vida para el campo

memoria rsc 2019/2020

Perfil, alcance y cobertura de la Memoria

Presentamos la Memoria de Responsabilidad Social Corporativa de Anecoop S. Coop. (RSC), correspondiente a la campaña comercial 2019-2020 (del 1 de octubre de 2019 al 30 de septiembre de 2020) en la que informamos sobre el desempeño económico, ambiental y social. El ciclo de presentación será anual, coincidiendo con la campaña comercial.

Se trata de la undécima memoria de RSC publicada; la anterior, correspondiente a la campaña 2018-2019 se presentó a los socios en la Asamblea General de marzo de 2020.

Esta publicación cumple con el compromiso adquirido por Anecoop, como empresa de economía social, de elaborar memorias de RSC, dejando constancia de las políticas de responsabilidad social que viene desarrollando a lo largo de los años con socios, trabajadores, clientes y comunidad.

En la información sobre "Contenidos Generales" se ha tenido en cuenta el Grupo Anecoop, con sede social en Valencia (España), filiales y empresas participadas en Europa.

En la información sobre "Temas Materiales" se facilitan los datos de Anecoop S. Coop. (España), sobre los que se ejerce un control directo. En la web **www.anecoop.com** se publicará el Informe de Estado de Información No Financiera (EINF) verificado sobre las empresas que forman parte de las cuentas consolidadas del Grupo Anecoop.

Para la elaboración de la Memoria se han seguido los Estándares GRI del Global Reporting Initiative (GRI)* teniendo en cuenta los principios de materialidad, participación de los grupos de interés, contexto de sostenibilidad y exhaustividad para decidir el contenido de la memoria. Los grupos de interés (socios, trabajadores, clientes y sociedad) quedaron identificados y definidos según los criterios del EFQM, manteniéndose una comunicación continua a través de diferentes canales facilitados por la empresa al efecto. Este informe se ha elaborado con referencia a los Estándares GRI 2016.

Cualquier aportación a la Memoria de RSC se puede realizar a través de **info@anecoop.com**, lo que sin duda nos permitirá mejorar futuras memorias de RSC.

* La organización Global Reporting Initiative (GRI) es una entidad sin ánimo de lucro que establece estándares para la elaboración de memorias de responsabilidad social.

vida para el campo

anecoop - memoria rsc 2019/2020

En **Anecoop** lo hemos dado todo durante este año que tan duramente nos ha puesto a prueba. Alimentar a la sociedad con productos seguros y sostenibles ha continuado siendo una prioridad para el conjunto de las personas que formamos esta empresa.

Lo hemos dado todo por nuestros socios, por la relación con nuestros clientes, el bienestar de los empleados y el cuidado del medio ambiente. Hemos seguido dándolo todo en el empeño por un futuro mejor, más saludable, respetuoso y solidario. Hemos seguido y seguiremos dando vida al campo.

Anecoop

Índice

		Página
1	**Cultivamos futuro**	
1.1	**Carta del Presidente - Alejandro Monzón**	4
1.2	**Carta del Director General - Joan Mir**	6
1.3	**Objetivos de Desarrollo Sostenible**	8
1.4	**Memoria abreviada**	10
2	**Cultivamos Economía. Información económica**	
2.1	**Cifras**	26
2.2	**Marketing y comunicación**	32
2.2.1	Frutas y hortalizas	32
2.2.2	Vinos	34
2.2.3	Comunicación de producto y corporativa	35
3	**Cultivamos la Responsabilidad Social Corporativa. Nuestros Valores**	
3.0	**Materialidad**	36
3.1	**Fomentar la alimentación saludable en la sociedad mediante el consumo de frutas y verduras, especialmente en los niños**	36
3.2	**Garantizar la seguridad alimentaria de nuestros productos**	37
3.3	**Respetar el medio ambiente y la conservación de los recursos naturales**	38
3.3.1	En el ámbito de la producción agrícola	38
3.3.2	En el entorno de trabajo	38
3.3.3	Medidas de ahorro energético	40
3.3.4	Legislación ambiental	41
3.3.5	Contaminación	41
3.3.6	Afecciones al suelo	41
3.3.7	Información y formación ambiental	41
3.3.8	Integración en el entorno	41

		Página
3.4	**Gestionar proyectos de economía social que mejoren el bienestar de nuestros agricultores y de nuestra sociedad en general**	42
3.4.1	Desarrollo rural	42
3.4.2	Innovación en producto	42
3.4.3	Innovación en la gestión	43
3.4.4	Relación con los grupos de interés	45
3.4.5	Formación	47
3.4.6	Modelo de Gestión de Recursos Humanos	48
3.4.7	Derechos Humanos	51
3.4.8	Satisfacción de los clientes	51
3.4.9	Comunidad local	52
3.4.10	Competencia	53
3.4.11	Objetivos sociales	53
4	**Cultivamos Empresa. Información Institucional**	
4.1	**El Grupo Anecoop**	54
4.2	**Órganos de Gobierno y gestión**	56
4.3	**Socios**	60
4.4	**Misión, Visión y Valores**	61
4.5	**Objetivos fundacionales**	61
4.6	**Objetivos estratégicos**	62
4.7	**Estrategia empresarial**	62
4.8	**Impactos, riesgos y oportunidades**	62
4.9	**Integración de la RSC en los sistemas de gestión**	63
4.10	**Presencia institucional**	63
5	**Indicadores de Sostenibilidad**	
	Tabla contenidos GRI	65
	Tabla indicadores de economía social	69

Carta del Presidente

Cerramos un ejercicio histórico para Anecoop. En términos económicos, hemos alcanzado una facturación récord de 770,5 millones de euros. Y en el ámbito de la gestión, hemos hecho frente a una crisis sanitaria sin precedentes en nuestra trayectoria como empresa.

Partíamos de un escenario ya de por sí complejo para el conjunto de la producción, con la baja rentabilidad, el abandono de las explotaciones y la falta de relevo generacional en el epicentro de una crisis que llevó a los profesionales del campo a manifestarse a principios de 2020 en toda España.

La irrupción del COVID-19 obligó al sector a "aparcar" temporalmente el movimiento reivindicativo, enfocando todos los esfuerzos hacia el suministro de alimentos en unos momentos verdaderamente críticos, con una demanda en toda Europa presa del pánico por temor al desabastecimiento.

> ***"La dimensión de las organizaciones es un elemento de peso para acometer con mayor éxito los retos que se plantean al sector y ganar competitividad."***

La unidad en la respuesta y la eficiencia con la que supimos afrontar las primeras semanas, situaron al sector, y a Anecoop como parte de éste, en primera línea, e hicieron visible para la sociedad su rol "esencial" en situaciones de emergencia.

Es evidente que el sector agroalimentario está en el foco de atención y prueba de ello es el interés que ha despertado en los últimos años en los fondos de inversión. Con un peso del 9,2% del total de la economía nacional, según recogen fuentes relevantes, sitúa a España como la quinta economía del sector agroalimentario de la Unión Europea, y cuarta en generación de empleo con el 7,4% si tenemos en cuenta solo al sector primario.

Alejandro Monzón
Presidente

A lo largo del año y a consecuencia de la pandemia, ha aumentado el número de jornadas, seminarios y eventos organizados por asociaciones afines y medios de comunicación para hablar sobre el futuro de la cadena de valor en la agroalimentación, y debatir sobre los efectos de las distintas políticas y medidas propuestas por la Administración europea.

En todos ellos se coincide en una cosa: la dimensión de las organizaciones es un elemento de peso para acometer con mayor éxito los retos que se plantean al sector y ganar competitividad.

Tenemos sobre la mesa un número creciente de factores que influyen en nuestra actividad y que todos conocemos: mercados de difícil acceso por la aplicación de barreras proteccionistas, un problema estructural de largo recorrido con nombre y apellidos: falta de reciprocidad, países cerrados al tránsito de nuestras mercancías, competencia desleal, o la adecuación de nuestras producciones a los requisitos de consumo y medioambientales que conllevarán un incremento aun mayor de los costes. El Pacto Verde Europeo deja ver claramente que el clima es preocupación y objetivo prioritario, y tendremos que adaptar nuestra actividad a las distintas estrategias y planes que lo configuran.

La adaptación de nuestras estructuras, la digitalización de la actividad en todos los puntos de la cadena de valor, la adopción de las nuevas tecnologías como forma de trabajo, la innovación en gestión y en producto... Todo ello ha de tener un papel protagonista en nuestra hoja de ruta si queremos seguir siendo claves para la distribución. Y deberemos volver a nuestros principios fundacionales: cuanto más dimensionados estemos, con una mayor concentración y diversificación de la oferta y un mejor aprovechamiento de los recursos, más posibilidades de éxito tendremos.

El modelo cooperativo tiene muchos puntos a su favor para ser elegido como fórmula de crecimiento y, algo importantísimo, sostenibilidad: su permanencia en el territorio que garantiza la localización de la actividad, su contribución a la pervivencia del entorno rural y de la vida en los pueblos gracias a la creación de empleo, el apoyo a los pequeños productores, el mantenimiento de los ecosistemas... Por no mencionar el sentimiento de identidad que genera: las cooperativas son de todas las personas que forman parte de ellas, son proyectos que se sienten como propios... El vínculo emocional existe y otros formatos no pueden competir con eso.

No quisiera finalizar estas líneas sin nombrar varios acontecimientos del ámbito institucional que hemos vivido durante el ejercicio al que hace referencia esta Memoria.

El primero, la Distinción al Mérito Empresarial y Social que concedió la Generalitat Valenciana a Anecoop con motivo de los actos conmemorativos del *9 d'octubre*, día de la Comunitat Valenciana, por el que quiero felicitar a todas las personas que formamos parte de esta empresa. Este reconocimiento premia nuestra trayectoria y nos da impulso para seguir trabajando y creciendo.

La labor y el compromiso de Anecoop y sus socios durante la crisis del COVID nos han valido para ser interlocutores del sector frente a SS.MM. los Reyes, con quienes mantuvimos una reunión por videoconferencia a principios de mayo de 2020, así como en la Comisión Especial para la Reconstrucción Social, Económica y Sanitaria impulsada por Les Corts Valencianes, donde comparecimos a mediados de junio. En los dos encuentros tuvimos la oportunidad de exponer la situación del sector y realizar planteamientos de mejora.

> ***"Las cooperativas son de todas las personas que forman parte de ellas, son proyectos que se sienten como propios... El vínculo emocional existe y otros formatos no pueden competir con eso."***

Despido esta carta nombrando a tres valiosos profesionales que nos han dejado en 2020: Simón Copoví, gerente de la Cooperativa del Camp de LLutxent-Otos, Juan David Alandete, miembro de la gestora de la Cooperativa de Algemesí y Jesús Server, compañero del equipo comercial de Anecoop Valencia. Os llevamos en el recuerdo.

A todo el equipo profesional del Grupo: socios, trabajadores de campo, de almacén, de las oficinas y filiales de Anecoop, muchas gracias por el grandísimo esfuerzo realizado, habéis sido un ejemplo a seguir en un año donde las cosas se han puesto más difíciles de lo que hubiésemos imaginado nunca.

Carta del Director General

En la memoria colectiva permanecerá el año 2020 como un año muy especial: duro, triste, cargado de incertidumbre, frustración, y también de soledad y de muchas pérdidas.

El ejercicio económico de Anecoop arrancó el 1 de octubre de 2019 y finalizó el 30 de septiembre de 2020, por lo que medio ejercicio se vio afectado por la pandemia, de marzo a septiembre.

Desde el primer momento de la crisis nuestro objetivo fue salvaguardar la salud de nuestros profesionales y seguir suministrando con gran responsabilidad nuestros productos, básicos para la alimentación de la sociedad.

El primer objetivo se consiguió implantando el teletrabajo para un gran número de compañer@s, asumimos de forma inmediata las medidas que fueron aconsejando e imponiendo las instituciones, e incluso nos adelantamos en la adopción de muchas de ellas. Procedimos a la reestructuración y reforma de algunas de nuestras instalaciones con el fin de trabajar en espacios más diáfanos, separados y seguros, y realizamos sucesivamente varios tests a todo el colectivo en nuestras instalaciones, más todos los que se realizaron en la Mutua. Desde el primer momento actuamos colegiadamente los diferentes responsables de Anecoop, suministrando al resto de profesionales, casi de forma diaria, la información de la que disponíamos e incluso en los momentos de más desconcierto apoyamos a muchos de nuestros socios en la adopción de medidas de prevención.

> ***"Tener un sector primario potente, diversificado e independiente es estratégico para un país. No podemos permitirnos el lujo de perderlo, sería una gran irresponsabilidad nacional, que probablemente las generaciones futuras nunca nos perdonarían."***

Además de generar una sensación de seguridad para los profesionales de Anecoop, nos volcamos en un punto clave de nuestra misión: proporcionar productos saludables a los consumidores finales.

Y lo hicimos - creemos que muy bien - gracias al compromiso, implicación y sentido de responsabilidad de todo el personal, pero también gracias al esfuerzo de la totalidad de la cadena de valor agroalimentaria, desde el

Joan Mir
Director General

agricultor hasta las personas que trabajan en cualquier punto de venta. Juntos superamos múltiples dificultades.

Nuestro SECTOR, con mayúsculas, incluyendo la totalidad de sus intervinientes que son muchos, dio un gran ejemplo y ofreció seguridad a los consumidores en los momentos más duros de la pandemia. Evitó el desabastecimiento y la tensión social que se hubiera generado. Asumió una gran responsabilidad en aquellos días tan tristes y emitió, además, multitud de mensajes en los que más o menos se decía: "Tú quédate en casa que nosotr@s nos preocupamos de ti". ¡Fue algo increíble!

Quisiera destacar unas palabras casi premonitorias y muy vigentes de la Carta de esta Dirección General en la Memoria de Anecoop del año pasado: "*tan solo recordar y recordarnos, incluyendo a los gobiernos, que debemos apoyar al sector primario, que es el eslabón más débil de la cadena agroalimentaria, y a pesar de ello, nos proporciona una gran independencia alimentaria, potencia nuestro comercio exterior, genera mucho empleo, ayuda a fijar a la población en el medio rural...*"

¿Qué hubiera pasado si los problemas que vivimos al inicio de la pandemia para conseguir sistemas de protección y seguridad fabricados en otros países para nuestro personal sanitario se hubieran trasladado a las frutas y verduras o a otros productos del sector primario? ¿Cómo hubieran reaccionado los consumidores si hubieran faltado o escaseado los productos frescos en los lineales, alguien se lo puede imaginar?

Todos lo sabíamos, un país necesita independencia alimentaria por si surge una crisis como la actual, pero llevábamos mucho tiempo en nuestra zona de confort, no pasaba nada. Bueno, sí que pasaba, y sigue pasando. El sector primario lleva años con dificultades, sus rentas decrecen y los costes y las exigencias se incrementan. Incluso ante las justas peticiones de los agricultores, muchas personas con altas responsabilidades han estado mirando hacia otro lado, y la sociedad puede que tampoco haya mostrado la sensibilidad que se hubiera esperado hacia el sector.

Y ha tenido que golpearnos un virus para que recordemos cuan débiles somos y cuanta falta nos hace un sector primario potente, diversificado e independiente. Tenerlo es estratégico para un país. España lo tiene, y no podemos permitirnos el lujo de perderlo, sería una gran irresponsabilidad nacional, que probablemente las generaciones futuras nunca nos perdonarían.

Para evitarlo es necesaria la coordinación de TODOS, sí, de todos los implicados en el sector, con el fin de poner en valor el trabajo y profesionalidad de nuestros agricultores, incrementar sus rentas y mejorar la percepción de la sociedad hacia el sector primario.

En Anecoop nos hemos comprometido a trabajar en esa línea, trabajamos para dar *Raciones de Vida para el Campo*. Queremos tener un campo en el que los agricultores puedan vivir de su trabajo, un campo competitivo, sostenible y de futuro, que ilusione a los jóvenes para que se produzca el relevo generacional, que ayude a fijar a la población en el medio rural, y que cuente con el apoyo y valoración de la sociedad.

En Anecoop creemos que la cooperación y la integración, junto al crecimiento y una buena gestión son esenciales para alcanzar esas Raciones de Vida tan necesarias para nuestros socios y sus agricultores, y además forman parte de nuestros objetivos clave. En este sentido, durante la campaña 2019-2020 se alcanzaron los siguientes acuerdos: la constitución de la cooperativa de segundo grado Ribercamp, formada por las cooperativas de Carlet y Guadacoop, el acuerdo de intercooperación entre las cooperativas de L'Alcúdia y Alzicoop, y el acuerdo de comercialización entre la cooperativa de segundo grado Green Fruits y la cooperativa de Pedralba. Además, hemos de destacar, la incorporación como socio de Costa de Almería, estando plenamente convencidos de que con su incorporación se va a reforzar, aún más, nuestra posición hortícola.

Un buen ejemplo de cooperación son las 91.919 toneladas de producto de nuestros socios gestionados por nuestras plataformas de producto. Las plataformas nos aportan una alta especialización y una mejor optimización del producto.

Alcanzar todo lo anterior ha supuesto un gran esfuerzo por parte de muchos miembros de consejos rectores y de muchos profesionales, pero la verdad es que estando muy bien, cuando se analiza la evolución y la rapidez con que se mueve nuestro sector, sabe a poco. Nos encontramos en un momento en el que hay que tomar decisiones, quizá más de las que nos gustaría y además, con más velocidad de la habitual.

A pesar de las grandes complicaciones generadas por la pandemia, Anecoop S.Coop. cerró el ejercicio con una facturación récord de 770,5 millones de euros, un 8% más que la campaña anterior. En volumen se alcanzaron las 826.000 toneladas, un 1,9% menos que la anterior campaña. Hemos de destacar el buen comportamiento en vinos. A pesar del descenso generalizado del consumo por la pandemia, Anecoop Bodegas alcanzó cifras récord en volumen y en facturación. Y la facturación combinada del Grupo Anecoop pasó de 901 a 966 millones de euros, lo que supuso un incremento del 6,7%.

> ***"Nos encontramos en un momento en el que hay que tomar decisiones, quizá más de las que nos gustaría y además, con más velocidad de la habitual."***

Deseamos que el COVID-19 se supere pronto y quede como un hecho aislado en nuestras vidas. Sin embargo, siempre recordaremos y lamentaremos la pérdida de Simón y de Jesús, dos personas buenas y muy entrañables, además de grandes compañeros. Gracias por todo lo que nos habéis aportado, hasta siempre amigos.

En este año tan complicado nos gustaría dar las gracias a todas las personas que han hecho posible una gran hazaña: que no faltaran nuestras frutas y hortalizas ni en el mercado nacional, ni en los mercados internacionales en los momentos más duros. Gracias a nuestros agricultores, trabajadores y miembros del Consejo de nuestros socios, también gracias a todas las empresas que nos han prestado sus servicios y, cómo no, gracias a nuestros clientes y a todo su personal, sin los cuales nuestros productos no hubieran sido accesibles a millones de consumidores.

Y por último, deseamos dar las gracias al Consejo Rector de Anecoop por su apoyo incondicional, y a todas y todos los compañeros de delegaciones, filiales, almacenes, campos de experiencias y central, que a pesar de las dificultades nunca habéis bajado la guardia, siempre habéis estado ahí, apoyando y respetando las medidas tomadas, y además, lo habéis hecho mostrando una gran profesionalidad, implicación y compromiso.

Gracias, muchas gracias.

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

17 OBJETIVOS PARA TRANSFORMAR NUESTRO MUNDO

En 2015, los líderes mundiales reunidos en la **ONU** aprobaron una nueva agenda de desarrollo sostenible, la Agenda 2030, en la cual se incluyen los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Se trata de 17 objetivos que cuentan con 169 metas, y que se centran en la erradicación de la pobreza, la lucha contra el cambio climático y la reducción de las desigualdades.

Para poder alcanzar los ODS se requiere de un elevado grado de implicación por parte de todos los actores sociales que intervienen en el sistema.

En la presente memoria, Anecoop, empresa de economía social con una fuerte implantación de sus valores de Responsabilidad Social Corporativa en todos los ámbitos de la organización, deja constancia de aquellas acciones que, siendo propias de su actividad, impactan en 15 de los 17 ODS en el ejercicio 2019-2020.

• Colaboración con diferentes entidades benéficas y ONGs para el desarrollo de proyectos con el fin de conseguir una mejora en la vida de personas desfavorecidas y en situación marginal.

• Promueve hábitos de vida saludables colaborando, tanto por iniciativa propia como de la mano de fundaciones, colegios y otras asociaciones, en eventos relacionados con el deporte y la salud de ámbito nacional e internacional.

• Los procesos de selección de la empresa se rigen por la igualdad de oportunidades. • Están basados en la formación y competencias del candidato o candidata, experiencia en el puesto y adaptabilidad al mismo. • El criterio salarial es igual para todos los profesionales, independientemente de su género. • Participación en el proyecto "Una aldea cooperativa en Anantapur" (India), dirigido a familias desfavorecidas y con el objetivo de dignificar el papel de la mujer en la sociedad del país. • Implantación de un Plan de Igualdad.

• Dispone de una planta solar fotovoltaica en la cubierta de su almacén en Torrent (Valencia). • Desarrolla un proyecto para producir energía limpia a partir de los restos de las cosechas y de las explotaciones ganaderas (Biogás). • Participa en el proyecto AgriREFIN para la producción de biocombustible.

• Promueve prácticas de cultivo sostenible entre sus agricultores socios. • Participa en iniciativas y desarrolla proyectos para minimizar el desperdicio alimentario. • Valorización de residuos: proyectos Biopro (nacional) y Pro-enrich (europeo). • Impulsa la alimentación del futuro participando en proyectos para la adaptación de las frutas y hortalizas al cambio climático.

• Implementación de un Plan Anual de Formación adaptado a las necesidades coyunturales de la empresa y alineado con las necesidades de los profesionales de Anecoop. • Formación a miembros de las cooperativas y empresas socias, especialmente en las áreas de I+D+iT, Calidad y Sistemas, Organización y Gestión Estratégica. • Contratación de personal en prácticas. • Cursos técnicos a agricultores sobre buenas prácticas agrícolas.

• Participación junto a sus socios y otros organismos en proyectos orientados al ahorro de agua en los procesos productivos, como el programa Eco3wash. • Promueve entre sus socios el uso de sistemas de riego y tecnologías que ahorran agua. • Participa en proyectos que velan por un uso eficiente del agua, como GO Cambio Climático en Frutales de Hueso o DiKaCoVal. • Promueve el cultivo de frutales alternativos con menor necesidad hídrica.

• Aplicación de políticas de empleo de calidad, igualdad y formación de profesionales y socios. • Aplicación de la justicia distributiva entre los socios. • Apoyo a sus cooperativas y empresas socias y sus agricultores en el área de I+D+iT. • Aplicación de medidas de seguridad e higiene en el puesto de trabajo.

• Importante inversión anual en I+D+iT. • Dos Campos de Ensayos, (Valencia y Almería) para el desarrollo de proyectos que beneficien a sus socios agricultores. • Implicación y participación en numerosos grupos de trabajo y proyectos de ámbito nacional e internacional en colaboración con instituciones y organismos gubernamentales. • Desarrollo de nuevos conceptos de consumo de frutas y hortalizas (listas para comer, listas para cocinar).

• Gracias a su actividad y a su rol como empresa de economía social, contribuye a garantizar el futuro de sus socios productores, favoreciendo la sostenibilidad de la actividad agraria y, con ello, la fijación de la población al territorio. • Participación en un proyecto para la recuperación de parcelas abandonadas: proyecto Innoland.

• Prácticas de cultivo sostenible, cultivo orgánico, residuo cero y certificado ***naturane***. • Promueve entre sus socios el uso de sistemas de riego y tecnologías que ahorran agua. • Dispone de una planta solar fotovoltaica en la cubierta de su almacén en Torrent (Valencia). • Desarrolla un proyecto para producir energía limpia a partir de los restos de las cosechas y de las explotaciones ganaderas (Biogás). • Participa en el proyecto AgriREFIN para la producción de biocombustible. • Impulsa la alimentación del futuro participando en proyectos para la adaptación de las frutas y hortalizas al cambio climático. • Participa en un proyecto para controlar y minimizar el desperdicio de materiales de confección junto a sus socios de Murcia.

• En los criterios de selección de personal de la empresa, en ningún caso influyen aspectos relacionados con la nacionalidad, el sexo, la raza o religión o cualquier otro que provoque desigualdad. • Integración en el equipo profesional de personas de distintas nacionalidades. • Integración en el equipo profesional de personas con discapacidad física o intelectual.

• Sistemas de cultivo certificados que garantizan la seguridad alimentaria. • Participa en iniciativas y desarrolla proyectos para minimizar el desperdicio alimentario. • Prácticas de cultivo sostenible, cultivo orgánico, residuo cero y certificado ***naturane***. • Implementa en el desarrollo de su actividad políticas de eficiencia en la gestión de los recursos naturales y los residuos.

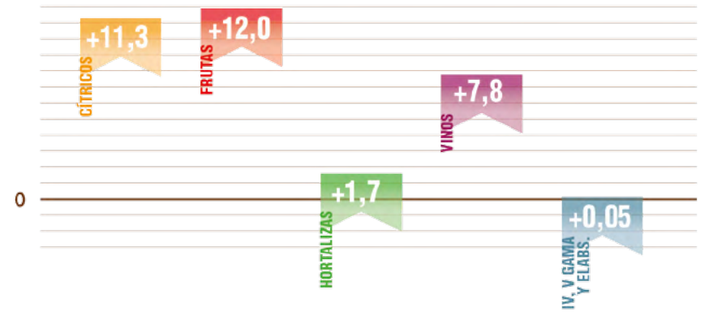
• Participación en un proyecto para la recuperación de parcelas abandonadas: proyecto Innoland. • Fomenta entre sus socios la lucha biológica para el control de plagas. • Participa junto a sus socios y la Asociación de Naturalistas del Sureste en un proyecto para la conservación de la biodiversidad.

• Alianzas público-privadas con el mundo académico y otras organizaciones en proyectos de desarrollo que contribuyen a alcanzar los ODS. • Participación en foros de innovación para la mejora del sector.

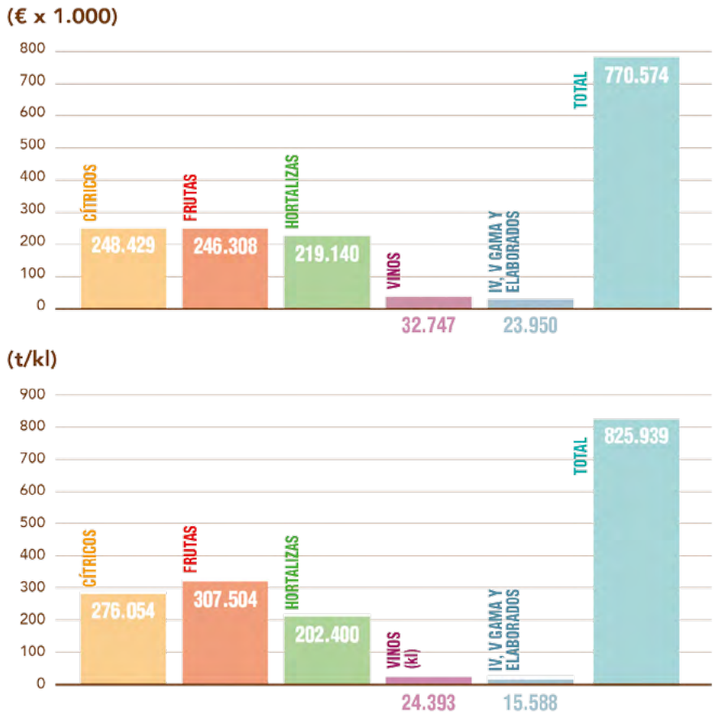
DÁNDOLO TODO
para poder ofrecerte nuestros productos

↑€ +8%

evolución de la facturación

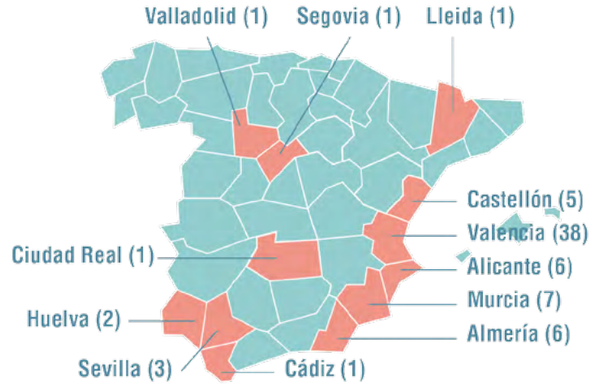


comercialización por productos



Available in English at www.anecoop.com

distribución geográfica socios de Anecoop



72 socios / 6 comunidades autónomas / 12 provincias

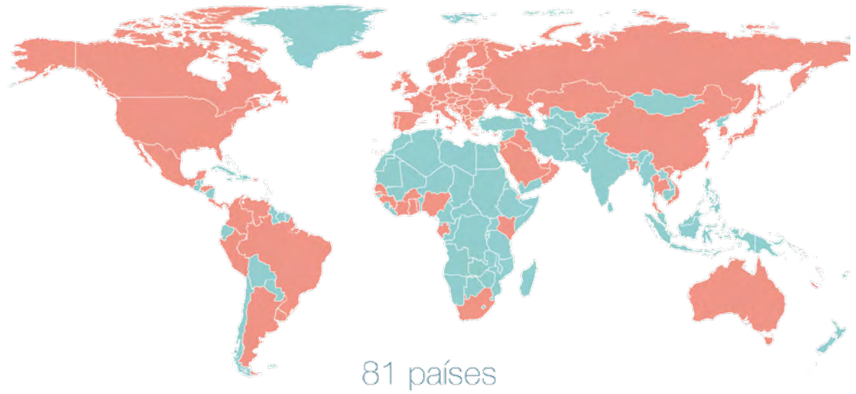
nuestros socios

socios agricultores	**24.351**
socios otros servicios	**24.347**
empleados	**25.727**

nuestros campos

hectáreas cultivadas	**68.803,03**

¿en qué mercados estamos?



81 países

el Grupo Anecoop

DÁNDOLO TODO

para mejorar las condiciones de nuestros empleados

porcentaje de empleados por sexo

50,19%

49,81%

edad media de los trabajadores

>50 — 30%

30-50 — 62%

<30 — 8%

formación

31 horas de formación por trabajador

79.700€ invertidos en formación

87,24% proporción de trabajadores participantes

Anecoop solidaria

52.943 €
aportados a varias instituciones solidarias, ONGs y asociaciones

333.000 kg
de fruta donados durante la pandemia por el Grupo Anecoop

apuesta por la alimentación saludable

colaboración en **>20 eventos** deportivos y lúdicos en diferentes países

* celebrados de octubre de 2019 a marzo de 2020

proyecto iDrone

aplicación de las últimas tecnologías de visión artificial hiperespectral acoplada a dispositivos en vuelo no tripulado

certificados que garantizan nuestra gestión de los alimentos y los recursos

GLOBALG.A.P.

GRASP Global G.A.P.

IFS Food

IFS Broker

BRC FOOD CERTIFICATED

BRC GLOBAL STANDARDS

nuestras marcas respetuosas con el medio ambiente y garantía de seguridad alimentaria

BOUQUET naturane

57.362 ha certificadas* por GLOBALG.A.P.

(*) Más del 90% de la producción de frutas y hortalizas certificadas

BOUQUET Naturane ZERO

5.300 t comercializadas

Solagora BOUQUET bio

30.302 t comercializadas

DÁNDOLO TODO
para preparar el futuro con confianza

¿qué recursos dedicamos?

2 campos
de experiencias

1,5 M€
en I+D+iT

algunos proyectos en los que participamos

GOCITRUS

innovación en identificación y gestión varietal de cítricos

INNOVACIÓN SOCIAL Gestión de Tierras

innovación social en la gestión de tierras

DiKaCoVal

diversificación de la gama varietal del caqui en la Comunidad Valenciana ante el reto del cambio climático

Raciones de vida para el campo

El sector hortofrutícola necesita más que nunca el respaldo de los consumidores. La sociedad europea es consciente de la importancia del mundo rural y valora el **compromiso** de las cooperativas a la hora de proteger el medio ambiente, el entorno y de promover la **sostenibilidad** productiva y social mediante el desarrollo en sus zonas rurales. Esta sostenibilidad se convierte en un importante indicador de su competitividad empresarial que a su vez está alineada con la estrategia de la Unión Europea, inmersa en un importante cambio de modelo alimentario, mucho más verde y protector de nuestra biodiversidad. No obstante, este modelo agrario, más respetuoso con el planeta, tiene una indudable repercusión económica sobre nuestras producciones.

Cultivar nuestras frutas y hortalizas conlleva mayores costes. Aun siendo de una extraordinaria calidad, nuestros productos ven cada día más difícil competir en precio con producciones extracomunitarias, mucho menos exigentes y más baratas de producir.

Esta presión de precios a la baja en nuestros propios mercados incide especialmente en la rentabilidad de los agricultores, que con frecuencia encuentran serias dificultades para mantener sus explotaciones con los ingresos que obtienen y se ven obligados a abandonar sus campos de cultivo.

Sin embargo, en situaciones de crisis como la que estamos atravesando, con la pandemia del COVID-19, tal como indica **Joan Mir**, director general de Anecoop, en algunas de sus declaraciones:

"Este es el momento de tomar conciencia del valor de la agricultura.

La crisis del coronavirus y las consecuencias sociales y laborales que ha generado en España han puesto a prueba al sector agrícola nacional, que ha seguido en pie garantizando el abastecimiento de alimentos básicos a la población a pesar de todos los obstáculos que esta situación excepcional ha conllevado".

***"Los profesionales del sector** han vuelto a demostrar que, ante las vicisitudes, se crecen y cumplen sobradamente con su labor: **alimentar a la sociedad**. Y todo este esfuerzo, arriesgando incluso su propia salud, merece ser recompensado **poniendo en valor la producción nacional"**.*

Las consecuencias de no disponer de un sistema agrario potente, serían inimaginables. La falta de material sanitario en la primera fase de la pandemia y depender de terceros países para conseguirlo, nos demostró que hay que defender una producción propia para hacer frente a cualquier problema que pueda surgir.

Es por todo ello que **el sector hortofrutícola debe hoy estar más unido que nunca**, reivindicar su **carácter estratégico**, que está quedando sobradamente demostrado, y **lanzar un mensaje único a la sociedad**: para poder seguir alimentándoos, necesitamos de vuestro apoyo. **Apoyemos a nuestros agricultores y a sus familias hoy más que nunca, ELIGIENDO FRUTAS Y VERDURAS BOUQUET**. 24.351 agricultores que viven en las principales zonas de producción españolas, cultivan día a día con su esfuerzo y cariño, sabrosas y saludables frutas y hortalizas para alimentarnos.

Tras la toma de conciencia del gran problema de la España Vaciada, las tractoradas de nuestros agricultores luchando por unas rentas dignas para su trabajo y las consecuencias del COVID-19, lanzamos en la primavera de 2020, durante la campaña de **Sandías Bouquet**, la campaña de comunicación **"Raciones de vida para el campo"** con una triple misión.

1. Potenciar en la sociedad el valor estratégico de una agricultura fuerte e independiente, para que pueda hacer frente a situaciones difíciles como la actual.

2. Defender que los agricultores puedan seguir viviendo del campo, frenando la despoblación rural y el abandono de tierras.

3. Dar a conocer algunos de los proyectos de innovación en los que trabaja Anecoop y que contribuyen a mejorar el futuro de nuestros agricultores y a facilitar el relevo generacional.

Proyectos que tienen como objetivos comunes:

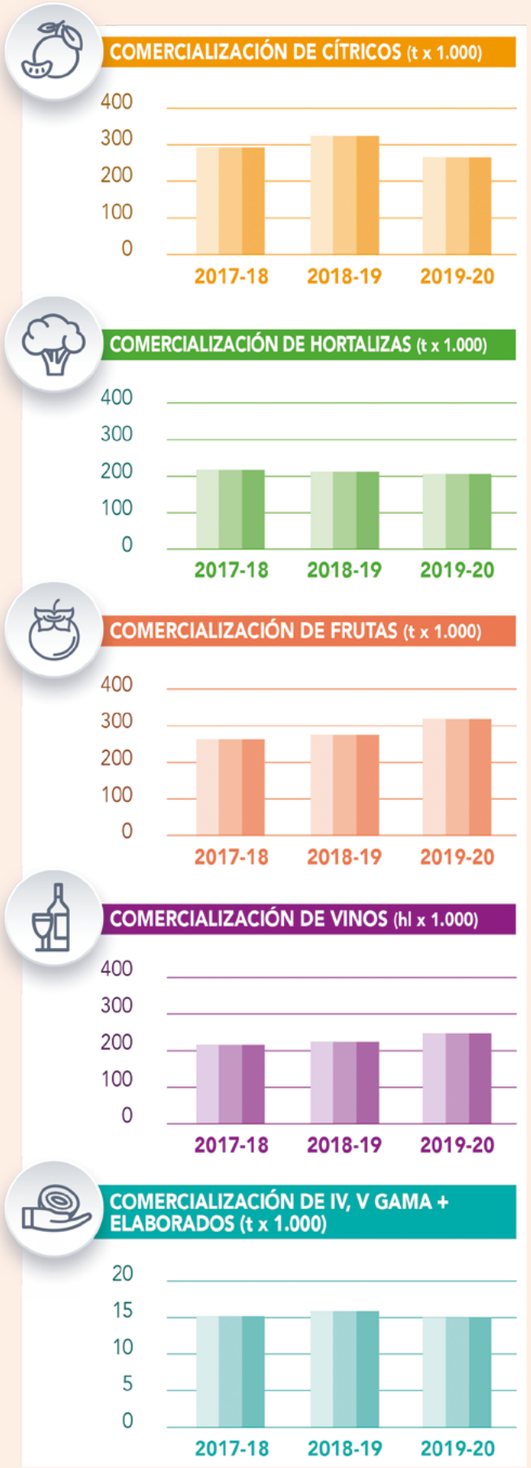
- **Potenciar la cooperación** como fórmula de competitividad y desarrollo local, poniendo en valor el papel estratégico de nuestros socios productores.
- **Fijar la población en las zonas rurales**. Evitar el despoblamiento en estos territorios.
- **Limitar el abandono** de tierras de cultivo.
- **Facilitar el relevo generacional** en el campo. Fomentar nuevos empleos para los jóvenes.
- **Incrementar las posibilidades laborales** de generaciones intermedias.
- **Crear oportunidades laborales de larga duración** en la agricultura y en las industrias auxiliares.
- **Incorporar la tecnología** y los avances tecnológicos a la producción.
- **Mejorar la competitividad** de las explotaciones. Acercar el campo a la demanda del mercado.
- **Reducirle al agricultor** en lo posible **la incertidumbre** sobre los diferentes cultivos: variedades, sistemas de producción más sostenibles, optimizar la utilización de recursos naturales...
- **Luchar contra el cambio climático.**
- **Proteger una agricultura nacional** fuerte e independiente.
- **Ofrecer una gama de productos estable**, rentable y de calidad.

Información Económica

21 Cifras

Finalizamos el ejercicio con una facturación de 770,5 M€, un 8% más que la campaña anterior y una cifra récord en la historia de Anecoop. En volumen, hemos experimentado un ligero descenso con respecto a 2018-2019, pasando de algo más de 842.000 t+kl comercializadas a cerca de 826.000.

Estos son los resultados obtenidos en una campaña absolutamente atípica debido a numerosos factores, con la irrupción del COVID-19 a la cabeza. Sin lugar a dudas, la pandemia, además de dificultar nuestro trabajo, ha acelerado algunas de las tendencias que ya veníamos observando tiempo atrás, relacionadas sobre todo con el comportamiento de consumidores y mercados, que representa todavía una gran incógnita. Por otro lado, la aceleración de la entrada de los fondos de inversión en nuestro sector está cambiando sustancialmente el mapa de operadores. Ambas circunstancias nos afectan muy de cerca y hemos de tenerlas en cuenta en el diseño de nuestras estrategias futuras.



Resumen de la campaña por productos

En **vinos**, 2019-2020 ha sido un buen ejercicio para las bodegas del grupo. Hemos podido defender las posiciones que teníamos en los dos canales que han seguido funcionando durante los meses de pandemia: la gran distribución e Internet.

El resultado final de la campaña nos ha situado en números récord históricos tanto de volumen, con 24,4 millones de litros embotellados, como de facturación, alcanzando los 32,7 M€.

Nuestro posicionamiento previo en los mercados de destino y la destacada gestión de la pandemia llevada a cabo por las bodegas, han sido clave para obtener estos resultados. A pesar de los problemas ocasionados por la situación, especialmente en gestión de personal y compras, las bodegas han conseguido mantener un funcionamiento más que correcto que nos ha permitido cumplir nuestros compromisos con los clientes y abrir nuevas posibilidades de venta.

En **cítricos** partíamos de una campaña muy corta en producción. A causa del COVID-19, la demanda se vio disparada a partir del mes de marzo, lo que explica que, pese a haber comercializado un 13% de toneladas menos que el ejercicio precedente, la facturación en este grupo de productos haya aumentado un 11,3%, gracias a unos precios de liquidación muy por encima de años anteriores. En general, hemos sido capaces, no sin dificultades, de cumplir los compromisos con la mayoría de clientes, gracias al trabajo conjunto con los socios y al buen funcionamiento de las plataformas de producto, lo que nos marca la línea a seguir en los próximos años.

Hemos comercializado 307.500 toneladas de **frutas**, un 10,3% más que el año anterior, lo que sitúa a este grupo como el de mayor crecimiento en volumen dentro de nuestra oferta. A este impulso han contribuido dos productos de peso: la **sandía**, gracias a la mejora de nuestra oferta y al apoyo de una excelente campaña de marketing que ha abierto una nueva línea para nuestra comunicación, y el **kaki Persimon**, que ha vivido un ejercicio con momentos difíciles pero que sigue siendo un cultivo potente y con futuro si somos capaces de sacar todo el partido al Grupo Persimon. La pandemia influyó desfavorablemente en la campaña de berries, y la baja producción de fruta de hueso se vio beneficiada con unos precios al alza.

En **hortalizas**, la primera parte de la campaña estuvo marcada por las dificultades a causa de la escasez de oferta en algunos productos, fruto de las incidencias meteorológicas en la Región de Murcia, una de nuestras principales zonas de suministro. Sin embargo, los precios medios se situaron por encima del ejercicio anterior para la mayor parte de los productos. Con el objetivo de impulsar el crecimiento de este grupo de productos, en Anecoop seguimos trabajando en la programación de cultivos junto a nuestros socios y en la ampliación de nuestra presencia en las principales áreas de producción.

No ha sido un buen año para los productos de **IV y V Gama**, debido fundamentalmente al cierre del canal HORECA y a la sustitución de algunas de nuestras referencias en destino en favor de las producciones locales. Los elaborados necesitan resituarse en esta nueva realidad.

a destacar

- Lanzamiento de la campaña Raciones de Vida para el Campo
- Puesta en marcha del Proyecto de Sostenibilidad
- Plan de RR.HH.: nuevo Modelo Comercial
- Consolidación del Plan de Innovación
- Creación de la figura del Coordinador de Socios

en marcha

- Plan de Mejora del Grupo Persimon
- Plan de Mejora de Plataformas
- Puesta en marcha de Programas de cultivos de hortalizas
- Apoyo a procesos de colaboración e integración de socios

Esta preferencia por el producto nacional también ha influido de manera negativa en el segmento **bio**, que ha visto frenada la alta progresión de años anteriores. Seguimos apostando firmemente por estos productos, que tienen un potencial de crecimiento importante.

Distribución de resultados

Anecoop ha obtenido en el ejercicio 2019-2020 un resultado de 1.406.419 euros.

Excedentes

El 100% de excedentes se destina a fondos colectivos o no repartibles. Los excedentes se

Información Económica

EVOLUCIÓN DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL

Toneladas	2017-18	2018-19	2019-20
Cítricos	296.617	317.389	276.054
Frutas	265.448	278.811	307.504
Hortalizas	213.629	207.868	202.400
IV, V Gama y Elaborados	15.274	17.101	15.588
Total Hortofrutícola	**790.968**	**821.169**	**801.546**
Total Vino (hl)	**212.986**	**216.820**	**243.934**

Euros*	2017-18	2018-19	2019-20
Cítricos	239.358	223.270	248.429
Frutas	214.451	219.973	246.308
Hortalizas	198.869	215.517	219.140
IV, V Gama y Elaborados	18.897	23.939	23.950
Total Hortofrutícola	**671.575**	**682.700**	**737.827**
Total Vino	**30.985**	**30.382**	**32.747**
Total	**702.560**	**713.082**	**770.574**

* Euros (x 1.000)

destinarán, conforme acuerde la Asamblea General en cada ejercicio, a retorno cooperativo a los socios, a incrementar el fondo de reserva obligatorio y al fondo de educación y promoción.

Respecto a los excedentes del ejercicio económico 2019-2020, se destinará una parte al fondo de educación y el resto al fondo de reserva.

Según el artículo 48.2 de los Estatutos Sociales, "De los excedentes contabilizados para la determinación del resultado cooperativo, una vez deducidas las pérdidas de cualquier naturaleza de ejercicios anteriores y antes de la consideración del Impuesto de Sociedades, se destinará, al menos, el 20% al fondo de reserva obligatorio; y el 10% al fondo de educación y promoción" y artículo 48.3 "De los beneficios extracooperativos o extraordinarios... se destinará al menos un 50% al fondo de reserva obligatorio".

Capital social

El capital social de Anecoop a fecha 30 de septiembre de 2020 es de 23.768.771 euros. Está constituido por las aportaciones obligatorias y por las voluntarias incorporadas al capital social de los socios.

El fondo de reserva obligatorio, destinado a la consolidación, desarrollo y garantía de la cooperativa, es de naturaleza no repartible entre los socios; a fecha 30 de septiembre de 2020 es de 43.227.492 euros, al que se añaden otras reservas por valor de 9.682.424 euros. El porcentaje de pasivo que se corresponde con fondos colectivos o irrepartibles es del 54,86%*.

*Este porcentaje se calcula:
(Capital+Reservas+Resultado)/Total Patrimonio Neto y Pasivo) =
(23.768.771+52.909.916+1.406.419)/142.325.742 = 54,86%)

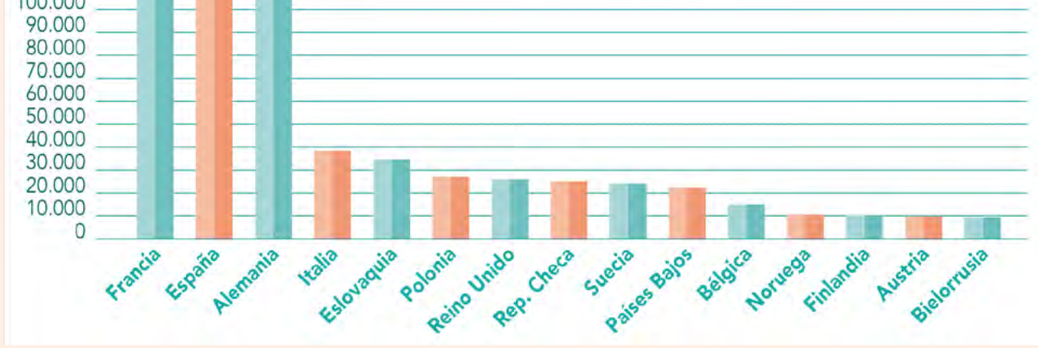
Anecoop defiende la agricultura española. Las materias primas (frutas y hortalizas frescas y vino) comercializadas por Anecoop proceden de

El Consejo Rector de Anecoop con el Presidente de la Región de Murcia, Fernando López Miras, y el entonces Secretario Autonómico de Agricultura de la GVA, Francisco Rodríguez Mulero, tras la Asamblea General de socios celebrada a principios de marzo de 2020.

ACTIVIDAD COMERCIAL POR ÁREAS GEOGRÁFICAS

	Cítricos (t)	Fruta (t)	Hortalizas (t)	IV, V Gama + Elaborados (t)	Total Hortofrutícola (t)	Vinos (hl)
Unión Europea	254.188	287.693	197.321	15.215	754.417	167.897
Resto Europa	8.682	14.979	4.376	372	28.409	50.477
América	9.551	3.093	695	0	13.339	8.393
Asia+África	3.633	1.739	8	1	5.381	17.167
Total	**276.054**	**307.504**	**202.400**	**15.588**	**801.546**	**243.934**

ACTIVIDAD COMERCIAL EN LOS PRINCIPALES PAISES DE DESTINO (t)



la Comunidad Valenciana, Andalucía, Murcia, Extremadura, Castilla y León, Castilla-La Mancha, Cataluña, Navarra, Aragón y Canarias.

Para el resto de compras, adquisición de materiales y prestación de servicios, se trabaja con empresas de distintas zonas de España.

Impuestos devengados y subvenciones aprobadas

Los impuestos devengados en el ejercicio 2019-2020 han sido de 56.421 euros (Impuesto de Sociedades) frente a los 114.354 euros del ejercicio anterior, y 63.564 euros en concepto de otros tributos (IBI, IAE, IVTM, etc.) frente a los 72.461 euros del ejercicio 2018-2019.

Anecoop tiene concedidas subvenciones de explotación por un importe total de 303.958 euros frente a los 519.931 euros del ejercicio precedente.

Procesos de planificación y gestión presupuestaria

Al inicio de cada campaña comercial se realiza una previsión presupuestaria, que se controla a lo largo del ejercicio.

Información Económica

ACTIVO	30/09/20	30/09/19
ACTIVO NO CORRIENTE	**48.173.872**	**49.814.517**
Inmovilizado intangible	**3.984.549**	**4.575.655**
Patentes, licencias, marcas y similares	3.642.852	4.204.280
Aplicaciones informáticas	81.735	111.413
Anticipos	259.962	259.962
Inmovilizado material	**12.702.493**	**12.549.360**
Terrenos y construcciones	11.141.084	11.172.187
Instalaciones técnicas y otro inmovilizado material	1.408.152	1.317.323
Inmovilizado en curso y anticipos	153.257	59.850
Inversiones inmobiliarias	**5.595.126**	**6.075.345**
Terrenos	1.133.842	1.133.842
Construcciones	4.439.785	4.915.798
Instalaciones técnicas y otro inmovilizado material	21.499	25.705
Inversiones a largo plazo en empresas del Grupo, asociadas y socios	**23.557.587**	**22.939.157**
Instrumentos de patrimonio	21.159.935	20.564.935
Créditos a empresas del Grupo	574.992	817.894
Créditos a empresas asociadas	278.257	-
Créditos a socios	1.544.403	1.556.328
Inversiones financieras a largo plazo	**1.716.899**	**3.150.741**
Instrumentos de patrimonio	71.671	71.671
Créditos a terceros	1.340.042	1.273.884
Valores representativos de deuda	300.506	300.506
Otros activos financieros	4.680	1.504.680
Activos por impuesto diferido	**617.218**	**524.259**
ACTIVO CORRIENTE	**94.151.871**	**82.845.086**
Existencias	**1.251.332**	**810.701**
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	**42.310.478**	**41.020.251**
Clientes por ventas y prestaciones de servicios	31.974.986	31.152.555
Clientes, empresas del Grupo, asociadas y socios deudores		
Empresas del Grupo	933.608	150.311
Empresas asociadas	907.418	1.258.579
Socios deudores	255.365	131.863
Personal	275.823	262.522
Activos por impuesto corriente	226.586	275.052
Otros créditos con las Administraciones Públicas	7.736.692	7.789.369
Inversiones a corto plazo en empresas del Grupo, asociadas y socios	**1.470.270**	**896.158**
Créditos a empresas del Grupo	394.714	678.688
Créditos a empresas asociadas	122.549	-
Créditos a socios	953.097	217.470
Inversiones financieras a corto plazo	**5.071.857**	**3.473.456**
Valores representativos de deuda	73.394	73.394
Otros activos financieros	4.998.463	3.400.062
Periodificaciones a corto plazo	**45.064**	**99.372**
Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	**44.002.870**	**36.545.149**
TOTAL ACTIVO	**142.325.742**	**132.659.602**

PATRIMONIO NETO Y PASIVO	30/09/20	30/09/19
PATRIMONIO NETO	**79.452.489**	**77.115.658**
FONDOS PROPIOS	**76.896.667**	**74.151.535**
Capital cooperativo suscrito	**22.580.332**	**21.246.849**
Reservas	**52.909.916**	**51.512.170**
Fondo de reserva obligatorio	43.227.492	41.829.746
Otras reservas	9.682.424	9.682.424
Resultado de la cooperativa (positivo)	**1.406.419**	**1.392.516**
SUBVENCIONES, DONACIONES Y LEGADOS RECIBIDOS	**2.555.822**	**2.964.122**
PASIVO NO CORRIENTE	**9.594.577**	**9.145.073**
"Capital" reembolsable exigible	**1.188.439**	**1.118.255**
Deudas a largo plazo	**147.297**	**90.561**
Otros pasivos financieros	147.297	90.561
Deudas a largo plazo con empresas del Grupo, asociadas y socios	**7.349.173**	**6.890.488**
Deudas con socios	7.349.173	6.890.488
Pasivos por impuesto diferido	**909.669**	**1.045.769**
PASIVO CORRIENTE	**53.278.676**	**46.398.871**
Fondo de Educación y Promoción a corto plazo	**120.000**	**100.000**
Deudas a corto plazo	**1.071.125**	**1.194.908**
Otros pasivos financieros	1.071.125	1.194.908
Deudas a corto plazo con empresas del Grupo, asociadas y socios	**10.140.457**	**6.943.061**
Deudas con empresas del Grupo	6.337	5.887
Deudas con socios (por c/c en sección de crédito y depósitos recibidos)	10.134.120	6.937.174
Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	**41.947.094**	**38.160.904**
Proveedores	15.469.348	15.089.517
Proveedores, empresas del Grupo, asociadas y socios		
Por mercancía y otros	15.596.774	12.346.759
Socios proveedores (pendiente de facturar)	7.288.033	7.028.216
Proveedores, empresas del Grupo y asociadas	243.375	235.655
Acreedores varios	883.798	961.425
Personal (remuneraciones pendientes de pago)	1.451.809	1.371.846
Pasivos por impuesto corriente	3.448	112.727
Otras deudas con las Administraciones Públicas	409.976	407.462
Anticipos de clientes	600.533	607.297
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO	**142.325.742**	**132.659.602**

Las cuentas anuales han sido auditadas por Ernst & Young.
Balance a 30/09/2020.
Expresado en euros.

Información Económica

2.2 Marketing y comunicación

El marketing y la comunicación son aspectos clave en la organización que nos ayudan a **poner en valor nuestros productos**. Gracias a las acciones que desarrollamos en este ámbito, que se alinean con la estrategia general de la empresa, tanto nuestros clientes como la sociedad en general pueden conocer y apreciar nuestras frutas, hortalizas y vinos.

2.2.1 Frutas y hortalizas

La marca **Bouquet** es la tarjeta de presentación de nuestros productos hortofrutícolas, símbolo reconocido de calidad y homogeneidad en la oferta. Todas las acciones promocionales que abordamos a lo largo del ejercicio están orientadas a potenciar el conocimiento sobre nuestros productos y ganar la confianza del consumidor a través de la marca, segmentándolas conforme a

nuestro público objetivo y a los distintos canales para su divulgación.

La sandía sin pepitas y el kaki Persimon, ambos bajo nuestra marca Bouquet, constituyen las **campañas de promoción de producto** dirigidas específicamente al consumidor final, y las más ambiciosas en cuanto a inversión, calendario de acciones y selección de canales, que incluyen radio, televisión y redes sociales. Realizadas en distintos países de Europa, son coordinadas por las oficinas del Grupo Anecoop en España y principalmente por las filiales de Francia y República Checa.

En la promoción del kaki Persimon, trabajamos estrechamente con la **D.O.P. Kaki de la Ribera del Xúquer**, al estar gran parte de nuestra producción de esta fruta avalada por el sello de la Denominación. Además, colaboramos con la **Indicación Geográfica Protegida de Cítricos Valencianos** para la promoción de las naranjas y mandarinas valencianas en distintos países europeos.

En mayo de 2020, con la crisis del COVID-19 en su primera etapa, pusimos en marcha la actividad promocional de nuestras **sandías Bouquet** apoyada en el lanzamiento de una campaña de marcado carácter social, que bautizamos con el nombre de **Raciones de Vida para el Campo**.(*)

(*) Ver páginas 24 y 25.

Además de las acciones habituales de la campaña, se diseñó un micro-site informativo que ubicamos dentro de nuestra página web de RSC, **www.bouquet.es**, así como una nueva etiqueta para la sandía y una adaptación de los anuncios para publicidad en medios tanto especializados como generalistas, una actividad que sigue siendo uno de los puntales para posicionar nuestra empresa y nuestra marca.

Esta campaña de concienciación social, ha constituido el eje vertebrador de todas las acciones promocionales de producto llevadas a cabo durante el ejercicio, y el objetivo es dar continuidad a este mensaje en el medio-largo plazo.

Con la irrupción del COVID-19 en toda Europa a principios de 2020, nuestra participación en las ferias sectoriales se ha visto muy limitada. Asistimos en octubre de 2019 a **Fruit Attraction** (Madrid) y en febrero de 2020 a **Fruit Logistica** (Berlín). A finales de junio, **AECOC** organizó su **Congreso de Frutas y Hortalizas** en Valencia en formato híbrido, en homenaje al trabajo de los agricultores durante la pandemia. Otras ferias en las que participamos como expositores, como **Biofach** (Nüremberg), **Organic Food Iberia** (Madrid) o **Asia Fruit Logistica** (Hong Kong) fueron canceladas durante el ejercicio.

En el ejercicio 2019-2020, partíamos con la idea de dar continuidad a una de las acciones iniciadas el año anterior, el apoyo a la **inclusión a través del deporte**. Debido a la situación, los eventos deportivos enmarcados en esta línea de acción han sido cancelados, principalmente durante el segundo semestre del ejercicio, por lo que nuestra contribución en especie se ha visto frenada. A pesar de ello, conscientes de la difícil situación de muchas de estas instituciones, hemos mantenido nuestro apoyo económico a asociaciones como **AVAPACE Corre o la Fundación Unión Rugby Almería Clan**.

Club Trencaones. Natación solidaria Fundación AHUCE (Alzira, Valencia).

Otras acciones de marketing

Desde las primeras semanas de confinamiento comenzamos a trabajar en otras acciones dirigidas a reconocer la labor de la cadena agroalimentaria, y muy especialmente de la producción.

Así, realizamos un vídeo corporativo, **"Cadena de Valientes"**, en apoyo y reivindicación al trabajo llevado a cabo por nuestros socios, e intensificamos nuestra actividad en nuestras redes sociales, tanto las dirigidas al sector como al consumidor final, dando difusión a los vídeos editados por los socios de Anecoop desde nuestro canal en Youtube o apoyando campañas sectoriales como **#EstePaísLoAlimentamosUnidos**, **#ConfinamientoSaludable**, **#LasCooperativasNoParan**, entre otras. Hemos colaborado además con la **campaña de TV de 5 al día** para el fomento del consumo de frutas y hortalizas.

Información Económica

2.2.2 Vinos

La promoción de los vinos de nuestras bodegas se define y desarrolla teniendo en cuenta los mercados a los que nos dirigimos, estableciendo distintas estrategias para el mercado nacional y los destinos internacionales.

Mercado nacional

Las marcas más representativas de nuestras bodegas, y que por tanto más promocionamos en España, son **Icono**, **Juan de Juanes**, **Reymos**, **Venta del Puerto**, **Amatista**, **Los Escribanos**, **Ola Caracola**, **El Enhebro**, **Dominio de Unx**, **Hacienda Uvanis** y **Unsi**. El objetivo es consolidarlas de forma que cada vez sean más reconocidas tanto por el canal como por el consumidor final.

Nuestras acciones se distribuyen en tres bloques:

• **Campaña de publicidad**. Basada fundamentalmente en el ámbito local, con publicidad permanente en un monoposte situado en una de las entradas principales a Valencia y una valla en el centro de la ciudad. La actividad promocional y publicitaria se intensifica especialmente durante la campaña de Navidad y las Fallas, aunque en el ejercicio 2019-2020, esta última se ha visto afectada por la situación. Inserción de anuncios en las principales agendas culturales y gastronómicas, revistas del sector y prensa local.

• **Guías y Anuarios de Vino**. Publicación de las catas de nuestros vinos y puntuación de los mismos en las ediciones de 2020 de las Guías y Anuarios de referencia en España.

• **Eventos y Promociones**. Durante el ejercicio 2019-2020 nuestra participación en eventos se ha reducido considerablemente. Hemos patrocinado un año más el **Festival Valencia Negra**, que ha celebrado la edición de 2020 primero en formato telemático y unos meses más tarde en formato presencial reducido, retransmitiendo las actividades en streaming. Hemos vuelto a colaborar con la escuela de cocina **Food&Fun** a través de acciones y publicaciones en redes sociales. Durante el último trimestre de 2019 tuvimos ocasión de volver a colaborar de manera presencial con algunos de los eventos más significativos en los que participamos, como es la **Gala de la Casa de la Caridad** de Valencia. También estuvimos presentes en el **Salón de la Unión Española de Catadores (UEC)** que se celebró a principios de marzo, así como en el **Salón Vinoro**.

A lo largo del confinamiento, y con el canal HORECA cerrado, impulsamos campañas de consumo en redes sociales, tanto propias como sectoriales, como la campaña **Pon un Vino en tu Cesta o La Hora PROAVA**.

Desde Anecoop Bodegas y en colaboración con nuestros distribuidores, lanzamos una campaña bajo el hashtag **#Telollevamosacasa** para potenciar las ventas de nuestros vinos a domicilio durante el cierre de la restauración.

Además de estas acciones, hemos lanzado nuevos vinos, como el **Amatista 0,0**, **Cala del Mar**, **La Cova Negra**, **Cañadelas** o el vermut **Vermutante**.

Mercado Internacional

Para impulsar la imagen de nuestros vinos en el exterior, apostamos por participar en ferias y eventos internacionales. Debido a la pandemia, todas las ferias a las que asistimos habitualmente, al igual que ha sucedido en el mercado nacional, han sido canceladas, como **Prowein**, por lo que nuestra actividad promocional en este ámbito se ha apoyado en la relación con los clientes y en la participación de nuestros vinos en concursos enológicos.

Premios y reconocimientos

Los concursos enológicos son una potente herramienta de marketing para poner en valor nuestros vinos y posicionarlos en el mercado. Este ejercicio hemos obtenido **254 medallas** en **31 concursos** de ámbito nacional e internacional: 1 medalla Gran Oro, 114 medallas de Oro, 131 medallas de Plata y 8 medallas de Bronce.

La organización del concurso Berliner Wein Trophy ha elegido por tercera vez a Anecoop como **Mejor Cooperativa Española**. Asimismo, ha sido reconocida como **Mejor Productor Español** en su paso por el concurso internacional Mundus Vini.

premios vinos

2.2.3 Comunicación de producto y corporativa

Toda la actividad promocional desarrollada tanto en frutas y hortalizas como en vinos, se ve complementada desde el área de Comunicación gracias a la gestión y difusión de notas de prensa, artículos y entrevistas que son divulgadas en medios generalistas y sectoriales, y que también publicamos en nuestros propios soportes: boletines informativos, páginas web, perfiles y páginas en redes sociales y canales de vídeo.

Este trabajo se hace extensivo a la actividad corporativa de nuestra organización, así como la de nuestros socios, a quienes apoyamos dando cobertura a los acontecimientos y eventos más significativos.

Durante el ejercicio 2019-2020 hemos lanzado 24 notas de prensa, hemos gestionado 114 artículos y entrevistas en distintos medios escritos y audiovisuales y hemos publicado 43 vídeos en nuestros canales en Youtube, vídeos de producción propia coordinados desde el área de Marketing y también grabados y editados por nuestros socios durante los primeros meses de la pandemia, en los que mostraban la continuidad de su actividad en sus instalaciones durante la crisis para seguir abasteciendo de productos agroalimentarios a la sociedad.

Consideramos las redes sociales como una herramienta esencial para hablar directamente tanto con la sociedad y el consumidor, como con el canal profesional. Totalmente integradas en nuestra estrategia de comunicación, contamos con distintos perfiles según el público al que nos dirigimos, incluso dentro de una misma red social. En la actualidad, el Grupo Anecoop tiene una comunidad que supera los 150.000 seguidores, un 25% más que el ejercicio anterior, con presencia en **Facebook**, **Twitter**, **YouTube**, **Instagram** y **Linkedin**.

La comunicación on-line se complementa con un conjunto de webs informativas en las que difundimos nuestra labor corporativa, social y comercial.

¿dónde seguirnos?

España	@bouquetcultivamosfuturo @AnecoopBodegas @BouquetYsi	
Francia	@CultivonsLeFutur	
Rep. Checa	@BouquetOvoce	
España	@Bouquet_Ysi	
Francia	@Bouquet_cultivonslefutur	
Rep. Checa	@Bouquet_ovoce	
	@youtube.com/grupoanecoop @youtube.com/anecoopbodegas	

España	Anecoop S. Coop.
Francia	Anecoop France Solagora
Rep. Checa	Anecoop Praha
Polonia	Anecoop Polska
Reino Unido	Fesa Uk Tropicak Direct
Países Bajos	4 Fruit Company

cuentas específicas canal profesional

Responsabilidad Social Corporativa

3. Responsabilidad Social Corporativa. Nuestros valores

La **Responsabilidad Social** de Anecoop se sustenta sobre cuatro pilares:

I. Fomentar la alimentación saludable en la sociedad mediante el consumo de frutas y verduras, especialmente en los niños.

II. Garantizar la seguridad alimentaria de nuestros productos.

III. Respetar el medio ambiente y la conservación de los recursos naturales.

IV. Generar proyectos de economía social que mejoren el bienestar de nuestros agricultores y de nuestra sociedad en general.

Nuestras acciones comerciales se sitúan en un marco ético y responsable, ofreciendo en todo momento una información veraz al consumidor. Por este motivo, Anecoop no ha sido denunciada ni sancionada por competencia desleal.

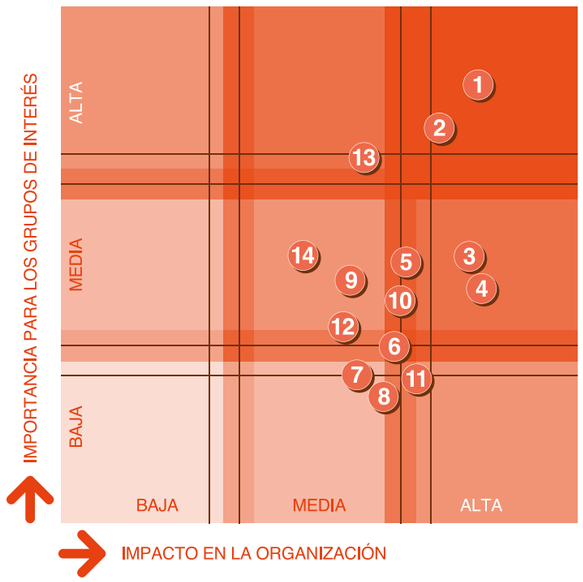
Los valores de nuestra empresa se alinean con los de la sociedad, cada vez más concienciada con el respeto al medio ambiente, que apuesta por una alimentación saludable y con todas las garantías de seguridad, constituida por productos que hayan sido cultivados o elaborados de forma respetuosa con el entorno y que se preocupa por mejorar la calidad de vida de sus integrantes.

3.1 Fomentar la alimentación saludable en la sociedad mediante el consumo de frutas y verduras especialmente en los niños

Promocionar los beneficios del consumo de frutas y hortalizas, especialmente entre la población infantil, es una de nuestras prioridades. El objetivo es conseguir que estos alimentos, esenciales desde el punto de vista de la salud y la nutrición, formen parte de la rutina alimenticia diaria de niños y mayores.

Gran parte de nuestra actividad en este ámbito se lleva a cabo en eventos deportivos y de ocio familiar. En un ejercicio marcado por las restricciones debido al COVID-19, el número de acciones ha disminuido de manera considerable,

3.0 gráfica matriz de materialidad



El proceso para la identificación de los aspectos materiales para la organización, es decir, aquellos que son relevantes para Anecoop, así como su posterior priorización y validación, se ha desarrollado a través del diálogo permanente con nuestros grupos de interés. El resultado, aprobado por el Comité de Dirección, ha sido el siguiente, por orden de prioridad:

1. Mejorar la renta de los socios. Agricultura Sostenible.
2. Seguridad Alimentaria. Calidad del producto.
3. Integración. Integrar socios, cooperativas y terceros.
4. Satisfacción y fidelidad del cliente.
5. Alianzas con clientes y proveedores.
6. Empleo de calidad. Desarrollo del capital humano.
7. Innovación en producto. I+D+iT.
8. Incrementar la eficacia y eficiencia en la gestión.
9. Consolidar y desarrollar mercados.
10. Fomentar la alimentación saludable.
11. Prácticas comerciales leales.
12. Diálogo y compromiso con los grupos de interés.
13. Generar proyectos de economía social.
14. Favorecer la viabilidad de las economías locales.

limitándose nuestra colaboración con producto principalmente a las pruebas y eventos celebrados de manera presencial entre los meses de octubre de 2019 y principios de marzo de 2020. Así, esta campaña hemos repartido frutas y hortalizas frescas en más de 20 pruebas deportivas y eventos lúdicos celebrados en España, Francia o República Checa, en los que han participado niños y adultos.

Como ya indicábamos en el apartado 2.2.1 de esta memoria, queremos seguir dando impulso a la inclusión a través del deporte con el objetivo de dar visibilidad a través de la actividad deportiva a colectivos que necesitan del apoyo de toda la sociedad. Mientras la situación lo ha permitido, hemos compatibilizado nuestro apoyo financiero con la aportación de producto en los eventos realizados.

Complementan nuestras acciones en este ámbito la colaboración con instituciones y asociaciones sin ánimo de lucro, cuyo objetivo se alinea con el nuestro -Fundación Sabor y Salud, Asociación 5 al día, Freshfel o Asociación Más Brócoli-, apoyando tanto acontecimientos deportivos como otros eventos educativos, culturales y gastronómicos.

¿con qué ODS contribuimos en este apartado?

3.2 Garantizar la seguridad alimentaria de nuestros productos

Uno de los compromisos recogidos en la Misión de Anecoop es el de proporcionar productos saludables y seguros a los consumidores.

El equipo de Calidad y Sistemas de Anecoop trabaja junto a los socios en la implantación de sistemas de calidad y seguridad alimentaria, y en la mejora continua de los procesos desde la producción a la distribución siempre en cumplimiento con la legislación alimentaria y velando por el respeto medioambiental.

actuaciones

Aplicación del sistema de calidad y seguridad alimentaria de Anecoop y sus socios, ***naturane***. Un sistema de producción normalizado y fundamentado en la Producción Integrada reconocido por la organización internacional GLOBALG.A.P. cuya certificación es exigida por la mayoría de supermercados europeos.

Realización de inspecciones y auditorías a proveedores, ejercicios de trazabilidad, aplicación del plan de control de residuos fundamentado en el APPCC y en cumplimiento de los requisitos legales de producción y comercialización tanto de ámbito nacional como internacional.

Desarrollo e implantación de planes de mejora.

En el ejercicio 2019-2020, hemos superado de nuevo la auditoría **IFS Broker**, norma creada para verificar que las operaciones realizadas durante los procesos entre la producción o fabricación de productos y su distribución a los consumidores, se realiza de acuerdo a requisitos que garantizan la legalidad, la calidad y seguridad de los productos suministrados.

más iniciativas en el apartado Objetivos de Desarrollo Sostenible

3.3 Respetar el medio ambiente y la conservación de los recursos naturales

Velar por la **sostenibilidad de la agricultura** es uno de los aspectos más relevantes dentro de nuestra organización. Cuidar el medio ambiente en cada uno de los ámbitos de trabajo, forma parte de nuestra gestión.

3.3.1 En el ámbito de la producción agrícola

Para ello, implementamos en nuestras cooperativas y empresas socias sistemas de producción respetuosos con el entorno, como ***naturane***, que se basa en los fundamentos de los sistemas de **Gestión Integrada de Plagas (GIP)**, fomentando la lucha biológica, y el uso racional de fitosanitarios tanto en el cultivo como en la post-cosecha.

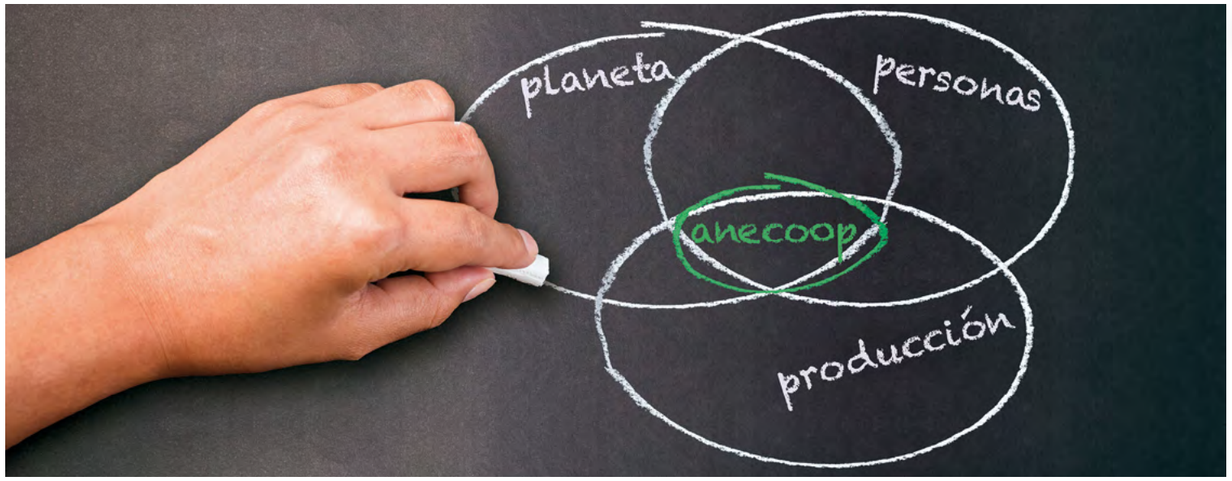
Los socios de Anecoop aglutinan 57.362 ha de frutas y hortalizas certificadas GLOBALG.A.P., norma internacional que vela por la aplicación de las buenas prácticas agrícolas en todos los ámbitos de la producción y actúa como garante de seguridad alimentaria.

Seguimos trabajando junto a nuestros socios en el **cultivo ecológico**. Los socios de Anecoop que cultivan y comercializan producción ecológica lo hacen según la normativa incluida en el Reglamento CE/834/2007. Disponemos del certificado emitido por el comité de Agricultura Ecológica de la Comunitat Valenciana (ES-ECO-020-CV) que nos acredita como comercializadores de productos hortofrutícolas, mosto, vino, semillas, material vegetativo y plantas de vivero ecológicos. Tenemos además registrada y certificada en la Finca La Masía del Doctor en Museros una parcela como "cultivo ecológico", destinada al desarrollo de estudios de producción y rentabilidad en este tipo de cultivos.

PRODUCTOS ECOLÓGICOS COMERCIALIZADOS

	2017-18	2018-19	2019-20
Toneladas	25.053	30.491	30.302

Continuamos impulsando junto a nuestros socios el sistema identificado con el sello ***naturane*** residuo zero, un ejemplo práctico de gestión agrícola



que tiene en cuenta aspectos de sostenibilidad económica, ambiental y social y mediante el cual producimos y comercializamos frutas y hortalizas sin residuos. (*)

(*) Residuos de plaguicidas no superiores a 0'01 mg/Kg de un mínimo de 386 materias activas analizadas por un laboratorio acreditado ENAC (según norma UNE-EN ISO/IEC 17025).

más iniciativas en el apartado
Objetivos de Desarrollo Sostenible

3.3.2. En el entorno de trabajo

Gestión de materiales

Avanzamos en nuestro plan de "oficina sin papeles" y seguimos reduciendo el consumo de papel en el ejercicio 2019-2020, tanto el que se utiliza en impresoras y fotocopiadoras como el corporativo. A pesar de la situación derivada del COVID-19, no hay una incidencia destacable en este apartado al haber continuado con nuestra actividad.

CONSUMO DE PAPEL (kg)

	2017-18	2018-19	2019-20
Valencia	3.309	1.851	1.867
Sevilla	-	-	-
Murcia	25	125	63
Almería	100	125	138
C.E. Museros	100	75	75
Total	**3.534**	**2.176**	**2.142**

Gestión del agua

El agua consumida en las oficinas de Anecoop no se reutiliza, va a parar al alcantarillado general. En nuestras oficinas disponemos de grifos automáticos y cisternas de doble descarga para ahorrar agua.

En el ejercicio 2019-2020 hemos logrado un 6% de ahorro en el consumo global de agua entre las sedes de Anecoop en España. En este apartado se ha notado el impacto de la pandemia, ya que el confinamiento y la reducción de la plantilla en modo de trabajo presencial, que ha sido sustituido por el teletrabajo en un alto porcentaje del equipo profesional, ha llevado a ese descenso importante en algunas sedes como la de Valencia y Murcia con hasta un 24% y 26% de ahorro, respectivamente.

CONSUMO DE AGUA (m³)

	2017-18	2018-19	2019-20
Valencia	840	1.080	823
Sevilla	comunitaria	comunitaria	comunitaria
Murcia	203	98	73
Almería	no disponible	61	70
Algemesí	1.324	809	292
C.E. Museros	no disponible	40.525	38.918
Total	**2.367**	**42.573**	**40.176**

Gestión de la energía

Las medidas de ahorro energético implantadas en los últimos años en todas las oficinas nos ayudan a controlar el consumo: tecnología LED, sensores de luz o programación del aire acondicionado, entre otras, nos han llevado a mantener en la campaña 2019-2020 el consumo energético en todas las sedes en niveles similares a los del ejercicio anterior. En este apartado, la situación de pandemia no ha impactado en el consumo ya que las instalaciones han permanecido operativas.

Debido al COVID-19 se ha llevado a cabo una reestructuración de las oficinas, lo que nos ha permitido instalar en una parte de las instalaciones nuevas tecnologías LED y de sensorización, cuyos resultados se podrán apreciar en las próximas campañas.

CONSUMO DE ENERGÍA (kW/h)

	2017-18	2018-19	2019-20
Valencia (*)	340.999	304.116	311.596
Sevilla	14.935	14.156	15.887
Murcia	25.332	19.982	21.037
Almería	23.346	20.321	17.673
Algemesí (**)	29.827	30.227	28.144
C.E. Museros	138.283	130.591	130.704
Total	**572.722**	**519.393**	**525.041**

(*) Se ha incluido en la tabla de datos el consumo de energía procedente de la calefacción en las oficinas de Valencia desde el ejercicio 2017-2018.
(**) Se ha incluido en la tabla de datos el consumo del centro logístico de Algemesí desde el ejercicio 2017-2018.

Gestión de los residuos

En cumplimiento con la GRPD, protegemos la confidencialidad de nuestros socios y clientes. Para ello, diferenciamos los documentos con

información confidencial y los desechamos en papeleras específicas para la recogida de este tipo de material con información personal y datos que deben ser destruidos de acuerdo con la Ley. En este apartado, la reestructuración llevada a cabo en las oficinas para adecuarlas a las necesidades derivadas de la pandemia, ha conllevado la limpieza y destrucción de archivos, incrementándose el volumen de papel enviado a destruir en un 77%.

En todas nuestras oficinas hemos distribuido en distintas zonas contenedores especiales y eco papeleras para la recogida de restos orgánicos, plásticos y latas y papel y cartón. Disponemos además de contenedores específicos para pilas, pequeños aparatos eléctricos, desechos tecnológicos y cartuchos de impresoras.

En el campo de experiencias La Masía del Doctor en Museros, tratamos tres tipos de residuos: orgánicos, que son los que proceden de restos de cosechas o de las valoraciones de las numerosas variedades cultivadas en la finca, además de la leña que no se puede picar para reutilizar; inorgánicos (plásticos, tuberías viejas, etc. que se originan por la renovación de materiales y que se pesan al llevarlas a los vertederos controlados) y residuos químicos, que son los envases de productos fitosanitarios vacíos que proceden de los tratamientos que se realizan en la finca y que se recogen en contenedores especiales llamados Big Bags.

DESTRUCCIÓN DE PAPEL (kg)

	2017-18	2018-19	2019-20
Valencia	1.836	1.312	2.763
Sevilla	.	120	-
Murcia	36	36	84
Almería	90	210	131
C.E. Museros	-	-	-
Total	**1.962**	**1.678**	**2.977**

3.3.3 Medidas de ahorro energético

Además de las medidas mencionadas en el apartado 3.3.2, como sistema de ahorro energético disponemos de una instalación de placas solares de 1.000 kW (500 kW propios y 500 kW en alquiler) en la cubierta de nuestro almacén en Torrent (Valencia). La planta fotovoltaica tiene una potencia total de 1.124 kWp que se logra a través de 6.100 módulos.

En el ejercicio 2019-2020 hemos generado en la instalación propia 721.527 kWh, energía suficiente para abastecer a 207 hogares medios de tres personas.

Con la energía producida por esta planta hemos ahorrado la emisión de 238,1 t de CO_2 a la atmósfera, lo que equivaldría a compensar las emisiones anuales de 99 vehículos. Asimismo, para absorber dicha cantidad de CO_2, se hubiesen necesitado 36.631 árboles.

La planta tiene nulas emisiones de CO_2 a la atmósfera, mientras que la producción de la misma energía con otras tecnologías hubiera supuesto la emisión de 786,46 t de CO_2 en caso de combustión de carbón, 295,83 t de CO_2 en caso de ciclos combinados o 577,22 t de CO_2 en caso de productos petrolíferos.

Otros gases contaminantes que no se han vertido a la atmósfera gracias a esta iniciativa son 0,39 t de dióxido de azufre (SO_2) y 0,29 t de nitratos (NOx).

3.3.4 Legislación ambiental

Anecoop tiene conocimiento y realiza una labor de recopilación de la legislación ambiental que afecta a su actividad. Durante el ejercicio 2019-2020 y anteriores, no ha recibido ninguna sanción o multa por realizar prácticas empresariales ambientalmente incorrectas a causa del no cumplimiento de la legislación que le afecta.

3.3.5 Contaminación

Contaminación acústica: en nuestra organización no tiene un impacto significativo, al desarrollarse nuestra actividad en nuestras oficinas comerciales. Por este motivo, no realizamos valoración alguna al respecto.

Contaminación atmosférica: se trata de tomar conciencia de las emisiones de CO_2 que afectan al efecto invernadero. Para el cálculo de las emisiones equivalentes, que es la forma de estimarlo, se toma el dato del consumo de energía eléctrica de las oficinas y se halla su equivalencia en CO_2. Este ejercicio se ha incrementado un 3%.

CONTAMINACIÓN ATMOSFÉRICA CO_2e (t)

	2017-18	2018-19	2019-20
Energía (*)	611.068	583.787	587.381
CO_2 equivalente	312,66	285,29	292,60

(*) Además de la energía eléctrica, se incluye el consumo de calefacción para invernadero.

3.3.6 Afecciones al suelo

Nuestra actividad principal es comercializar la producción de nuestros socios, así como desarrollar servicios afines con objeto de llevar a cabo dicha actividad de forma eficiente y competitiva. Por este motivo, no realizamos directamente ningún tipo de actividad que pueda afectar al suelo. Los trabajos desarrollados en nuestros campos de experiencias no arrojan datos significativos para la dimensión de Anecoop.

3.3.7 Información y formación ambiental

Información ambiental: proporcionamos información sobre medio ambiente en general y sobre nuestra gestión medioambiental en particular a través de la página web destinada al efecto y que dirigimos de acuerdo a nuestros valores de RSC, **www.bouquet.es**, y de nuestros boletines informativos destinados tanto a empleados como a socios.

Formación ambiental: formación específica al responsable de la unidad ***naturane*** del área de Calidad y Sistemas de Anecoop.

3.3.8 Integración en el entorno

Anecoop no posee terrenos incluidos en espacios protegidos o de interés. No está trabajando en la protección, preservación ni restauración de espacios naturales cercanos ni para valorizar y promocionar riquezas naturales y culturales que son propiedad de la organización.

¿con qué ODS contribuimos en este apartado?

Responsabilidad Social Corporativa

3.4 Gestionar proyectos de economía social que mejoren el bienestar de nuestros agricultores y de nuestra sociedad en general

Somos una empresa cooperativa agroalimentaria de segundo grado que agrupa a 72 cooperativas y empresas agrarias ubicadas en las principales zonas agrícolas de España. La práctica totalidad de los productos que comercializamos tiene su origen en la producción nacional.

3.4.1 Desarrollo rural

Uno de nuestros objetivos prioritarios, como empresa de economía social, es garantizar el futuro de nuestros socios productores, fomentando proyectos de Desarrollo Rural Integral que permitan que la agricultura siga siendo motor de desarrollo en las zonas de producción. Crear empleo de calidad y favorecer la viabilidad de las economías locales es uno de los pilares de nuestra RSC, y de nuestros socios también.

3.4.2 Innovación en producto

Entre los objetivos del departamento de Producción y Desarrollo de Anecoop, el principal es ofrecer alternativas a nuestros agricultores socios que les permitan mantener la rentabilidad de su trabajo, mejorando continuamente sus producciones. Para ello, buscamos continuamente nuevos productos (cultivos y variedades) que ofrezcan una ventaja competitiva respecto a los actuales, valorando su adaptación al modelo y zonas de cultivo de nuestros socios, comparándolos a nivel agronómico y comercial con los productos y cultivos actuales y ofreciendo apoyo y asesoramiento técnico en el desarrollo de los proyectos: manejo del cultivo, adaptabilidad a las parcelas de los socios o adaptación a las necesidades del mercado son algunas de ellas.

La gran mayoría de los proyectos de I+D+iT se llevan a cabo en nuestros dos Campos de Experiencias, "La Masía del Doctor" en Museros (Valencia) para cultivos al aire libre y la Finca Experimental FUAL-Anecoop en La Cañada de San Urbano (Almería), especializada en producción bajo invernadero, que pertenece a la Fundación Universidad de Almería - Anecoop, un proyecto único de colaboración entre una universidad pública y el sector cooperativo.

Este año hemos participado en diferentes proyectos que persiguen cuatro objetivos generales:

- **Innovación** en producto: desarrollo de nuevos productos y variedades.

- **Sostenibilidad:** evaluación e implantación de diferentes modelos de producción de nuestros agricultores y la adaptación de cultivos y variedades al cambio climático.

- **Biotecnología:** aplicación de las nuevas técnicas genéticas para la mejora varietal.

- **Digitalización:** utilización de las tecnologías digitales para mejorar la selección varietal y comenzar con los procesos de digitalización de nuestro sector en el campo.

Estas iniciativas tienen también la finalidad de facilitar el mantenimiento y la incorporación de jóvenes profesionales a la actividad agraria haciendo de ésta una actividad más moderna y con mayor atractivo para nuestros agricultores.

Continuamos impulsando proyectos que se enmarcan en los Grupos Operativos Supraautonómicos (GO):

GO CARISMED. Resolución de problemas técnicos y de adaptación del cultivo de la papaya en España, adaptando las estructuras de invernadero con la tecnología adecuada para mejorar las condiciones climáticas dentro de éste.

GOCitrus. Generación de un sistema de identificación varietal por herramientas genéticas, y una herramienta digital para la toma de decisiones en la selección de una variedad en una parcela determinada.

Innoland. Evaluación de distintos mecanismos de gestión de tierra para solucionar el problema de la infrautilización de parcelas y la falta de competitividad de explotaciones.

CITRUSTECH. El objetivo principal del proyecto es la modernización de las explotaciones citrícolas mediante la incorporación de técnicas respetuosas con el medio ambiente, incrementando su rentabilidad y la seguridad.

Adaptación al Cambio Climático en Frutas de Hueso. Diseño, desarrollo e implementación de estrategias y herramientas innovadoras para facilitar la adaptación y mitigación de los efectos del Cambio Climático.

Somos igualmente socios en el Proyecto Europeo **"Prevención y lucha integrada contra las moscas de las frutas"** que establece métodos de muestreo, prevención y control de daños ocasionados por distintas moscas de las frutas en múltiples cultivos, y en nuestro caso, centrándolo en la mosca mediterránea de las frutas (Ceratitis capitata).

En 2019-2020 hemos empezado a trabajar en nuevos proyectos, entre los que podemos citar como más relevantes:

DiKaCoVal - Diversificación en Kaki. Mejora de la competitividad de uno de los frutales estratégicos para la Comunidad Valenciana.

Intercooperación en Aguacate. Introducción de este cultivo en una zona de producción nueva, adaptando el manejo y procesos de comercialización para este producto.

iDrone. Incorporación de tecnologías de agricultura de precisión como la visión hiperespectral acoplada a drones y robots autónomos, y big data para capturar y analizar los parámetros de influencia en una plantación.

Todos estos proyectos se desarrollan contando con la participación de nuestros socios, así como con el apoyo técnico y de conocimiento de instituciones como el Instituto Valenciano de Investigaciones Agrarias (IVIA), el Centro de Conservación y Mejora de la Agrodiversidad Valenciana (COMAV), la Universidad de Almería, la Universidad Politécnica de Valencia o el Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial (CDTI).

3.4.3 Innovación en la gestión

Grupos Empresariales

En Anecoop somos conscientes de que la innovación es el elemento diferenciador que hace excelentes a las empresas. En esa línea, aplicamos la innovación en todas las áreas, desde la gestión hasta la logística del producto. Los planes estratégicos nos ayudan a detectar dónde es necesario innovar, en qué momento y a qué nivel.

Grupo Empresarial Anecoop (GEA)

Creado en 2001 e integrado por la propia Anecoop y varias de sus entidades socias, el GEA tiene cuatro objetivos: mejorar la gestión, optimizar los recursos disponibles, buscar sinergias y fortalecer las cooperativas y su homogeneización empresarial.

En 2019-2020 la actividad del GEA se ha visto reducida en un 9,7% en volumen debido a la bajada generalizada de la producción, siendo más acentuada esta pérdida en cítricos, principal cultivo de las cooperativas del Grupo. Pese a este descenso, el GEA ha incrementado en medio punto su peso en Anecoop, representando el 41,3% de los cítricos comercializados por la empresa durante este ejercicio.

Responsabilidad Social Corporativa

En el plano corporativo, este ejercicio se ha consolidado el proyecto de Green Fruits, desarrollado por tres empresas socias de Anecoop (SAT Novacitrus, Coopcisa y Coopego) y al que se ha incorporado en 2020 la cooperativa Pedralba Vinícola con un acuerdo de comercialización, aportando desde 2020-2021 el 100% de su producción a Green Fruits.

Grupo Persimon

Durante el ejercicio, empezamos a trabajar en la implementación de un plan estratégico para el Grupo Persimon, con el objetivo de orientar y adaptar nuestra gestión de este cultivo a las tendencias de mercado en el medio y largo plazo, manteniendo la rentabilidad y consolidando nuestro liderazgo exportador en esta categoría, que en 2019-2020 representa el 45% de las exportaciones españolas.

Grupo Granada

A finales de 2013, entramos a formar parte de esta iniciativa que, en la actualidad, cuenta con 27 cooperativas asociadas cuyas plantaciones están localizadas en las provincias de Huelva, Murcia, Alicante, Valencia, Castellón y Lérida, lo que permite disponer de un calendario de producción extenso y diversificado, con una oferta en la que en los últimos años han ido ganando peso las variedades de granada roja.

Se trata de un proyecto ya consolidado en el que Anecoop concentra y comercializa el 100% de la producción de granada de los socios que integran el Grupo.

Durante el ejercicio 2019-2020, la línea de trabajo se ha centrado en la reconversión varietal orientada a alargar el calendario hacia las variedades tardías, reforzando el final de campaña.

Grupo de Papaya: A.I.E. Exóticos del Sur

Anecoop constituyó en 2017 la A.I.E. Exóticos del Sur con el objetivo de ordenar, impulsar y consolidar la comercialización en Europa de papaya de proximidad.

En la actualidad, el grupo está integrado por una veintena de productores de Almería y complementa además su oferta gracias a sus alianzas con productores de Murcia y Canarias. Con 30 hectáreas de cultivo, Anecoop es el principal operador de papaya de ámbito nacional con un volumen de producción consolidado y cuenta con centros específicos de manipulado de papaya en las distintas zonas de producción.

En septiembre de 2020 finalizó el proyecto GO CARISMED, que recibió financiación nacional mediante la convocatoria de Grupos Operativos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación para el Grupo Operativo CARISMED. Este proyecto, liderado por Anecoop, tuvo como objetivo la producción sostenible de papaya en zonas con clima subtropical-mediterráneo, y en el que también participaba uno de nuestros socios en Almería, Hortamar. Los resultados de este proyecto arrojan grandes avances en el manejo del cultivo y la post-cosecha, especialmente en transporte y conservación, así como un mayor conocimiento de las variedades que se adaptan a las demandas de los clientes de Anecoop.

Presentación del proyecto GO CARISMED en el stand del Ministerio de Agricultura en Fruit Attraction 2019.

Grupo Uva de Mesa

En 2018, Anecoop puso en marcha junto a varias cooperativas socias y algunos colaboradores esta iniciativa orientada a impulsar el cultivo y la comercialización de variedades de uva apirena estableciendo una serie de normativas de calidad y producción homogéneas en cumplimiento con las exigencias de los clientes.

Gracias a los trabajos realizados durante el ejercicio 2019-2020, se ha logrado alargar el calendario comercial con la extensión de la gama varietal, uno de los objetivos del proyecto.

Hay que destacar el lanzamiento del primer programa de uva de mesa ecológica con casi 20 hectáreas de producción en la Cooperativa Agrícola de Bétera (COABE) en Valencia, una acción que evidencia el gran potencial de desarrollo de este cultivo.

Grupo Aguacate

El atractivo de este cultivo y su potencial de crecimiento ha motivado la creación, junto a varios de nuestros socios y colaboradores, de un proyecto cuyo punto de partida durante el ejercicio ha sido la investigación sobre el terreno de las perspectivas de esta fruta. De la mano de productores e investigadores de Málaga, zona que cuenta con años de experiencia en la producción de aguacate, hemos tenido la oportunidad de profundizar en el manejo del cultivo así como conocer las nuevas tecnologías utilizadas.

más iniciativas en el apartado
Objetivos de Desarrollo Sostenible

3.4.4 Relación con los grupos de interés

Socios, trabajadores, clientes y la sociedad en la que vivimos, constituyen nuestros grupos de interés y el eje central de nuestra estrategia.

En nuestro día a día priman las personas y el objeto social sobre el capital y aplicamos la justicia distributiva entre todos los que formamos el Grupo Anecoop.

Socios

Los socios son nuestra razón de ser, un valor fundamental de nuestra organización.

Con el objetivo de fomentar la relación interpersonal y de favorecer el intercambio de información con nuestros socios, desde las diferentes áreas de la organización coordinamos durante el ejercicio acciones de carácter estratégico, técnico o informativo, que complementan la comunicación derivada del día a día de nuestra actividad. En 2019-2020 hemos organizado 35 visitas técnicas de grupo a nuestros campos de experiencias en Valencia y Almería, a las que se suman las visitas individuales de algunos socios. También hemos realizado 12 sesiones estratégicas de gestión y de producto, adaptándonos en todos los casos a las circunstancias de cada momento.

Apoyamos y participamos en todos aquellos eventos corporativos de carácter significativo que organizan nuestros socios o en los que ellos son protagonistas: congresos, jornadas, actos de inauguración, aniversarios de constitución, entregas de premios, visitas institucionales, etc.

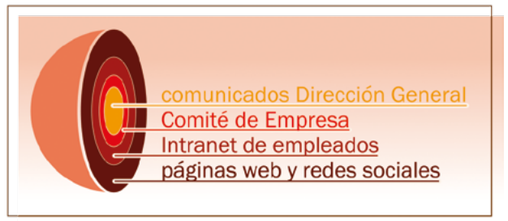
Responsabilidad Social Corporativa

En un plano más informal, es muy popular nuestro Concurso de Postales Navideñas, dirigido a los hijos e hijas de los socios y trabajadores de nuestras cooperativas y empresas asociadas, así como oficinas comerciales y filiales del Grupo Anecoop. Este ejercicio hemos celebrado la 19ª edición, en la que han participado más de 1.500 niños y niñas.

Trabajadores

Somos conscientes de que nuestro equipo humano es uno de nuestros principales activos. Mantener una comunicación bidireccional fluida es esencial para el buen funcionamiento de la organización. Nos valemos para ello de diversos canales:

canales de comunicación



A través de la Intranet, además de a las noticias y comunicados de la organización, los empleados pueden acceder a los **documentos corporativos de uso más habitual**, facilitando la gestión interna y el conocimiento de la empresa. El Portal del Empleado, integrado dentro de la Intranet, permite a cada profesional gestionar con la Unidad de RR.HH. los aspectos particulares en cuanto a su situación en Anecoop (ficha personal, aspectos relacionados con el salario, vacaciones...).

Con el fin de velar por un entorno de trabajo adecuado y seguro, cada dos años realizamos una **encuesta de Clima Laboral**, en la que los profesionales de Anecoop, valiéndose de respuestas libres, valoran la organización y aportan los puntos de mejora que consideran que se deberían implantar. Estos puntos son trasladados a Dirección General para su programación y su implantación paulatina.

Los profesionales de Anecoop son además partícipes activos de las distintas sesiones estratégicas y de producto celebradas con los socios, contribuyendo así a consolidar las relaciones entre la organización y la masa social.

Clientes

Nuestra Misión determina nuestro compromiso de **"establecer relaciones comerciales de beneficio mutuo con nuestros clientes"**. Por este motivo, nos mantenemos en permanente comunicación con este grupo de interés, tanto en la gestión diaria como de forma más específica para ofrecerle información acerca de las distintas campañas, normativas, certificaciones, seguridad alimentaria y en general sobre todas aquellas cuestiones enmarcadas dentro de la relación profesional con cada cliente. La transparencia es fundamental.

En este sentido, tenemos implantado un CRM (Gestión de Relaciones con Clientes) con el objetivo de integrar toda la información comercial de clientes, proveedores y productos.

Adicionalmente, organizamos visitas y jornadas de presentación de productos a clientes de manera individualizada, además de las que ya realizamos a los equipos comerciales para que trasladen esta información a sus clientes.

Sociedad

Como empresa de economía social, tenemos un importante impacto en nuestro entorno. Todos los proyectos en los que participamos y las acciones que emprendemos fruto de nuestra actividad, han de estar alineados con los valores de nuestra RSC. El objetivo no es otro que aportar de forma positiva a la sociedad.

En este sentido, durante el ejercicio tomamos parte en multitud de eventos y jornadas relacionados con la economía y la agroalimentación, tanto en un marco general como cooperativo. Toda esta actividad se vio alterada a partir de marzo de 2020, con la cancelación de algunos eventos y el cambio de formato de otros, pasando del modo presencial al telemático a través de webinar o seminarios online. En 2019-2020 hemos participado en 24 actos y jornadas, en la mayoría de ellos como intervinientes.

En el ámbito institucional arrancamos el ejercicio recibiendo la **Distinción al Mérito Empresarial y Social** concedida por la Generalitat Valenciana con motivo de los actos conmemorativos del 9 *d'octubre*, día de la Comunitat. Todo un honor y un reconocimiento a nuestro impacto en la sociedad y en el tejido empresarial de la zona, que se extrapola a todas aquellas provincias en las que están nuestros socios.

eventos

24	jornadas informativas, congresos y foros
3	visitas institucionales
3	ferias

Dentro de la agenda de eventos motivados por la situación de pandemia, cabe destacar la reunión por videoconferencia mantenida con **SS. MM. los Reyes** a principios de mayo de 2020 para evaluar la situación del sector agroalimentario español y su papel esencial en la economía del país.

3.4.5 Formación

Dentro de nuestra Misión, está establecido que la organización vele por el **desarrollo personal y profesional de sus empleados**. En el Plan de Formación, se alinean las necesidades de la empresa con las propias necesidades formativas de los profesionales de los diferentes equipos. La formación abarca tanto cursos de Alta Dirección, como de competencias, de idiomas o cursos de carácter técnico. Éstos se realizan tanto fuera como dentro del horario laboral.

Este ejercicio el Plan de Formación se ha desarrollado con normalidad hasta el mes de enero-febrero, con cursos de idiomas y más específicos sobre negociación, gestión del tiempo, Recursos Humanos o finanzas. A partir de esa fecha, y debido al COVID-19, se ha suspendido la actividad formativa.

El número total de horas de formación ha sido de 7.370 horas para un total de 237 personas, lo que supone una media de 31,09 horas por persona. El porcentaje de plantilla que ha recibido formación durante el ejercicio ha sido del 87,24%.

Anecoop ha destinado a este concepto un total de 79.700 euros.

Formación a socios

Con el objetivo de garantizar un mejor servicio a nuestros clientes, impartimos a nuestros socios formación continua de distintos ámbitos de especialización, adaptada a los diferentes perfiles (agricultores, recolectores, personal de almacén, técnicos de calidad, comerciales, jefes de producción o presidentes y gerentes). Los departamentos técnicos de Anecoop son los que más actividad desarrollan en esta área.

El departamento de Producción y Desarrollo ha visto limitadas las acciones presenciales con los socios en la segunda mitad de 2020, en especial la formación y comunicación a través de cursos y visitas a sus campos de ensayo de Valencia y Almería, donde expone las últimas novedades

Los máximos responsables de Anecoop mantuvieron una reunión por videoconferencia con SS. MM. los Reyes en mayo de 2020.

en cada uno de los cultivos que se gestionan desde el área, así como los aspectos de carácter agronómico aplicado en sus instalaciones. Para solventar esta limitación, el departamento ha optado por dos estrategias:

- Mantener la agenda de reuniones y visitas al campo incrementando su número pero limitando el aforo. Ello ha permitido atender directamente a más de 280 agricultores socios.
- Impulsar y participar en acciones de formación y comunicación on-line, con más de 20 webinar realizados ligados a los proyectos en desarrollo.

Por su parte, el departamento de Calidad y Sistemas ha adoptado una dinámica similar, repartiendo su actividad formativa entre eventos presenciales y telemáticos.

ACCIONES FORMATIVAS

	N°
La mejora de la tría	8
Etiquetado	1
Actualización especificaciones clientes	1
Organización de procesos y mejora productividad	6

3.4.6 Modelo de Gestión de Recursos Humanos

Esta campaña se ha puesto en marcha el Proyecto Cultiva, con la perspectiva temporal de 3 años para la aplicación del Plan de Cambio. Se fundamenta en tres ejes de transformación: definición de la aspiración y elaboración de políticas y procesos de gestión de RR.HH.; evolución del modelo comercial y actualización del modelo organizativo, y definición del modelo de gestión de equipos y transformación del estilo de liderazgo.

Para ello, se ha hecho partícipe a toda la organización a través de 78 entrevistas individuales en Valencia, Murcia, Sevilla y Almería, cuatro reuniones grupales (con 32 participantes) y análisis de la información relativa a aspectos comerciales, retributivos o estructurales, entre otros.

Estabilidad en la plantilla

Anecoop mantiene la estabilidad en la plantilla con respecto al anterior ejercicio. En 2019-2020 hemos continuado con el incremento paulatino en el número de empleados, pasando de los 243 a los 247 de media. Los centros de trabajo incluidos en este cálculo han sido los de Valencia, Museros, Murcia, Sevilla y Almería.

Composición de la plantilla

En cuanto a la distribución de la plantilla por sexos, cabe señalar que los porcentajes han sufrido alguna variación, siendo el 49,81% de hombres y el 50,19 % de mujeres.

En los tramos de edad, la mayor parte de la plantilla (tanto hombres como mujeres) se sitúa en el tramo de 30 a 50 años, la mayoría con una media de antigüedad en la empresa de 10 años en adelante, lo que les permite aportar toda la experiencia adquirida así como una gran estabilidad, esencial para lograr los objetivos marcados por la entidad. El criterio en los parámetros de las edades ha cambiado debido a las novedades introducidas por la Encuesta de Información no Financiera.

Tipos de contrato

Favorecer un entorno estable para todos los trabajadores constituye uno de los objetivos primordiales de la Dirección de Anecoop. En la actualidad, el 93,5% de los trabajadores tiene contrato indefinido, mientras que los contratos temporales se sitúan en un 6,5%, sobre todo para casos puntuales derivados de las necesidades de la campaña, de la organización de eventos especiales o de la ampliación de plantilla.

No hemos fijado para esta campaña ningún porcentaje de fuga por debajo del cual situarnos.

EDAD MEDIA DE LA PLANTILLA

Edad	Varones	%	Mujeres	%	Total
> 50	36	29,01	39	31,11	74
30 - 50	77	62,81	76	60,90	153
< 30	10	8,18	10	8,00	20
Total	**123**	**100,00**	**124**	**100,00**	**247**

Esta campaña se han producido 20 bajas: dos voluntarias, doce por finalización de contrato temporal y seis debidas a otras causas.

En el aspecto salarial, no disponemos de una política retributiva escrita, aunque es uno de los proyectos en los que se trabajará en el Proyecto Cultiva. No obstante, y como se viene haciendo hasta la fecha, los salarios se ajustan en función de las responsabilidades adquiridas en el puesto de trabajo. El total bruto invertido en salarios en 2019-2020 se sitúa por encima de los 10 millones de euros. En esta última campaña, el importe incluido es el del período comprendido entre el 1 de octubre 2019 y el 30 de septiembre 2020. Los importes anteriores, tal y como aparecía en las memorias precedentes, corresponden al resumen anual que se presenta a Hacienda.

SALARIOS ANUALES

	2017-18	2018-19	2019-20
Salario bruto	9.899.008	10.219.727	10.372.624

Igualdad de oportunidades

Todos los procesos de selección de la empresa, sean iniciales o de promoción interna, se rigen por la igualdad de oportunidades. Los criterios se marcan en el Proceso de Selección que se aprobó en 2017-2018 y se centran, única y exclusivamente, en la formación y las competencias del candidato/a, la experiencia en el puesto y la adaptabilidad al mismo. En ningún caso son importantes aspectos relacionados con la nacionalidad, el sexo, la raza o la religión o cualquier otra que provoque desigualdad.

Tenemos profesionales de ocho nacionalidades (Dinamarca, Países Bajos, Irlanda, Alemania, Bélgica, Rusia, Ucrania y Colombia) que conviven en perfecta armonía.

Anecoop no ha tenido, durante sus 45 años de historia, ningún tipo de incidente por discriminación. Nuestra política no escrita de retribución es igual para todos los empleados.

Durante esta campaña se ha redactado y puesto en marcha el I Plan de Igualdad de Anecoop que se desarrollará durante las próximas campañas.

Responsabilidad Social Corporativa

Condiciones sociolaborales

Desde el mismo momento de su contratación en Anecoop, la unidad de RR.HH. facilita al nuevo empleado o empleada todos los documentos necesarios, exponiéndole una visión global de la empresa a través del Manual de Bienvenida, que les ayuda a situarse en la organización y detalla toda su estructura. A partir de ese momento, los empleados son tenidos en cuenta en todos los procesos iniciados en la empresa, especialmente aquellos que conllevan un cambio. Su punto de vista y aportaciones son valorados y aplicados siempre que es necesario, haciéndoles partícipes del crecimiento de Anecoop.

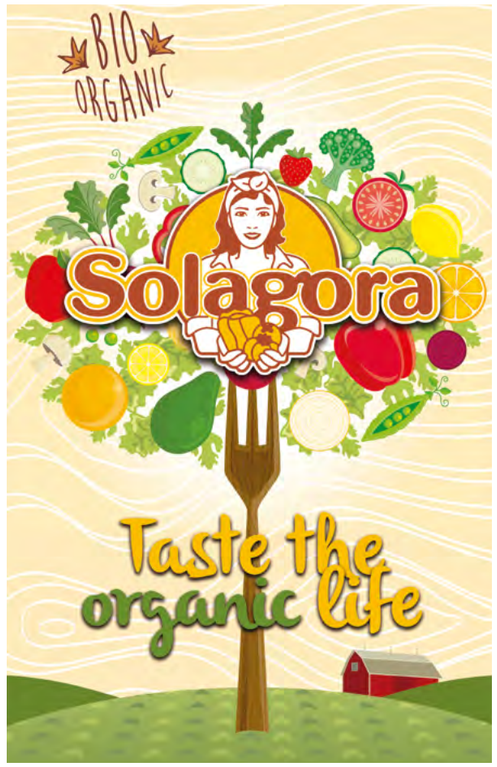
Además, tenemos Acuerdos Marco con Universidades y Centros Formativos para la admisión de personal en prácticas.

Accesibilidad global

No se dispone de una auditoría de accesibilidad global. Hay ascensor para acceder desde la entrada principal hasta la planta de oficinas. No obstante, las escaleras desde la calle a la entrada principal no están adaptadas. Para casos excepcionales, se pueden utilizar los ascensores del propio edificio, de uso exclusivo para los vecinos o de aquellas personas que dispongan de plaza de garaje en el mismo.

Seguridad e higiene en el trabajo

Anecoop, a través del contrato con Quirón Prevención, como servicio de prevención ajeno, adapta las condiciones ambientales de trabajo tanto generales como del propio puesto mediante una revisión anual de todos los puestos de trabajo. En este ejercicio se han realizado además mediciones de la intensidad de la luz a nivel general y mediciones de reflejos en puestos determinados. Con esta misma entidad tenemos asimismo contratado el Servicio de Vigilancia de la Salud, a través del cual Anecoop pone a disposición de los profesionales la revisión médica anual. En este reconocimiento, constituido por una serie de pruebas estándar en función del riesgo del puesto de trabajo, Anecoop incluye varias pruebas específicas.



Con respecto a la situación de pandemia COVID-19, en Anecoop España se ha implantado un Protocolo COVID-19, con una serie de medidas actualizadas desde el mes de marzo de 2020 hasta la actualidad. Destacan entre otras la toma de temperatura en el acceso a las instalaciones, la utilización de gel hidroalcohólico, el aprovisionamiento de mascarillas a toda la plantilla, el distanciamiento de los puestos de trabajo (con obras de ampliación en los departamentos) o la suspensión de visitas, viajes y ferias. Este protocolo ha sido adaptado periódicamente a medida que la normativa estatal iba experimentando modificaciones. Se ha facilitado también a los profesionales certificados de movilidad, herramientas informáticas para realización de teletrabajo y presencialidad parcial, así como el establecimiento de turnos de trabajo. Junto a todo ello, ante casos dudosos, la empresa ha facilitado a través de Quirón Prevención la realización de tests tanto rápidos, serológicos, de antígenos como PCR. Concretamente, se han realizado 333 tests desde el inicio de la pandemia hasta el final de la campaña.

El Ministro de Agricultura, Luis Planas, visitó el stand del Grupo Anecoop en Fruit Attraction 2019.

Conciliación de la vida personal, familiar y profesional

La jornada laboral anual es de 1790 horas, según el Convenio de Manipulado y Envasado de cítricos, frutas y hortalizas de la Comunidad Valenciana. La jornada anual de trabajo se distribuye de forma irregular. Así, desde el 16 de septiembre hasta el 14 de junio el horario se amplía para poder realizar jornada intensiva en el periodo de verano, que comprende del 15 de junio al 15 de septiembre, inclusive.

Existen, no obstante, acuerdos particulares de horario según necesidades: reducción de jornada por estudios, y adaptación de la jornada de trabajo o excedencia de 14 días no remunerada, entre otras.

Este año, debido a la pandemia, los horarios se han adaptado para la realización de trabajo presencial durante la mañana y teletrabajo por la tarde para toda la plantilla. Las especificaciones se han explicado en el punto “Seguridad e higiene en el trabajo”.

3.4.7 Derechos Humanos

Anecoop rechaza cualquier tipo de actividad comercial, o de otra naturaleza, en que directa o indirectamente se promueva el trabajo infantil o forzoso, así como el incumplimiento de los derechos humanos, dignidad del ser humano, libertad, igualdad y solidaridad.

3.4.8 Satisfacción de los clientes

Consideramos que una gestión y servicio excelentes son imprescindibles para mantener nuestro liderazgo y satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

Para medir el grado de satisfacción de los mismos, empleamos diversos sistemas: de manera más formal, mediante los resultados obtenidos en las auditorías realizadas por clientes en las instalaciones de nuestras cooperativas y empresas socias o a partir del número de reclamaciones anuales y sus causas. Más informalmente, nos basamos en el intercambio de información en reuniones, visitas y encuentros en eventos del sector (ferias, congresos, foros) o por otros medios en ocasiones puntuales.

Anecoop garantiza la confidencialidad de los datos personales de los clientes de conformidad con lo establecido en la Ley Orgánica de Protección de Datos (LOPD), sin que se haya recibido hasta la fecha ninguna reclamación en relación a la privacidad y la fuga de datos personales de la clientela.

No existen sanciones o multas fruto del incumplimiento normativo con relación al suministro y uso de productos y servicios de la organización relacionadas con la clientela.

3.4.9 Comunidad Local

Anecoop Solidaria

En línea con nuestra filosofía cooperativa y nuestros valores, disponemos anualmente un fondo económico con fines solidarios que asignamos a distintas entidades. En 2019-2020 hemos donado 52.943 euros que hemos distribuido de la siguiente manera:

Entidades diversas y ONGs

- Cáritas: 8.000 €
- Casa de la Caridad Valencia. Proyecto “365 empresas solidarias”: 7.000 €
- Asociación Española contra el Cáncer: 5.000 €
- Ayuda en Acción: 3.743 €
- Fundación Novaterra: 2.500 €
- Asindown: 2.500 €
- Fundación Vicente Ferrer. Proyecto “Una aldea cooperativa en Anantapur” (India): 2.200 €
- Fundación por la Justicia: 1.000 €
- Una aportación de 500 euros a las entidades Intermón-Oxfam, Fontilles, Médicos del Mundo, Misiones Salesianas, Cruz Roja Española, Manos Unidas, UNHCR-ACNUR, Aspadis, Acción contra el Hambre, Fundación Afín, ONG Congo-Alginet, Médicos sin Fronteras, Fundación Maides.

Deporte inclusivo

En el marco de nuestra apuesta por impulsar la inclusión de personas con discapacidad funcional e intelectual a través del deporte, hemos contribuido un año más con estas asociaciones:

- Unión Rugby Almería. Fundación URA-Clan. Hemos renovado nuestro convenio de colaboración para toda la temporada 2019-2020, realizando una donación de 10.000 euros que se han utilizado durante el ejercicio en la organización de distintos eventos propios del Club para fomentar el rugby inclusivo.
- Asociación AVAPACE: 1.000 €, dirigidos a su club de atletismo, AVAPACE Corre.

Otras acciones

- Asociación Valenciana de Empresarios (AVE). Donación de 2.500 euros para la adquisición de mascarillas y batas quirúrgicas destinadas a varios hospitales de la Comunitat Valenciana.
- Santiago Apóstol de Tomelloso Sdad. Coop.: 1.000 €. En un momento de extrema gravedad en Tomelloso durante la pandemia, realizamos una contribución al fondo creado por nuestra cooperativa socia para la adquisición de material sanitario que posteriormente se donó a varios hospitales de la zona.

Además de las aportaciones económicas realizadas, la situación de emergencia provocada por la pandemia ha incrementado las donaciones de producto efectuadas por las oficinas y filiales del Grupo Anecoop, alcanzando los **333.000 kilos de frutas y hortalizas** entregadas a distintas asociaciones benéficas y comunidades de apoyo. Esta contribución en especie se ha complementado con el suministro de material sanitario o productos desinfectantes.

A estas acciones hay que sumar las de los socios de Anecoop, que además de colaborar con producto y material sanitario, se han implicado en las tareas de desinfección de sus municipios aportando su tiempo, la mano de obra y la maquinaria.

El President de la Generalitat Valenciana, Ximo Puig, entrega a Anecoop la Distinción al Mérito Empresarial y Social en los actos conmemorativos del *9 d'octubre*.

Participación en políticas públicas

Anecoop es una entidad privada, y como tal no participa en políticas públicas.

Coste de las sanciones o multas fruto del incumplimiento normativo en relación a las leyes y regulaciones

Durante la campaña 2019-2020 se han pagado 17.744,01 euros por sanciones relacionadas con el exceso de peso en el transporte de mercancías, así como por otros conceptos de poca relevancia.

Anecoop participó en la presentación de un proyecto de frutales de hueso durante la Cumbre del Cambio Climático.

3.4.10 Competencia

Las prácticas comerciales de nuestra organización son leales con nuestros competidores y nos comprometemos a no realizar prácticas monopolísticas ni contra la libre competencia. Anecoop no ha recibido ninguna denuncia por competencia desleal.

3.4.11 Objetivos sociales

- Continuar avanzando en la concentración e integración de nuestras cooperativas y nuestros Grupos Empresariales.
- Avanzar en la aplicación del Plan de Integración.
- Consolidar la implementación del Modelo de Gestión de Recursos Humanos.
- Favorecer el acceso de la mujer a cargos de responsabilidad.

¿con qué ODS contribuimos en este apartado?

Información Institucional

La información facilitada en el apartado institucional se encuentra actualizada a fecha de cierre de la memoria. Marzo 2021.

vida para el campo

41 El Grupo Anecoop

Anecoop es una empresa cooperativa agroalimentaria que **integra**, **coordina** y **comercializa** la producción de sus socios de acuerdo con los estándares de **calidad** y **seguridad alimentaria** más exigentes, prestándoles además diversos servicios con el fin de optimizar su actividad.

Fundada en 1975, su trayectoria le ha llevado a constituirse como una de las mayores y más importantes empresas internacionales de distribución de cítricos, hortalizas, frutas no cítricas y vinos. Mostos, zumos, frutas y hortalizas de IV y V Gama y conservas de frutas completan su oferta.

El Grupo Anecoop está formado por un conjunto de empresas filiales y participadas cuya sede principal se encuentra en España. El resto de empresas están ubicadas en Francia, Reino Unido, Holanda, Polonia, República Checa, Eslovaquia, Rusia, China y Estados Unidos.

Además, cuenta con cinco oficinas situadas en el centro de varias de las zonas de producción más importantes: Valencia, Murcia, Almería, Sevilla y Valle del Ebro.

Anecoop comercializa sus productos en **81 países**, siendo Europa el principal destino de sus ventas con Francia, España y Alemania a la cabeza, seguidos de Italia, Eslovaquia, Polonia, Reino Unido, República Checa y Suecia.

Grupo Anecoop

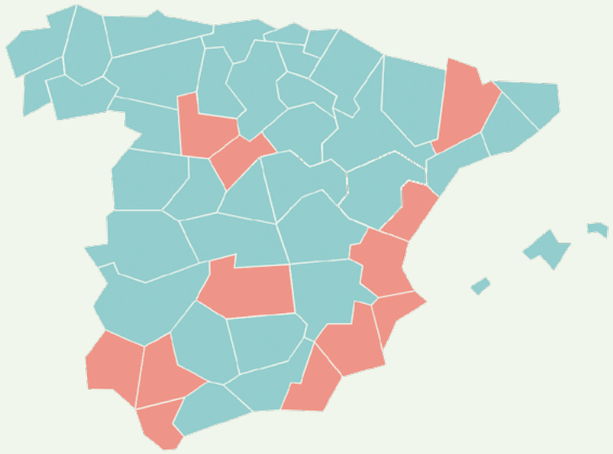
Anecoop GRUPO ANECOOP

- Primera empresa productora hortofrutícola del Mediterráneo
- Líder español en la comercialización de frutas y hortalizas
- Operador mundial de referencia para cítricos, sandías y kakis

Anecoop arrancaba el ejercicio 2019-2020 con 71 entidades asociadas. Con la incorporación en noviembre de 2020 de la empresa **Hortofrutícola Costa de Almería S.L.** (Roquetas de Mar - Almería) el número de socios al cierre de esta memoria asciende a 72.

Conforme al censo interno actualizado en enero de 2021, las cooperativas y empresas socias de Anecoop constituyen una masa social de 74.425 personas, de las cuales 24.351 son socios agricultores, 24.347 son socios de otro tipo de servicios y 25.727 son empleados. La suma de la superficie total de cultivo de los socios de Anecoop es de 68.803,03 hectáreas de frutales, hortalizas y viñedos.

distribución geográfica de socios de Anecoop



Comunidad Valenciana		
	Alicante	6
	Castellón	5
	Valencia	38
Andalucía		
	Almería	6
	Cádiz	1
	Huelva	2
	Sevilla	3
Región de Murcia		
	Murcia	7
Castilla y León		
	Valladolid	1
	Segovia	1
Cataluña		
	Lleida	1
Castilla - La Mancha		
	Ciudad Real	1

72 socios / 6 comunidades autónomas / 12 provincias

el Grupo Anecoop

Sistemas de cultivo

Anecoop cuida al máximo sus sistemas de cultivo, velando por que éstos sean respetuosos con el medio ambiente. Por este motivo, su producción es convencional certificada ***naturane***, ecológica o residuo zero. (*)

(*) Ver apartado RSC, páginas 37 y 38.

Productos

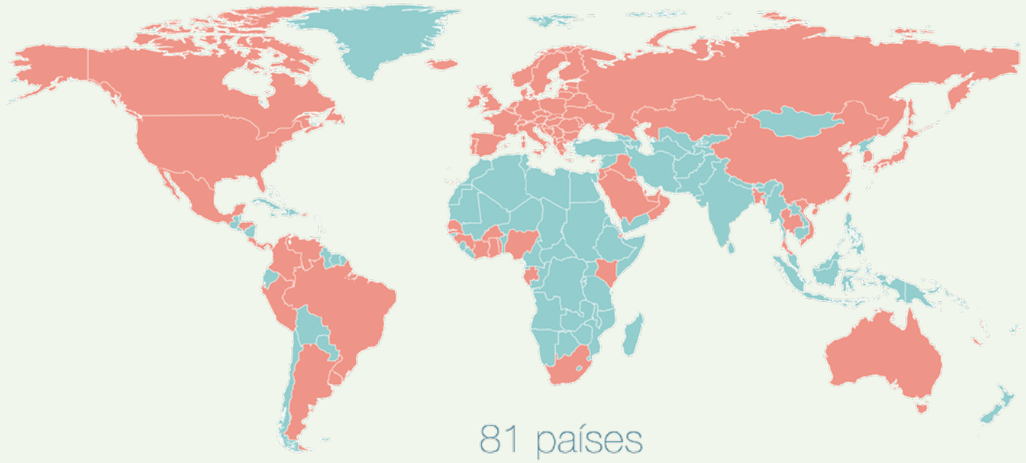
Anecoop dispone de una extensa gama de productos que incluye cítricos, frutas no cítricas, frutas exóticas y hortalizas frescas, así como frutas y hortalizas de IV y V Gama y vinos. Además de ser uno de los principales operadores de cítricos del mundo, en su oferta también destacan las sandías sin pepitas y el kaki Persimon, que comercializa bajo su marca de prestigio Bouquet y que constituyen sus "productos estrella". En los últimos ejercicios, la empresa está impulsando el cultivo de otros productos como la uva apirena, exóticos como el aguacate, o el kiwi, mediante la creación de grupos de trabajo o su participación en ellos.

Marcas

Para productos hortofrutícolas, Anecoop continúa apostando por promocionar su marca más representativa, Bouquet, en todas sus categorías: **Bouquet**, **Bouquet *naturane***, **Bouquet Exotic**, **Bouquet Bio** y **Bouquet *naturane* zero**, bajo la que etiqueta sus frutas y hortalizas con cero residuo de pesticidas.

Información Institucional

¿en qué mercados estamos?



En vinos destacan **Reymos**, **Venta del Puerto**, **Icono**, **Juan de Juanes**, **Amatista**, **Los Escribanos**, **El Enhebro** y **Ola Caracola**.

Servicios

Todos los departamentos de Anecoop están involucrados en la actividad de sus socios, prestando los servicios que éstos les solicitan.

Posicionamiento de los productos y/o servicios de la empresa en el mercado y conocimiento de la competencia directa

Desde el área comercial de Anecoop se realiza cada campaña un riguroso análisis del mercado y la competencia para conocer el posicionamiento de la empresa en sus principales productos.

En la actualidad, Anecoop agrupa aproximadamente el 8% de todas las exportaciones de cítricos de ámbito nacional.

Además de los cítricos, las sandías y el kaki constituyen dos de sus productos de referencia en los mercados, de los que la cooperativa representa cerca del 15 y el 45% de las exportaciones nacionales, respectivamente.

4.2 Órganos de gobierno y gestión

Anecoop se rige por la Ley 27/1999 de 16 de julio de Cooperativas. Como empresa de economía social se gobierna según valores y principios democráticos, dando primacía a las personas sobre el capital.

Sus órganos de gobierno son la Asamblea General (A.G.) y el Consejo Rector (C.R.).

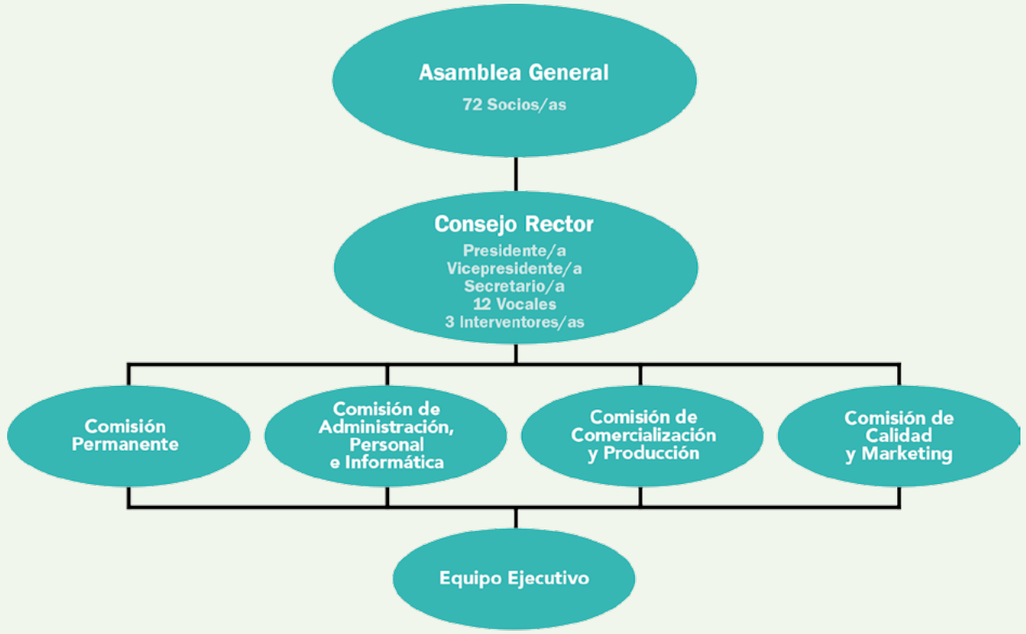
La A.G. es la reunión de los socios y tiene lugar al menos una vez al año. Todas las demás Asambleas tienen el carácter de Extraordinario. La A.G. está constituida por un representante de cada una de las cooperativas y empresas socias. La competencia de la misma, así como la convocatoria y el funcionamiento, quedan establecidos en el artículo 24 y ss. de los Estatutos Sociales de Anecoop.

El voto en la A.G. es múltiple. Se asigna en proporción a la actividad cooperativizada entre los socios y Anecoop durante los dos ejercicios más recientes, afectada por dos coeficientes, uno de participación y otro de relación histórica.

De entre sus miembros se elige al C.R., que es el órgano colegiado al que corresponde la gestión y representación de la Cooperativa. Los consejeros son elegidos por un periodo de cuatro años, pudiendo ser elegidos indefinidamente. Se renueva parcialmente, por mitad, cada dos años según el art. 29.1 de los Estatutos Sociales.

El C.R. elige de entre sus miembros al Presidente, Vicepresidente y Secretario.

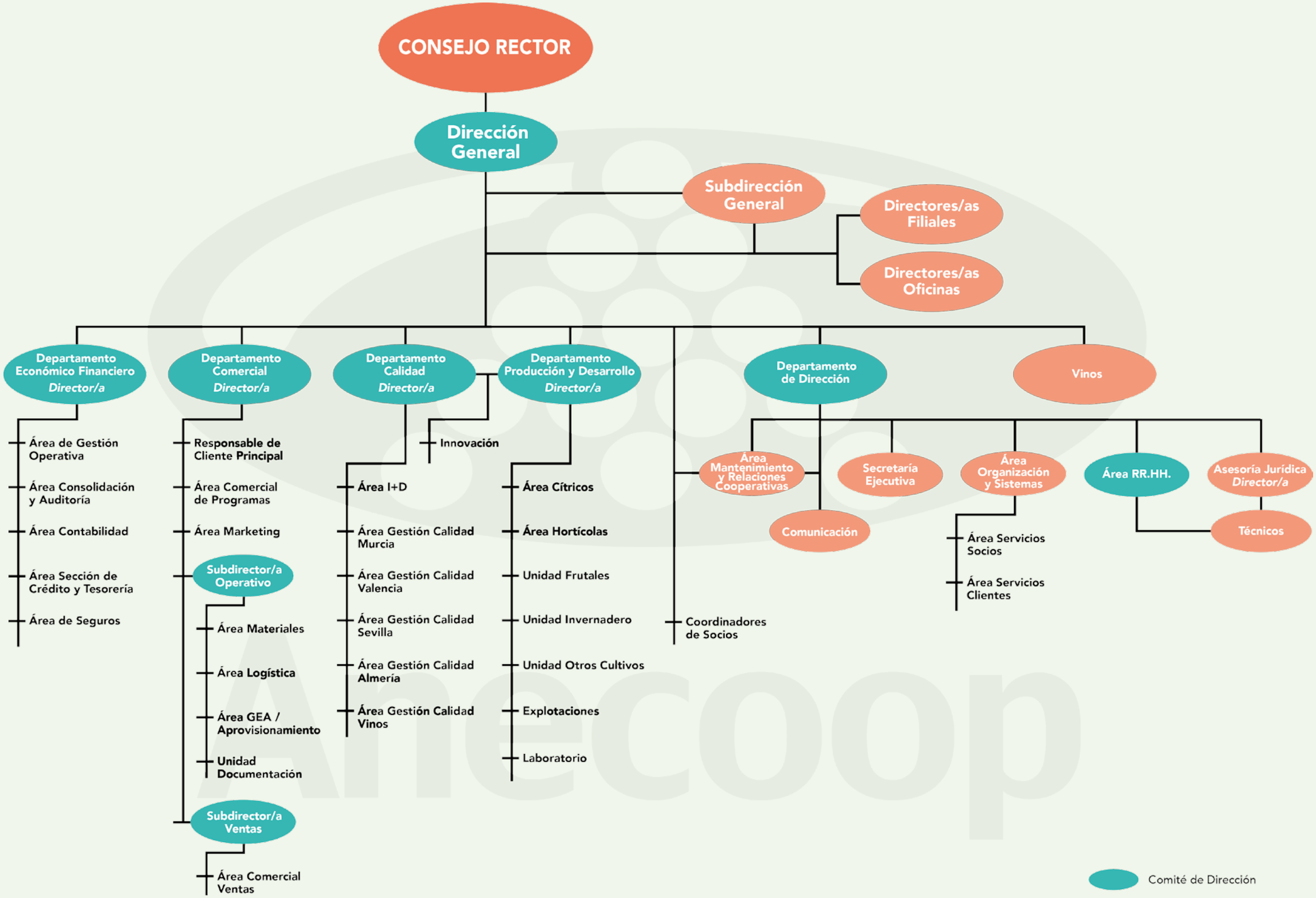
vida para el campo



CONSEJO RECTOR	
Presidente	Alejandro Monzón
Vicepresidente	Francisco Gilabert
Secretario	Juan José Gimeno
Vocales	Cirilo Arnandis, Juan Antonio Díaz, Pedro José González, Jesús Guzmán, Javier León, Alejandro Molina, José Vicente Navarro, José Vicente Rodrigo, Domingo Ruiz, Francisco José Ruiz, Juan Segura, Inma Vaquer
Suplentes	Rafael Rosendo Biosca, Vicente Bomboí, Juan Miguel Rodríguez
Interventores de Cuentas	Guillermo Vicente Edo, José López Cara, Álvaro Nogués

EQUIPO EJECUTIVO	
Director General	Joan Mir
Subdirector General y Director Comercial	Miguel Abril
Asesor Jurídico	José María Costa
Directora Administración y Finanzas	Mª Carmen Traver
Director Producción y Desarrollo	Ángel del Pino
Directora Calidad y Sistemas	Mª Carmen Morales
Director Oficina Murcia	José Hidalgo
Director Oficina Andalucía Oriental	Iván Rodríguez
Director Oficina Andalucía Occidental	Marco A. Fernández
Directora Oficina Valle del Ebro	Elisenda Casals
Director ANECOOP FRANCE	Jean-Luc Angles
Director SOLAGORA	Jean-Luc Angles
Director FESA U.K.	Justin Szymborski
Director 4FRUIT COMPANY	Pieter de Ruiter
Director ANECOOP POLSKA	Darek Wysocki
Director ANECOOP PRAHA	Ferrán Cabrera
Director AGRIKOOP	Alexei de los Llanos
Director AGRICONSA	José J. Felici
Director JANUS FRUIT	Juan Carlos Bolta

Información Institucional



Información Institucional

Asimismo, hay constituidas cuatro Comisiones Técnicas que se reúnen una vez al mes y que reportan directamente al C.R.:

- Comisión Permanente
- Administración, Personal e Informática
- Comercialización y Producción
- Calidad y Marketing

El Comité de Dirección está integrado por los distintos Equipos Ejecutivos, siendo el responsable de la gestión del día a día de la empresa.

4.3 Socios

La cooperativa es una forma de organización empresarial basada en una estructura y funcionamiento democráticos. Pueden ser socios de Anecoop, conforme a lo previsto en el artículo 8 de los Estatutos Sociales, "... tanto las cooperativas, como otras personas jurídicas, públicas o privadas, comunidades de bienes y empresarios individuales que tengan necesidades o convergencia de intereses con el objeto social de Anecoop S. Coop (...)".

Se prevé la figura del "socio colaborador" para las personas físicas o jurídicas que, sin poder desarrollar o participar en la actividad cooperativa propia del objeto social de esta entidad, sean admitidas por el Consejo Rector, conforme a los criterios fijados por la Asamblea General.

Requisitos y condiciones de entrada

En el artículo 9 de los Estatutos Sociales se disponen los requisitos necesarios para la adquisición de la condición de socio.

Condiciones Económicas

• Cuota de entrada de 30'05 euros más la consistente en la actualización de la Aportación Obligatoria incorporada a Capital Social, de 1.803,04 euros, a razón del 10% anual de dicha cantidad en función de los años transcurridos desde el 1 de enero de 1982, en que fue constituida. (C. 2019-2020 – 180,30 euros x 38 años= 6.851,40 euros).

• Cuota anual de 3.005,06 euros actualizable con IPC (4.483,05 euros en el ejercicio 2019-2020) y deducible de la aportación por actividad.

• Retención del 2,5% sobre el volumen de negocio para atención a gastos corrientes.

• Cada socio debe poseer al menos un título, según queda establecido en el art. 39.1 de los Estatutos Sociales. Los socios deberán efectuar la aportación obligatoria al capital social fijada en los Estatutos, así como las que tenga establecidas la Asamblea General para adquirir tal condición que podrá ser diferente para las distintas clases de socio. La Asamblea General podrá acordar (art. 40 de los Estatutos Sociales) nuevas aportaciones obligatorias. La Asamblea General y el Consejo Rector podrán, indistintamente, acordar la admisión de aportaciones voluntarias por parte de los socios. En el supuesto de acordarse nuevas aportaciones obligatorias o voluntarias, se fijará si devengan o no interés.

Porcentaje de participación

Existe la obligación para cada cooperativa socia de comercializar un porcentaje de volumen de su producción a través de Anecoop, que en la campaña 2019-2020 asciende al 40%.

Anecoop recibió la visita de la Consellera de Agricultura, Mireia Mollà, en su Campo de Experiencias de Museros (Valencia).

vida para el campo

4.4. Misión, visión y valores

Misión

• Lograr la óptima rentabilidad, el desarrollo social y sostenible, y la **máxima sinergia e integración** de sus agricultores y socios.

• Desarrollar personal y profesionalmente a sus empleados.

• Establecer **relaciones comerciales de beneficio mutuo** con sus clientes.

• Satisfacer y proporcionar **productos saludables** a los consumidores finales.

Visión

Anecoop aspira a convertirse en el **líder** para sus socios, y en una empresa agroalimentaria con gran reconocimiento internacional, cubriendo las expectativas de sus socios y clientes, gracias a una gestión estratégica y operativa excelentes, basadas en la **innovación y adaptación** permanente, la **calidad del producto**, la **eficiencia** y el **crecimiento**.

Valores

SOCIOS - La relación con nuestros socios está basada en la **transparencia**, la **participación**, el **beneficio mutuo** y la **corresponsabilidad**, fruto de nuestro profundo compromiso con la agricultura y su futuro.

ACTUACIÓN - Nuestra forma de actuar está orientada de forma equilibrada hacia los **resultados** y las **personas**.

PROFESIONALES - Nuestros profesionales trabajan en un **ambiente estimulante y participativo**. Permanentemente **formados**, son capaces de llevar a cabo proyectos, desarrollados en **equipo**; y en su implementación, tienen en cuenta tanto a nuestros socios como al cliente final.

CLIENTES - La relación con nuestros clientes se basa en la **confianza**, la cooperación, las **alianzas a largo plazo**, y el suministro de **productos adecuados** a sus mercados y **rentables** para ambas partes.

SOCIEDAD - Anecoop está comprometida con la **salud** de los consumidores finales de sus productos y con el desarrollo de una **agricultura sostenible**.

4.5 Objetivos fundacionales

Desde 1975, la hoja de ruta de Anecoop, que ha ido adaptándose en etapas sucesivas a los cambios socioeconómicos y a la demanda de los mercados, ha tomado como punto de partida los cuatro objetivos que motivaron la creación de la empresa:

• Concentrar progresivamente la oferta de sus socios.

• Diversificar dicha oferta, tanto en variedades como en periodos de comercialización.

• Como consecuencia de los anteriores objetivos poder ser, en mejores condiciones negociadoras, interlocutores válidos de la gran distribución.

• Potenciar, empresarial y económicamente, la actuación del cooperativismo mediante la adopción de iniciativas que complementen y potencien la producción y aprovechamiento de recursos.

vida para el campo

4.6 Objetivos estratégicos

Las líneas estratégicas de Anecoop se sustentan sobre cuatro ejes que vertebran su hoja de ruta desde la implementación del Plan de Actuación de 2010:

ejes estratégicos

1. Integrar socios, cooperativas y terceros
2. Incrementar la eficacia y eficiencia de Anecoop
3. Incrementar el valor entregado a los clientes
4. Consolidar y desarrollar mercados

4.7 Estrategia empresarial

La primera meta de Anecoop es lograr para sus socios una agricultura sostenible, que sea rentable para el productor y respetuosa con el medio ambiente. Anecoop busca, por tanto, su propio futuro a través de la búsqueda de futuro para sus socios, ya que son parte del mismo proyecto.

Sentadas las bases estratégicas de la empresa gracias a los Planes de Actuación e Integración desarrollados entre 2010 y 2018, Anecoop comenzó con la implementación en el ejercicio 2018-2019 del Plan AVANZA II, configurado por ocho proyectos, orientados a la mejora de las diferentes áreas de gestión de la organización, de las relaciones con sus socios y la competitividad de su cadena de valor.

Octubre 2020. Visita del Ministro de Agricultura, Luis Planas, al Campo de Experiencias de Anecoop en Museros (Valencia).

Como parte esencial de su estrategia, Anecoop lleva desde el año 2001 trabajando en la puesta en marcha y consolidación de sus Grupos Empresariales, creados en el seno de la propia empresa junto a algunos de sus socios que por sus características cumplen los requisitos para formar parte de estos proyectos.

4.8 Impactos, riesgos y oportunidades

Anecoop está integrada por los socios y trabajadores de sus cooperativas y empresas asociadas, y por un equipo humano joven y dinámico que se caracteriza por un alto nivel de formación e implicación y que ha sabido interiorizar y hacer suyos los valores de la empresa y las necesidades de las entidades socias. La sinergia entre ambos grupos ha posibilitado el posicionamiento actual de Anecoop en los mercados, así como la creación de una red comercial muy potente. Ello, unido a una importante inversión en I+D+iT para buscar y adaptar sus productos a los requerimientos del mercado, ha permitido a la empresa situarse en un plano privilegiado de cara al consumidor.

Frente a estas fortalezas, existen amenazas y riesgos. Por un lado, los propios de la actividad del sector, como la falta de relevo generacional o el abandono de las explotaciones por falta de rentabilidad. Por otro, los derivados de la inestabilidad de los mercados por cuestiones políticas o económicas. Por último, en el plano comercial, los cambios en el retail mundial.

Para minimizar sus efectos, Anecoop trabaja desde todos y cada uno de los valores que identifican su RSC: concentrando la producción, llevando a cabo alianzas con clientes y proveedores de nuevos mercados o incentivando el consumo de frutas y verduras, todo ello con el fin de alcanzar el primer punto de su Misión: obtener una óptima rentabilidad para sus socios.

4.9 Integración de la RSC en los sistemas de gestión

Anecoop aplica el ejercicio de la Responsabilidad Social Corporativa en todas y cada una de las actuaciones enmarcadas en los sistemas y procedimientos de la organización.

4.10 Presencia institucional

Anecoop participa en diversas fundaciones y asociaciones: Asociación Española para la Calidad (AEC), Freshfel Europe, Asociación 5 al día, Fundación Sabor y Salud, Fundación Anecoop, Fundación Universidad de Almería – Anecoop, Cooperativas Agro-alimentarias de España, Fundación ETNOR o el Consejo Regulador de la D.O. Kaki Ribera del Xúquer.

También está presente en Centros de Investigación: IVIA, AINIA, ITENE.

Pertenece a asociaciones del sector agrario de ámbito cooperativo: FECOAV, FECOAM, FAECA, ENGRUPO. Otras asociaciones del sector agrario: D.O.P. Vinos de Valencia, Fruit Logistica, I.G.P. Cítricos Valencianos, PROAVA, Vinos D.O. Navarra, Más Brócoli.

Por último, tiene presencia en asociaciones de ámbito empresarial: AVE, CEV, ASCES, AECOC, Cámara Valencia y SNIFLSaint Charles (Perpignan), y en Escuelas de Negocios como EDEM.

Available in English at www.anecoop.com

Indicadores de Sostenibilidad

GRI 102: CONTENIDOS GENERALES 2016		
	Contenidos generales	**Página**
PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN		
102-1	Nombre de la organización.	contraportada
102-2	Actividades, marcas, productos y servicios.	55-56
102-3	Sede de la organización.	contraportada
102-4	Países en que opera.	54-56
102-5	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	54
102-6	Mercados servidos.	54
102-7	Tamaño de la organización.	54, 56
102-8	Información sobre empleados y otros trabajadores.	48-51
102-9	Cadena de suministro.	54, 55
102-10	Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro.	54, 55
102-11	Principio o enfoque de precaución.	37-43
102-12	Iniciativas externas.	8-9
102-13	Afiliación a asociaciones.	63
ESTRATEGIA		
102-14	Declaración del máximo órgano responsable sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia.	4-7
102-15	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	62
ÉTICA E INTEGRIDAD		
102-16	Valores, principios, estándares y normas de conducta de la organización.	61
102-17	Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas.	46, 48
GOBERNANZA		
102-18	Estructura de gobernanza.	56-57
PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS		
102-40	Lista de grupos de interés.	45-46
102-41	Acuerdos de negociación colectiva.	100% de los trabajadores
102-42	Identificación y selección de grupos de interés.	Int. portada
102-43	Enfoque para la participación de los grupos de interés, incluida la frecuencia de participación por tipo y por grupo de interés y la indicación de si alguna participación ha tenido lugar específicamente como parte del proceso de preparación del informe.	45-46
102-44	Que cuestiones y problemas clave han surgido a raíz de la participación de los grupos de interés.	45-46
PRÁCTICAS PARA LA ELABORACIÓN DE INFORMES		
102-45	Entidades incluidas en los estados financieros consolidados.	Ver Informe de EINF www.anecoop.com
102-46	Definición de los contenidos de los informes y las Coberturas del tema.	Int. portada
102-47	Lista de temas materiales identificados en el proceso de definición de los contenidos del informe.	36
102-48	Reexpresión de la información.	Int. portada
102-49	Cambios en la elaboración de informes.	Int. portada
102-50	Periodo objeto del informe.	Int. portada
102-51	Fecha del último informe.	Int. portada
102-52	Ciclo de elaboración de informes.	Int. portada
102-53	Punto de contacto para preguntas sobre el informe.	Int. portada
102-54	Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI.	Int. portada
102-55	Índice de contenidos GRI.	65-66
102-56	Verificación externa.	No se realiza (*)

(*) Se ha verificado el informe de EINF del Grupo Anecoop por SGS que aparecerá publicado en la web www.anecoop.com

Indicadores de Sostenibilidad

TEMAS MATERIALES

Estándar GRI	Contenido	Página URL	Omisiones	Página Verifica. Ext.
MEJORA DE LA RENTA DE LOS SOCIOS				
103 Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	36, int. portada, 11		
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes	26, 28		
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	26		
201 Desempeño económico 2016	201-1 Valor económico directo generado	26, 28		31
	201-2 Consecuencias, riesgos y oportunidades debidos al cambio climático	8, 9, 41, 43		
	201-3 Programas de beneficio social	Plan Jub. Obl.		
	201-4 Asistencia financiera recibida del gobierno	29		
AGRICULTURA SOSTENIBLE Y PROTECCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE				
103 Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	36, int., portada, 8, 9, 41-43		
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes	8, 9, 37-41		
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	37, 38		
301 Materiales 2016	301-1 Materiales utilizados por peso y volumen	38, 39		
302 Energía 2016	302-1 Consumo energético dentro de la organización	39		
	302-4 Reducción del consumo energético	39, 41		
303 Agua 2016	303-1 Extracción de agua por fuente	39		
305 Emisiones 2016	305-1 Emisiones directas de GEI	41		
	305-5 Reducción de emisiones de GEI	41		
307 Cumplimiento ambiental 2016	307-1 Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental	41		
SEGURIDAD ALIMENTARIA Y CALIDAD DEL PRODUCTO				
103 Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	36, int. portada, 37		
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes	9, 21, 37		
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	37		
414 Evaluación social de los proveedores 2016	414-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales (*) Normas básicas, 8. Cumplimiento de la legislación medioambiental y laboral	Todos suscriben las Normas básicas para suministro de frutas y hortalizas de Anecoop (punto 8) *		
	414-2 Evaluación ambiental de proveedores	37		
416 Salud y seguridad de los clientes 2016	416-1 Salud y seguridad de los clientes	37		
	416-2 Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios	51 No se han producido		
417 Marketing y Etiquetado 2016	417-1 Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios (*) Normas básicas, 3. Sistema de garantía de seguridad alimentaria y calidad. Control de etiquetado	Normas básicas para suministro de frutas y hortalizas de Anecoop (punto 3)		
	417-2 Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios	No se han producido		
	417-3 Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing	No se han producido		
INTEGRACIÓN: INTEGRAR SOCIOS, COOPERATIVAS Y TERCEROS				
103 Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	36, int. portada, 61, 62		
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes	43-45, 61, 62		
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	43-45		
SATISFACCIÓN Y FIDELIDAD DEL CLIENTE				
103 Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	36, int. portada, 46, 61		
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes	46, 51, 61, 62		
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	51		
416 Salud y seguridad de los clientes 2016	416-2 Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios	51 No se han producido		
418 Privacidad del cliente 2016	418-1 Reclamaciones por violaciones de privacidad o pérdida de datos	51 No se han producido		
ALIANZAS CON CLIENTES Y PROVEEDORES				
103 Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	36, int. portada, 61-63		
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes	43-46, 61-63		
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	45-46		
EMPLEO DE CALIDAD Y DESARROLLO DEL CAPITAL HUMANO				
103 Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	36, int. portada, 46, 47, 61, 62		
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes	48, 51		
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	48, 51		
401 Empleo 2016	401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	48		
	401-2 Prestaciones para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	Igualdad de condiciones		

Estándar GRI	Contenido	Página URL	Omisiones	Página Verifica. Ext.
EMPLEO DE CALIDAD Y DESARROLLO DEL CAPITAL HUMANO (sigue)				
402 Relaciones trabajador-empresa 2016	402-1 Preaviso de cambios organizacionales y especificación en convenios colectivos	2 semanas		
403 Salud y seguridad en el trabajo 2016	403-1 Sistema de la gestión en la salud y la seguridad en el trabajo	50		
	403-2 Identificación de peligros, evaluación de riesgos o investigación de incidentes	50		
	403-3 Servicios de salud en el trabajo	50		
	403-4 Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo	50		
404 Capacitación y Educación 2016	404-1 Capacitación	47-48		
	404-2 Programas de gestión de habilidades y formación continua	47		
	404-3 Evaluaciones regulares de desempeño	48		
405 Diversidad e igualdad de oportunidades 2016	405-1 Diversidad	48-49		
202 Presencia en el mercado	202-1 Salario inicial estándar	Salario > SMI		
	202-2 Contratación local	El 100% de directivos procede de zonas con operaciones significativas		
INNOVACIÓN EN PRODUCTO I+D+I				
103 Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	36, int. portada		
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes	23, 42, 43, 61		
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	42, 43		
INCREMENTAR LA EFICACIA Y EFICIENCIA EN LA GESTIÓN				
103 Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	36		
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes	43, 44		
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	43, 44		
CONSOLIDAR Y DESARROLLAR MERCADOS				
103 Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	36, int. portada, 62		
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes	25, 29, 62		
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	25, 29		
FOMENTAR LA ALIMENTACIÓN SALUDABLE				
103 Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	36, int. portada		
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes	36, 37		
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	37		
PRÁCTICAS COMERCIALES LEALES				
103 Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	36, int. portada		
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes	53		
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	36, 37, 53		
206 Prácticas de competencia desleal 2016	206-1 Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal, las prácticas monopolísticas y contra la libre competencia	36		
205 Anticorrupción 2016	205-3 Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas	No se han identificado casos de corrupción		
204 Prácticas de adquisición 2016	204-1 Proporción de gasto en proveedores locales	29		
419 Cumplimiento socioeconómico 2016	419-1 Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico	53		
DIÁLOGO Y COMPROMISO CON LOS GRUPOS DE INTERÉS				
103 Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	36 , int. portada		
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes	45-47		
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	45-47		
FAVORECER LA VIAVILIDAD DE ECONOMÍAS LOCALES				
103 Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	36, interior portada		
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes	42, 52, 53		
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	52, 53		
413 Comunidades locales 2016	413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	52, 53		
FAVORECER LA VIAVILIDAD DE ECONOMÍAS LOCALES				
103 Enfoque de gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	36, interior portada		
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes	9, 42		
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión			Info. no disponible
203 Impactos económicos indirectos 2016	203-1 Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados	42, 52, 53		
	203-2 Impactos indirectos significativos	42, 52, 53		

El informe de Estado de Información no Financiera (EINF) del Grupo Anecoop, que integra Anecoop S.Coop. y sociedades del Grupo, verificado por entidad certificadora independiente, se publicará en la web www.anecoop.com

TABLA DE INDICADORES DE LA ECONOMÍA SOCIAL

	Página
Primer Principio: Primacía de las personas y del objeto social sobre el capital	
ES1.1. Descripción de una breve memoria que ponga de manifiesto la primacía de las personas y del objeto social sobre el capital	56
Segundo Principio: Adhesión voluntaria y abierta	
ES2.1. Requisitos para la adhesión de nuevos miembros a la organización	60
ES2.2. Requisitos y conciciones de salida de la organización	60
ES2.3. Evolución de socios o miembros, describiendo la variación de altas y bajas	54
Tercer Principio: Organización y cultura empresarial con vocación de gestión participativa y democrática	
ES3.1. Porcentaje de personas o grupos con derecho a voto en los órganos máximos de decisión con respecto al total de personas de la organización	56
ES3.2. Grado de renovación en los órganos de representación de la organización, indicando la fórmula de renovación prevista	56
ES3.3. Grupos de trabajo o espacios generados que favorezcan la toma de decisiones de la organización	56
ES3.4. Porcentaje de personas de la organización que participan en alguno de los grupos o espacios generados	56
ES3.5. Proceso de información por el cual las personas de la organización tienen acceso a la información de triple vertiente (societaria, empresarial y económica), indicando los canales, la frecuencia y los destinatarios	45-47
ES3.6. Porcentaje de miembros de la organización que han recibido o participado en actividades de formación específica en economía social en el último año con respecto al total de miembros de la organización	NI
ES3.7. Porcentaje promedio de participación real en los máximos órganos de decisión	56
ES3.8. Descripción del proceso preparatorio del máximo órgano de representación social	56
Cuarto Principio: Comunicación de los intereses de los miembros usuarios y el interés general	
ES4.1. Definición de un mapa de los grupos de interés focalizados en la organización	45-47
ES4.2. Flujos relacionales existentes entre la organización y sus grupos de interés	45-47
ES4.3. Existencia de un apartado sobre derechos humanos (rechazo del trabajo infantil y el trabajo forzoso y obligatorio, libertad de asociación, prohibición de aceptación de sobornos, corrupción, etc.) dentro de la política de responsabilidad social	51
ES4.4. Adaptación a la identidad cultural de los territorios donde actúa la organización	46
ES4.5. Existencia de una sistemática de valoración de la satisfacción de los grupos de interés	NI

(*) Normas básicas para el suministro de frutas y hortalizas de Anecoop

	Página
Quinto Principio: Defensa y aplicación de los principios de solidaridad	
ES5.1. Organización de actos sociales, culturales o solidarios y colaboraciones monetarias o de cualquier otro tipo en los mismos	36, 37, 52, 53
ES5.2. Existencia de actuaciones vinculadas a inversiones socialmente responsables	52, 53
ES5.3. Existencia de una declaración formal que pida a los proveedores y empresas contratadas un compromiso de gestión respetuosa con el medio y socialmente responsable	*
ES5.4. Consideración de criterios ambientales al seleccionar proveedores, productos y servicios	*
ES5.5. Número y tipología de actividades de cooperación realizadas con otras organizaciones	36, 37, 52, 53
ES5.6. Porcentaje de compras efectuadas en el territorio (materias primas, servicios y activos fijos)/total de compras	29
ES5.7. Existencia de políticas o procedimientos de igualdad de oportunidades en la selección, promoción y desarrollo de las personas de la organización	49
ES5.8. Conocimiento y documentación de los impactos ambientales significativos que se deriven de la actividad	38-43
ES5.9. Definición y documentación de objetivos ambientales anuales en función de los impactos ambientales significativos	38
ES5.10. Desglose del personal por tipos de trabajo, por contrato y por región, incluidos los puestos de trabajo ocupados por personas con discapacidades sobre el total de la organización	48, 49
ES5.11. Número total de personal desglosado por grupos de edad, sexo y región, especificando el personal discapacitado	48, 49
ES5.12. Rotación promedio de la plantilla desglosada por grupos de edad, sexo y región, especificando el personal discapacitado	NA
ES5.13. Medidas adoptadas para colaborar en la preservación o restauración de especies o espacios naturales cercanos, así como las riquezas naturales y culturales propiedad de la organización	NA
ES5.14. Disposición de una auditoría de accesibilidad global, reconocida en el ámbito mundial	50
Sexto Principio: Autonomía de gestión e independencia con respecto a los poderes públicos	
ES6.1. Descripción de una breve memoria que detalle los requisitos y limitaciones de la soberanía de gestión de los máximos órganos de decisión de la organización	56
Séptimo Principio: Aplicación de los excedentes o de la mayor parte de los mismos en la consecución de los objetivos a favor del interés general, de los servicios a los miembros	
ES7.1. Porcentaje sobre el Pasivo que corresponde a fondos colectivos o irrepartibles	28
ES7.2. Porcentaje de distribución de excedentes destinados a fondos colectivos o irrepartibles	27, 28
ES7.3. Porcentaje de excedentes asignados a los miembros de la organización o a la incorporación de personas (excedentes capitalizados o monetarios)	NA
ES7.4. Aumento o disminución de los beneficios retenidos al final del periodo	27
Tabla de contenido principios de economía social	67

Anecoop GRUPO ANECOOP

Anecoop | Anecoop France | Anecoop Praha

Anecoop Polska | Solagora | Anecoop ServiFruit

Fesa | Floren'Sud | Agrikoop

TROPICAL DIRECT | 4 FRUIT COMPANY BV | JANUS FRUIT

Anecoop Asia | AnecWines Corp | Agriconsa

Anecoop GRUPO ANECOOP

ANECOOP S.COOP.
Oficina central
Monforte, 1. Entlo.
46010 Valencia
E-mail: info@anecoop.com
www.anecoop.com

- **Centralita y Comercial**
Tel: +34 963 938 500
- **Vino**
Tel: +34 963 938 509
- **Administración**
Tel: +34 963 938 519
- **Calidad y Sistemas**
Tel: +34 963 938 512

ANECOOP ALMERÍA
Pedro Muñoz Seca, 1, 1°
Aguadulce - Roquetas de Mar
04720 Almería
E-mail: infoalmeria@anecoop.com
Tel: +34 950 346 404

ANECOOP MURCIA
Avenida Europa, s/n
Edificio Roma. Entlo. 4, 5 y 6
30007 Murcia
E-mail: comercialmurcia@anecoop.com
Tel: +34 968 200 280

ANECOOP SEVILLA
Edificio Cartuja
Avda. Américo Vespucio, 5 (1)
Bloque A, 1ª planta, módulos 5 y 6
41092 Sevilla
E-mail: infosevilla@anecoop.com
Tel: +34 955 180 222

CENTRO LOGÍSTICO ANECOOP
P.E. Pepe Miquel
Magraners, s/n
46680 Algemesí (Valencia)
E-mail: alfredocordellat@anecoop.com
Tel: +34 962 443 366

JANUS FRUIT S.L.
Juan Subiela i Durà, 1
46180 Benaguasil (Valencia)
E-mail: albertocancer@anecoop.com
Tel: +34 963 938 500

AGRICONSA
P.E. Pepe Miquel
Avda. Salvador Roig Giner, 18
46680 Algemesí (Valencia)
E-mail: agriconsa@agriconsa.es
www.agriconsa.es
Tel: +34 962 482 910

ANECOOP FRANCE S.A.S.
Z.A.C. Saint Charles.
691, Avenue de Londres. B.P. 95052
66030 Perpignan Cedex. Francia
E-mail: direccion@anecoop-france.com
Tel: +33 468 683 838

SOLAGORA S.A.S.
Z.A.C. Saint Charles.
545, Avenue de Londres. B.P. 95052
66030 Perpignan Cedex. Francia
E-mail: commercial@solagora.com
www.solagora.com
Tel: +33 411 643 410

FLOREN'SUD S.A.S.
Z.A.C. Saint Charles
Av de Bruxelles. B.P. 35402
66034 Perpignan Cedex. Francia
E-mail: commercial@florensud.fr
www.florensud.fr
Tel :+33 468 553 282

ANECOOP POLSKA Sp. z o.o.
Ul. Rabowicka, 2
62020 Jasin. Polonia
E-mail: anecoop@anecoop.pl
Tel: +48 618 975 700

AGRIKOOP
Bolshaya Pochtovaya, 55/59
Bld. 1, Of. 736
105082, Moscú, Federación de Rusia
E-mail: info@agrikoop.ru
Tel: +7 499 940 94 87

FESA U.K. Ltd. &
TROPICAL DIRECT Ltd.
Clay Lake. Spalding
PE12 6BL Lincolnshire. Reino Unido

FESA
E-mail: info@fesa.co.uk
www.fesa.co.uk
Tel: +44 1775 714 700

TROPICAL DIRECT
E-mail: info@tropicaldirect.co.uk
www.tropicaldirect.co.uk
Tel: +44 1775 715 190

4 FRUIT COMPANY Bv.
Handelsweg, 30
2988 DB Ridderkerk, Países Bajos
E-mail: info@4fruitcompany.nl
www.4fruitcompany.nl
Tel: +31 180 641 900

ANECOOP PRAHA s.r.o.
Petržílkova 13/2583
158 00 Praga 5. República Checa
E-mail: info@anecoop.eu
Tel: +420 233 356 080
Almacén:
Velkotržnice Lipence
K Radotínu 492. Hala č. 34
156 00 Praha 5 - Lipence. Rep. Checa

ANECOOP SERVIFRUIT SK s.r.o.
Kupelna 767/4
92901 Dunajska Streda. Eslovaquia
E-mail: anecoop@real-net-sk
Tel: +421 903 407 929
Almacén:
Priemyselný park Žitný ostrov
930 03 Kostoln Kráčany

ANECOOP ASIA CORPORATED Ltd.
Room 13, 6th Floor
International Trade Centre, 11 - 19
Sha Tsui Road, Tsuen Wan, NT. Hong Kong
E-mail: jpascal@anecoop.com
E-mail: brunoillera@anecoop.com
Tel. España: +34 608 031 744
Tel. Hong Kong: +85 2 64 256 023

ANECWINES CORPORATION
845 Third Avenue, Suite 607
Nueva York, NY 10022. Estados Unidos
E-mail: jrpascual@anecoop.com
Tel: +1 516 519 6931

FUNDACIÓN ANECOOP
Campo de experiencias y formación
Masía del Doctor
Partida de San Onofre, s/n
46136 Museros (Valencia)
E-mail: adelpino@anecoop.com
Tel: +34 963 938 585

FUNDACIÓN FINCA
EXPERIMENTAL UAL-ANECOOP
Carretera de Sacramento s/n
Edif. CITE V - Despacho D 2 - 30
04120 Almería
E-mail: fincaexp@ual.es
www.fundacionualanecoop.org
Tel.: +34 950 214 207
Móvil: +34 638 140 231
Finca
Paraje Los Goterones, s/n
Polígono 24, Parcela 281
04131 Retamar (Almería)

vida para el campo

anecoop - memoria rsc 2019/2020

Anecoop

Anecoop S. Coop.
Monforte 1, Entlo.
46010 Valencia. España

www.anecoop.com