia respectivamente se proponen medidas en materia de organización del trabajo, contratación, selección, promoción interna, formación, permisos de diversa índole y comunicación, entre otras dirigidas a garantizar la igualdad de trato entre hombres y mujeres. En Italia, a pesar de que formalmente no se requiere la elaboración de un plan de igualdad, se aplican las mismas prácticas no discriminatorias que existen en España y Francia. Affinity pone a disposición de

sus empleados y empleadas un canal de denuncia donde poder reportar cualquier incidencia relacionada con el Código de Conducta y acoso laboral. En caso de recibir una denuncia, ésta llega de manera automática al Comité de Ética y Cumplimiento o Recursos Humanos en el caso de acoso laboral, responsables de adoptar las decisiones y medidas correspondientes tras la realización de una auditoría interna ([ver apdo.7](#)).

***Ni en 2023 ni en 2022 se han recogido denuncias de acoso laboral.***

1.  
MODELO DE  
NEGOCIO DE  
AFFINITY

2.  
MATERIALIDAD

3.  
PRODUCTO

4.  
PLANETA

5.  
PERSONAS

6.  
CONTRIBUCIÓN  
SOCIAL

7.  
BUEN  
GOBIERNO

8.  
ANEXOS



ÍNDICE

1.

MODELO DE  
NEGOCIO DE  
AFFINITY

2.

MATERIALIDAD

3.

PRODUCTO

4.

PLANETA

5.

PERSONAS

6.

CONTRIBUCIÓN  
SOCIAL

7.

BUEN  
GOBIERNO

8.

ANEXOS



## Empleados con discapacidad, Accesibilidad universal de las personas con discapacidad

En todas nuestras sociedades se cumple con la normativa nacional vigente en materia de integración y acceso al empleo. Las oficinas de Affinity disponen de las medidas de accesibilidad de acuerdo a lo establecido en cada una de las regulaciones de las geografías en las que estamos presentes.

En Affinity, en 2023 contamos con un total de ocho empleados con discapacidad, en relación al año anterior 2022 eran diez. En España adicionalmente trabajamos con empresas socialmente responsables que nos garantizan el empleo de personas con diversidad funcional. También en España y en la fábrica de Monjos colaboramos con la Fundació Privada Mas Albornà para la manipulación de etiquetas adhesivas y el llenado de envases rígidos; y con la Fundación Privada Santa Teresa del Vendrell para la manipulación de etiquetas adhesivas y el encajado de sacos pequeños.



ÍNDICE

1.

MODELO DE  
NEGOCIO DE  
AFFINITY

2.

MATERIALIDAD

3.

PRODUCTO

4.

PLANETA

5.

PERSONAS

6.

**CONTRIBUCIÓN  
SOCIAL**

7.

BUEN  
GOBIERNO

8.

ANEXOS

## 6. Contribución Social





1.

MODELO DE  
NEGOCIO DE  
AFFINITY

2.

MATERIALIDAD

3.

PRODUCTO

4.

PLANETA

5.

PERSONAS

6.

CONTRIBUCIÓN  
SOCIAL

7.

BUEN  
GOBIERNO

8.

ANEXOS

## 6.1. Compromiso con la Sociedad y las comunidades locales

### Nuestro programa de donación de producto a protectoras

Affinity apoya el trabajo de las protectoras en España, Italia y Francia a través del **programa de donaciones a protectoras**. Es nuestra contribución a la labor encomiable que realizan estas protectoras en la recogida y acogida de perros y gatos en situación de abandono o maltrato.

Como resultado de esta iniciativa, cada año facilitamos una cierta cantidad de producto a protectoras de perros y gatos, desde nuestras diferentes fábricas y centros de distribución:

#### MEDIDAS CONTRA EL DESPERDICIO DE ALIMENTOS

Producto enviado a protectoras  
de mascotas (toneladas)





1.

MODELO DE  
NEGOCIO DE  
AFFINITY

2.

MATERIALIDAD

3.

PRODUCTO

4.

PLANETA

5.

PERSONAS

6.

CONTRIBUCIÓN  
SOCIAL

7.

BUEN  
GOBIERNO

8.

ANEXOS

## Programa Cani Eroi

Dentro de las iniciativas específicas que desarrollamos en nuestros principales mercados, en Italia nació en 2010 el **Programa Cani Eroi** “perros que salvan y mejoran vidas”, como fruto de compromiso social de la marca Trainer. Esta iniciativa trata de sensibilizar sobre la importancia que tiene el perro como ayuda fundamental para el hombre, en la protección de vidas humanas y rescate de personas en situaciones de peligro.

El perro es protagonista fundamental de muchas actuaciones de protección civil, salvamento acuático, búsqueda y rescate de personas desaparecidas, ayuda a personas discapacitadas e incluso de terapia asistida.

A través del proyecto Cani Eroi, Trainer pone en valor y amplifica el trabajo, compromiso y la dedicación que protagonizan los perros y sus educadores a través de las distintas asociaciones de voluntarios y gubernamentales.

El año 2023 se incrementó la actividad de Cani Eroi, ha aumentado respecto a años anteriores, y se ha centrado en varios ámbitos: terapias, rescate y educación.

Los **programas de terapias** asistidos con animales se llevaron a cabo en diferentes centros con la participación de 66 unidades caninas, y se llevaron a cabo 500 horas de voluntariado.

Por otro lado, en las **actividades de rescate** participaron 120 unidades caninas y se realizaron 5.000 horas de voluntariado, habiendo realizado 15 salvamentos.

Durante el año 2023 se mantuvo la asistencia a 5 ferias del año anterior: Roma, Napoli, Milano, Bologna y Vicenza, con la participación de 30 perros, llevando a cabo 9.000 actividades en las áreas interactivas, diseñadas al efecto (2.000 más que el 2022), con una asistencia total a las ferias de más de 100.000 personas.



*Por último, la actividad educativa en colegios implicó a 15 instituciones y 7.000 niños (3 instituciones y 1.000 niños más que el 2022), y 600 horas de trabajo voluntario.*



1.

MODELO DE NEGOCIO DE AFFINITY

2.

MATERIALIDAD

3.

PRODUCTO

4.

PLANETA

5.

PERSONAS

6.

CONTRIBUCIÓN SOCIAL

7.

BUEN GOBIERNO

8.

ANEXOS

## Fundación Affinity



El año 2023 hemos mantenido nuestros programas, hemos abierto programas nuevos y pioneros, hemos reforzado alianzas, y todo ello con la mirada puesta en nuestra misión:

**Difundir los beneficios, del vínculo entre personas, perros y gatos,** desde nuestras áreas de trabajo: Investigación Acción Social y Concienciación.

En el ámbito de las terapias, continúa nuestra alianza con el Hospital Universitario Sagrat Cor,

con los programas de terapias **Juntos + Fuertes** que ayuda a pacientes frágiles en su proceso de rehabilitación, y **Miradas que Curan**, programa en la Unidad de Trastornos Alimenticios, acompañando a jóvenes en su proceso de recuperación.

Adicionalmente, hemos dedicado gran parte del año a preparar y diseñar el pionero programa "Perros Terapéuticos" que a finales de año se ha puesto en marcha en la Unidad de Cuidados Intensivos del Hospital del Mar.

Trabajo intenso en el ámbito de la investigación, con mucho foco puesto en la difusión de nuestros estudios a través de ponencias en congresos internacionales de primer nivel, y continuando

con las evaluaciones de nuestros programas de Terapias, con las líneas de investigación sobre Abandono y Apoyo Social.

Mantenemos también la alianza con el grupo de comunicación Atresmedia para llevar a cabo la **causa Inseparables** por segundo año consecutivo, con el objetivo de promover relaciones más felices y sanas entre las personas y los animales.

El 2023 ha sido un año intenso, lleno de proyectos, de evidencias, y de historias de vida que han mejorado gracias al poder transformador del vínculo con nuestros perros y gatos. Un año más vemos cómo nuestra sociedad va avanzando en el respeto y consideración hacia los

animales, que son cada vez más percibidos como miembros de la familia.

Un año más vemos cómo cada vez más entidades, instituciones, empresas se hacen eco de los beneficios del vínculo y trabajan para mejorar el bienestar de los animales y para ayudar a las personas que cuidan de ellos.

Queda mucho por hacer, pero cada vez somos más los que creemos que nuestra sociedad mejora para todos cuando hay perros y gatos en ella.

A continuación, se detallan las principales actividades realizadas por la Fundación durante el ejercicio 2023:



1.

MODELO DE  
NEGOCIO DE  
AFFINITY

2.

MATERIALIDAD

3.

PRODUCTO

4.

PLANETA

5.

PERSONAS

6.

CONTRIBUCIÓN  
SOCIAL

7.

BUEN  
GOBIERNO

8.

ANEXOS

## Área de Investigación

Mantenemos el convenio con la Universidad Autónoma de Barcelona, para el mantenimiento de la Cátedra Fundación Affinity Animales y Salud UAB. Desde la Cátedra se ha trabajado en 11 estudios de investigación, 5 de los cuales se han comunicado a lo largo de 2023.

Comunicaciones en 2023 derivadas de los estudios en que trabaja la cátedra:

- Estudio anual: Él nunca lo haría con los datos de Abandono y adopción en España.
- Miwuki: presentación en el congreso Canine Science Forum 2023.
- Apoyo social cualitativo: presentación en el congreso ISAZ 2023.
- Apoyo social Co-Sheltering: presentación en el congreso Co-Sheltering 2023.
- VetBonds bienestar veterinarios: presentación en el congreso nacional AVEPA 2023.

## Estudio (piloto) para evaluar los efectos de las terapias en el ámbito del programa CREI

El programa de terapias en el CREI de Lleida trabaja con niños y adolescentes tutelados por la Generalitat y acogidos en un CREI (Centro Residencial de Educación Intensiva), realizando actividades para mejorar el comportamiento y la afectividad, gracias a la participación del perro de terapias como modelo. En concreto, se pretende mejorar la vinculación afectiva con el personal del centro y entre compañeros, canalizar la frustración, mejorar la comunicación y reducir la tendencia a transgredir límites.

Este primer estudio analiza 4 aspectos de la respuesta de la persona a la intervención asistida con perros de terapia: grado de atención, movimiento físico (hiperactividad), comunicación y adherencia o cumplimiento.

El estudio confirma que la presencia de los perros reduce la ansiedad de los pacientes y mejora la disposición y la participación de la persona en la sesión de rehabilitación.

## Estudio para evaluar los beneficios en el marco del programa de terapias Juntos + Fuertes (U. de Fragilidad – Hospital Sagrat Cor)



El programa Juntos + Fuertes, dirigido a pacientes frágiles que tras una estancia en la UCI necesitan realizar rehabilitación, también ha sido evaluado a través de un estudio científico.

El estudio analiza de forma personalizada la participación de los pacientes frágiles en el programa de rehabilitación, utilizando una escala validada para medir la ansiedad, así como otros aspectos como la motivación, actitud hacia la sesión, participación, y también el rol que el perro ha tenido en el proceso.

El estudio confirma que la presencia de los perros reduce la ansiedad de los pacientes y mejora la disposición y la participación de la persona en la sesión de rehabilitación.



1.  
MODELO DE  
NEGOCIO DE  
AFFINITY

2.  
MATERIALIDAD

3.  
PRODUCTO

4.  
PLANETA

5.  
PERSONAS

6.  
CONTRIBUCIÓN  
SOCIAL

7.  
BUEN  
GOBIERNO

8.  
ANEXOS

## Estudio “Él nunca lo haría” de Abandono y Adopción 2023

Durante más de 25 años realizamos el Estudio “Él nunca lo haría”, de Abandono y Adopción, para ponerle cifras al grave problema del abandono. La importancia de este estudio reside en que es el único que aporta una visión global y evolutiva del problema en España.

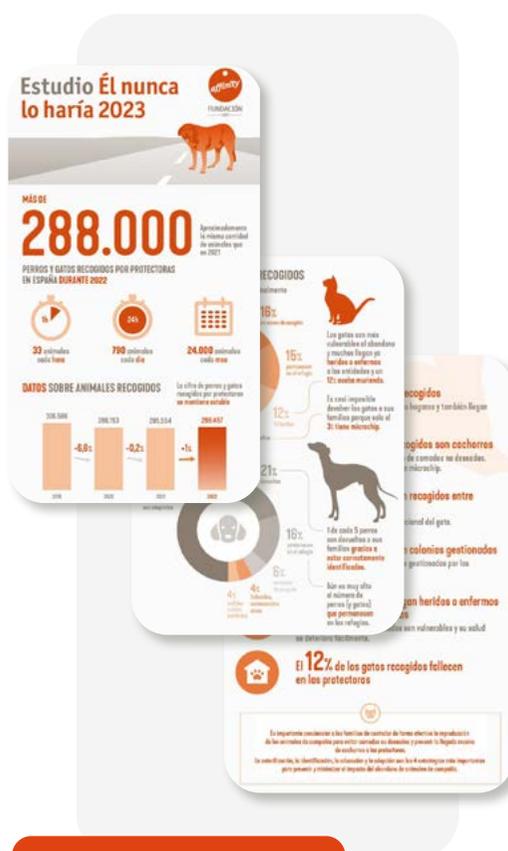
En ese sentido, es un referente en la concienciación y lucha contra el abandono, reconocido por entidades de protección animal, instituciones públicas y medios de comunicación.

En esta edición han participado cerca de 478 entidades, que a lo largo del año recopilan toda la información sobre los animales que atienden.

Las cifras de abandono permanecen estables con cierta tendencia a la baja.

Casi 290.000 perros y gatos llegaron a las 1.591 protectoras españolas durante el año 2022. Analizando el destino de esos animales, no enfocamos en la adopción,

por su importancia para aplicar a corto plazo el problema del abandono. Más del 50% de los perros y gatos en protectoras fueron dados en adopción.



[VER INFOGRAFÍA AQUÍ](#)



## Estudio “Salud Laboral de veterinarios – Proyecto VetBonds” (Cátedra Fundación Affinity/Avepa)

Tras el primer estudio con 210 participantes, este año hemos llevado a cabo un estudio con más de 1200 veterinarios y personal auxiliar veterinario de toda España.

Se trata de la muestra más amplia incluida en un estudio de estas características hasta la fecha. Los resultados indican que tanto el burnout como la fatiga por compasión son problemas relevantes para la profesión. El estudio indica que los conflictos morales relacionados con la atención que recibe el animal son un factor de fatiga por compasión importante para el veterinario (por ejemplo, en el momento de la eutanasia o al no poder atender a un animal por limitaciones económicas). Este resultado destaca la importancia de explicar a los veterinarios la naturaleza del vínculo entre las personas y los animales, y cómo gestionarlo de forma adecuada.

Los resultados se comunicaron en el marco de un seminario sobre salud mental organizado por Vetbonds durante el congreso nacional de AVEPA.

[PARA SABER MÁS](#)





1.

MODELO DE NEGOCIO DE AFFINITY

2.

MATERIALIDAD

3.

PRODUCTO

4.

PLANETA

5.

PERSONAS

6.

CONTRIBUCIÓN SOCIAL

7.

BUEN GOBIERNO

8.

ANEXOS



## Estudio “Qué hay de único en el apoyo social que las personas reciben de sus perros”

El apoyo social es un concepto bien definido y de uso habitual en los campos de la medicina, la psicología, la educación y el trabajo social.

El apoyo social de que dispone una persona se considera hoy en día uno de los mejores predictores de buena salud mental y bienestar físico y psicológico.

Nos interesaba explorar el rol que los animales de familia tienen como fuente de apoyo social para las personas. Eso nos ha llevado, durante el año 2022, a realizar un primer estudio cualitativo con 240 personas en Estados Unidos, Reino Unido y otros países sobre el apoyo social que las personas reciben de sus perros. Este estudio se ha realizado en colaboración con la Universidad Politécnica de California.

El objetivo de este primer estudio, que forma parte de un proyecto de investigación a medio plazo, era explorar las dimensiones del apoyo social que las personas reciben de sus perros, como fase inicial del desarrollo de una escala psicométrica validada para medir el apoyo social que las personas reciben de sus animales de compañía.

Los resultados se han presentado en el congreso de ISAZ de 2023, en Edimburgo.





1.

MODELO DE NEGOCIO DE AFFINITY

2.

MATERIALIDAD

3.

PRODUCTO

4.

PLANETA

5.

PERSONAS

6.

CONTRIBUCIÓN SOCIAL

7.

BUEN GOBIERNO

8.

ANEXOS

## Estudio sobre "La dinámica de la adopción en una plataforma virtual de adopción"

El estudio analiza cómo diversas características y la presentación de información en refugios virtuales (Miwuki) afectan la probabilidad de adopción de perros. Utilizando datos de 61,624 perros en la plataforma Miwuki, se examinaron aspectos como características físicas, comportamiento, temperamento, salud general y origen del animal. Se seleccionaron 9,912 perros con una estancia media de 213.7 días o menos para un análisis más detallado mediante estadística multivariada, comparando perros adoptados y no adoptados.

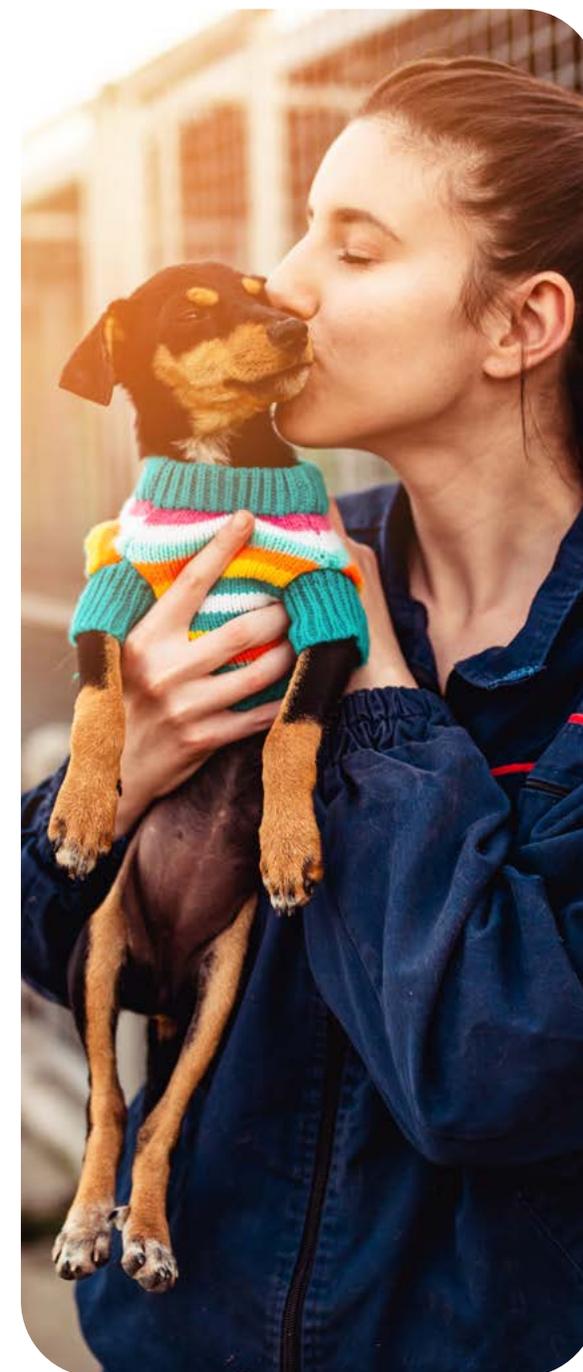
Los resultados indican que ser joven, tener microchip y no estar en la lista de razas peligrosas aumentan las posibilidades de adopción. Sorprendentemente, los perros presentados por

refugios tienen 31.6 veces más probabilidades de ser adoptados que aquellos presentados directamente por sus familias. Además, la falta de información sobre edad, estado de salud o comportamiento se relaciona con una menor probabilidad de adopción.

En definitiva, el estudio concluye que tanto las características del animal como la manera en que se presenta la información son cruciales en la adopción virtual. Se sugiere hacer esfuerzos especiales para promover la adopción de perros presentados por familias y alentar a refugios y familias a proporcionar información detallada sobre los perros en adopción. Los resultados han sido presentados en el congreso *Canine Science Forum 2023* en Budapest.

En definitiva, la Cátedra ha participado en numerosos Congresos y simposios tales como el *My dog is my home / Co-sheltering Conference* (Nueva York), el *European Veterinary Congress of Animal Welfare and Behavioural Medicine* en Pisa, el Congreso Canine Science Forum en Budapest, el congreso de ISAZ en Edimburgo y el Congreso Nacional de AVEPA, (Asociación de Veterinarios Españoles de Pequeños Animales).

En relación con las publicaciones, este año hemos publicado un capítulo sobre apoyo social en el nuevo Manual de referencia en Antrozoología de Routledge.





ÍNDICE

1.

MODELO DE  
NEGOCIO DE  
AFFINITY

2.

MATERIALIDAD

3.

PRODUCTO

4.

PLANETA

5.

PERSONAS

6.

CONTRIBUCIÓN  
SOCIAL

7.

BUEN  
GOBIERNO

8.

ANEXOS

## Área Social

### Terapias

Las terapias son la constatación más clara del impacto positivo que los animales tienen en nuestra vida, especialmente en momentos de más dificultad.

Desde la Fundación Affinity impulsamos **11 programas de terapias** en varios ámbitos, especialmente el hospitalario y educativo.

En ámbito educativo llevamos a cabo el **programa Respétame**, para promover el respeto en el entorno escolar y prevenir el bullying, en dos colegios de Barcelona: el Colegio Lleó XIII, y el Colegio IES Manel Carrasco Formiguera, ambos en horario lectivo, lo cual es una prueba clara del compromiso de los colegios con el programa.

Seguimos impulsando, junto con la DGAIA (Dirección General de Apoyo a la Infancia y Adolescencia de la Generalitat de Cataluña) el **programa Huscan/Barnahus**, programa pionero orientado a ayudar a menores víctimas de violencia sexual.

Mediante este programa, el perro de terapias acompaña al niño en la entrevista o exploración, dándole soporte emocional para ayudarle a relatar lo sucedido.

El objetivo es reducir su nivel de estrés y de angustia y mejorar la comunicación de los niños con los terapeutas.



PARA SABER MÁS





ÍNDICE

1.

MODELO DE  
NEGOCIO DE  
AFFINITY

2.

MATERIALIDAD

3.

PRODUCTO

4.

PLANETA

5.

PERSONAS

6.

CONTRIBUCIÓN  
SOCIAL

7.

BUEN  
GOBIERNO

8.

ANEXOS

En el ámbito hospitalario continuamos nuestra alianza con el Hospital Universitari Sagrat Cor de Barcelona, mediante la cual mantenemos el **programa Juntos + Fuertes**, que se lleva a cabo en la Unidad de Fragilidad del hospital y tiene como objetivo contribuir a la rehabilitación de pacientes que salen de la UCI.

En este mismo centro hospitalario hemos realizado el programa **Miradas que Curan**, dirigido a jóvenes que padecen Trastornos de la Conducta Alimentaria (TAC).

También en el ámbito hospitalario, este año 2023 hemos iniciado el **programa Perros Terapéuticos** en la Unidad de Cuidados Intensivos del Hospital del Mar. La presencia de los perros puede contribuir a mejorar el estado de ánimo de los pacientes, y forma parte de un plan de humanización del hospital.

El programa se evaluará mediante pruebas fisiológicas que permiten medir los beneficios de esta terapia.



Juntos  
+ fuertes

VER VÍDEO AQUÍ



VER VÍDEO AQUÍ





1.

MODELO DE  
NEGOCIO DE  
AFFINITY

2.

MATERIALIDAD

3.

PRODUCTO

4.

PLANETA

5.

PERSONAS

6.

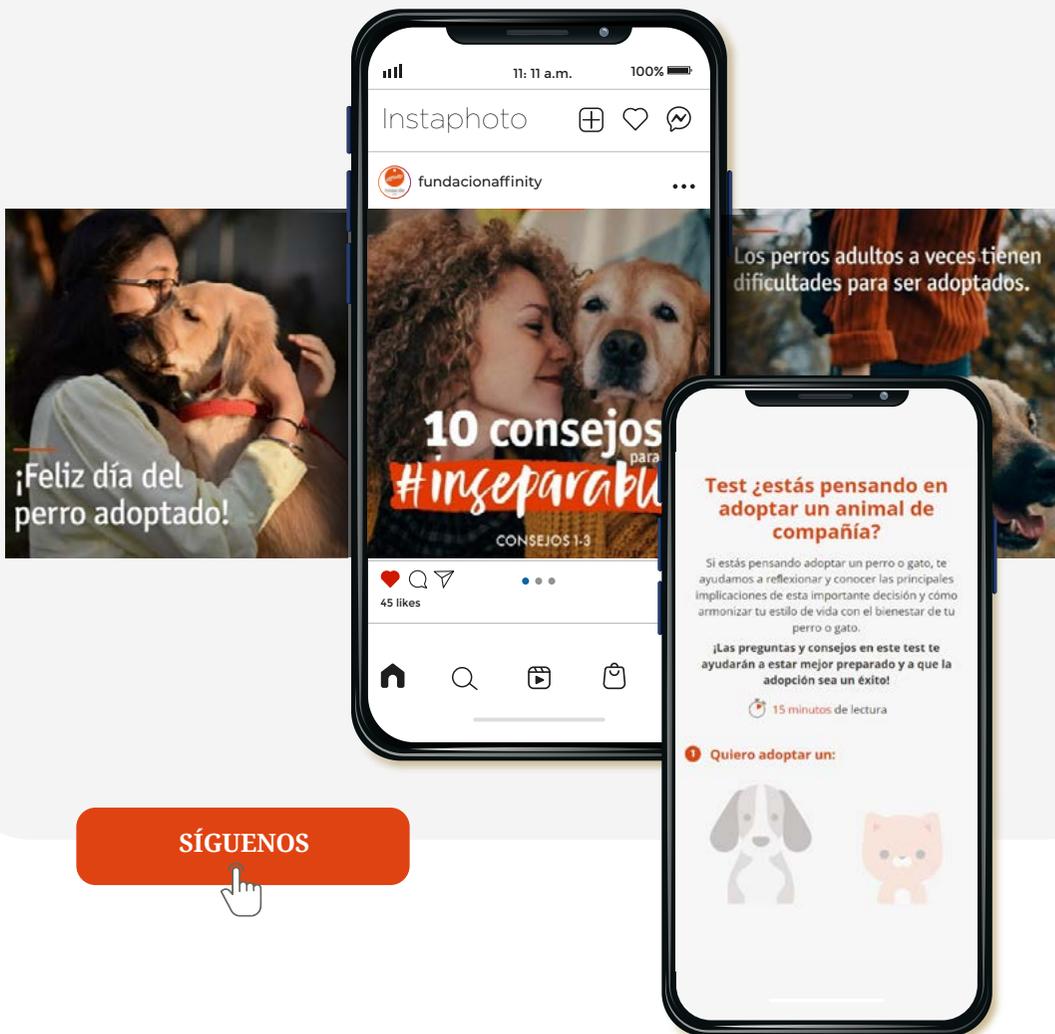
CONTRIBUCIÓN  
SOCIAL

7.

BUEN  
GOBIERNO

8.

ANEXOS



## Adopción

Continuamos apoyando y colaborando con Miwuki, la plataforma web y aplicación gratuita que pone en contacto protectoras y potenciales adoptantes.

Durante el 2023 las adopciones registradas a través de la plataforma han sido 8.106, un 0,4% más que el año 2022.

Fruto de esta colaboración llevamos a cabo un estudio sobre la dinámica de la adopción cuyos detalles desglosamos en el apartado de investigación.

Adicionalmente, promovemos la adopción a través de los canales de comunicación como media para paliar el problema del abandono.



## Área de Concienciación

### A- Contenidos de comunicación y campañas de medios

Durante el año 2023 ha habido 3 grandes hitos de concienciación:

- Iniciamos el año con el **vodcast (vídeo podcast) Oh Miau Dog**, que ya se inició a finales del 2022. Un formato innovador para hablar de vínculo, mostrar relaciones reales y abordar, desde el humor y la cercanía, temas como la educación de nuestros animales, el apego, la humanización, el abandono, la adopción, la accesibilidad... y otros aspectos de la actualidad en relación a nuestros animales.
- Continuamos como cada año con la **campaña de concienciación *Él nunca lo haría***, presentando los datos de nuestro estudio anual con infografías, *whitepaper* y contenido para redes sociales, artículos en nuestra página web, así como notas de prensa compartidas con los medios de comunicación.



ESCÚCHANOS





1.

MODELO DE NEGOCIO DE AFFINITY

2.

MATERIALIDAD

3.

PRODUCTO

4.

PLANETA

5.

PERSONAS

6.

CONTRIBUCIÓN SOCIAL

7.

BUEN GOBIERNO

8.

ANEXOS

- En verano repetimos la campaña Inseparables junto a Atresmedia, con el lema **Cuando le cuidas, te cuidas**. Esta colaboración tiene como objetivo promover vínculos felices entre personas y animales, buscando la máxima difusión en televisión, radio y formatos digitales.

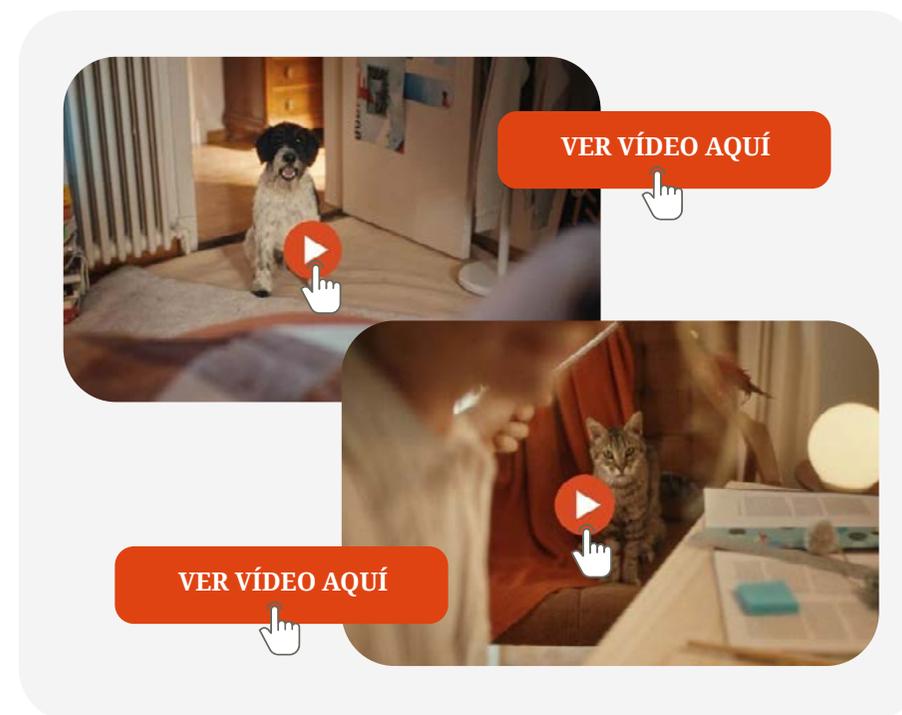
Concienciamos sobre la importancia de cuidar nuestra salud emocional, y sobre la oportunidad que tienen los *pet-parents* de cuidarse mientras cuidan de sus perros y gatos.

Para ello, contamos con la colaboración de una embajadora de la causa, Helena Resano, y con contenidos creados para televisión, radio, internet, y nuestra web.



La campaña en Atresmedia se complementó con una campaña en diferentes soportes digitales con dos piezas de vídeo que transmitían el mismo mensaje: Cuando cuidas de él, cuidas también de ti. En ellas, los protagonistas mostraban una situación en la que, cuidando de su perro o gato, estaban también cuidado de ellos mismos. La campaña tuvo dos olas, un en verano coincidiendo con el mediapartnership, y otra en otoño exclusivamente en canales digitales.

Durante el año 2023 las campañas de medios han generado **82 millones de impresiones** en España y Francia (un 28,6% menos que el año anterior), **alcanzando al 99%** de nuestro público objetivo **en España** (igual al '22), **y al 99% en Francia** (igual al '22), con nuestros mensajes.



## B- Relaciones Públicas

Los medios de comunicación tienen un importante rol como altavoces de los mensajes de concienciación. En 2023 hemos enviado **12 notas de prensa** a los distintos medios de comunicación.

Hemos compartido temas como las limitaciones de acceso a viviendas de alquiler con perros y gatos en colaboración con Fotocasa, hemos concienciado para evitar que se regalen animales en Navidad, hemos explicado las claves del duelo por un animal, los beneficios del contacto con perros para estudiantes en época de exámenes y cómo no, nuestro nuevo programa Animales terapéuticos en el Hospital del Mar de Barcelona. También nos hemos hecho eco de la campaña Inseparables y del Estudio Él nunca lo haría sobre abandono y adopción.

En 2023 hemos generado **2.127 noticias**, un 13% más respecto al año anterior. Nuestra **audiencia potencial agregada en los medios de comunicación ha sido de más de 1.400 millones**, un 62% más respecto al 2022.



## C- Web

Nuestro sitio web es visitado desde más de 200 países, siendo el castellano, el francés y el inglés los idiomas más leídos.

Como cada año las distintas campañas realizadas a lo largo del año han tenido su reflejo en la web, reforzando nuestros mensajes con artículos, infografías y vídeos que aportan información adicional sobre el rol social que los perros y gatos tienen en nuestra sociedad.

En 2023 nuestra web ha recibido **959.000 usuarios**, un 4% menos que el año anterior y **1.736.00 visitas**, un 17% más que en 2023.



1. MODELO DE NEGOCIO DE AFFINITY

2. MATERIALIDAD

3. PRODUCTO

4. PLANETA

5. PERSONAS

6. CONTRIBUCIÓN SOCIAL

7. BUEN GOBIERNO

8. ANEXOS



ÍNDICE

1.

MODELO DE  
NEGOCIO DE  
AFFINITY

2.

MATERIALIDAD

3.

PRODUCTO

4.

PLANETA

5.

PERSONAS

6.

**CONTRIBUCIÓN  
SOCIAL**

7.

BUEN  
GOBIERNO

8.

ANEXOS



## 6.2. Contribución fiscal

El beneficio neto por país, en el que se incluyen las sociedades con método de integración global y proporcional (no se incluyen las sociedades por puesta en equivalencia), es el siguiente:

### BENEFICIO NETO POR PAÍS (miles de €)

	2023		2022	
España	<b>43.819</b>	73%	37.337	71%
Italia	<b>10.703</b>	18%	10.097	19%
Francia	<b>5.148</b>	9%	4.731	9%
Bélgica	<b>68</b>	0%	23	0%
Holanda	<b>-16</b>	0%	-15	0%
Portugal	<b>497</b>	1%	474	1%
<b>TOTAL</b>	<b>60.219</b>	100%	<b>52.647</b>	100%

A su vez, el impuesto sobre beneficios pagado por Affinity, calculado de acuerdo al criterio de caja, es el siguiente:

**Ejercicio 2023: 18.551 miles €**

**Ejercicio 2022: 12.606 miles €**



ÍNDICE

1.

MODELO DE  
NEGOCIO DE  
AFFINITY

2.

MATERIALIDAD

3.

PRODUCTO

4.

PLANETA

5.

PERSONAS

6.

CONTRIBUCIÓN  
SOCIAL

7.

**BUEN  
GOBIERNO**

8.

ANEXOS



## 7. Ética e Integridad



1.  
MODELO DE  
NEGOCIO DE  
AFFINITY

2.  
MATERIALIDAD

3.  
PRODUCTO

4.  
PLANETA

5.  
PERSONAS

6.  
CONTRIBUCIÓN  
SOCIAL

7.  
**BUEN  
GOBIERNO**

8.  
ANEXOS

## 7.1. Gestión de riesgos y Políticas

El Grupo aplica una metodología de gestión de riesgos acorde a las mejores prácticas de mercado, que tiene por objetivo asegurar que los eventos de riesgo que pudieran afectar a la consecución de sus objetivos estratégicos, son adecuadamente identificados, evaluados y gestionados. El mapa de riesgos resultante, es actualizado de forma recurrente y supervisado tanto por el Comité de Dirección, como por el Comité de Auditoría. Como proceso, la gestión de riesgos es continua, y toma en consideración todos los riesgos de la actividad, incluidos aquellos de tipo no financiero. En la evaluación de los mismos, se considera el potencial impacto de la materialización del evento y su probabilidad de ocurrencia. Asimismo, se identifican los controles

que se encuentran implementados, su eficacia y los planes de mitigación.

En relación a los riesgos objeto de este informe, cabe destacar que las operaciones del subgrupo Affinity se desarrollan fundamentalmente en Europa, que cuenta ya de por sí con un marco regulatorio garantista en las materias objeto de este informe, lo que implica que el nivel de cumplimiento y supervisión es elevado tanto en nuestras operaciones, como en las de nuestros proveedores, clientes y otras partes interesadas.

Asimismo, contamos con políticas y procedimientos que cubren los riesgos identificados en este informe.



## 7.2. Ética y modelo de control interno

El comportamiento ético es uno de los pilares fundamentales del Grupo Affinity, quedando nuestros principios recogidos en el Código de Conducta. A nivel organizativo, el Comité de Ética y Compliance, como órgano colegiado, de carácter interno y permanente, vinculado a la Comisión de Auditoría del Consejo de Administración, tiene entre otras funciones la de promover una cultura de comportamiento ético y de “tolerancia cero” hacia la comisión de actos ilícitos y situaciones contrarias a la legislación vigente.

El Comité de Ética y Compliance se apoya para esta función en el Sistema de Control Interno de

Affinity<sup>(1)</sup>, sistema diseñado de acuerdo al estándar internacional COSO que tiene por objeto proporcionar un grado de seguridad razonable en cuanto a la consecución de objetivos de control dentro de las siguientes categorías:

- **Eficacia y eficiencia de las operaciones**
- **Confiabilidad de la información**
- **Cumplimiento de las leyes, reglamentos y normas que sean aplicables**

Por lo tanto, el modelo de control de Affinity que está configurado por el conjunto de normas sustantivas, procedimientos formales y actuaciones materiales desarrolladas en el grupo, tiene como una de sus finalidades fomentar la actuación de la organización conforme a la ética y, en consecuencia, al cumplimiento de la normativa vigente, y está diseñado para prevenir, detectar y reaccionar ante actuaciones irregulares, fraudes o actos contrarios al Código de Conducta del grupo Affinity, en general, y a la regulación vigente en particular.

<sup>(1)</sup> Las 5 características que rigen el Sistema de Control Interno de Affinity son las siguientes:



1.  
MODELO DE  
NEGOCIO DE  
AFFINITY

2.  
MATERIALIDAD

3.  
PRODUCTO

4.  
PLANETA

5.  
PERSONAS

6.  
CONTRIBUCIÓN  
SOCIAL

7.  
**BUEN  
GOBIERNO**

8.  
ANEXOS



1.

MODELO DE NEGOCIO DE AFFINITY

2.

MATERIALIDAD

3.

PRODUCTO

4.

PLANETA

5.

PERSONAS

6.

CONTRIBUCIÓN SOCIAL

7.

BUEN GOBIERNO

8.

ANEXOS

El Comité de Ética y Compliance, ha identificado los entornos regulatorios que le son de aplicación a los negocios del grupo y, ha identificado mediante la aplicación de una metodología de riesgos, aquellos entornos regulatorios más relevantes de acuerdo a nuestra actividad. Asimismo, ha establecido las áreas o funciones con responsabilidad o competencias en estos ámbitos relacionados con el cumplimiento de legislación vigente, coordinando a las citadas funciones y velando así por la eficacia del funcionamiento del sistema de cumplimiento normativo en su conjunto. Por lo tanto, nuestro sistema de cumplimiento normativo no se circunscribe únicamente a lo relacionado con la adaptación a la Reforma del Código Penal, y la lucha contra actividades como la corrupción y el soborno, sino a todos los niveles de cumplimiento a los cuales el Grupo está obligado.

## EL SISTEMA DE CUMPLIMIENTO DEL GRUPO AFFINITY ES POR TANTO INTEGRAL Y ACTÚA EN 3 FASES:



*Nuestro sistema de cumplimiento normativo no se circunscribe únicamente a lo relacionado con la adaptación a la Reforma del Código Penal.*



1.

MODELO DE NEGOCIO DE AFFINITY

2.

MATERIALIDAD

3.

PRODUCTO

4.

PLANETA

5.

PERSONAS

6.

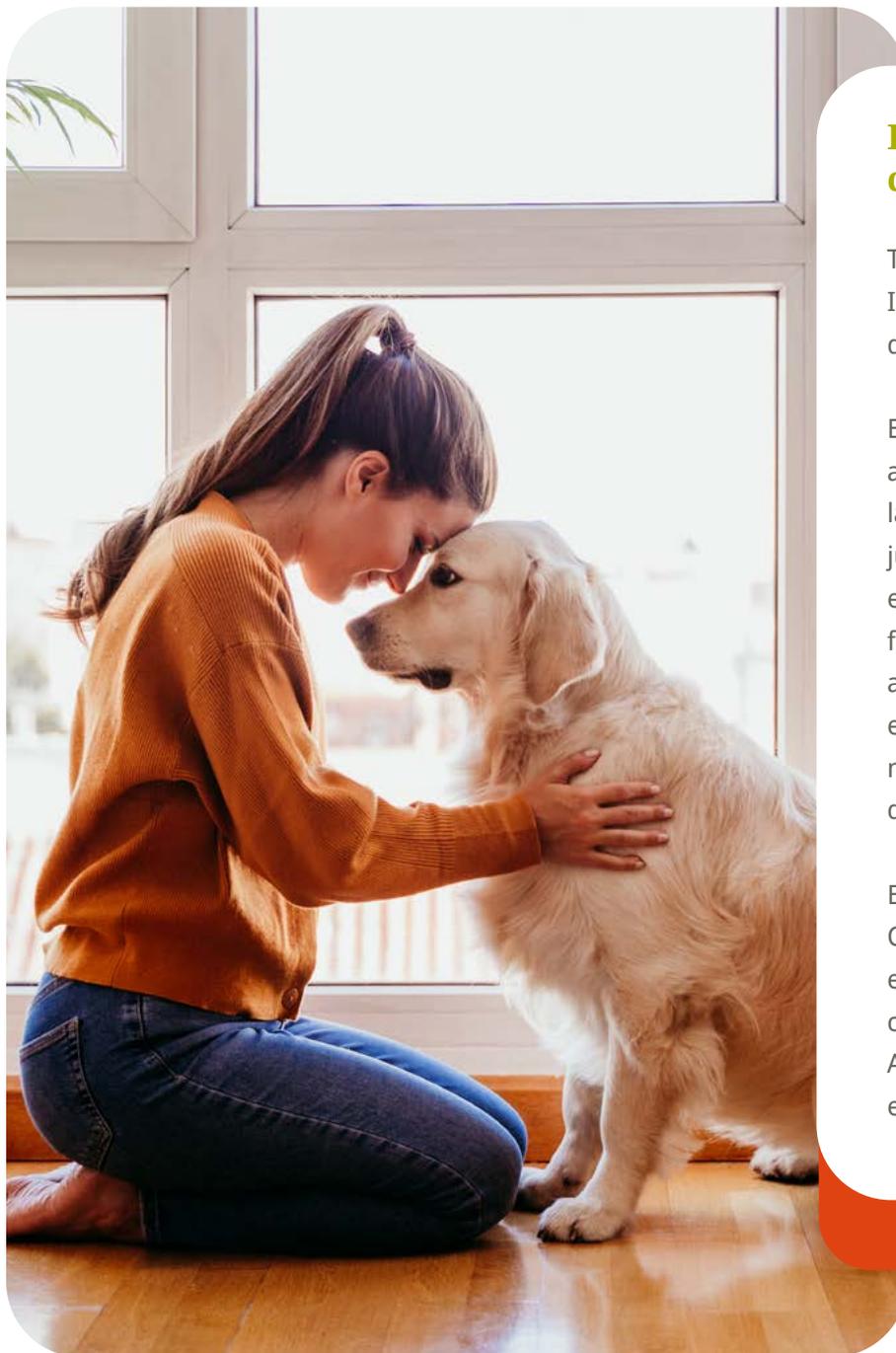
CONTRIBUCIÓN SOCIAL

7.

BUEN GOBIERNO

8.

ANEXOS



## Principales actuaciones en materia de ética y cumplimiento

Tal como hemos indicado anteriormente, en el marco del Sistema de Control Interno, el grupo desarrolla diversas actuaciones y sistemas de monitorización dirigidos a cumplir con las leyes y normas que le son de aplicación.

Entre ellos destacan (i) los programas de prevención de delitos, desarrollados al amparo de las previsiones del Código Penal español (sin perjuicio de las actuaciones adicionales requeridas por la legislación de cualquier otra jurisdicción en la que el grupo desarrolle sus actividades), (ii) las medidas para el cumplimiento del Código de Conducta, que incluye, entre otros, planes de formación y comunicación específicos para todos los profesionales del grupo, así como los correspondientes canales de denuncia, (iii) la normativa interna específica en materia de cumplimiento normativo y (iv) los controles que mitigan el riesgo de incumplimiento de la legislación aplicable a los negocios del grupo.

El Comité de Ética y Compliance tiene competencias sobre el Código de Conducta, la Política contra la corrupción y el fraude, la Política de Compras y el Código Ético de proveedores, la Política para la prevención de delitos y los canales de denuncias y todas aquellas que le pueda asignar la Comisión de Auditoría, el Consejo de Administración de la sociedad dominante del Grupo o estén recogidas en el Sistema de gobierno corporativo de Affinity.

## Lucha contra la corrupción y el soborno



1.

MODELO DE  
NEGOCIO DE  
AFFINITY

2.

MATERIALIDAD

3.

PRODUCTO

4.

PLANETA

5.

PERSONAS

6.

CONTRIBUCIÓN  
SOCIAL

7.

**BUEN  
GOBIERNO**

8.

ANEXOS

El Código de Conducta expresa el compromiso de Affinity contra la realización de prácticas empresariales corruptas (en todas sus formas) y/o soborno.

Asimismo, la Política Anti-Corrupción de Affinity, de aplicación a todas las sociedades del Grupo, desarrolla los principios recogidos en nuestro Código de Conducta, de compromiso con el estricto cumplimiento de la normativa de prevención y lucha contra la corrupción.

Affinity rechaza cualquier forma de corrupción aplicando un sistema de tolerancia cero respecto a cualquier incumplimiento de nuestra política. Con el fin de prevenir la corrupción, Affinity llevará a cabo todas sus actividades de acuerdo con la legislación en vigor en todos los ámbitos de actuación y en todos los países en los que opera, atendiendo a su espíritu y finalidad, comprometiéndose:

- No influir sobre la voluntad u objetividad de personas ajenas a la Compañía para obtener algún beneficio o ventaja mediante el uso de prácticas no éticas y/o contrarias a la ley aplicable.
- No dar, prometer ni ofrecer, directa o indirectamente, ningún bien de valor a cualquier persona física o jurídica, con el fin de obtener ventajas indebidas para la Compañía.
- No permitir ningún pago de facilitación (entrega de pagos de pequeña cuantía con el fin de agilizar o facilitar la realización de trámites administrativos o similares).
- No financiar, directa o indirectamente, a ningún partido político, sus representantes o candidatos.
- No utilizar las donaciones para encubrir pagos indebidos.
- No solicitar ni percibir de manera indebida, directa o indirectamente, comisiones, pagos o beneficios de terceros con ocasión de o con causa en las operaciones de inversión, desinversión, financiación o gasto que lleve a cabo la Compañía.
- Reflejar fielmente y de forma adecuada todas las actuaciones, operaciones y transacciones de la Compañía en los libros y registros de la misma.
- Promover una cultura de integridad dentro del grupo, así como con sus proveedores y colaboradores, a través de la difusión de conductas éticas.

***Affinity rechaza cualquier forma de corrupción aplicando un sistema de tolerancia cero respecto a cualquier incumplimiento de nuestra política.***



1.

MODELO DE  
NEGOCIO DE  
AFFINITY

2.

MATERIALIDAD

3.

PRODUCTO

4.

PLANETA

5.

PERSONAS

6.

CONTRIBUCIÓN  
SOCIAL

7.

BUEN  
GOBIERNO

8.

ANEXOS

Ante la constancia, dudas o sospechas respecto a cualquier forma de corrupción, los empleados de Affinity deben comunicarlo inmediatamente a su superior jerárquico o directamente al Comité de Ética y Compliance de Affinity si así lo estiman necesario. Tanto los empleados de la Compañía como cualquier tercero, podrán también transmitir sus dudas o inquietudes a través de los canales de denuncia dispuestos a tal efecto.

El canal de denuncia se encuentra adaptado a lo previsto en la Directiva 2019/1937 de la Unión Europea, permitiendo la interposición de denuncias anónimas y garantizando, en cualquier caso, el tratamiento confidencial de las denuncias y la protección total de los informantes.

Affinity no tolerará ninguna represalia contra quien, de buena fe, comunique hechos que pudieran constituir un incumplimiento de nuestras políticas, infracciones normativas o cualquier forma de corrupción, habiéndose establecido a tal efecto los sistemas, organización y procesos que aseguran la confidencialidad, seguimiento, investigación y protección del informante.

Tanto el Código de Conducta como las políticas corporativas y el acceso al canal de denuncia están disponibles en la intranet de la compañía. Igualmente, a través de la web corporativa está habilitado un canal de comunicación a través del cual los proveedores de la compañía pueden comunicar cualquier conducta contraria a nuestro Código Ético de Proveedores.

Durante el ejercicio 2023, el Comité de Ética y Compliance ha recibido y tratado una denuncia, ninguna relativa a la vulneración de los derechos humanos. En el ejercicio anterior, se recibieron cuatro denuncias.

Por último, dado que Affinity no es sujeto obligado de la Ley 10/2010, de 28 de abril, de Prevención de Blanqueo de Capitales, no se ha elaborado una política específica al respecto. Lo anterior, no obvia que el delito de blanqueo de capitales sí que se está incluido dentro del análisis de riesgos elaborado por parte del Comité de Ética y Compliance y cuyo riesgo de materialización se encontraría en el área financiera de la compañía.



## Respeto a los Derechos Humanos



1.

MODELO DE NEGOCIO DE AFFINITY

2.

MATERIALIDAD

3.

PRODUCTO

4.

PLANETA

5.

PERSONAS

6.

CONTRIBUCIÓN SOCIAL

7.

BUEN GOBIERNO

8.

ANEXOS

El respeto a los derechos humanos forma parte de los compromisos de Affinity con la sociedad y sus empleados. Dentro del Código de Conducta se recogen los principios esenciales que son la dignidad de la persona, la igualdad de oportunidades y de género y la no discriminación. El desarrollo de nuestras actividades y operaciones tiene como referentes en la actuación ética la Declaración Universal de Derechos Humanos de Naciones Unidas, la Declaración Tripartita de la Organización Internacional de Trabajo (OIT) y las Líneas Directivas para empresas multinacionales de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE).

Asimismo, cabe destacar que el marco de las operaciones de las sociedades controladas por el Grupo Affinity se circunscribe fundamentalmente al ámbito europeo, entorno en el que la

legislación tanto comunitaria como local ofrece un elevado nivel de protección en materia de derechos humanos, prevención del trabajo forzoso y del trabajo infantil.

El conocimiento y cumplimiento del Código de Conducta se refuerza desde la compañía mediante el plan de comunicación y formación, que incluye su entrega en el momento de la incorporación en la Affinity, un curso online de obligado seguimiento por todos los empleados; formaciones basadas en la explicación de los principios y los conflictos que puedan aparecer; y sesiones informativas acerca del Código y la implicación en el negocio.

Los incumplimientos, tanto del Código como de cualquier otro aspecto relacionado con el respeto a los derechos humanos,

se analizarán de acuerdo con los procedimientos internos, la normativa legal y los convenios vigentes y podrán dar lugar a las medidas disciplinarias o laborales que la normativa interna y la legislación determinen.

Los empleados de Affinity tienen la obligación de poner en conocimiento de la compañía, de manera confidencial y/o anónima, cualquier incumplimiento de los compromisos recogidos en esta política que pudieran observar. También podrán reportar aquellas personas que, sin ser empleados de la compañía, observen potenciales malas prácticas en este ámbito. Destacar que no se ha recibido ninguna denuncia por vulneración de Derechos Humanos.

Durante los procesos de potenciales nuevas adquisiciones, Affinity tomará en consideración

su impacto en la protección y promoción de los derechos humanos y definirá indicadores al respecto.

Asimismo, el Código Ético de Proveedores al que se adhieren nuestros proveedores incluye entre sus principios rectores el compromiso a respetar la protección de los derechos humanos y laborales fundamentales, reconocidos internacionalmente dentro de su ámbito de influencia, y a proporcionar un entorno laboral seguro garantizando la igualdad de oportunidades y cumpliendo los requisitos establecidos en materia de prevención de riesgos laborales. Asimismo, el Proveedor se responsabiliza de asegurar el cumplimiento de estos Principios por parte de sus colaboradores y subcontratistas.



ÍNDICE

1.

MODELO DE  
NEGOCIO DE  
AFFINITY

2.

MATERIALIDAD

3.

PRODUCTO

4.

PLANETA

5.

PERSONAS

6.

CONTRIBUCIÓN  
SOCIAL

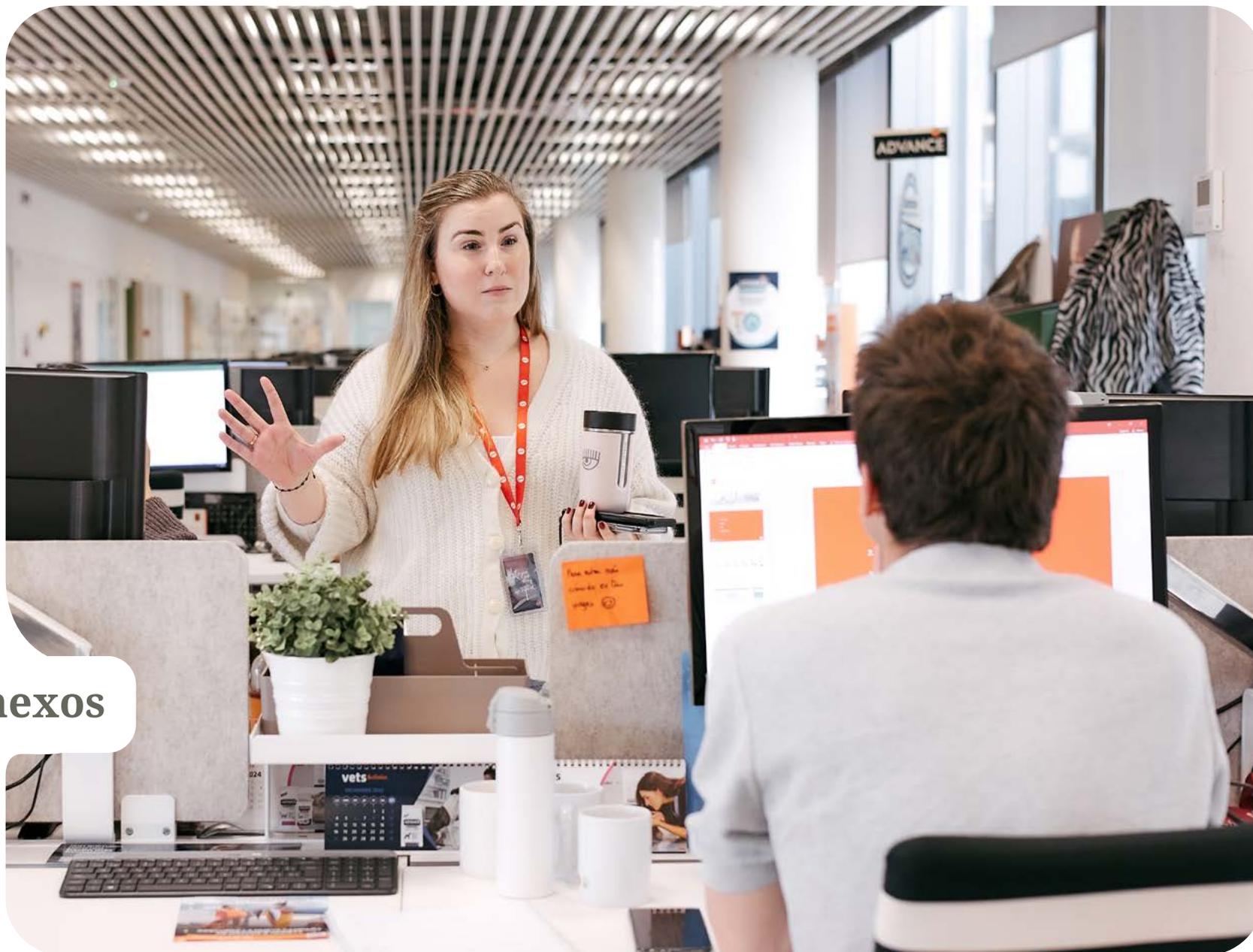
7.

BUEN  
GOBIERNO

8.

ANEXOS

## 8. Anexos



# 8.1. Acerca de este informe



ÍNDICE

1.  
MODELO DE  
NEGOCIO DE  
AFFINITY

2.  
MATERIALIDAD

3.  
PRODUCTO

4.  
PLANETA

5.  
PERSONAS

6.  
CONTRIBUCIÓN  
SOCIAL

7.  
BUEN  
GOBIERNO

8.  
ANEXOS



## Perímetro y marco de referencia

El presente Estado de información no financiera Consolidado de Affinity Petcare, S.A. y Sociedades Dependientes (en adelante EINF) se ha elaborado en línea con los requisitos establecidos en la Ley 11/2018 de 28 de diciembre de 2018 de información no financiera y Diversidad aprobada el 13 de diciembre de 2018 por el Congreso de los Diputados por la que se modifican 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 (procedente del Real Decreto-ley 18/2017, de 24 de noviembre).

En su elaboración, se ha tenido en cuenta lo establecido en la Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad de *Global Reporting Initiative* (Estándares GRI). La correspondencia entre los requerimientos de la Ley 11/2018 y los indicadores de GRI, y el apartado del EINF en el que se da respuesta, se detallan en el Anexo "Tabla de contenidos de la Ley 11/2018 de Información No Financiera".

El EINF de Affinity Petcare informa sobre cuestiones ambientales, sociales, relativas al personal y en relación a los derechos humanos y lucha contra la corrupción y el soborno relevantes para la compañía en la ejecución de sus actividades.

Destacar que con el objetivo de facilitar la comprensión del modelo de negocio y los mercados en los que operamos, el primer apartado del EINF, relativo a la información corporativa, describe el negocio de alimentación de animales de compañía del Grupo Agrolimen en su conjunto. Dicho perímetro de consolidación lo conforman, además de Affinity Petcare, los subgrupos Natures Menu y Nature's Variety.

En los apartados que siguen al de Información Corporativa (apartado 1), se indica para cada cuestión propuesta por la ley, el grado de relevancia que estas cuestiones tienen para las sociedades controladas por el subgrupo Affinity Petcare, las políticas asociadas a cada una, los riesgos relacionados con cada una y el indicador de referencia utilizado para su seguimiento y evaluación.

# 8.2. Tabla de contenidos de la Ley 11/2018 de Información No Financiera



1.  
MODELO DE  
NEGOCIO DE  
AFFINITY

2.  
MATERIALIDAD

3.  
PRODUCTO

4.  
PLANETA

5.  
PERSONAS

6.  
CONTRIBUCIÓN  
SOCIAL

7.  
BUEN  
GOBIERNO

8.  
ANEXOS

Requerimiento de la Ley 11/2018	Estándares GRI relacionados	Respuesta en EINF 2023 del Grupo Affinity Petcare
<b>Información General</b>		
Breve descripción del modelo de negocio del grupo, que incluirá: 1.) su entorno empresarial, 2.) su organización y estructura, 3.) los mercados en los que opera 4.) sus objetivos y estrategias, 5.) los principales factores y tendencias que pueden afectar a su futura evolución.	2-1 / 2-2	Nombre de la organización
	2-6	Actividades, marcas, productos y servicios
	2-1	Ubicación de la sede
	2-1	Ubicación de las operaciones
	2-6	Mercados servidos
	2-6	Tamaño de la organización
Una descripción de las políticas que aplica el grupo respecto a dichas cuestiones, que incluirá los procedimientos de diligencia debida aplicados para la identificación, evaluación, prevención y atenuación de riesgos e impactos significativos y de verificación y control, incluyendo qué medidas se han adoptado	3-3	Enfoque de gestión para cada uno de los ámbitos
	3-3	Enfoque de gestión para cada uno de los ámbitos

- 1.1. Modelo de Negocio (pág. 4-6)
- 1.2. Estrategia de negocio sostenible (pág. 7-8)
- 8.1. Perímetro y marco de referencia (pág. 81)
  
- 1.2. Estrategia de negocio sostenible (pág. 7-8)
- 2. Materialidad (pág. 10)
- 3. Producto (pág. 11-20)
- 4. Planeta (pág. 21-31)
- 5. Personas (pág. 32-56)
- 6. Contribución Social (pág. 57-71)
- 7. Ética e Integridad (pág. 72-79)



1. MODELO DE NEGOCIO DE AFFINITY

2. MATERIALIDAD

3. PRODUCTO

4. PLANETA

5. PERSONAS

6. CONTRIBUCIÓN SOCIAL

7. BUEN GOBIERNO

8. ANEXOS

Requerimiento de la Ley 11/2018	Estándares GRI relacionados	Respuesta en EINF 2023 del Grupo Affinity Petcare
---------------------------------	-----------------------------	---

Información General		
Los principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del grupo, entre ellas, cuando sea pertinente y proporcionado, sus relaciones comerciales, productos o servicios que puedan tener efectos negativos en esos ámbitos, y cómo el grupo gestiona dichos riesgos, explicando los procedimientos utilizados para detectarlos y evaluarlos de acuerdo con los marcos nacionales, europeos o internacionales de referencia para cada materia. Debe incluirse información sobre los impactos que se hayan detectado, ofreciendo un desglose de los mismos, en particular sobre los principales riesgos a corto, medio y largo plazo.	3-2	Principales impactos, riesgos y oportunidades

- 1.2. Estrategia de negocio sostenible (pág. 7-8)
- 2. Materialidad (pág. 10)
- 3. Producto (pág. 11-20)
- 4. Planeta (pág. 21-31)
- 5. Personas (pág. 32-56)
- 6. Contribución Social (pág. 57-71)
- 7. Ética e Integridad (pág. 72-79)

### I. Información sobre cuestiones medioambientales

1.) 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, los procedimientos de evaluación o certificación ambiental; 2.) Los recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales; 3.) La aplicación del principio de precaución, la cantidad de provisiones y garantías para riesgos ambientales.	3-3	Enfoque de gestión para para cada uno de los ámbitos de la dimensión ambiental
--	-----	--

4.1. Gestión medioambiental (pág. 22-24)

#### Contaminación

Medidas para prevenir, reducir o reparar las emisiones de carbono 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.	3-3	Explicación del tema material y su Cobertura (Emisiones)
---	-----	--

4.3. Gestión sostenible del impacto medioambiental (pág. 30)

#### Economía circular y prevención y gestión de residuos

Residuos: Medidas de prevención, reciclaje, reutilización, otras formas de recuperación y eliminación de desechos; Acciones para combatir el desperdicio de alimentos.	3-3	Explicación del tema material y su Cobertura (Efluentes y residuos)
	301-2	Insumos reciclados
	306-2	Residuos por tipo y método de eliminación

4.3. Gestión sostenible del impacto medioambiental (pág. 28)  
6.1. Compromiso con la Sociedad y las comunidades locales (pág. 58)



1.

MODELO DE  
NEGOCIO DE  
AFFINITY

2.

MATERIALIDAD

3.

PRODUCTO

4.

PLANETA

5.

PERSONAS

6.

CONTRIBUCIÓN  
SOCIAL

7.

BUEN  
GOBIERNO

8.

ANEXOS

## Requerimiento de la Ley 11/2018

## Estándares GRI relacionados

Respuesta en EINF 2023 del Grupo  
Affinity Petcare

## I. Información sobre cuestiones medioambientales

## Uso sostenible de los recursos

El consumo de agua y el suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales;	303-1	Interacciones con el agua como recurso compartido	4.2. Uso sostenible de recursos (pág. 25-27)
	303-4	Vertidos de agua	
	303-5	Consumo de agua	
Consumo de materias primas y las medidas adoptadas para mejorar la eficiencia de su uso;	3-3	Explicación del tema material y su Cobertura (Materiales)	4.2. Uso sostenible de recursos (pág. 25-27)
	301-1	Materiales utilizados por peso o volumen	
Consumo, directo e indirecto, de energía, medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética y el uso de energías renovables.	3-3	Explicación del tema material y su Cobertura (Energía)	4.2. Uso sostenible de recursos (pág. 25-27)
	302-1	Consumo energético dentro de la organización	
	302-4	Reducción del consumo energético	

## Cambio climático

Los elementos importantes de las emisiones de gases de efecto invernadero generados como resultado de las actividades de la empresa, incluido el uso de los bienes y servicios que produce; Las medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático; Las 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.	3-3	Explicación del tema material y su Cobertura (Emisiones)	4.3. Gestión sostenible del impacto medioambiental (pág. 30)
	305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1)	
	305-2	Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2).	
	305-5	Reducción de las emisiones de GEI	

## Biodiversidad

Medidas tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad;	3-3	Explicación del tema material y su Cobertura (Biodiversidad)	Las actividades y los productos elaborados y realizados en Affinity no generan impactos directos significativos en la biodiversidad.
Impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas.	101-5	Impactos significativos de las actividades, los productos y los servicios en la biodiversidad	4.3. Gestión sostenible del impacto medioambiental (pág. 28) Ninguna instalación de Affinity está ubicada en zonas protegidas.



1.  
MODELO DE  
NEGOCIO DE  
AFFINITY

2.  
MATERIALIDAD

3.  
PRODUCTO

4.  
PLANETA

5.  
PERSONAS

6.  
CONTRIBUCIÓN  
SOCIAL

7.  
BUEN  
GOBIERNO

8.  
ANEXOS

## Requerimiento de la Ley 11/2018

## Estándares GRI relacionados

## Respuesta en EINF 2023 del Grupo Affinity Petcare

### II. Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal

#### Empleo

Número total y distribución de empleados por sexo, edad, país y clasificación profesional; Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo; Promedio anual de contratos indefinidos, de contratos temporales y de contratos a tiempo parcial por sexo, edad y clasificación profesional.	2-7	Información sobre empleados y otros trabajadores	5.1. Salud y bienestar (pág. 34-39)
Empleados con discapacidad.	405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleado	5.3. Diversidad, igualdad e inclusión (pág. 53-56)
Las remuneraciones medias y su evolución desagregados por sexo, edad y clasificación profesional o igual valor; Brecha salarial, la remuneración de puestos de trabajo iguales o de media de la sociedad.	405-2	Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	5.3. Diversidad, igualdad e inclusión (pág. 53-56)
La 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.	2-19	Políticas de remuneración	5.3. Diversidad, igualdad e inclusión (pág. 53-56)
Implantación de políticas de desconexión laboral.	3-3	Explicación del tema material y su Cobertura (Empleo)	5.1. Salud y bienestar (pág. 34-39)
Número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional.	401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	5.2. Desarrollo y gestión de talento (pág. 51)
<b>Organización del trabajo</b>			
Organización del tiempo de trabajo.	3-3	Explicación del tema material y su Cobertura (Empleo)	5.2. Desarrollo y gestión de talento (pág. 49-52)
Número de horas de absentismo.	403-9	Lesiones por accidente laboral	5.2. Desarrollo y gestión de talento (pág. 52)
Medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio corresponsable de estos por parte de ambos progenitores.	3-3	Explicación del tema material y su Cobertura (Empleo)	5.3. Diversidad, igualdad e inclusión (pág. 55)



**1.**  
MODELO DE  
NEGOCIO DE  
AFFINITY

**2.**  
MATERIALIDAD

**3.**  
PRODUCTO

**4.**  
PLANETA

**5.**  
PERSONAS

**6.**  
CONTRIBUCIÓN  
SOCIAL

**7.**  
BUEN  
GOBIERNO

**8.**  
ANEXOS

Requerimiento de la Ley 11/2018	Estándares GRI relacionados	Respuesta en EINF 2023 del Grupo Affinity Petcare
<b>II. Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal</b>		
<b>Salud y seguridad</b>		
Condiciones de salud y seguridad en el trabajo	3-3 Explicación del tema material y su Cobertura (Seguridad y salud)	5.1. Salud y bienestar (pág. 39-42)
Accidentes de trabajo, en particular su frecuencia y gravedad, enfermedades profesionales, desagregado por sexo.	403-9 Lesiones por accidente laboral	5.1. Salud y bienestar (pág. 43)
<b>Relaciones sociales</b>		
Organización del diálogo social, incluidos procedimientos para informar y consultar al personal y negociar con ellos;	3-3 Explicación del tema material y su Cobertura (Relaciones trabajador-empresa)	5.1. Salud y bienestar (pág. 44-46)
Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país;	2-30 Acuerdos de negociación colectiva	5.1. Salud y bienestar (pág. 48)
El balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y la seguridad en el trabajo.	403-4 Participación de los trabajadores, consulta y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo	5.1. Salud y bienestar (pág. 44-46)
<b>Formación</b>		
Las políticas implementadas en el campo de la formación.	3-3 Explicación del tema material y su Cobertura (Formación y enseñanza)	5.2. Desarrollo y gestión de talento (pág. 49)
La cantidad total de horas de formación por categorías profesionales.	404-1 Media de horas de formación al año por empleado	5.2. Desarrollo y gestión de talento (pág. 50)
<b>Accesibilidad</b>		
Accesibilidad universal de las personas con discapacidad	3-3 Explicación del tema material y su Cobertura (Diversidad e Igualdad)	5.3. Diversidad, igualdad e inclusión (pág. 56)



## Requerimiento de la Ley 11/2018

## Estándares GRI relacionados

## Respuesta en EINF 2023 del Grupo Affinity Petcare

### II. Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal

#### Igualdad

Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres; Planes de igualdad (Capítulo III de la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres), medidas adoptadas para promover el empleo, protocolos contra el acoso sexual y por razón de sexo, la integración y la accesibilidad universal de las personas con discapacidad; La política contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad.

3-3

Explicación del tema material y su Cobertura (Diversidad e Igualdad)

5.3. Diversidad, igualdad e inclusión (pág. 53-56)

### III. Información sobre el respeto de los derechos humanos

Aplicación de procedimientos de diligencia debida en materia de derechos humanos; Prevención de los riesgos de vulneración de derechos humanos y, en su caso, medidas para mitigar, gestionar y reparar posibles abusos cometidos;

3-3

Explicación del tema material y su Cobertura (Evaluación de derechos humanos)

2-23

Valores, principios, estándares y normas de conducta

7.2. Ética y modelo de control interno (pág. 73-79)

2-26

Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas

Promoción y cumplimiento de las disposiciones de los convenios fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo relacionadas con el respeto por la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva;

407-1

Operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo

7.2. Ética y modelo de control interno (pág. 73-79)

Denuncias por casos de vulneración de derechos humanos;

406-1

Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas

Ni en 2023 ni en 2022 hemos recibido ni tenido conocimiento de ninguna denuncia al respecto.

La eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación; La eliminación del trabajo forzoso u obligatorio; la abolición efectiva del trabajo infantil.

408-1

Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil

7.2. Ética y modelo de control interno (pág. 73-79)

409-1

Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio

1.  
MODELO DE  
NEGOCIO DE  
AFFINITY

2.  
MATERIALIDAD

3.  
PRODUCTO

4.  
PLANETA

5.  
PERSONAS

6.  
CONTRIBUCIÓN  
SOCIAL

7.  
BUEN  
GOBIERNO

8.  
ANEXOS



1.  
MODELO DE  
NEGOCIO DE  
AFFINITY

2.  
MATERIALIDAD

3.  
PRODUCTO

4.  
PLANETA

5.  
PERSONAS

6.  
CONTRIBUCIÓN  
SOCIAL

7.  
BUEN  
GOBIERNO

8.  
ANEXOS

Requerimiento de la Ley 11/2018	Estándares GRI relacionados	Respuesta en EINF 2023 del Grupo Affinity Petcare
<b>IV. Información relativa a la lucha contra la corrupción y el soborno</b>		

Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno; Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales.	3-3	Explicación del tema material y su Cobertura (Anticorrupción)	7.2. Ética y modelo de control interno (pág. 73-79)
	2-23	Valores, principios, estándares y normas de conducta	
	2-25	Procesos para remediar los impactos negativos	
	2-26	Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	
Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro.	205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	6.1. Compromiso con la Sociedad y las comunidades locales (pág. 58)

<b>V. Información sobre la sociedad</b>			
Compromisos de la empresa con el desarrollo sostenible			
El impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local; El impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio; Las acciones de asociación o patrocinio.	203-1	Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados.	6.1. Compromiso con la Sociedad y las comunidades locales (pág. 58-70)
	413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	
Las relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos;	2-29	Enfoques para la participación de los grupos de interés	6.1. Compromiso con la Sociedad y las comunidades locales (pág. 58-70)



1. MODELO DE NEGOCIO DE AFFINITY

2. MATERIALIDAD

3. PRODUCTO

4. PLANETA

5. PERSONAS

6. CONTRIBUCIÓN SOCIAL

7. BUEN GOBIERNO

8. ANEXOS

Requerimiento de la Ley 11/2018	Estándares GRI relacionados	Respuesta en EINF 2023 del Grupo Affinity Petcare
<b>V. Información sobre la sociedad</b>		
<b>Subcontratación y proveedores</b>		
La inclusión en la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales; Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental; Sistemas de supervisión y auditorías y resultados de las mismas.	2-6 Cadena de suministro	
	3-3 Explicación del tema material y su Cobertura (Evaluación ambiental de proveedores)	3.2. Cadena de suministro sostenible (pág. 17-19) 7.2. Ética y modelo de control interno (pág. 73-79)
	3-3 Explicación del tema material y su Cobertura (Prácticas de adquisición)	
<b>Consumidores</b>		
Medidas para la salud y la seguridad de los consumidores; Sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de las mismas.	3-3 Explicación del tema material y su Cobertura (Seguridad y Salud en clientes, Marketing y etiquetado, Privacidad del cWliente)	3.1. Bienestar nutricional (pág.12-16)
	2-16 Comunicación de inquietudes críticas	
<b>Información fiscal</b>		
Beneficios obtenidos país por país Impuestos sobre beneficios pagados	207-4 Explicación del tema material y su Cobertura (Desempeño económico)	6.3. Contribución fiscal (pág. 71)
Subvenciones públicas recibidas	201-4 Asistencia financiera recibida del gobierno	En concepto de subvenciones a la explotación hemos recibido: Francia: 198k€ en Francia en 2023 (129k€ en 2022). Italia: En 2023 hemos recibido un crédito fiscal derivado del consumo de energía en la fábrica por importe de 185k€. En relación a subvenciones de capital el detalle es el siguiente: - España: en 2019 en el marco del Programa de Ayudas para actuaciones de eficiencia energética, cofinanciada con fondos UE, gestionado por IDAE, recibimos 533k€ y el importe traspasado a P&L en 2022 es de 71k€ (mismo importe que en 2022). - Italia: en 2022 hemos recibido un crédito fiscal por importe de 810k€, en marco de ayudas Industry 4.0, por la inversión realizada en una línea de envasado de la fábrica. A nivel de P&L, el ingreso ha visto reflejado en 2023 por un importe de 97k€. - Francia: en 2023 hemos recibido el 50% de dos subvenciones por inversión en inmuebles por valor de 50k€, y el resto lo recibiremos en 2024. A nivel de P&L, el ingreso correspondiente se integrará a partir del 2024 al ritmo que se amortizan los activos afectados a la inversión.

# 8.3. Informe de Auditoría



1.  
MODELO DE  
NEGOCIO DE  
AFFINITY

2.  
MATERIALIDAD

3.  
PRODUCTO

4.  
PLANETA

5.  
PERSONAS

6.  
CONTRIBUCIÓN  
SOCIAL

7.  
BUEN  
GOBIERNO

8.  
ANEXOS

**Informe de Verificación Independiente del Estado de Información No Financiera Consolidado correspondiente al ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2023**

**AFFINITY PETCARE, S.A. (SOCIEDAD UNIPERSONAL) Y SOCIEDADES DEPENDIENTES**



Ernst & Young, S.L.  
Edificio Sarría Fórum  
Avenida Sarría, 102-106  
08017 Barcelona

Tel: 933 663 700  
Fax: 934 053 784  
ey.com

## INFORME DE VERIFICACIÓN INDEPENDIENTE DEL ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO

Al Accionista Único de Affinity Petcare, S.A. (Sociedad Unipersonal):

De acuerdo al artículo 49 del Código de Comercio hemos realizado la verificación, con el alcance de seguridad limitada, del Estado de Información No Financiera Consolidado adjunto (en adelante EINF) correspondiente al ejercicio anual finalizado el 31 de diciembre de 2023, de Affinity Petcare, S.A. (Sociedad Unipersonal) y sociedades dependientes (en adelante, el Grupo) que forma parte del Informe de Gestión Consolidado del Grupo.

El contenido del EINF incluye información adicional a la requerida por la normativa mercantil vigente en materia de información no financiera que no ha sido objeto de nuestro trabajo de verificación. En este sentido, nuestro trabajo se ha limitado exclusivamente a la verificación de la información identificada en el Anexo 8.2 "Tabla de contenidos de la Ley 11/2018 de Información No Financiera" incluido en el EINF adjunto.

### Responsabilidad de los Administradores

La formulación del EINF incluido en el Informe de Gestión Consolidado del Grupo, así como el contenido del mismo, es responsabilidad de los Administradores de Affinity Petcare, S.A. (Sociedad Unipersonal). El EINF se ha preparado de acuerdo con los contenidos recogidos en la normativa mercantil vigente y siguiendo los criterios de los *Sustainability Reporting Standards de Global Reporting Initiative* (estándares GRI) seleccionados, así como aquellos otros criterios descritos de acuerdo a lo mencionado para cada materia en el Anexo 8.2 "Tabla de contenidos de la Ley 11/2018 de Información No Financiera" del citado Estado.

Esta responsabilidad incluye asimismo el diseño, la implantación y el mantenimiento del control interno que se considere necesario para permitir que el EINF esté libre de incorrección material, debida a fraude o error.

Los administradores de Affinity Petcare, S.A. (Sociedad Unipersonal) son también responsables de definir, implantar, adaptar y mantener los sistemas de gestión de los que se obtiene la información necesaria para la preparación del EINF.

### Nuestra independencia y gestión de la calidad

Hemos cumplido con los requerimientos de independencia y demás requerimientos de ética del Código Internacional de Ética para Profesionales de la Contabilidad (incluidas las normas internacionales de independencia) del Consejo de Normas Internacionales de Ética para Profesionales de la Contabilidad (Código de ética del IESBA, por sus siglas en inglés) que está basado en los principios fundamentales de integridad, objetividad, competencia y diligencia profesionales, confidencialidad y comportamiento profesional.

Nuestra firma aplica la Norma Internacional de Gestión de la Calidad (NIGC) 1, que requiere que la firma diseñe, implemente y opere un sistema de gestión de la calidad que incluya políticas y procedimientos relativos al cumplimiento de los requerimientos de ética, normas profesionales y requerimientos legales y reglamentarios aplicables.

El equipo de trabajo ha estado formado por profesionales expertos en revisiones de Información No Financiera y, específicamente, en información de desempeño económico, social y medioambiental.

Domicilio Social: Calle de Ferrnando Ferrnandez Villa-real, s/n, 28003 Madrid. inscrita en el Registro Mercantil de Madrid, tomo 9.564 primer a, 8.130 de la sección 3ª del Libro de Sociedades, folio 68, hoja nº 87.690-1, inscripción 1ª, C.I.F. B-78970505.  
A member firm of Ernst & Young Global Limited.



1. MODELO DE NEGOCIO DE AFFINITY

2. MATERIALIDAD

3. PRODUCTO

4. PLANETA

5. PERSONAS

6. CONTRIBUCIÓN SOCIAL

7. BUEN GOBIERNO

8. ANEXOS



**Nuestra responsabilidad**

Nuestra responsabilidad es expresar nuestras conclusiones en un informe de verificación independiente de seguridad limitada basándonos en el trabajo realizado. Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de acuerdo con los requisitos establecidos en la Norma Internacional de Encargos de Aseguramiento 3000 Revisada en vigor, "Encargos de Aseguramiento distintos de la Auditoría o de la Revisión de Información Financiera Histórica" (NIEA 3000 Revisada) emitida por el Consejo de Normas Internacionales de Auditoría y Aseguramiento (IAASB) de la Federación Internacional de Contadores (IFAC) y con la Guía de Actuación sobre encargos de verificación del Estado de Información No Financiera emitida por el Instituto de Censores Jurados de Cuentas de España.

En un trabajo de seguridad limitada los procedimientos llevados a cabo varían en su naturaleza y momento de realización, y tienen una menor extensión, que los realizados en un trabajo de seguridad razonable y, por lo tanto, la seguridad que se obtiene es sustancialmente menor.

Nuestro trabajo ha consistido en la formulación de preguntas a la Dirección, así como a las diversas unidades del Grupo que han participado en la elaboración del EINF, en la revisión de los procesos para recopilar y validar la información presentada en el EINF y en la aplicación de ciertos procedimientos analíticos y pruebas de revisión por muestreo que se describen a continuación:

- ▶ Reuniones con el personal del Grupo para conocer el modelo de negocio, las políticas y los enfoques de gestión aplicados, los principales riesgos relacionados con esas cuestiones y obtener la información necesaria para la revisión externa.
- ▶ Análisis del alcance, relevancia e integridad de los contenidos incluidos en el EINF del ejercicio 2023 en función del análisis de materialidad realizado por el Grupo y descrito en el Apartado 2 "Materialidad", considerando contenidos requeridos en la normativa mercantil en vigor.
- ▶ Análisis de los procesos para recopilar y validar los datos presentados en el EINF del ejercicio 2023.
- ▶ Revisión de la información relativa a los riesgos, las políticas y los enfoques de gestión aplicados en relación a los aspectos materiales presentados en el EINF del ejercicio 2023.
- ▶ Comprobación, mediante pruebas, en base a la selección de una muestra, de la información relativa a los contenidos incluidos en el EINF del ejercicio 2023 y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información.
- ▶ Obtención de una carta de manifestaciones de los Administradores y la Dirección.



**Conclusión**

Basándonos en los procedimientos realizados en nuestra verificación y en las evidencias que hemos obtenido no se ha puesto de manifiesto aspecto alguno que nos haga creer que el EINF del Grupo correspondiente al ejercicio anual finalizado el 31 de diciembre de 2023 no ha sido preparado, en todos sus aspectos significativos, de acuerdo con los contenidos recogidos en la normativa mercantil vigente y siguiendo los criterios de los estándares GRI seleccionados, así como aquellos otros criterios descritos de acuerdo a lo mencionado para cada materia en el Anexo 8.2 "Tabla de contenidos de la Ley 11/2018 de Información No Financiera" del citado Estado.

**Uso y distribución**

Este informe ha sido preparado en respuesta al requerimiento establecido en la normativa mercantil vigente en España, por lo que podría no ser adecuado para otros propósitos y jurisdicciones.



ERNST & YOUNG, S.L.

*Antonio Capella Elizalde*  
Antonio Capella Elizalde

22 de marzo de 2024