

# trazabilidad

## memoria rsc 2022/2023



## **Perfil, alcance y cobertura de la Memoria**

Presentamos la Memoria de Responsabilidad Social Corporativa de Anecoop S.Coop. (RSC), correspondiente a la campaña comercial 2022-2023 (del 1 de octubre de 2022 al 30 de septiembre de 2023) en la que informamos sobre sus impactos en la economía, el medio ambiente y las personas, incluidos los impactos que afectan a sus derechos humanos. El ciclo de presentación será anual, coincidiendo con la campaña comercial.

Se trata de la decimocuarta memoria de RSC publicada; la anterior, correspondiente a la campaña 2021-2022 se presentó a los socios en la Asamblea General de marzo de 2023.

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](http://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 utilizado como referencia los Estándares GRI del Global Reporting Initiative (GRI)\* teniendo en cuenta los conceptos clave sobre los que se fundamenta la elaboración de informes de sostenibilidad: "impactos", "temas materiales", "diligencia debida" y "grupos de interés", así como los principios de precisión, equilibrio, claridad, comparabilidad, contexto de sostenibilidad, exhaustividad, puntualidad y verificabilidad. En el proceso de determinación de los temas materiales nos basamos en la participación de los grupos de interés (socios, trabajadores, clientes y sociedad); que 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.

Cualquier aportación a la Memoria de RSC se puede realizar a través de [info@anecoop.com](mailto: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.



**Anecoop Memoria RSC 2022/2023**  
*Trazabilidad*



# índice



|  | Página |   | Página |
|--|--------|---|--------|
| <b>1 Cultivamos futuro</b>   |        | <b>3.4 Gestionar proyectos de economía social que mejoren el bienestar de nuestros agricultores y de nuestra sociedad y promuevan el desarrollo rural</b> |        |
| 1.1 Carta del Presidente - Alejandro Monzón  | 4      | 3.4.1 Innovación en producto  | 41     |
| 1.2 Carta del Director General - Joan Mir  | 6      | 3.4.2 Innovación en la gestión  | 42     |
| 1.3 Objetivos de Desarrollo Sostenible   | 8      | 3.4.3 Relación con los grupos de interés  | 44     |
| 1.4 Memoria abreviada  | 10     | 3.4.4 Formación   | 45     |
| <b>2 Cultivamos Economía. Información económica</b>  |        | 3.4.5 Modelo de Gestión de Recursos Humanos   | 48     |
| 2.1 Cifras   | 26     | 3.4.6 Derechos Humanos  | 49     |
| 2.2 Marketing y comunicación   | 32     | 3.4.7 Satisfacción de los clientes  | 51     |
| 2.2.1 Frutas y hortalizas  | 32     | 3.4.8 Comunidad local. Anecoop solidaria  | 52     |
| 2.2.2 Vinos  | 32     | 3.4.9 Competencia   | 52     |
| 2.2.3 Comunicación de producto y corporativa   | 34     | 3.4.10 Objetivos sociales   | 53     |
| 2.2.4 Premios y reconocimientos  | 35     |   |        |
| <b>3 Cultivamos la Responsabilidad Social Corporativa. Nuestros Valores</b>  |        | <b>4 Cultivamos Empresa. Información Institucional</b>  |        |
| 3.0 Materialidad   | 36     | 4.1 El Grupo Anecoop  | 54     |
| 3.1 Fomentar la alimentación saludable en la sociedad mediante el consumo de frutas y hortalizas, especialmente en los niños | 36     | 4.2 Órganos de Gobierno y gestión   | 56     |
| 3.2 Garantizar la seguridad alimentaria de nuestros productos  | 37     | 4.3 Socios  | 60     |
| 3.3 Respetar el medio ambiente y la conservación de los recursos naturales   | 37     | 4.4 Misión, Visión y Valores  | 61     |
| 3.3.1 En el ámbito de la producción agrícola   | 37     | 4.5 Objetivos fundacionales   | 62     |
| 3.3.2 En el entorno de trabajo   | 38     | 4.6 Objetivos estratégicos  | 62     |
| 3.3.3 Legislación ambiental  | 41     | 4.7 Estrategia empresarial  | 62     |
| 3.3.4 Contaminación  | 41     | 4.8 Impactos, riesgos y oportunidades   | 63     |
| 3.3.5 Afecciones al suelo  | 41     | 4.9 Integración de la RSC en los sistemas de gestión  | 63     |
| 3.3.6 Información y formación ambiental  | 41     | 4.10 Presencia institucional  | 63     |
| 3.3.7 Integración en el entorno  | 41     |   |        |
| <b>5 Indicadores de Sostenibilidad</b>   |        |   |        |
| Tabla contenidos GRI   | 64     |   |        |
| Tabla indicadores de economía social   | 67     |   |        |

# carta del presidente

Available in English version at [www.ancoop.com](http://www.ancoop.com)



Alejandro Monzón  
Presidente

Tras el ejercicio anterior, arrancamos la campaña 2022-2023 con la esperanza puesta en la calma que llega tras la tempestad. Nada más lejos. La incertidumbre política persistió, y lo sigue haciendo: la necesidad de buscar rutas alternativas para la comercialización de productos en determinados puntos del planeta y su consecuente encarecimiento nos devuelve al punto de partida. Y, si bien es cierto que la situación es desfavorable para todos los sectores, el nuestro es especialmente sensible por muchos motivos. El más evidente, por la inmediatez de comercialización que nuestros productos precisan y el ajuste casi diario de los costes de producción.

Conscientes de esta realidad, en Anecoop hemos puesto el foco, como siempre, en atenuar las consecuencias a corto plazo de los numerosos frentes abiertos que impactan en nuestro sector, sin perder de vista las estrategias que sabemos que son necesarias para progresar en el medio y largo plazo.

Quiero felicitar a las cooperativas y empresas socias que han pasado de las palabras a los actos y han dado pasos valientes en pos de una integración que, como sabemos, es una de las claves para ganar eficiencia y competitividad, y estar mejor preparados para afrontar desafíos y proyectos ambiciosos, capaces de mantenernos firmes en un mercado que no deja de cambiar.

Hemos seguido invirtiendo en recursos para impulsar el uso de las tecnologías y la digitalización en nuestra gestión diaria con socios y clientes, mejorando y agilizando el intercambio de información para seguir avanzando en todas las tareas relacionadas con el proceso productivo. Esta apuesta nos aporta valor añadido y sitúa nuestra gestión en un plano acorde a los tiempos, haciendo más accesible para nuestros socios el manejo de la documentación, el control de la producción

y el cumplimiento con las especificaciones de calidad y seguridad alimentaria.

Pero sin duda, el reto y la apuesta de futuro está en el desarrollo sostenible de nuestro sector. Y es aquí donde estamos de enhorabuena, porque nuestro modelo cooperativo encaja a la perfección con la petición social de empresas y organizaciones que funcionen como palanca de crecimiento de la sostenibilidad y el compromiso con la comunidad. Anecoop y sus 67 cooperativas y empresas socias, con miles de agricultores asociados, han configurado una estructura poderosa, capaz de aliviar las limitaciones que dejan fuera del alcance de pequeños y medianos productores las tecnologías de producción avanzada o las prácticas sostenibles, y que les dota de la fuerza que da el grupo frente a la negociación en el mercado.

Como se puede comprobar en el interior de esta Memoria de Responsabilidad Social Corporativa, la innovación sigue siendo uno de los puentes para crecer con éxito en el resto de ámbitos. En la parte de la producción, continuamos siendo un referente. Así lo demuestra el importante número de visitas que recibimos durante el año en nuestros dos campos de experiencias en Valencia y Almería. Clientes, instituciones académicas, centros de investigación, misiones de productores o empresas de industria auxiliar, por mencionar algunos, quedan francamente impresionados por los proyectos que desarrollamos en campo y laboratorio y, lo más importante, el trabajo de transferencia al socio.

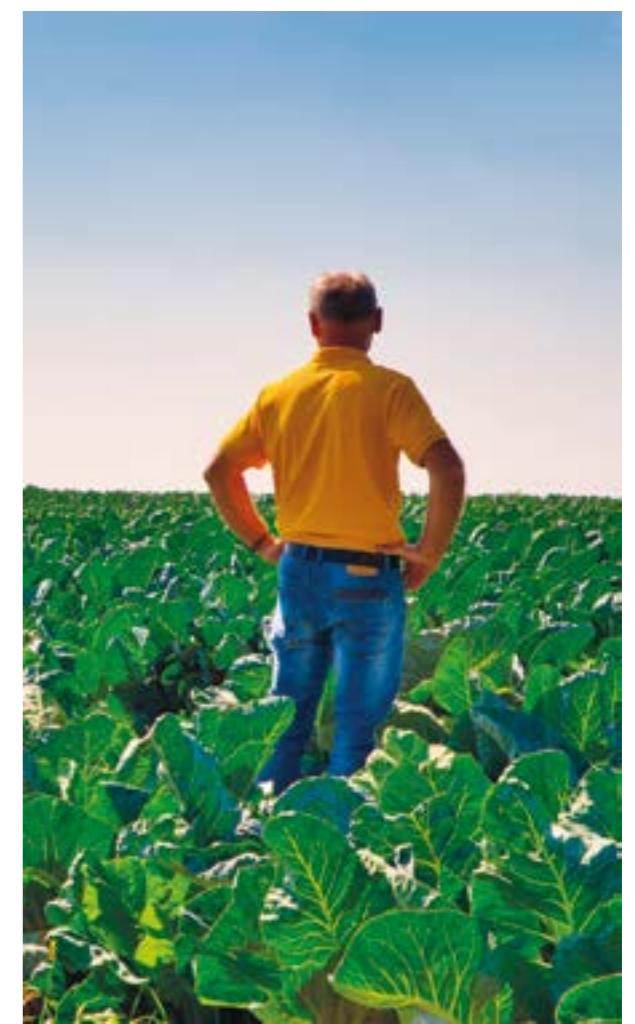
En su vertiente empresarial, contamos con la Mesa de Innovación, un equipo de trabajo multidisciplinar al servicio de la organización que cuenta con el apoyo de expertos para sacar partido a la creatividad y el criterio de los profesionales del Grupo, que son quienes mejor conocen la organización en la gestión del día a día.

Esta es nuestra hoja de ruta y en ella seguimos trabajando con determinación, pues somos conscientes de que nos dirige hacia nuestro objetivo prioritario, que no es otro que dar rentabilidad a nuestros socios.

Al cierre de esta memoria, en el primer trimestre de 2024, afrontamos el ejercicio con la valentía que nos llega de la concienciación social sobre la vulnerabilidad de la agricultura en Europa. El

campo se ha hecho oír en estas semanas y ha conseguido trasladar a la sociedad sus carencias, que pesan aún más en una actividad expuesta como pocas a factores externos. El consenso entre los distintos agentes implicados en la cadena de valor para manejar precios justos para todos, la búsqueda de soluciones por parte de Europa para aligerar la carga burocrática que soporta el agricultor y la puesta en marcha de políticas de control frente a la competencia desleal, encabezan las justas reivindicaciones del campo. En España, además, afrontamos un año en el que la sequía castiga con fuerza.

Seguiremos aquí. Convencidos de que nuestra condición de empresa cooperativa con un fuerte componente social nos desmarca en positivo. Recorriendo el camino hacia la competitividad de nuestros socios y defendiendo sus intereses gracias a las ventajas que solo la unión permite y que, sin duda, nos hace más fuertes.



# carta del director general

Available in English version at [www.anecoop.com](http://www.anecoop.com)



En la campaña 2022-2023 Anecoop S.Coop. alcanzó una cifra de facturación de 846,9 M€, un 2,7% superior a la obtenida el ejercicio anterior, convirtiéndose en nuestra campaña récord en facturación a pesar de haber descendido un 14,3% el volumen comercializado, situándonos en 650.978 t+kl, debido a una menor producción en casi la totalidad de nuestros productos. Y lo más importante, mientras nuestra facturación crecía un 2,7%, el precio medio por kilo pagado a los agricultores lo hacía en un 20,7%.

La facturación combinada del Grupo Anecoop pasó de 998 millones de euros a 1.001, superando por primera vez en nuestra historia la barrera de los 1.000 millones de euros, un hecho y una cifra muy relevantes.

El descenso productivo, muy significativo en algunos productos clave, tiene su origen en una climatología adversa en distintos momentos de la campaña que afectó a la mayoría de nuestros cultivos y zonas de producción, llegando a perder en algunos casos más de un 50% de la cosecha.

La inflación y el consecuente encarecimiento de las materias primas, de la energía y del coste general de la vida, junto a la escasez de algunos productos y materias auxiliares en determinados momentos de la campaña, unidas a la desaceleración de la economía mundial, también afectaron a la evolución normal de ésta y al consumo, sin olvidar que este ejercicio que ahora analizamos es el primero desarrollado íntegramente con la guerra de Ucrania activa.



Joan Mir  
Director General

Una guerra cuyas consecuencias están pasando especial factura a nuestras ventas en vinos. Ha sido muy importante la pérdida del mercado ruso junto al descenso del consumo de vino en China y en la mayoría de los países de nuestro entorno, lo que ha generado un descenso de un 21% en facturación y de un 32% en volumen.

Continuando en el plano internacional con una nota positiva, nuestra infraestructura en Anecoop Praha crecía con la ampliación y renovación de nuestras instalaciones en el mercado de Lipence,

Praga. Con esta adquisición, también crece nuestra capacidad logística y de servicio en el mercado checo.

Como se destaca a lo largo de esta Memoria de Responsabilidad Social Corporativa y las memorias precedentes, un objetivo fundacional y permanente de Anecoop es progresar en la concentración e integración de nuestros socios: cooperativas y empresas privadas, así como de nuestros Grupos Empresariales, y la campaña pasada ha sido especialmente intensa en este ámbito.

Arrancamos el ejercicio 2022-2023 con 73 entidades asociadas. A mitad de campaña se creó Coalmar Fruits, fruto de la fusión de las cooperativas Agrícola del Marquesado de Llombai y San Salvador de Alfar, que pasaron a darse de baja como socias, dando de alta en Anecoop a la nueva entidad.

Al inicio de la campaña 2022-23 se había producido la entrada de Alzicoop en Green Fruits Coop. V. En el mes de julio, se dieron de baja en Anecoop las cinco socias que forman parte de esta cooperativa de segundo grado, y se produjo además la firma de un acuerdo de colaboración entre Green Fruits y la castellonense Soex-2 para la gestión de la fruta.

Por otro lado, Camp de Llutxent-Otos y Vitivinícola La Pobla del Duc, aprobaron a principios de septiembre de 2023 su integración, dando vida a una nueva entidad de segundo grado, Univall Coop. V.

En el primer trimestre del ejercicio 23-24, la andaluza Albentillas Sociedad Cooperativa se integró dentro de otra de nuestras entidades socias, Toñifruit S.L., con sede en Librilla (Murcia).

A todos estos movimientos, hay que sumar la entrada en febrero de 2024 de un nuevo socio de Almería, Ecoinver Export S.L., reforzando nuestra presencia, cada día más relevante, en esta provincia.

Con todo ello, el número de entidades socias al cierre de esta memoria es de 67.

Además, cabe destacar un hecho de gran importancia que comenzó a gestarse durante la campaña anterior, en junio de 2022. Se trata del acuerdo de integración de la comercialización del kaki de las cooperativas que forman el Grupo Persimon en Anecoop al 100%.

Después de muchos años e importantes avances en la gestión del kaki, el Grupo Persimon dio el paso definitivo, y en la campaña actual, entre los meses de octubre y enero, se ha comercializado la producción de las cooperativas a través de Anecoop. Queremos resaltar la generosidad, implicación y visión de las cooperativas que forman el Grupo, que con más de 100.000 toneladas de kaki

Persimon comercializado, representan el 50% de las ventas de origen español de esta fruta.

Es decir, tenemos menos entidades, pero más grandes, integradas y fuertes, para dar respuesta a los nuevos retos de nuestros clientes, de nuestros consumidores y de nuestros agricultores.

La nueva realidad no se puede gestionar con los modelos de siempre. El cambio es constante y en los últimos años se ha acelerado, y solo podemos darle respuesta con innovación, con nuevos sistemas de gestión y mayor eficiencia.

En Anecoop somos conscientes de que esos son nuestros grandes retos, y en ellos estamos centrados. Hemos de innovar y avanzar manteniendo nuestros principios y valores. Un claro ejemplo de ello es el Grupo Persimon, donde la cooperación y el compromiso entre las cooperativas, y entre Anecoop y sus socios, han sido clave para su evolución.

Hace años escuché a un gran experto cooperativo decir que los grupos humanos tienen posibilidades de alcanzar objetivos infinitos si se atrevan a soñarlos. Desde estas líneas os invito a que soñemos juntos, a que apartemos el miedo y los temores que tantas veces nos paralizan y nos marquemos objetivos ambiciosos que nos hagan evolucionar y construir un futuro mejor para nuestras entidades socias -cooperativas y empresas- y profesionales.

Al escribir estas líneas (mes de febrero) las protestas de los agricultores se extienden por gran parte de Europa. El sector necesita que se le escuche y se satisfagan sus justas reivindicaciones. La pandemia demostró lo necesario que es para un país tener un sector agrario potente, competitivo, independiente y diverso, no podemos olvidarlo tan pronto, no es justo, ni es socialmente aceptable.

Desde Anecoop apoyamos al sector, de la manera que sabemos hacerlo, comprometiéndonos a mejorar nuestra gestión, a innovar y a realizar los cambios necesarios para *mejorar la renta de nuestros agricultores y agricultoras*, esa es nuestra razón de ser.

Deseamos dar las gracias al Consejo Rector de Anecoop por su apoyo, y a todas las personas, compañeras y compañeros de delegaciones, filiales, almacenes, campos de experiencias y central que, a pesar de las muchas dificultades descritas, siempre estáis ahí con gran profesionalidad y compromiso.

Con un recuerdo muy especial a Toni.  
Gracias, muchas gracias.



# OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

17 OBJETIVOS PARA TRANSFORMAR NUESTRO MUNDO



• 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 prácticas de cultivo sostenible entre sus agricultores socios (proyecto Ruralfruit-Agroeco). • Participa en iniciativas para minimizar el desperdicio alimentario, como la iniciativa "La alimentación no tiene desperdicio" de AECOC. • Valorización de producto desperdiciado: participación en el proyecto FoodCollect, que permite la recolección mecánica de fruta caída en el suelo de la parcela. • Impulsa la alimentación del futuro participando en proyectos para la evaluación de patrones y variedades que se adapten al cambio climático, como el proyecto Caquierrels.



• 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.



• 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 y nuevas tecnologías.



• 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.



• Promueve entre sus socios el uso de sistemas de riego y tecnologías para un uso eficiente del agua. • Participa en proyectos que integran una gestión eficiente de los recursos hídricos, como Digital Riego, Granarec, Inverconec o Ruralfruit Eco.



• Participa en proyectos que velan por un mejor manejo hídrico de los cultivos mediante el ajuste de aportes de agua gracias a la incorporación de nuevas tecnologías en las parcelas. • Realiza la transferencia de resultados obtenidos en los proyectos al sector primario y especialmente entre sus asociados (proyecto Digital Riego).



• Dispone de plantas fotovoltaicas en la cubierta de tres de sus instalaciones. • Empleo de agricultura de precisión para la gestión agrícola mediante nuevas tecnologías como geolocalización, drones, robots o aplicaciones móviles para mejorar la eficiencia en el uso de recursos, entre ellos los hídricos (proyecto Granarec).



Available in English version at [www.anecoop.com](http://www.anecoop.com)

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.



Anecoop Memoria RSC 2022/2023  
Trazabilidad

En la presente memoria, Anecoop, empresa de economía social con una fuerte implantación de sus valores de RSC en todos los ámbitos de la organización, deja constancia de aquellas acciones que, siendo propias de su actividad, impactan en 16 de los 17 ODS en el ejercicio 2022-2023.

Como prueba de su compromiso con el cumplimiento de los objetivos de la Agenda 2030, desde junio de 2021 es socio "Signatory" del Pacto Mundial de Naciones Unidas.



• 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. • Apoyo a infraestructuras más sostenibles, como el Corredor Mediterráneo. • Desarrollo de nuevos conceptos de consumo de frutas y hortalizas (listas para comer, listas para cocinar). • Generación de valor añadido a productos tradicionales (hoshigaki o kaki deshidratado).



• 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. • Es socio de la Fundación Novaterra, que trabaja por la justicia y la inclusión social a través del empleo.



• 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.



• 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 en políticas de eficiencia en la gestión de los recursos naturales y los residuos.



• Prácticas de cultivo sostenible, cultivo orgánico, residuo cero y certificado naturane. • Promueve entre sus socios el uso de sistemas de riego y tecnologías que ahoran agua. • Dispone de una planta solar fotovoltaica en la cubierta de su almacén de Torrent (Valencia). • Uso de cubiertas vegetales en las parcelas del campo de ensayos para retener el agua de lluvia, reducir la temperatura ambiente y promover la biodiversidad de las parcelas.



• Es colaboradora de la Fundación Ingenio, que cuenta entre sus compromisos con el de velar por la sostenibilidad del Mar Menor (Murcia).



• 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 en dos proyectos de ámbito europeo para el control de plagas y enfermedades de países terceros y evitar su propagación en la UE (proyectos FF-IPM y Patafest). • 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.



tu sostenibilidad

# 1. productos



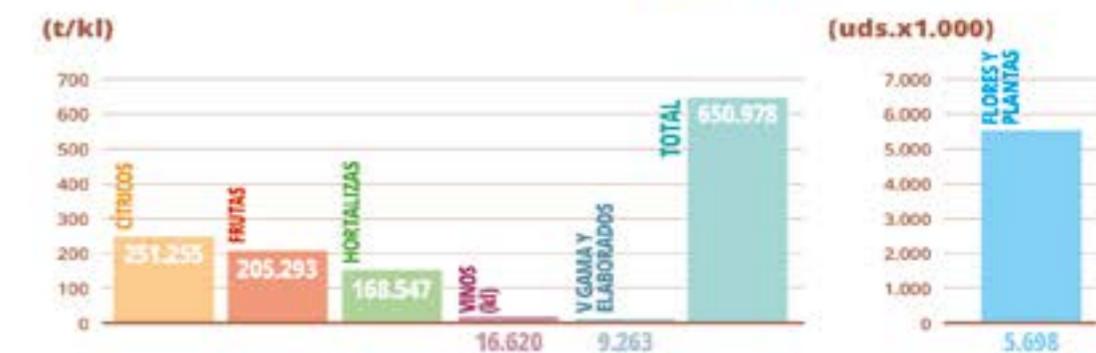
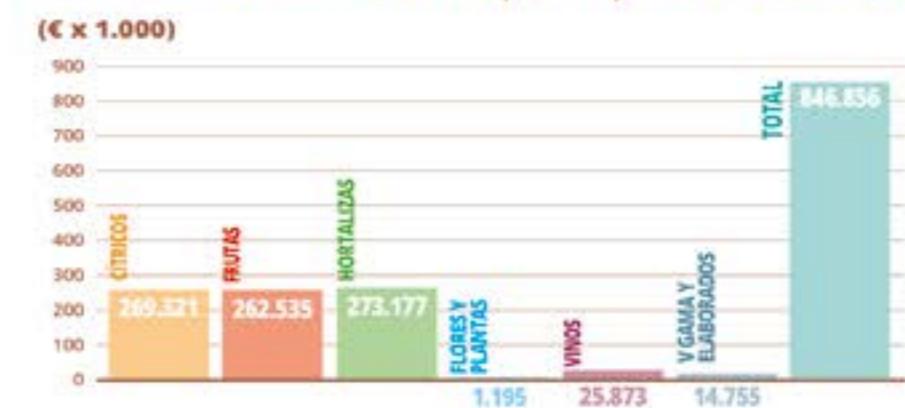
actualizado en Febrero de 2023 para el periodo enero-diciembre

↑€ +2,7%

evolución de la facturación



comercialización por productos



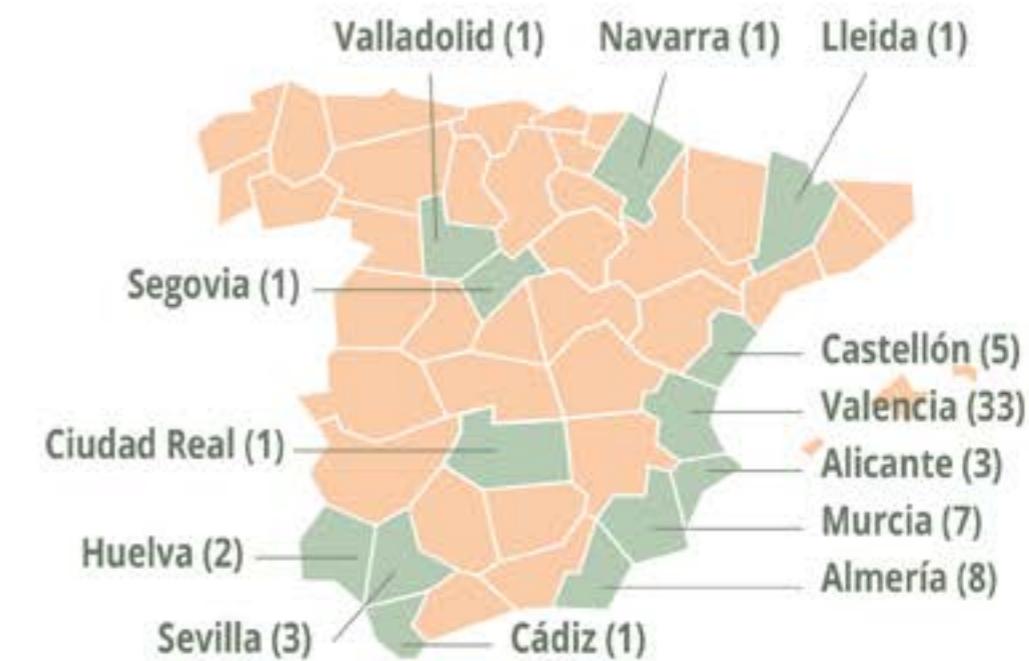


# 2. agricultores



Available in English version at [www.anecoop.com](http://www.anecoop.com)

## distribución geográfica socios de Anecoop



67 socios / 7 comunidades autónomas / 13 provincias

## nuestros socios

socios agricultores **21.284**

socios otros servicios **23.531**

empleados **20.347**

## nuestros campos

hectáreas cultivadas **59.956,83**



llegabilidad

# 3. mercados



Available in English version at [www.anecoop.com](http://www.anecoop.com)

¿en qué mercados estamos?



69 países

el Grupo Anecoop





# 4. personal



Available in English version at [www.anecoop.com](http://www.anecoop.com)

porcentaje de personal por sexo



edad media de la plantilla



formación

41,2 horas  
de formación  
por persona



164.462€  
invertidos  
en formación



91,5%  
proporción de  
la plantilla participante



# 5. sociedad



Available in English version at [www.anecoop.com](http://www.anecoop.com)

## Anecoop solidaria

88.400 €   
aportados a 30 instituciones solidarias, ONGs y asociaciones



>665.000 kg de frutas y hortalizas donados por el Grupo Anecoop

apuesta por la alimentación saludable



colaboración en 99 eventos deportivos y lúdicos en diferentes países



# 6. tierra



Available in English version at [www.anecoop.com](http://www.anecoop.com)



**ITRIAFORO GO**

ESTIMACIÓN DE LA COSECHA  
EN CÍTRICOS



proyecto CITRIAFORO  
soluciones mecanizadas a  
la estimación y rendimiento  
de los cítricos

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

**BOUQUET**  
*naturane*

>45.000 Ha. certificadas\*  
por GLOBALG.A.P.

**BOUQUET**  
**Naturane**  
**ZERO**

533 t  
comercializadas



28.535 t  
comercializadas

certificados que garantizan nuestra  
gestión de los alimentos y los recursos

**GLOBALG.A.P.**





# 7. futuro



Available in English version at [www.anecoop.com](http://www.anecoop.com)

¿qué recursos dedicamos?

2 campos  
de experiencias



1,5 M€  
en I+D+iT

algunos proyectos en  
los que participamos



manejo y alerta de la  
presencia de moscas de la  
fruta actuales y potenciales



inteligencia artificial para la  
producción agrícola bajo  
invernadero



modernización del regadío valenciano  
basada en la digitalización y las nuevas  
tecnologías

# raciones de vida para el campo

## Kaki Persimon® Bouquet: 25 Aniversario del sabor del otoño

En el ejercicio 2022-2023 celebramos 25 años de las primeras cargas comerciales de uno de nuestros productos de referencia, el kaki Persimon® Bouquet.

Un cultivo cuyo origen se remonta cinco décadas atrás, cuando agricultores de la comarca valenciana de la Ribera del Xúquer (España), identificaron una variedad autóctona de kaki a la que denominaron "Rojo Brillante".

En plena década de los 90, los consumidores apostaban por el kaki "Rojo Brillante" clásico, que se comía blando y con cuchara, una característica que limitaba su consumo no solo al ámbito del hogar, sino también desde el punto



de vista geográfico, pues su breve vida comercial no le permitía llegar más lejos del propio territorio nacional y Portugal.

Gracias a la actualización acometida en su sistema de maduración, se consiguió eliminar la aspereza de la pulpa cuando el kaki todavía estaba duro y crujiente, en su punto óptimo de madurez y conservando todo su sabor. Para diferenciarlo del kaki clásico de consistencia blanda, recibe en ese momento el nombre de Persimon®.



La introducción del kaki Persimon® en el mercado hace 25 años, no solo consiguió alargar la vida útil del producto en el lineal, también transformó su comercialización, al conseguir llevarlo a mercados más lejanos, y su consumo, haciéndolo mucho más sencillo, cómodo, versátil y accesible. Un reconocido caso de éxito que multiplicó por 100 las ventas, pasando de las 1.000 toneladas en 1997 a un promedio de 100.000 toneladas en las últimas campañas.



Anecoop Memoria RSC 2022/2023  
Trazabilidad

## Apoyo al medio rural 100% producción nacional

El kaki Persimon® Bouquet se cultiva en España de forma integral, lo que constituye un programa de cultivo con un importante valor social que permite que numerosos agricultores, así como sus familias, puedan continuar con la actividad agrícola todo el año, ayudando así a dar Raciones de Vida para el Campo.

Para el consumidor, elegir Persimon® Bouquet supone contribuir a la sostenibilidad de la agricultura limitando el abandono de las tierras de cultivo y afianzando la población al medio rural y, por ende, el relevo generacional.



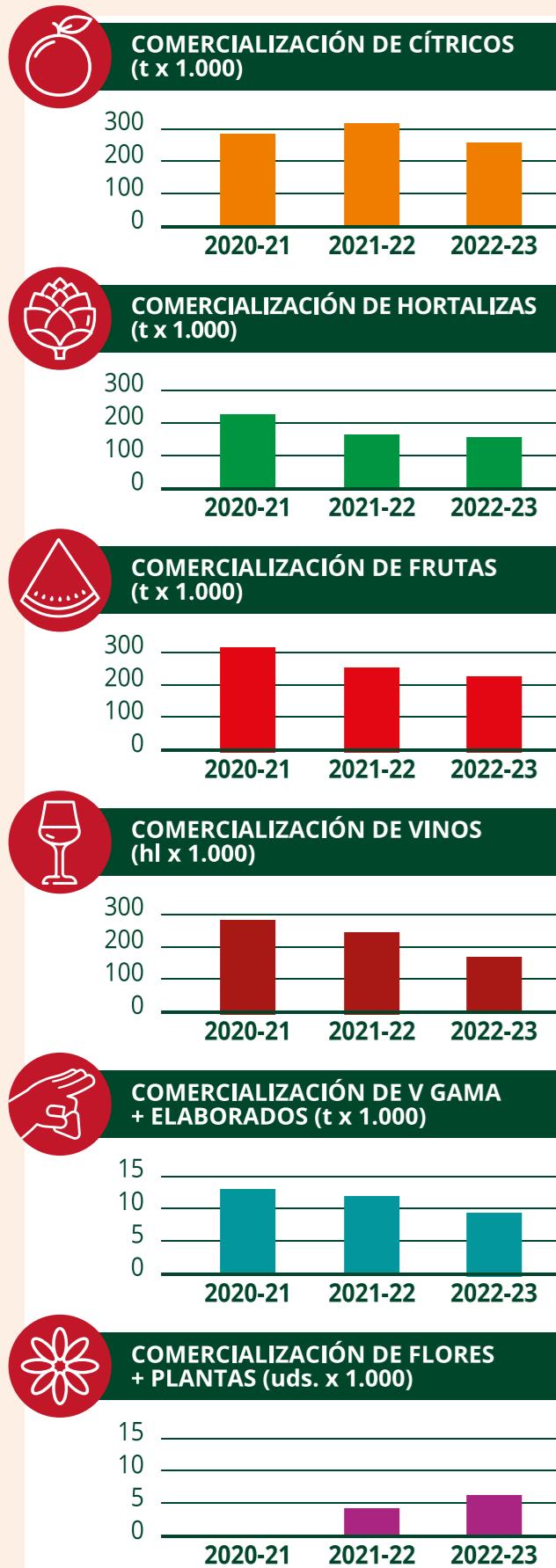
En Anecoop comercializamos el kaki Persimon® bajo nuestra marca Bouquet y con Denominación de Origen Kaki Ribera del Xúquer, una certificación oficial que aparece correctamente sellada y numerada en cada envase. Este Consejo Regulador se encarga de supervisar la producción, calidad, sabor, aspecto y envasado de cada cosecha que llega al consumidor perteneciente a la Denominación de Origen Protegida Kaki Ribera del Xúquer. Sólo puede llevar la marca Persimon® el kaki certificado por este sello de origen y calidad.

## Raciones de Vida: puesta en valor del producto y su entorno

Este trascendente acontecimiento se produjo justo en el marco de una campaña difícil, con un importante descenso de cosecha fruto de una climatología atípica que alteró enormemente el proceso de este cultivo.

A pesar de ello, en Anecoop no quisimos dejar pasar la oportunidad de hacer un merecido **RECONOCIMIENTO** al kaki Persimon® por su larga e influyente trayectoria en el panorama agrario, y a los miles de agricultores y profesionales que han unido sus fuerzas para que esto sea posible, y que han conseguido que, en la actualidad, Anecoop y todos sus socios productores de kaki de la variedad "Rojo Brillante" representen más del 50% de las exportaciones españolas de esta fruta, que se ha convertido en la estrella del otoño. Para ello, desarrollamos toda una serie de acciones conmemorativas con el objetivo de que este reconocimiento llegase también a los consumidores.

# información económica



## 2.1. Cifras

Anecoop ha seguido su línea de crecimiento constante alcanzando una cifra de facturación de **846,9 M€**, un 2,7% por encima de la obtenida en la campaña anterior, a pesar de experimentar un descenso del 14,3% en el volumen comercializado, que se sitúa en **650.978 t+kl** debido a una menor producción en casi la totalidad de productos.

Ello es consecuencia de una climatología cambiante que afecta de manera diferente a la mayoría de los cultivos y zonas agrícolas, provocando descenso de rendimientos, episodios de escasa disponibilidad de producto y, por ende, importantes desajustes en la oferta.

Por la parte del consumo, hemos seguido sufriendo los efectos de la inflación, que ha ocasionado una contracción de la demanda en nuestros principales mercados, con los consiguientes descensos en ventas y una evolución de las políticas comerciales de nuestros clientes con un claro retorno a los básicos.

Las dificultades del sector para asegurar el suministro han facilitado el acceso de producto de países terceros a nuestros principales mercados, aumentando una competencia que se ha dejado notar especialmente en cítricos, pero también en otros productos como tomate y sandía.

Este será un factor importante con el que tenemos que contar a partir de ahora para continuar ganando la confianza de unos clientes que se siguen concentrando, con unas estructuras de suministro más integradas y directas y con políticas de reducción del número de proveedores, y donde la clave estará en ser capaces de garantizar el suministro durante todo el calendario.

En el apartado **vinos**, hemos seguido sufriendo las consecuencias de un escenario complicado. La subida de precios provocada por el incremento de las materias primas se ha atenuado, pero no ha disminuido; Rusia continúa con los problemas derivados de la invasión a Ucrania; el consumo en el mercado chino sigue en dramático descenso, y a todo ello hay que sumarle este ejercicio la situación macroeconómica europea, especialmente la subida de tipos de interés que ha afectado mucho al consumo.

Este contexto nos ha llevado a un descenso en la facturación de un 21% y de un 32% en las ventas en volumen, y nos hace cuestionarnos el futuro del sector en el corto plazo y su evolución en el medio plazo.



La campaña de sandía y melón también se ha caracterizado por la falta de producto, sobre todo en la parte central del verano que es el periodo de mayores ventas, donde, al igual que ocurrió con el kaki, prácticamente tuvimos que racionar la fruta. Como punto positivo, el plan de recuperación del cultivo de la sandía en Valencia ha sido un éxito, que además nos ha ayudado a paliar los problemas citados.

En fruta de hueso, es de destacar que tras varios años de poca oferta por incidentes meteorológicos en el Valle del Ebro, se ha alcanzado una buena producción en esta zona de cultivo, lo que nos ha permitido recuperar el volumen perdido en campañas anteriores. También hemos podido constatar la necesidad de una renovación varietal y de un calendario equilibrado y con presencia en todas las áreas de producción.

Seguimos trabajando para mejorar nuestra posición en otros productos de menor volumen, pero que enriquecen nuestra oferta, como frutos rojos, exóticos y kiwi.

Aunque hemos experimentado un ligero descenso en volumen, la facturación de **hortalizas** se ha incrementado un 12,2%, alcanzando la cifra de 273,2 M€, lo que hace que por primera vez sea este el grupo de productos con mayor resultado económico.

Ha sido este un ejercicio lleno de oscilaciones productivas, con períodos prolongados de escasa disponibilidad de mercancía especialmente para las hortalizas de aire libre de la zona de Murcia, y con precios medios superiores a campañas anteriores para casi todos los productos.

Es de destacar el crecimiento con los socios de la zona de Almería, con los que debemos seguir avanzando en la programación de plantaciones



Para anticiparnos y poder adaptarnos a la nueva situación, en Anecoop Bodegas, que incluye al área de Vinos dentro de Anecoop y a las bodegas asociadas, estamos inmersos en un estudio del que saldrán las líneas estratégicas de la división para afrontar esta nueva realidad.

En **cítricos** hemos comercializado 251.255 t, un 20% menos que el año pasado, en una campaña en la que la producción española ha sido la más baja de las diez últimas. Los precios obtenidos han estado muy por encima de los de ejercicios anteriores, con récords históricos en naranjas y mandarinas, lo que nos ha permitido alcanzar una facturación de 269,3 M€.

En este grupo tenemos que destacar la pérdida de peso en el grupo de clementinas precoces, la consolidación de nuestra oferta de Nadorcott y Tango, el descenso de producción de naranja tardía a niveles sin precedentes y las dificultades en el mercado de pomelo y limón, producto este último con unas perspectivas de crecimiento importante para los próximos años.

Es importante constatar el más que inquietante descenso del consumo de cítricos, y la competencia cada vez más fuerte de Egipto y Turquía, países con los que solamente podremos competir si somos capaces de dar un valor añadido a nuestro producto.

El volumen de ventas del grupo **frutas** ha sido un 11% menor que en 2021-2022, en contraste con el 0,8% de incremento en la facturación. Nuevamente, la meteorología ha afectado negativamente a nuestros productos de mayor volumen.

Hemos tenido una merma histórica en la producción de kaki, quedándonos por debajo del 50% con respecto a campañas anteriores, por lo que no hemos podido suministrar a nuestros clientes conforme a sus expectativas. Por otro lado, el sensible incremento de los precios ha ayudado a compensar la subida de los costes y los descensos en producción. En el plano estratégico, hemos puesto en marcha un importante plan de mejora dentro del Grupo Persimon.



# información económica

Available in English version at [www.anecoop.com](http://www.anecoop.com)



que ayuden a completar calendarios y mejorar nuestra posición en productos deficitarios. Se han puesto en marcha de nuevas líneas de trabajo con hortalizas de Cádiz.

Como resultado, hemos conseguido diversificar nuestra cartera de clientes y consolidar nuestra posición con clientes estratégicos, constatando además nuestro gran potencial de crecimiento.

El volumen comercializado de **productos bio** ha descendido por primera vez de manera sensible, quedándose por debajo de las 30.000 t. No son momentos fáciles para el bio, víctima de la preferencia por el producto local y del descenso de consumo por la crisis económica. Sin embargo, la superficie certificada sigue subiendo, también dentro de nuestros socios. Seguimos pensando que el descenso de consumo es coyuntural y que el bio, en tanto que sistema de cultivo más sostenible, va a seguir creciendo, por lo que debemos hacer lo necesario para ganar posiciones.

La facturación de **productos elaborados** se mantiene en cifras muy similares al ejercicio anterior, cifras que esperamos que a medio plazo evolucionen de manera positiva gracias a las mejoras y a las nuevas propuestas que estamos trabajando desde Janus para dar respuesta al consumo creciente de esta líneas de productos.

La adquisición de Floren'sud y Alma Bouquets está permitiendo la puesta en marcha de planes de cultivo de **flores** entre nuestros socios, como una nueva alternativa de producción a desarrollar.

## Distribución de resultados

Anecoop ha obtenido en el ejercicio 2022-2023 un resultado de 1.823.685 euros.

## Excedentes

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

pecto a los excedentes del ejercicio económico 2022-2023, 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".



## EVOLUCIÓN DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL

| Toneladas                      | 2020-21        | 2021-22        | 2022-23        |
|--------------------------------|----------------|----------------|----------------|
| Cítricos                       | 286.936        | 315.546        | 251.255        |
| Frutas                         | 305.881        | 231.060        | 205.293        |
| Hortalizas                     | 210.346        | 177.949        | 168.547        |
| V Gama y Elaborados            | 13.016         | 10.661         | 9.263          |
| <b>Total Hortofrutícola</b>    | <b>816.179</b> | <b>735.216</b> | <b>634.358</b> |
| <b>Total Flores y Plantas*</b> | -              | <b>4.855</b>   | <b>5.698</b>   |
| <b>Total Vino (hl)</b>         | <b>292.318</b> | <b>246.657</b> | <b>166.200</b> |

\* Unidades (x 1.000)

| Euros*                        | 2020-21        | 2021-22        | 2022-23        |
|-------------------------------|----------------|----------------|----------------|
| Cítricos                      | 241.882        | 272.325        | 269.321        |
| Frutas                        | 260.152        | 260.456        | 262.535        |
| Hortalizas                    | 231.461        | 243.487        | 273.177        |
| V Gama y Elaborados           | 20.696         | 14.677         | 14.755         |
| <b>Total Hortofrutícola</b>   | <b>754.191</b> | <b>790.945</b> | <b>819.788</b> |
| <b>Total Flores y Plantas</b> | -              | <b>807</b>     | <b>1.195</b>   |
| <b>Total Vino</b>             | <b>36.105</b>  | <b>32.671</b>  | <b>25.873</b>  |
| <b>Total</b>                  | <b>790.296</b> | <b>823.616</b> | <b>846.856</b> |

\* Euros (x 1.000)

## Capital social

El capital social de Anecoop a fecha 30 de septiembre de 2023 es de 25.594.685 euros. Está constituido por las aportaciones obligatorias y por las voluntarias incorporadas al capital social de los socios. El fondo de reserva obligatorio,

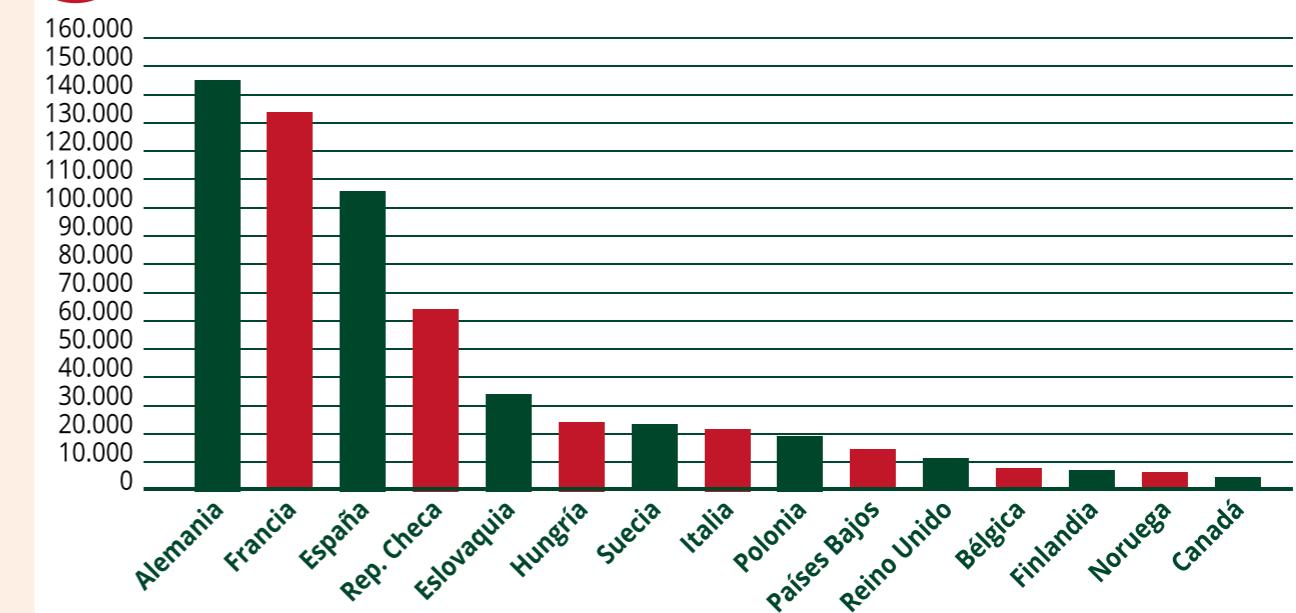


## ACTIVIDAD COMERCIAL POR ÁREAS GEOGRÁFICAS

|               | Cítricos (t)   | Fruta (t)      | Hortalizas (t) | V Gama + Elaborados (t) | Total Hortofrutícola (t) | Total Flores y plantas (Uds.x1.000) | Vinos (hl)     |
|---------------|----------------|----------------|----------------|-------------------------|--------------------------|-------------------------------------|----------------|
| Unión Europea | 234.104        | 193.481        | 164.755        | 8.791                   | 601.131                  | 5.698                               | 143.850        |
| Resto Europa  | 7.788          | 9.537          | 3.336          | 472                     | 21.133                   | -                                   | 7.899          |
| América       | 7.701          | 1.827          | 350            | -                       | 9.878                    | -                                   | 3.941          |
| Asia + África | 1.662          | 448            | 106            | -                       | 2.216                    | -                                   | 10.510         |
| <b>Total</b>  | <b>251.255</b> | <b>205.293</b> | <b>168.547</b> | <b>9.263</b>            | <b>634.358</b>           | <b>5.698</b>                        | <b>166.200</b> |



## ACTIVIDAD COMERCIAL EN LOS PRINCIPALES PAÍSES DE DESTINO (t)



destinado a la consolidación, desarrollo y garantía de la cooperativa, es de naturaleza no repartible entre los socios; a fecha 30 de septiembre de 2023 es de 48.529.604 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 57,81%\*.

\* Este porcentaje se calcula: (Capital+Reservas+Resultado)/Total Patrimonio Neto y Pasivo) = (25.594.685+58.212.027+1.823.685)/148.124.303

Anecoop defiende la agricultura española. Las materias primas (frutas y hortalizas frescas y vino) comercializadas por Anecoop proceden de 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 2022-2023 han sido de 71.921 euros (Impuesto de Sociedades) como gasto frente a los 12.535 euros como ingreso del ejercicio anterior, y 22.510 euros también como ingreso en concepto de otros tributos. Anecoop tiene concedidas subvenciones de explotación por un importe total de 406.896 euros frente a los 455.970 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



Available in English version at [www.anecoop.com](http://www.anecoop.com)

| ACTIVO   | 30/09/23           | 30/09/22           |
|--|--------------------|--------------------|
| <b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>   | <b>48.550.676</b>  | <b>46.151.701</b>  |
| <b>Inmovilizado intangible</b>   | <b>3.598.894</b>   | <b>4.114.270</b>   |
| Patentes, licencias, marcas y similares                                | 3.546.331          | 4.069.183          |
| Aplicaciones informáticas  | 52.562             | 45.087             |
| <b>Inmovilizado material</b>   | <b>12.068.321</b>  | <b>12.320.998</b>  |
| Terrenos y construcciones  | 10.771.756         | 10.864.830         |
| Instalaciones técnicas y otro inmovilizado material                    | 1.253.329          | 1.382.921          |
| Inmovilizado en curso y anticipos                                      | 43.236             | 73.246             |
| <b>Inversiones inmobiliarias</b>                                       | <b>4.155.349</b>   | <b>4.635.225</b>   |
| Terrenos   | 1.133.842          | 1.133.842          |
| Construcciones   | 3.011.744          | 3.487.757          |
| Instalaciones técnicas y otro inmovilizado material                    | 9.764              | 13.626             |
| <b>Inversiones a largo plazo en emp. del Grupo, asociadas y socios</b> | <b>25.568.985</b>  | <b>22.497.649</b>  |
| Instrumentos de patrimonio   | 20.648.826         | 21.025.926         |
| Créditos a empresas del Grupo  | 1.584.298          | -                  |
| Créditos a empresas asociadas  | -                  | 22.052             |
| Créditos a socios  | 3.335.861          | 1.449.671          |
| <b>Inversiones financieras a largo plazo</b>                           | <b>2.115.716</b>   | <b>1.682.026</b>   |
| Instrumentos de patrimonio   | 155.014            | 165.924            |
| Créditos a terceros  | 1.655.516          | 1.210.317          |
| Valores representativos de deuda                                       | 300.506            | 300.506            |
| Otros activos financieros  | 4.680              | 5.280              |
| <b>Activos por impuesto diferido</b>                                   | <b>1.043.412</b>   | <b>901.533</b>     |
| <b>ACTIVO CORRIENTE</b>  | <b>99.573.627</b>  | <b>93.512.246</b>  |
| <b>Existencias</b>   | <b>1.483.595</b>   | <b>1.402.124</b>   |
| <b>Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar</b>                   | <b>38.823.440</b>  | <b>40.938.053</b>  |
| Clientes por ventas y prestaciones de servicios                        | 30.725.097         | 28.941.202         |
| Ci   |                    |                    |
| Empresas del Grupo   | 1.168.403          | 1.244.123          |
| Empresas asociadas   | 494.165            | 538.943            |
| Socios deudores  | 182.663            | 162.516            |
| Personal   | 337.674            | 332.910            |
| Activos por impuesto corriente   | 344.138            | 287.378            |
| Otros créditos con las Administraciones Públicas                       | 5.571.300          | 9.430.981          |
| <b>Inversiones a corto plazo en emp. del Grupo, asociadas y socios</b> | <b>2.347.402</b>   | <b>1.170.763</b>   |
| Créditos a empresas del Grupo  | 1.335.486          | 655.387            |
| Créditos a empresas asociadas  | 22.052             | 130.022            |
| Otros activos financieros  | 2.404              | -                  |
| Créditos a socios  | 987.460            | 385.355            |
| <b>Inversiones financieras a corto plazo</b>                           | <b>6.127.053</b>   | <b>3.234.196</b>   |
| Créditos a empresas  | 664                | 155.321            |
| Valores representativos de deuda                                       | 1.994.753          | 73.015             |
| Otros activos financieros  | 4.131.636          | 3.005.860          |
| <b>Periodificaciones a corto plazo</b>                                 | <b>88.809</b>      | <b>81.962</b>      |
| <b>Efectivo y otros activos líquidos equivalentes</b>                  | <b>50.703.328</b>  | <b>46.685.148</b>  |
| <b>TOTAL ACTIVO</b>  | <b>148.124.303</b> | <b>139.663.948</b> |

| PATRIMONIO NETO Y PASIVO   | 30/09/23           | 30/09/22           |
|--|--------------------|--------------------|
| <b>PATRIMONIO NETO</b>   | <b>86.635.844</b>  | <b>85.647.224</b>  |
| <b>FONDOS PROPIOS</b>  | <b>84.312.664</b>  | <b>82.863.660</b>  |
| <b>Capital cooperativo suscrito</b>                                | <b>24.276.951</b>  | <b>24.653.223</b>  |
| <b>Reservas</b>  | <b>58.212.028</b>  | <b>56.518.591</b>  |
| Fondo de reserva obligatorio                                       | 48.529.603         | 46.836.166         |
| Otras reservas   | 9.682.424          | 9.682.424          |
| <b>Resultado de la cooperativa (positivo)</b>                      | <b>1.823.685</b>   | <b>1.691.846</b>   |
| <b>SUBVENCIONES, DONACIONES Y LEGADOS RECIBIDOS</b>                | <b>2.323.180</b>   | <b>2.783.564</b>   |
| <b>PASIVO NO CORRIENTE</b>   | <b>10.390.958</b>  | <b>10.290.338</b>  |
| <b>"Capital" reembolsable exigible</b>                             | <b>1.317.734</b>   | <b>1.297.538</b>   |
| Deudas a largo plazo   | 252.813            | 76.800             |
| Otros pasivos financieros  | 252.813            | 76.800             |
| <b>Deudas a largo plazo con emp. del Grupo, asociadas y socios</b> | <b>8.115.513</b>   | <b>8.057.640</b>   |
| Deudas con socios  | 8.115.513          | 8.057.640          |
| <b>Pasivos por impuesto diferido</b>                               | <b>704.897</b>     | <b>858.359</b>     |
| <b>PASIVO CORRIENTE</b>  | <b>51.097.500</b>  | <b>43.726.386</b>  |
| <b>Fondo de Educación y promoción a corto plazo</b>                | <b>120.000</b>     | <b>120.000</b>     |
| <b>Provisiones a corto plazo</b>                                   | <b>134.366</b>     | <b>39.201</b>      |
| <b>Deudas a corto plazo</b>  | <b>2.260.434</b>   | <b>1.089.078</b>   |
| Otros pasivos financieros  | 2.260.434          | 1.089.078          |
| <b>Deudas con emp. del Grupo, asociadas y socios a corto plazo</b> | <b>3.607.059</b>   | <b>2.610.049</b>   |
| Deudas con empresas del Grupo                                      | -                  | 109.654            |
| Deudas con socios  |                    |                    |
| Por c/c en Sección de Crédito y depósitos                          | 3.607.059          | 2.500.395          |
| <b>Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar</b>              | <b>44.975.641</b>  | <b>39.868.058</b>  |
| Proveedores  | 17.983.941         | 15.335.101         |
| Proveedores, empresas del Grupo, asociadas y socios                |                    |                    |
| Por mercancía y otros  | 14.858.843         | 13.319.121         |
| Socios proveedores (pendiente de facturar)                         | 7.265.531          | 7.494.511          |
| Proveedores, empresas del Grupo y asociadas                        | 453.647            | 170.473            |
| Acreedores varios  | 1.118.594          | 583.562            |
| Personal (remuneraciones pendientes de pago)                       | 2.120.840          | 1.990.266          |
| Pasivos por impuesto corriente                                     | 151.742            | 15.717             |
| Otras deudas con las Administraciones Públicas                     | 660.535            | 455.867            |
| Anticipos de clientes  | 361.968            | 503.440            |
| <b>TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO</b>                              | <b>148.124.303</b> | <b>139.663.948</b> |

Las cuentas anuales han sido auditadas por Ernst & Young.  
Balance a 30/09/2023.  
Expresado en euros.



# información económica



## 2.2 Marketing y comunicación

Dos de las herramientas clave para poner en valor nuestros productos y nuestro modelo de negocio son el marketing y la comunicación. Desarrollamos en estos ámbitos acciones alineadas con la Misión, Visión y Valores de la organización, que son nuestra tarjeta de presentación ante socios, clientes y consumidores.

### 2.2.1 Frutas y hortalizas

Continuamos apostando en este ámbito por dar visibilidad a nuestros productos apoyándonos en la marca **Bouquet**, reconocida en los mercados como seña de calidad, disponibilidad y homogeneidad en el suministro de nuestras frutas y hortalizas y embajadora de nuestra estrategia de desarrollo sostenible a través de la campaña **Raciones de Vida para el Campo**.



Con este propósito, segmentamos la comunicación según mercados -nacional e internacional- y público objetivo -canal profesional o consumidor final.

Al igual que en anteriores ejercicios, en 2022-2023 hemos centrado las campañas promocionales de mayor envergadura en aquellos productos en los que Anecoop es un referente, como es el caso de los **cítricos**, la **sandía sin pepitas** o el **kaki Persimon**. Éstas conllevan una importante inversión, además de un estudiado diseño, planificación e implementación de acciones en *mass media* 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.

La colaboración con entidades como la D.O.P. Kaki de la Ribera del Xúquer o la Indicación Geográfica Protegida de Cítricos Valencianos, respalda y amplifica el alcance de estas campañas.

#### Campaña 25 aniversario del kaki Persimon Bouquet

Bajo el paraguas de Raciones de Vida para el Campo (ver más información en páginas 24 y 25) y siguiendo el hilo conductor del **"Reconocimiento"** a esta fruta que ha cambiado el panorama agrario de la Comunidad Valenciana y otras zonas de producción española, celebramos este hito con una potente campaña de comunicación en España, Francia y Alemania. Con un calendario de acciones multimedia en cines, televisión, redes sociales, prensa escrita y radio, colaboraciones con clientes y reparto de piezas de fruta en colegios

Available in English version at [www.anecoop.com](http://www.anecoop.com)



alemanes, dentro del programa escolar de consumo de frutas, hortalizas y leche financiado con fondos europeos.

### Ferias y Congresos

En frutas y hortalizas, hemos participado como empresa expositora en **Fruit Attraction** (Madrid), **Fruit Logistica** (Berlín), **Organic Food Iberia** (Madrid), **Medfel** (Perpiñan) y como patrocinadores en el **Congreso y Asamblea General de Freshfel Europe**.

### 2.2.2 Vinos

Bajo la enseña **Anecoop Bodegas**, contamos con tres cooperativas socias, dos de ellas con Denominación de Origen Protegida Vinos de Valencia y una con Denominación de Origen Vinos de Navarra.

Al igual que en el ámbito hortofrutícola, en vinos adaptamos nuestra estrategia de comunicación al mercado de destino y canal al que nos dirigimos.

#### Mercado nacional

• **Campaña de publicidad.** Seguimos apostando por la publicidad off-line en soportes de alta visibilidad, como el monoposte situado en una de las principales entradas a la ciudad de Valencia, la valla publicitaria en la estación de Colón de Metro Valencia y el mural gigante en la estación de Xátiva, dos de las estaciones más concurridas de la capital del Turia, haciendo coincidir la úl-

tima con la campaña del Black Friday. La Navidad, junto con las Fallas, siguen siendo dos de los acontecimientos centrales dentro de nuestro calendario publicitario, con acciones en prensa, anuncios y campañas en redes sociales. Inserción de anuncios en revistas del sector y prensa local.

• **Guías y Anuarios de Vino.** Publicación de las catas de nuestros vinos y puntuación de éstos en las ediciones de 2023 de algunas de las Guías y Anuarios de referencia en España, como la Guía Peñín y la Semana Vitivinícola.

• **Eventos y Promociones.** Hemos vuelto a participar con un espacio expositor en dos eventos de referencia dentro de la Comunitat Valenciana, la Mostra de Vins de PROAVA y la Noche del Vino DO Valencia. Además, hemos estado presentes en las ferias Gastrónoma, FENAVIN y FIVAMOS.

El espacio de cocina "Food&Fun" ha seguido siendo el escenario perfecto para promocionar los vinos de Anecoop Bodegas en sus eventos, como el encuentro con el influencer y asesor gastronómico Luigi Di Domenico.

Hemos participado en diversos eventos promocionales, como Terres dels Alforins a la Marina, Tasta La Font, Vinachest o el Día Vino D.O. "theAperitiu".

Bodega La Viña iniciaba el ejercicio anunciando su participación en el proyecto **Bodegas Urbanas**, que reúne a una selección de bodegas valencianas que elaborarán vinos singulares en la ciudad, acercando al consumidor urbanita la experiencia del vino de principio a fin.

*Degustación de vinos de La Viña en el evento "Terres dels Alforins a la Marina"*



# información económica

Available in English version at [www.anecoop.com](http://www.anecoop.com)



Anecoop Memoria RSC 2022/2023  
Trazabilidad



El director general de Bodegas Reymos, Fernando García (a la derecha) brinda con los componentes de la banda Melifluo, ganadora de la 1ª edición del Premio Reyvindiecativo.

Con el objetivo de promocionar su tienda online, hemos preparado con La Viña acciones especiales durante el Black Friday, Navidad, Fin de Año, Reyes, San Valentín y el Día del Padre y el Día de la Madre, San Juan y las campañas de regalos a empresas, ruta de enoturismo de la bodega o los packs de verano. Sus vinos Venta del Puerto y El Enhebro patrocinaron el acto de presentación del N°100 de Valencia Plaza.

Bodegas Reymos ha patrocinado con el Amatisa 11.5º el Gran Premio MotoGP Comunidad Valencia de Cheste, con emisión de spot y degustación de producto. Ha lanzado la primera edición de sus **Premios Reyvindiecativos by Reymos**, cuyo objetivo es reconocer y apoyar el talento joven asociado a la música indie. Además, hemos continuado apoyando su actividad en el entorno online en campañas especiales como Halloween, Navidad, San Valentín, Fallas, Día de la Madre y Día del Padre...

## Mercado Internacional

Damos a conocer nuestros vinos en otros países gracias a nuestra participación en ferias y eventos. Entre 2022 y 2023 hemos participado en **World Bulk Wine Exhibition** (Amsterdam) y **Prowein** (Düsseldorf).

## 2.2.3 Comunicación de producto y corporativa

Desde el área de Comunicación se refuerza toda la actividad promocional desarrollada a través del lanzamiento de notas de prensa, la gestión de artículos y entrevistas en medios generalistas y prensa especializada y la difusión de las noticias de la organización y del sector en nuestros propios soportes: boletines informativos, páginas web, perfiles y páginas en redes sociales y canales de video.

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 2022-2023 hemos lanzado 23 notas de prensa, hemos gestionado 79 artículos y entrevistas en distintos medios escritos y audiovisuales y hemos publicado 11 vídeos en nuestros canales en Youtube, vídeos de producción propia coordinados desde el área de Marketing.

Las redes sociales se posicionan cada vez más como un canal directo de comunicación con nuestros clientes y consumidores. Nos dirigimos a ellos mediante diferentes 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 alcanza los 219.256 seguidores, un 17,5% más que el ejercicio anterior, con presencia en Facebook, Twitter, YouTube, Instagram y LinkedIn.

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

## ¿Dónde seguirnos?

|  |  |   |
|--|--|---|
|  | España   | @bouquetcultivamosfuturo<br>@AnecoopBodegas<br>@BouquetYsi<br>@CultivonsLeFutur<br>@BouquetOvoce                  |
|  | España<br>Francia<br>República Checa<br>Reino Unido                            | @Bouquet_Ysi<br>@Bouquet_cultivonslefutur<br>@Bouquet_ovoce<br>@anecoop_uk  |
|  |  | youtube@grupoanecoop<br>youtube@anecoopbodegas  |
|  | España<br>Francia<br>República Checa<br>Polonia<br>Reino Unido<br>Países Bajos | Anecoop S.Coop.<br>Anecoop France<br>Solagora<br>Anecoop Praha<br>Anecoop Polska<br>Anecoop UK<br>4 Fruit Company |
|  | España<br>Francia<br>República Checa   | @bouquetcultivamosfuturo<br>@AnecoopBodegas<br>@BouquetYsi<br>@CultivonsLeFutur<br>@BouquetOvoce                  |

Cuentas específicas canal profesional

## 2.2.4 Premios y reconocimientos

• **Publicidad y promoción.** El trabajo en este ámbito ha sido ampliamente reconocido este ejercicio. En octubre recogimos junto a nuestra agencia de comunicación tres premios en el Festival Internacional de Publicidad Alimentaria y Salud, **SaludFestival** y recibimos, en el marco de Fruit Attraction y de manos de una publicación especializada del sector, el premio "**Estrellas de Internet**" al Mejor Facebook.

• **Innovación.** El **Brocomole ¿Ysi?** de Bouquet, elaborado por Janus, fue la tercera innovación más votada en los **Premios Fruit Logistica Innovation Awards** por los profesionales que asistieron en el mes de febrero a este encuentro de referencia del sector.



El Brocomole ¿Ysi? de Bouquet fue la tercera innovación más votada en los Innovation Awards de Fruit Logistica 2023.

• **Sociedad** Solo un mes más tarde, recogimos el **Premio 5 al Día** en la categoría de "Sociedad" por nuestra labor en la promoción del consumo de frutas y hortalizas a través de las campañas Cultivamos Futuro y Raciones de Vida para el Campo.



De izda. a dcha.: Alejandro Monzón, presidente de Anecoop, Piedad Coscollá, responsable de Marketing y Joan Mir, director general, recogieron el premio "5 al día" concedido a Anecoop.

• **Sostenibilidad.** Nuestro compromiso en este ámbito nos hizo merecedores del **Premio a la alineación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible** otorgado por la **Cátedra DACSA-Universitat Politècnica de València**.

• **Trayectoria internacional.** Inauguramos la primera edición de los **Premios Agro** del diario **Levante-EMV** obteniendo el **Premio a la Internacionalización**, que compartimos ex aequo con el Comité de Gestión de Cítricos.

**Spain**" en el **Gran Premio Internacional del Vino Mundus Vini**, y hemos sido reconocidos, por segunda vez, como "**Best Producer Spain**" en el **Frankfurt International Trophy**.

## Premios vinos



# responsabilidad social corporativa



Available in English version at [www.anecoop.com](http://www.anecoop.com)

Anecoop Memoria RSC 2022/2023  
trazabilidad

## 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.

## 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 identifican con los del conjunto de la sociedad. Nos preocupa la alimentación, que ésta sea saludable y segura, y la sostenibilidad del medio ambiente y de las personas, esforzándonos por mejorar su calidad de vida y su entorno.

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

Con el objetivo de impulsar el consumo de las frutas y hortalizas, que constituyen uno de los pilares de la dieta saludable, complementamos las acciones desarrolladas desde las áreas de Marketing y Comunicación con actividades dirigidas al público en general, y muy especialmente al infantil.

Colaboramos principalmente en eventos deportivos y de ocio familiar a través del reparto de frutas y hortalizas frescas. Así, durante el ejerci-



cio hemos participado en 99 pruebas deportivas y eventos celebrados en República Checa y España. Una campaña más renovamos nuestro compromiso con el Medio Maratón y el Maratón de Valencia, dos pruebas de gran calado internacional que contribuyen a dar visibilidad a nuestros productos como alimentos saludables.

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, Asociación Más Brócoli y Love Klabaza-, apoyando tanto acontecimientos deportivos como otros eventos educativos, culturales y gastronómicos.

### 3.2 Garantizar la seguridad alimentaria de nuestros productos

La implantación de sistemas de calidad y seguridad alimentaria y la mejora de los procesos del campo al lineal son algunos de los proyectos que el **Departamento de Calidad y Sostenibilidad** aborda a lo largo de la campaña. En colaboración con los equipos técnicos de las cooperativas y empresas socias de Anecoop, trabaja con el objetivo de proporcionar productos saludables y seguros a los consumidores, cumpliendo siempre con la legislación alimentaria y velando por el cuidado del medioambiente..

### 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.

## Más iniciativas en el apartado Objetivos de Desarrollo Sostenible



Hemos obtenido de nuevo en 2022-2023 la certificación **IFS Broker**, una 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 desarrollan en cumplimiento de una serie de requisitos que garantizan la legalidad, la calidad y seguridad de los productos suministrados. También disponemos del certificado **GLOBALG.A.P Chain of Custody**, que nos permite asegurar que cualquier producto vendido con la certificación de GLOBALG.A.P. proviene de un productor o grupo de productores certificado.

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

Cuidar el medio ambiente y los recursos naturales en cada uno de los ámbitos de trabajo forma parte de nuestra gestión, velando así por el desarrollo sostenible de la agricultura.

#### 3.3.1 En el ámbito de la producción agrícola

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.

Entre 2014 y 2023, los socios de Anecoop han pasado de tener 28.000 ha. a más de **45.000** 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.

A pesar de la ralentización que la comercialización de frutas y hortalizas de cultivo ecológico

# responsabilidad social corporativa

ha experimentado en los últimos dos años, seguimos apostando por esta línea de trabajo para dar respuesta al mercado y a nuestros clientes.



## PRODUCTOS ECOLÓGICOS COMERCIALIZADOS

|           | 2020-21 | 2021-22 | 2022-23 |
|-----------|---------|---------|---------|
| Toneladas | 32.546  | 32.877  | 28.535  |

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. Y 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.

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 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 17025:2019).

Dentro de este apartado, otras iniciativas de las que formamos parte son: "Corredores agrícolas

para la adaptación al cambio climático de poblaciones de polinizadores", que se sitúa dentro del convenio suscrito con la **Asociación de Naturalistas del Sureste (ANSE)** para la custodia del territorio; la **Fundación Ingenio**, una organización civil compuesta por agricultores, cooperativas, empresas hortofrutícolas, comunidades de regantes y SATs del Campo de Cartagena cuyo objetivo es poner en valor una agricultura responsable, sostenible e innovadora, competitiva y familiar, y que cuenta entre sus compromisos con el de velar por la sostenibilidad del Mar Menor, y la plataforma **Sedex**, una herramienta basada en datos que nos ayuda a identificar, gestionar y evaluar los riesgos sociales y ambientales de Anecoop y de nuestra cadena de suministro.

Además, hemos firmado en mayo de 2023 **un acuerdo con Global Omnium** en el que participamos junto al Tribunal de las Aguas de Valencia. Una colaboración que nos permitirá liderar la evaluación y certificación del impacto ambiental de los productos agrícolas en el **proyecto Horatio2**, siendo capaces de definir la capacidad real de la agricultura, reduciendo las emisiones de CO<sub>2</sub> a la atmósfera y diferenciando nuestros productos en el mercado.

## Más iniciativas en el apartado Objetivos de Desarrollo Sostenible



### 3.3.2. En el entorno de trabajo

#### Gestión de materiales

El Plan "Oficina sin papeles" implementado en los últimos ejercicios sigue dando sus frutos, ya que, aunque en 2022-2023 hemos incrementado el consumo de papel un 33%, éste sigue estando por debajo de los niveles de años anteriores a la pandemia del COVID-19, en parte gracias al

Available in English version at [www.anecoop.com](http://www.anecoop.com)



proceso de digitalización y a la menor presencia de personal en las oficinas gracias al teletrabajo parcial.

|            | CONSUMO DE PAPEL |         |         |
|------------|------------------|---------|---------|
|            | 2020-21          | 2021-22 | 2022-23 |
| Kilogramos | 2.087            | 1.600   | 2.130   |

#### Gestión del agua

Hemos consumido **48.533 m<sup>3</sup>** de agua, de los cuales 47.094 corresponden a nuestro Campo de Experiencias en Museros y el resto a las oficinas que tenemos en el territorio nacional. Esto representa un aumento en el consumo del 12%, debido al aumento en el número de parcelas y cultivos de riego en el Campo de Experiencias. El agua utilizada en el Campo de Experiencias procede de un pozo que se encuentra en la propiedad.

|                | CONSUMO DE AGUA |         |         |
|----------------|-----------------|---------|---------|
|                | 2020-21         | 2021-22 | 2022-23 |
| Metros Cúbicos | 44.177          | 43.137  | 48.533  |

#### Gestión de la energía y medidas de ahorro energético

El consumo total de **combustibles no renovables** durante el ejercicio 2022-2023 ha sido de 2.824 kg de propano para invernaderos y calefacción en el Campo de Experiencias de Museros, representando un descenso del 33% respecto al ejercicio anterior.

|              | CONSUMO DE PROPANO (kg) |         |         |
|--------------|-------------------------|---------|---------|
|              | 2020-21                 | 2021-22 | 2022-23 |
| C.E. Museros | 4.770                   | 4.184   | 2.824   |

El consumo total de **energía** en las distintas delegaciones del Grupo del territorio nacional ha sido de 430.109 kWh.

Las medidas de ahorro energético implantadas en todas las oficinas nos ayudan a controlar el

consumo: tecnología LED, sensores de luz o programación del aire acondicionado, entre otras. Todo ello nos ha llevado a una reducción del **12,2%** del consumo respecto del ejercicio 2022-2023.

|                | CONSUMO DE ENERGÍA |         |         |
|----------------|--------------------|---------|---------|
|                | 2020-21            | 2021-22 | 2022-23 |
| Kilovatio hora | 496.146            | 489.775 | 430.109 |

Además, y con la finalidad de mejorar la eficiencia y el consumo energético como medida de sostenibilidad, hemos puesto en marcha a lo largo del ejercicio la **construcción de dos plantas fotovoltaicas sobre las cubiertas de nuestras instalaciones en Museros y Algemesí** (Valencia). La primera ya ha empezado a dar sus frutos en el consumo de energía de nuestro Campo de Experiencias, que ha descendido un 31,9% con respecto al año anterior. En la campaña 2023-2024 esperamos ver los resultados de la planta de Algemesí.



Como medida adicional de sostenibilidad, se han instalado en ambas sedes **cargadores para vehículos eléctricos**.

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.



# responsabilidad social corporativa



En el ejercicio 2022-2023 hemos generado en la instalación propia 656.753 kWh, energía suficiente para abastecer a **188 hogares medios de tres personas**. Con la energía producida por esta planta hemos ahorrado la emisión de **216,73 t** de CO<sub>2</sub> a la atmósfera, lo que equivaldría a compensar las emisiones anuales de **90 vehículos**. Asimismo, para absorber dicha cantidad de CO<sub>2</sub>, se hubiesen necesitado **33.343 árboles**. La planta tiene nulas emisiones de CO<sub>2</sub> a la atmósfera, mientras que la producción de la misma energía con otras tecnologías hubiera supuesto la emisión de **715,86 t** de CO<sub>2</sub> en caso de combustión de carbón, **269,27 t** de CO<sub>2</sub> en caso de ciclos combinados o **525,40 t** de CO<sub>2</sub> en caso de productos petrolíferos. Otros gases contaminantes que no se han vertido a la atmósfera gracias a esta iniciativa son **0,352 t** de dióxido de azufre (SO<sub>2</sub>) y **0,263 t** de nitratos (NOx).

## Gestión de los residuos

En cumplimiento con la Ley de Protección de Datos, protegemos la confidencialidad de nuestros socios y clientes. Para ello, diferenciamos los documentos con información confidencial y los desecharmos en papeleras específicas para la recogida de este tipo de material con información personal y datos que deben ser destruidos de acuerdo con la citada ley. Durante este ejercicio ha descendido significativamente la cantidad de documentación confidencial destruida, al no haber sido necesario destruir documentos de ejercicios prescritos fiscalmente, tal como sucedió el año anterior.

| DESTRUCCIÓN DE PAPEL |         |         |         |
|----------------------|---------|---------|---------|
|                      | 2020-21 | 2021-22 | 2022-23 |
| Kilogramos           | 1.703   | 18.791  | 914     |

Todas nuestras instalaciones cuentan con 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, así como de un contenedor para la recogida de tapones de plástico para su posterior reciclaje, en el marco de nuestra colabora-



ción con el proyecto solidario "Tapones para una nueva vida" de la Fundación SEUR.

Las oficinas del Grupo disponen además de una **Guía de Reciclaje**, cuyo objeto es estimular a la plantilla en la temática ambiental, teniendo en cuenta el reciclaje como valor fundamental de transformación y cambio de mentalidad, así como apoyo a una buena gestión ambiental integral. Se pretende que sea una herramienta de consulta para el correcto tratamiento de los residuos que generamos y proporcionar información, ideas prácticas, experiencias y orientación para una gestión apropiada.

Tenemos suscrito un contrato de adhesión al **Sistema Integrado de Gestión de Residuos y Envases Usados** con Ecoembalajes España, S.A. desde el 1 de mayo de 1998, al amparo de la Ley 11/1997, de 24 de abril, de Envases y Residuos de Envases. Adoptamos como símbolo identificativo de tal participación en los productos envasados comercializados por Anecoop "el Punto Verde". Colaboramos con el **Plan Sectorial de Prevención** para la mejora de la composición y peso de los materiales empleados en las distintas confecciones, así como la reducción de residuos generados.

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

Available in English version at [www.anecoop.com](http://www.anecoop.com)

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.

## 3.3.3 Legislación ambiental

Anecoop tiene conocimiento y realiza una labor de recopilación de la legislación ambiental que afecta a su actividad. Durante el ejercicio 2022-2023 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.

## 3.3.4 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 CO<sub>2</sub>e (t)

|                             | 2020-21 | 2021-22 | 2022-23 |
|-----------------------------|---------|---------|---------|
| Energía                     | 561.471 | 547.075 | 468.784 |
| CO <sub>2</sub> equivalente | 279,69  | 271,62  | 232,75  |

**Contaminación atmosférica:** se trata de tomar conciencia de las emisiones de CO<sub>2</sub> 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 y se halla su equivalencia en CO<sub>2</sub>. La disminución en el consumo energético ha llevado un descenso en las emisiones de CO<sub>2</sub>.

## 3.3.5 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.

## 3.3.6 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](http://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 Sostenibilidad de Anecoop.

## 3.3.7 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?



## 3.4 Gestionar proyectos de economía social que mejoren el bienestar de nuestros agricultores y de nuestra sociedad y promuevan el desarrollo rural

Somos una cooperativa agroalimentaria de segundo grado que agrupa a 67 cooperativas y empresas agrarias ubicadas en las principales zonas agrícolas de España. Nuestra responsabilidad y compromiso es defender la producción de nuestros socios, por eso la mayor parte de los productos que comercializamos tiene su origen en la producción nacional.

# responsabilidad social corporativa



Como empresa de economía social, nuestra prioridad es garantizar el futuro de nuestros socios productores. Para alcanzar este objetivo, trabajamos en proyectos de Desarrollo Rural Integral que permitan a la agricultura seguir siendo el motor económico y social en las zonas de producción, creando empleo de calidad y favoreciendo la viabilidad de la economía local.



## 3.4.1 Innovación en producto

Son dos los motivos que nos llevan a apostar por la innovación en producto. Por un lado, ofrecer alternativas de mayor valor añadido a nuestros clientes, con predominio de características como el sabor, el calibre o el color y, por otro, el desarrollo de productos que, manteniendo la calidad óptima para el consumidor, sean muy resistentes a los nuevos desafíos que hay en la producción, centrados fundamentalmente en dos áreas: **cambio climático y lucha contra plagas y enfermedades**. El éxito en este apartado contribuirá de forma directa a cumplir con nuestro objetivo de mantener la rentabilidad económica al socio productor.

Así, a la búsqueda tradicional de productos con mejor sabor, diferente color o nuevas características organolépticas, se suma el que éstos sean resistentes al estrés hídrico, capaces de adaptarse a variables climáticas como el frío, la lluvia o las olas de calor, con resistencia o tolerancia directa a enfermedades como virus y hongos, y con características que hagan más sencilla la lucha contra las plagas.

Para esta doble vertiente del trabajo que hacemos, cada vez más complicado, pero al mismo tiempo más interesante, seguimos utilizando como base de desarrollo nuestras propias instalaciones en los campos de experiencias “**La Masía del Doctor**” en Museros (Valencia) y la **Finca Experimental FUAL-Anecoop**, fruto del acuerdo en 2004 con la Universidad de Almería.

A ellos hay que sumar el **laboratorio Anecoop-Biotec**, con equipamiento humano y técnico para desarrollar proyectos usando las herramientas biotecnológicas más actuales, como marcadores genéticos para identificar variedades (asegurando así la trazabilidad de los productos) o el desarrollo de estudios para comprender mejor cómo funcionan nuestros cultivos a nivel genético (pudiendo seleccionar, por ejemplo, variedades con resistencia genética a determinadas enfermedades).

Algunas de las actividades dirigidas a contrarrestar los retos más importantes a los que nos enfrentamos en cada caso incluyen:

### Mejora vegetal

Seguimos colaborando con empresas y centros de mejora, tanto públicos como privados. A través de ellos podemos citar, como acciones más relevantes, la inclusión de nuevas variedades de frutales **cítricos, kaki, kiwi y uva sin semillas** en Museros, la valoración de más de 20 variedades de **sandía y melón** en nuestras instalaciones, así como de variedades subtropicales (**papaya, pitahaya y maracuyá**) en la Fundación Universidad de Almería-Anecoop. En total, más de 60 variedades nuevas han sido o están siendo evaluadas en nuestras instalaciones.

Como el objetivo principal es que estas variedades, una vez seleccionadas, lleguen a nuestros socios, 15 variedades hortícolas y leñosas han sido transferidas y están siendo cultivadas en campos demostrativos de nuestros asociados.

### Plagas y enfermedades

A consecuencia de varios factores, el número de plagas y enfermedades a los que nos enfrentamos cada campaña ha aumentado sensiblemente. Estos factores son, entre otros:

- El intenso movimiento de mercancías, material vegetal y/o fruta, en todo el mundo.
- Los cambios climáticos que alteran la fenología de los cultivos.
- Las limitaciones en el uso de fitosanitarios.

Por ello, llevamos a cabo distintas actividades dirigidas a mejorar el conocimiento y la aplicación de nuevas herramientas de control de plagas y enfermedades, entre las que destacan el **acuerdo de colaboración firmado con la empresa Koppert** para impulsar el control biológico de plagas, centrándonos en el ejercicio 2022-2023

Available in English version at [www.anecoop.com](http://www.anecoop.com)

especialmente en cítricos y kaki y la **selección varietal frente a enfermedades**, una línea de trabajo para la que es imprescindible contar con la colaboración de los mejoradores de empresas privadas y públicas que, a través de su trabajo, nos permiten disponer de variedades más resistentes o tolerantes a las enfermedades.



El director comercial de Koppert, Juan Miguel Rodríguez (izda.) y el presidente de Anecoop, Alejandro Monzón, durante la firma del acuerdo entre ambas empresas.

Algunas de las enfermedades en las que estamos trabajando incluyen los nuevos virus en cucurbitáceas y solanáceas, la “moria” del kiwi o enfermedades más tradicionales como el “oidio” en la papaya. En hortícolas, nos preocupan especialmente los virus del CGGMV en sandía y el TOBRFV en tomate. Son virus de importancia mundial, en los que por ahora no hay variedades comerciales con resistencias, especialmente en el cultivo de sandía, por lo que nuestras actuaciones van dirigidas a limitar su expansión de una parcela a otra.

### Cambio climático

La reducción de uso de agua en los cultivos y la adaptación de éstos a nuevas condiciones ambientales, son una prioridad para nosotros.

Ante este desafío, se están estudiando soluciones tecnológicas para facilitar el control de los cultivos e implementar el riego eficiente en la agricultura con el objetivo de ahorrar costes y recursos, tanto en cultivos al aire libre como en invernaderos, diseñando un modelo de programación del riego que determina estrategias eficientes en función de la disponibilidad del agua de cada usuario.

### Proyectos de I+D+iT

En **colaboración con centros de investigación y universidades**, desarrollamos innovaciones que podemos transferir a nuestros asociados.

Los proyectos en los que hemos estado trabajando en la campaña 2022-2023 son los siguientes:

**DigitalRiego.** Proyecto estratégico de cooperación público-privada de reciente concesión y tres años de duración, que tiene como objetivo la modernización del regadío valenciano basada en la digitalización y las nuevas tecnologías.

**Transición al Modelo Agroecológico y Adaptación al Cambio Climático de la Citricultura Convencional en Cooperativas Valencianas.** Con el objetivo de evaluar e implantar este modelo de gestión, mitigando y mejorando la adaptación al cambio climático de los cítricos.

Por otro lado, se están desarrollando **proyectos de tecnologías 4.0** que permitan optimizar los recursos y mejorar la planificación de la campaña comercial:

**AgriSmart.** Desarrollo de un sistema basado en **inteligencia artificial** para la estimación en campo de la producción agrícola bajo invernadero.

**CITRIAFORO.** Aportar soluciones mecanizadas a la estimación del aforo y rendimiento de los cítricos, adaptadas al tamaño y dimensión de las plantaciones existentes y a la maquinaria agrícola disponible.

**INVERCONEC: Invernadero Conectado.** Desde el cultivo hasta el consumidor. Grupo operativo para el desarrollo de herramientas (Apps) para los agricultores que permitan una gestión integral de la producción bajo invernadero y un sistema de trazabilidad de la información relacionada con la sostenibilidad.

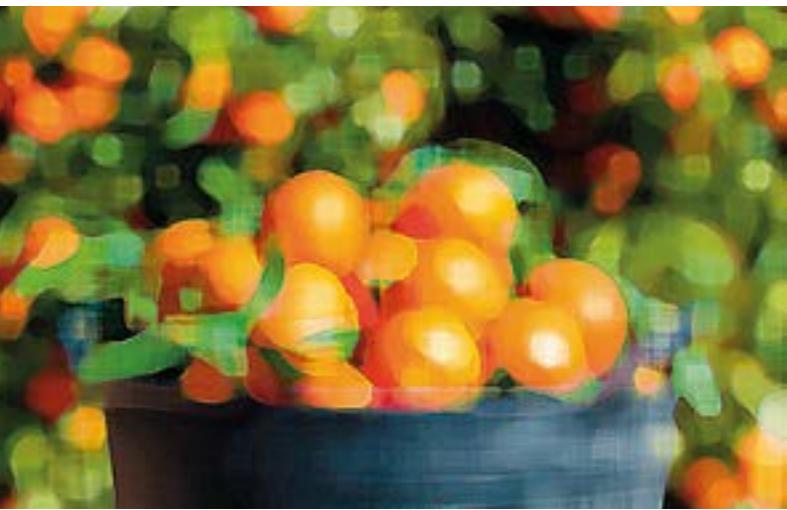
**FoodCollect.** Desarrollo de un sistema autónomo de detección y recolección de fruta basado en la visión artificial combinada con Inteligencia Artificial, e incorporada en un vehículo móvil con un brazo robótico.

Uno de los pilares más importantes de la empresa, que está alineado con la estrategia comunitaria “De la granja a la mesa”, es el uso de buenas prácticas agrícolas para el **control y preventión de plagas y enfermedades**:

# responsabilidad social corporativa



Anecoop Memoria RSC 2022/2023  
Trazabilidad



**Fruit Fly IPM.** Proyecto europeo centrado en el manejo y alerta de la presencia de **moscas de la fruta**, tanto las que hay actualmente en el entorno como posibles nuevas invasoras.

**PATAFEST.** Con el objetivo de proporcionar una poderosa iniciativa europea, centrándose en estrategias sostenibles de Manejo Integrado de Plagas para tratar y controlar la presencia de la plaga *Candidatus Liberibacter solanacearum* y su vector en las plantas, y abordar la incidencia de patógenos transmitidos por el suelo durante el almacenamiento postcosecha.

Por último, hemos firmado un proyecto con el IIVIA dirigido a mejorar la fertirrigación de dos de nuestros principales productos:

**DRIS en mandarinas tardías.** Establecer un sistema integrado de diagnóstico y recomendación (DRIS) para las mandarinas 'Nadorcott' y 'Tango'. Con la consecución de este objetivo se pretende desarrollar unas tablas de referencia para el diagnóstico nutricional en diferentes etapas clave del ciclo vegetativo que permitan al agricultor realizar un abonado sostenible económica y medioambientalmente.

**Evaluación de la fisiología del cuajado y absolución del kaki Rojo Brillante.** Conocer la relación que tiene la nutrición mineral con la expresión de hormonas y genes durante el cuajado y absolución del kaki 'Rojo Brillante'. El conocimiento de los factores endógenos que afectan al cuajado y caída de frutos en kaki nos permitirá reducir la absolución incrementando la producción de las parcelas.

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

Su desarrollo se hace posible gracias a las ayudas obtenidas de diferentes fondos como el europeo, mediante la convocatoria H2020, a través de los Grupos Operativos supranacionales y la convocatoria RETOS del CDTI, y regionales con los proyectos AVI y de cooperación.

## 3.4.2 Innovación en la gestión

Una de las afirmaciones que recoge nuestra Visión es el compromiso de Anecoop con una gestión excelente basada, entre otros aspectos, en la innovación. En nuestro afán por dar respuesta a los desafíos del entorno y las demandas del mercado, ponemos en marcha iniciativas que pivotan en torno a la innovación en la gestión, como los grupos empresariales y de producto.

Como parte de esta estrategia, en 2021 comenzó su andadura dentro de la organización la **Mesa de Innovación**, integrada por representantes de distintos departamentos dentro de Anecoop y por expertos externos en dirección de empresas y gestión de la innovación. Durante el ejercicio, ha seguido avanzando en los proyectos planteados, relacionados con las áreas de producto, comercialización, estructura y gestión con los socios.

## Grupo Empresarial Anecoop (GEA)

En 2022-2023 la actividad del GEA se ha visto reducida en un 23% en volumen por la bajada de producción de cítricos, principal cultivo de las cooperativas del Grupo, y en menor medida, el descenso de producción de kaki. Pese a ello, el GEA mantiene su cuota dentro de Anecoop, representando el 40% de los cítricos comercializados por la cooperativa, destacando en naranja con un 58% y en mandarinas con un 31%.

Las entidades asociadas al Grupo, junto con Anecoop, han seguido trabajando en los cuatro objetivos que impulsa esta iniciativa: **mejora de la gestión, optimización de los recursos disponibles, búsqueda de sinergias y fortalecimiento de las cooperativas**.

Available in English version at [www.anecoop.com](http://www.anecoop.com)

## Grupo Persimon

En un ejercicio sin precedentes, en el que las condiciones climatológicas extremas en el momento clave de la floración del kaki desembocaron en un descenso de la producción de un 55% sobre la campaña anterior, la coordinación estratégica del Grupo Persimon, a través de la puesta en marcha de grupos de trabajo específicos, ha permitido manejar las líneas comerciales para alargar la campaña todo lo posible y maximizar su resultado. El sensible incremento de los precios ha ayudado a compensar la subida de los costes y los descensos en producción.

## Grupo Granada

Concentrar la oferta y extender y diversificar el calendario de producción de granada son las ventajas competitivas de este grupo de trabajo, que sigue consolidándose dentro de Anecoop como plataforma de gestión para los 27 socios productores de esta fruta, con plantaciones en Huelva, Murcia, Alicante, Valencia, Castellón y Lérida.

## A.I.E. Exóticos del Sur

Se incrementa la superficie de cultivo de papaya, que alcanza ya las 36 hectáreas, manteniendo a Anecoop como el principal operador de ámbito nacional de esta fruta subtropical. La A.I.E. Exóticos del Sur está integrada por una veintena de productores de Almería, y complementan la oferta las alianzas establecidas con productores de Murcia y Canarias. Cuenta con centros específicos de manipulado de papaya en las distintas zonas de producción.

## Grupo Kiwi

Proyecto que ha continuado en la senda del crecimiento en el ejercicio 2022-2023 tanto en volumen como en facturación, gracias a las sinergias entre los equipos de Anecoop y de los seis socios que integran el Grupo, y el buen funcionamiento de las dos plataformas para la gestión de las líneas de kiwi verde y amarillo.

Seguimos trabajando para consolidar el objetivo del Grupo, que es ordenar y optimizar una oferta de kiwi de proximidad que resulte atractiva para nuestros clientes.

## Grupo Aguacate

La popularidad del aguacate no decrece. Sigue siendo una fruta con un importante mercado de consumo y por el que seguimos apostando. El trabajo conjunto de los equipos técnicos y comerciales de Anecoop y nuestras cooperativas asociadas es clave para ofrecer un producto con calidad, y un aspecto diferenciador muy valorado por los consumidores: la proximidad.

## ¿Con qué ODS contribuimos en este apartado?



## 3.4.3 Relación con los grupos de interés

La estrategia de nuestra organización y todas las acciones que emprendemos para alcanzar nuestros objetivos, pivotan en torno a cuatro ejes: socios, trabajadores, clientes y sociedad.

Como empresa cooperativa, 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.



# responsabilidad social corporativa

Available in English version at [www.anecoop.com](http://www.anecoop.com)



## Socios

Fomentamos con nuestros socios una relación interpersonal, ya que compartimos con ellos los mismos objetivos y un profundo compromiso con la agricultura y su futuro. Nuestro éxito es el de todos nuestros socios y de los agricultores.

Una de las fórmulas para mantener esta relación es el intercambio de información, que nos permite conocer sus necesidades y proyectos y darles a conocer los nuestros.

Durante el ejercicio, coordinamos desde las diferentes áreas de la organización acciones de carácter estratégico, técnico o informativo, que complementan la comunicación que destila el día a día de nuestra actividad.

En 2022-2023 hemos recibido la visita de **trece** cooperativas asociadas a Anecoop a nuestros campos de experiencias en Valencia y Almería, a las que se suman las visitas individuales de algunos socios productores y las sesiones de información y/o evaluación de producto, como es el caso de los cítricos, kaki, uva sin semillas, tomate, frutos exóticos, kiwi, entre otros. Hemos celebrado tres jornadas estratégicas de producto, que constituyen el punto de encuentro en el que socios y equipos profesionales de Anecoop ponen sobre la mesa aspectos como la calidad, la innovación, las estrategias de comercialización o las líneas de trabajo para impulsar la sostenibilidad.

Desde el **Departamento de TI**, se han puesto en marcha diversos proyectos orientados a mejorar y agilizar el intercambio de información, con el objetivo de avanzar en todas las gestiones relacionadas con el proceso productivo y comercial, entre los que cabe destacar la nueva plataforma para **compartir especificaciones de calidad de los clientes** con socios y proveedores; el desarrollo de una **app de producción** de gestión, control de producción y comunicación entre técnicos; la digitalización de la gestión de **plataformas de confección** o la incorporación de herramientas para la gestión del **impuesto del plástico** de un solo uso o el registro de **contratos alimentarios**.

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.

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. En la Navidad de 2022, concursaron 1.464 niños y niñas.

## Plantilla

Creemos en la comunicación fluida y bidireccional como instrumento imprescindible para el buen funcionamiento del equipo humano y de la organización.

Para ello, nos valemos de distintos canales de comunicación:

## Canales de Comunicación



La **Intranet** es una herramienta interna de gran utilidad. Aloja la documentación corporativa de uso más habitual, el calendario de acciones formativas, aplicaciones de gestión de uso cotidiano o comunicados y noticias de la organización, entre otros. Su uso facilita la gestión interna y el conocimiento de la empresa. Dentro de la Intranet está accesible el **Portal del Empleado**, que permite a cada profesional gestionar con el Departamento de Personas y Talento los aspectos particulares en cuanto a su situación en Anecoop (ficha personal, aspectos relacionados con el salario o vacaciones). Los **Comunicados "En Contacto"**, son el medio utilizado por la Dirección General de Anecoop para informar periódicamente de los acontecimientos societarios,

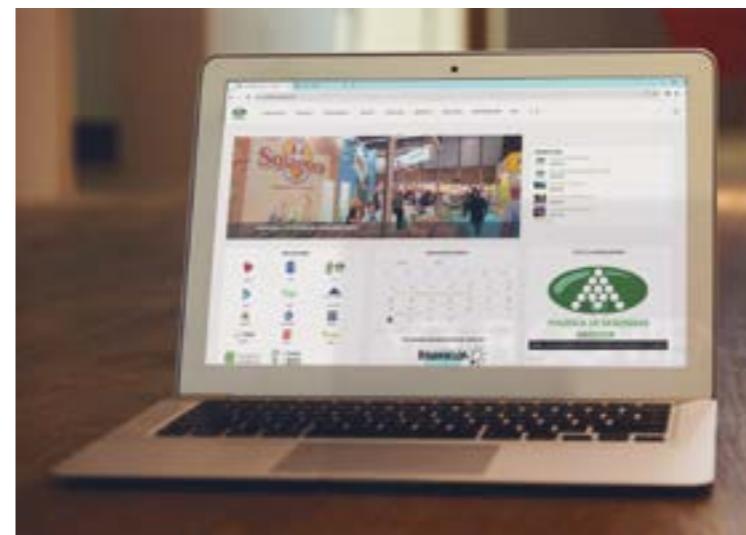
desarrollo de la campaña, cumplimiento de objetivos, resultados...

A través del **Comunicado Interno**, informamos a la plantilla de aquellas cuestiones relevantes de las distintas áreas de trabajo: nuevas incorporaciones, bajas dentro de la organización, lanzamiento de campañas de comunicación, políticas corporativas o puesta en marcha de nuevos proyectos, entre otras.

Aunque la empresa mantiene una política de "puertas abiertas" que posibilita la comunicación directa con la Dirección General, si se desea se puede optar por una comunicación más formal a través del **Comité de Empresa**. El Comité dispone de un buzón de sugerencias virtual que permite a los empleados realizar sus consultas o plantear sus aportaciones, que después son trasladadas a Dirección de Personas y Talento y a Dirección General.

El **Departamento de TI** ha impulsado proyectos que facilitan el trabajo en equipo, como la mejora de la **gestión y control de los planes de venta y de producción, plataformas de inteligencia de mercado** de vinos en distintos países, elaboración del **Plan Director de Seguridad** o la puesta en marcha del **Comité de TI del Grupo**, con el objetivo de trabajar alineados, mejorar la comunicación e identificar sinergias.

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

La comunicación con nuestros clientes es continua y transparente. Aplicamos esta política en nuestra gestión diaria, ofreciendo información acerca de los distintos productos, servicios, normativas, certificaciones y en general sobre todas aquellas cuestiones enmarcadas dentro de la relación profesional con cada cliente. La búsqueda del beneficio mutuo es primordial, y forma parte de nuestra Misión como empresa.

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

Somos conscientes del impacto que nuestra actividad tiene en el entorno. Nuestro compromiso con la sociedad nos lleva a alinear la estrategia empresarial con los valores de nuestra RSC, vigilando que todos aquellos proyectos en los que participamos se ajusten a nuestro rol como empresa de economía social.

Durante el ejercicio desarrollamos y/o participamos en un importante número de eventos y jornadas relacionados con la economía, la agro-

# responsabilidad social corporativa

Available in English version at [www.anecoop.com](http://www.anecoop.com)



limentación, la innovación o la sostenibilidad, tanto en un marco más general como cooperativo.

En 2022-2023 hemos intervenido en **60** eventos entre actos, ferias, congresos y jornadas presenciales o virtuales de distintos ámbitos de actuación.

En el mes de octubre el presidente de Anecoop, Alejandro Monzón, fue invitado por la Casa Real a la recepción que SS.MM. los Reyes ofrecen en el Palacio Real con motivo del **Día de la Fiesta Nacional**. Un mes más tarde, tuvimos el honor de asistir a la sesión pública del **Tribunal de las Aguas de Valencia**, invitados por esta milenaria institución.



El presidente de Anecoop, Alejandro Monzón, asistió a la recepción que ofrecen SS.MM. los Reyes por el Día de la Hispanidad.

Cerrábamos el año 2022 sumándonos a un nuevo Acto Empresarial en apoyo al **Corredor Mediterráneo**, celebrado en esta ocasión en Barcelona, hasta donde se trasladaron consejeros y directivos de Anecoop.

## Canal del Informante

En cumplimiento con la **Ley 2/2023 de 20 de febrero**, reguladora de la protección de las personas que informen sobre infracciones normativas y de lucha contra la corrupción (que traspone la Directiva (UE) 2019/1937, hemos incorporado a la web corporativa de la empresa, así como la Intranet, el acceso al Canal del Informante, un canal interno que permite informar y/o denunciar posibles infracciones penales y administrativas graves o muy graves, o infracciones del Derecho de la UE, que se puedan haber cometido en Anecoop.

### 3.4.4 Formación

Nuestra Misión establece que la organización ha de velar por el **desarrollo personal y profesional de sus empleados**. Con este objetivo, contamos con un Plan de Formación en el que se alinean las necesidades de la empresa con las propias necesidades formativas de los profesionales de los diferentes equipos de trabajo. Este Plan comprende cursos de management y Alta Dirección, desarrollo de habilidades y competencias, idiomas o cursos de capacitación técnica. Las acciones formativas se realizan tanto fuera como dentro del horario laboral, y se imparten por personal interno, escuelas formativas y profesionales externos.

Durante el ejercicio 2022-2023, se ha reforzado la actividad formativa, continuando con las clases de idiomas por grupos a través de videoconferencia y con los cursos técnicos de calidad y webinars sobre las nuevas herramientas que se han ido implantando o mejorando. En este apartado se incluye toda la formación interna impartida por nuestra área de Tecnologías de la Información sobre **Planning/Gesco, CRM y Teams**, dirigidas a todos los departamentos de la empresa que trabajan con estas herramientas digitales, además de continuar con las sesiones sobre **Concienciación en Ciberseguridad**, de obligatoria asistencia para toda la plantilla.

Entre la formación impartida esta campaña, cabe destacar los Cursos de Comunicación Persuasiva, Negociación y Gestión del Tiempo y reuniones a través de EDEM, en las que participaron comerciales, personal administrativo, mandos intermedios y directivos de todas las oficinas en Anecoop España; la formación en relación a la gestión de grandes cuentas impartida por AECOC, y la participación de profesionales de Anecoop en el PLD de ESADE, así como la organización del seminario de Gestión del Cambio impartido internamente por profesores de esta Escuela de Negocios.

El número total de horas de formación ha sido de **10.722 horas** aproximadamente para un total de **260 personas**, lo que supone una media de **41,23** horas por persona. El porcentaje de plantilla que ha recibido formación durante el ejercicio ha sido del **91,54%**, y la inversión realizada ha ascendido a un total de **164.462 euros**.



### Formación a socios

Con el objetivo de garantizar un mejor servicio a nuestros clientes, apostamos por impartir 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 este ámbito.

Así, desde el área de **Calidad y Sostenibilidad**, se han desarrollado las siguientes acciones formativas:



### ACCIONES FORMATIVAS

|                                    | Nº |
|------------------------------------|----|
| La mejora de la tría y recolección | 15 |
| Etiquetado                         | 3  |
| Planes de mejora en los almacenes  | 78 |

Por su parte, el **Departamento de Producción e Innovación** ha organizado **21 visitas y sesiones formativas** a socios en sus dos Campos de Ensayo en Valencia y Almería, recibiendo a un total de **353 profesionales**.

La formación está orientada a la mejora de la rentabilidad de las explotaciones agrarias, explorando nuevas áreas de oportunidad para nuestros productores. Para esto, es imprescindible formar en nuevas variedades, técnicas de cultivo y la incorporación de nuevas tecnologías aplicadas a la agricultura.

Por otro lado, el propósito de gran parte de las líneas de formación a nuestros asociados es producir de forma más saludable y respetuosa con el medio ambiente en cumplimiento con la normativa europea. Con este fin, hemos realizado experiencias en el uso de fauna útil, cubiertas vegetales e irrigación, que han servido de modelo a nuestros agricultores para mejorar sus cultivos, implantando nuevos sistemas de producción.

### 3.4.5 Modelo de Gestión de Recursos Humanos

Hemos seguido trabajando en el desarrollo del **Proyecto Cultiva**, con la perspectiva temporal de tres años para la aplicación del **Plan de Cambio**. Se fundamenta en **tres ejes de transformación**: la elaboración de políticas y procesos de gestión del talento, la evolución del modelo comercial y actualización del modelo organizativo, y la transformación del modelo de liderazgo y gestión de equipos.



Visita de los Consejos Rectores de Pobla del Duc y Llutxent al Campo de Experiencias de Museros.

Durante la campaña se han producido avances significativos en los tres ejes. Algunos de los proyectos que se han puesto en marcha y que estaban incluidos en el Plan Cultiva son:

- Actualización del **Modelo de Evaluación y Desarrollo Profesional** (MEDEPA).
- Desarrollo y aplicación del **Manual de Bienvenida**.

# responsabilidad social corporativa



- Inicio del trabajo para el **cambio de estructura de Intranet**.
- Ampliación de la formación tanto a nivel general como a nivel técnico específico y establecimiento del **marco para el futuro Plan de Formación**.
- Puesta en marcha del **Buzón del Informante**.
- Redacción de la **Auditoría Salarial** dentro del Plan de Igualdad de Anecoop.

## Estabilidad en la plantilla

Anecoop mantiene la estabilidad en la plantilla con respecto al anterior ejercicio. En 2022-2023 hemos continuado con el incremento paulatino en el número de empleados, pasando de los 269 a los **284 de media**. Los centros de trabajo incluidos en este cálculo han sido los de Valencia, Murcia, Sevilla, Almería y Valle del Ebro.

## Composición de la plantilla

En cuanto a la distribución de la plantilla por sexos, cabe señalar que los porcentajes han experimentado alguna variación, siendo el 47,20% de hombres y el 52,80% 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, aportando experiencia y estabilidad.



## EDAD MEDIA DE LA PLANTILLA

| Edad         | Varones    | %             | Mujeres    | %             | Total      |
|--------------|------------|---------------|------------|---------------|------------|
| > 50         | 63         | 47,03         | 53         | 35,02         | 116        |
| 30 - 50      | 61         | 45,76         | 78         | 52,09         | 140        |
| < 30         | 10         | 7,21          | 19         | 12,89         | 29         |
| <b>Total</b> | <b>134</b> | <b>100,00</b> | <b>150</b> | <b>100,00</b> | <b>284</b> |

## 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 97,57% de la plantilla tiene contrato indefinido, mientras que los contratos temporales se sitúan en un 2,43%, sobre todo para casos puntuales derivados de las nece-

sidades 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. Esta campaña se han producido 28 bajas, incluyendo los finales de convenio del personal en prácticas: seis voluntarias, catorce por finalización de contrato temporal y ocho debidas a otras causas.



## SALARIOS ANUALES

| 2020-21                  | 2021-22    | 2022-23    |
|--------------------------|------------|------------|
| Salario bruto 10.715.099 | 11.513.803 | 12.316.655 |

En el aspecto salarial se han seguido ajustando los salarios en función de las responsabilidades adquiridas en el puesto de trabajo. El total bruto invertido en salarios en 2022-2023 se sitúa por encima de los 12,3 millones de euros. En esta última campaña, el importe incluido es el del período comprendido entre el 1 de octubre 2022 y el 30 de septiembre 2023.

## 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 y se aplica desde el 1 de mayo del 2022. Se centran, única y exclusivamente, en la valoración de la formación y las competencias del candidato/a, la experiencia en el puesto y la adaptabilidad al perfil solicitado en cada momento. En ningún caso son importantes aspectos relacionados con la nacionalidad, el sexo, la raza o la religión o cualquier otra que provoque desigualdad.

La plantilla está formada por profesionales de dieciséis nacionalidades que conviven en perfecta armonía, y nunca en la historia de Anecoop ha habido el más mínimo incidente por discriminación. Nuestra política escrita de retribución garantiza la igualdad de trato para todo el personal. No en balde, la diversidad y la igualdad se encuentran en lugar destacado en nuestra declaración de misión, visión y valores.

Available in English version at [www.anecoop.com](http://www.anecoop.com)



Durante esta campaña se ha seguido aplicando el I **Plan de Igualdad de Anecoop** implantando las medidas que éste recoge, entre las que se incluye el trabajo para garantizar el uso de lenguaje y de imágenes no sexistas en toda la comunicación interna y externa.

## Condiciones sociolaborales

Desde el mismo momento de su contratación en Anecoop, el departamento de Personas y Talento 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, 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 considerados siempre que es necesario, haciéndoles partícipes del crecimiento de Anecoop.

Además, tenemos Acuerdos Marco con Universidades y Centros de Formación 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. 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.

## Conciliación de la vida personal, familiar y profesional

La jornada laboral anual es de 1.790 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: reducciones de jornada por distintos motivos, y adaptación de la jornada de trabajo en casos de necesidad urgente, entre otras, además de aplicación estricta de las medidas marcadas por la legislación vigente.

En 2022-2023, los horarios de han adaptado para la realización de trabajo presencial durante la mañana y turnos de teletrabajo por la tarde para toda la plantilla.

## ¿Con qué ODS contribuimos en este apartado?



### 3.4.6 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.

# responsabilidad social corporativa



Available in English version at [www.anecoop.com](http://www.anecoop.com)

Anecoop Memoria RSC 2022/2023  
Trazabilidad

## 3.4.7 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 su grado de satisfacción, 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 con 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.

## 3.4.8 Comunidad Local. Anecoop Solidaria

Disponemos de un fondo económico anual con fines solidarios que asignamos a distintas entidades. En 2022-2023 hemos donado **86.200 euros**, un **8,9%** menos que en el ejercicio anterior, que hemos distribuido de la siguiente manera:



## Entidades diversas y ONGs

- Cáritas • Casa de la Caridad Valencia. Proyecto "365 empresas solidarias" • Asociación Española contra el Cáncer • Fundación Novaterra • Asindown • Fundación Vicente Ferrer. Proyecto "Una aldea cooperativa en Anantapur" (India) • Fundación por la Justicia • 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.

- NASCO Feeding Minds. Hemos renovado nuestro acuerdo de colaboración económica con esta ONG dedicada a la creación de aulas informáticas en zonas rurales de Ghana para fomentar el acceso a la información y formación mediante la educación digital, dando así a los jóvenes la oportunidad de prosperar en su propio país y frenar las migraciones forzadas.

Por su parte, Anecoop Praha ha realizado una contribución económica a asociaciones y ONG de su ámbito geográfico.

## Deporte inclusivo

Mantenemos nuestro apoyo económico al deporte como vehículo de inclusión de personas con discapacidad funcional e intelectual. En este ámbito, en 2022-2023 renovamos nuestro convenio de colaboración con la **Fundación URA-Clan** del club Unión Rugby Almería y seguimos apoyando el club de atletismo **AVAPACE Corre**, impulsado por la Asociación Valenciana de Ayuda a la Parálisis Cerebral.



## Otras acciones

El conjunto de las oficinas y filiales del Grupo Anecoop también ha efectuado contribuciones en especie, destinadas a organizaciones e instituciones benéficas y comunidades de apoyo a personas y hogares desfavorecidos. Este ejercicio **hemos superado los 665.000 kilos de frutas y hortalizas**.

## 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 con las leyes y regulaciones

Durante la campaña 2022-2023 se han pagado 7.863,50 euros por sanciones relacionadas con el exceso de peso en el transporte de mercancías, así como por otros conceptos de poca relevancia.

## 3.4.9 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. Ane-

coop no ha recibido ninguna denuncia por competencia desleal.

## 3.4.10 Objetivos sociales

- Perseverar en la integración de nuestras bases y en la consolidación de nuestros Grupos Empresariales.
- Avanzar en la corresponsabilidad y compromiso con nuestros socios para lograr una agricultura sostenible.
- Desarrollar el talento y la inclusión en la organización a través del Plan Cultiva.
- Avanzar en la consolidación del Plan de Igualdad en los mandos de responsabilidad de la empresa.

¿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 de 2024.

Available in English version at [www.anecoop.com](http://www.anecoop.com)



Anecoop Memoria RSC 2022/2023  
Trazabilidad

## 4.1 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 V Gama, conservas de frutas y flores 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, Países Bajos, Polonia, República Checa, Eslovaquia, 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.

La cooperativa comercializa sus productos en 69 países, siendo Europa el principal destino de sus ventas con Alemania, Francia, España, República Checa y Eslovaquia a la cabeza, seguidos de Hungría, Suecia, Italia, Polonia y Países Bajos.

Anecoop arrancaba el ejercicio 2022-2023 con 73 entidades asociadas. En el ecuador de la campaña se creó **Coalmar Fruits**, fruto de la fusión de las cooperativas **Agrícola del Marquesado de Llombai** y **San Salvador de Alfarp**, que pasaron a darse de baja como socias, dando de alta en Anecoop la nueva entidad.

Al inicio del ejercicio se produjo la entrada de **Alzicoop** en **Green Fruits Coop. V.** En el mes de julio, se dieron de baja los cinco socios que forman parte de esta cooperativa de segundo grado, principal socio de cítricos de Anecoop: Cooperativa Agrícola S.C.J. de Algemesí (**Copal**), Cooperativa Hortofrutícola de Alzira (**Alzicoop**), Cooperativa Citrícola de La Safor Coop. V. (**Coopcisa**), Novacitrus S.A.T y Cooperativa Agrícola de Pego Coop. V. (**Copego**).

Se produjo además la firma de un acuerdo de colaboración entre Green Fruits y a castellonen-

se **Soex-2** para la gestión de la fruta en los almacenes.

Por otro lado, las valencianas **Camp de Llutxent-Otos** y **Vitivinícola La Pobla de La Pobla del Duc**, aprobaron a principios de septiembre de 2023 su integración, dando vida a una nueva entidad de segundo grado, **Univall Coop. V.**

En el primer trimestre del ejercicio 23-24 la andaluza **Albentillas Sociedad Cooperativa** solicitó la baja al integrarse dentro de otra de las entidades socias del Grupo, **Toñifruit S.L.**, con sede en Librilla (Murcia).

Todos estos movimientos, a los que se suma la entrada de un nuevo socio de Almería, **Ecoinver Export S.L.** sitúan el número de socios al cierre de esta memoria en 67.

Conforme al censo interno actualizado en enero de 2024, las cooperativas y empresas socias de Anecoop constituyen una masa social de **65.162** personas, de las cuales **21.284** son socios agricultores, **23.531** son socios de otro tipo de servicios y **20.347** son empleados. La suma de la superficie total de cultivo de los socios de Anecoop es de **59.956,83** hectáreas de frutales, hortalizas y viñedos.



**GRUPO ANECOOP**



Primera empresa hortofrutícola del Mediterráneo.



Líder español en la comercialización de frutas y hortalizas.



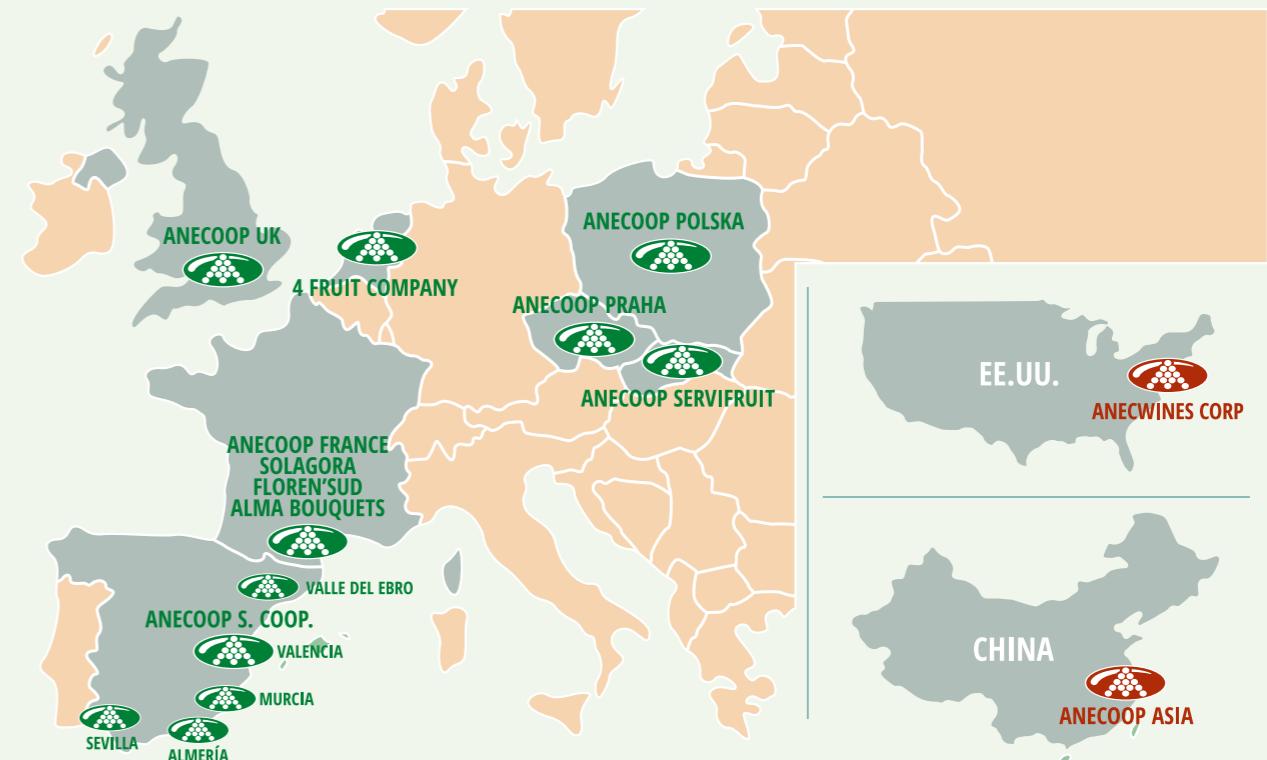
Operador mundial de referencia para cítricos, sandías y kakis.

### 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.

## el Grupo Anecoop



### 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 V Gama, vinos y flores. 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". Buscando adaptar su oferta al mercado, junto a sus socios desarrolla continuamente alternativas de cultivo, como la uva sin semillas, el kiwi, la papaya, la pitahaya o el tomate sabor, y de consumo, con soluciones para comer saludable de forma fácil y cómoda como la variada gama de los untados y salsas vegetales "**¿Ysi? de Bouquet**".

### 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, Bouquet naturane zero, Bouquet naturane zero**, bajo la que etiqueta sus frutas y hortalizas con cero residuo de pesticidas, e **¿Ysi? de Bouquet/ Easy by Bouquet** para su línea de V Gama.

En vinos destacan Reymos, Venta del Puerto, Icono, Juan de Juanes, Amatista, Los Escrivanos, El Enhebro, Dominio de Unx, Hacienda Uvanis y Unsi.

### 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 aproximadamen-

# información institucional

Available in English version at [www.anecoop.com](http://www.anecoop.com)



te 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 **50%** 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 ésta, 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.

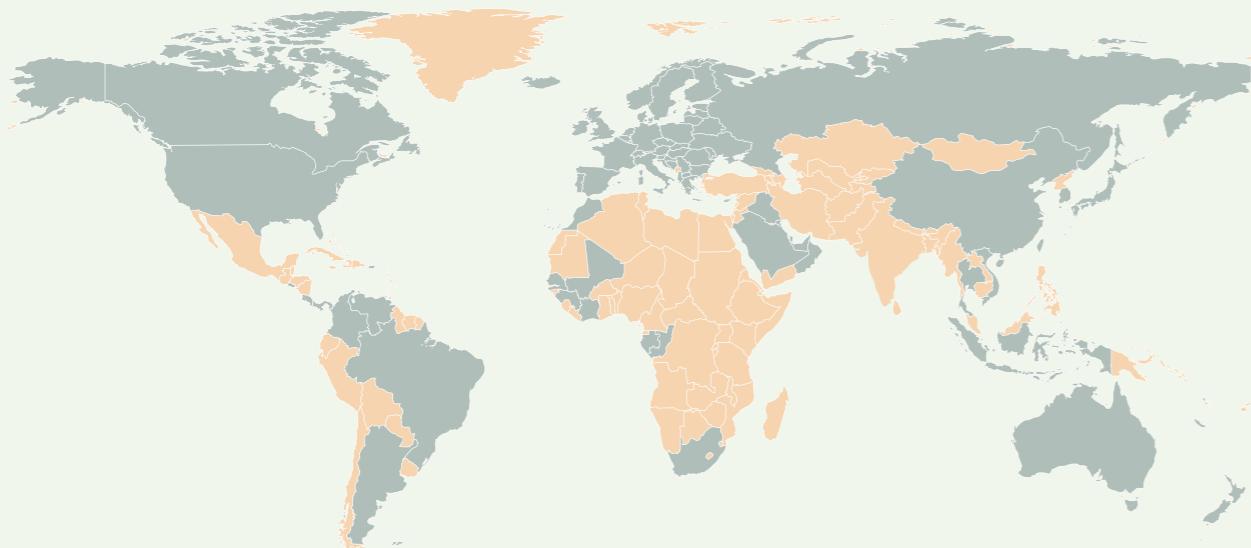
El C.R. elige de entre sus miembros al Presidente, Vicepresidente y Secretario.

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

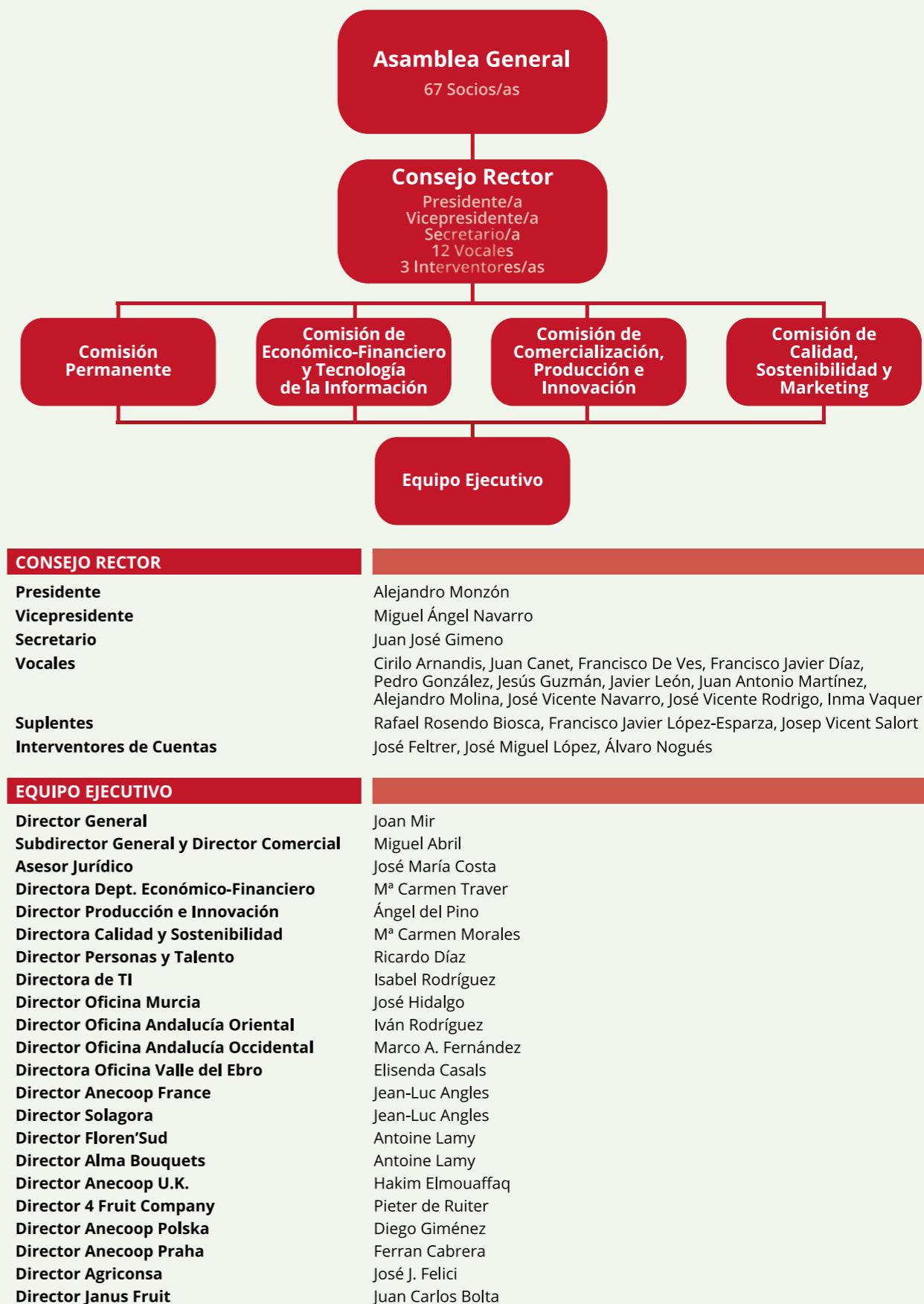
- Comisión Permanente.
- Económico-Financiero y Tecnologías de la Información.
- Comercialización, Producción e Innovación.
- Calidad, Sostenibilidad y Marketing.

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

## ¿en qué mercados estamos?



69 países



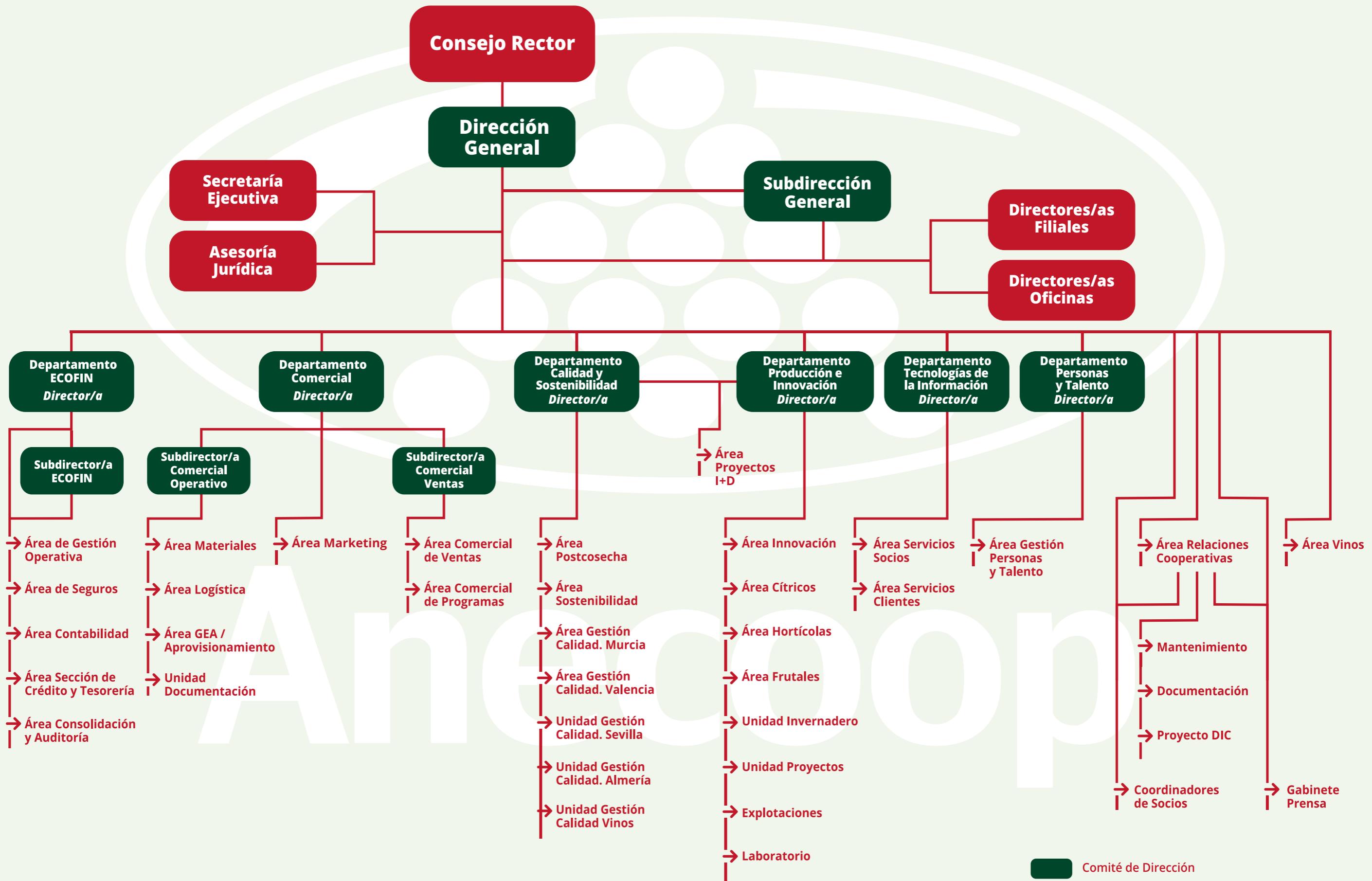
## información institucional

*Available in English version at [www.anecoop.com](http://www.anecoop.com)*



# Anecoop Memoria RSC 2022/2023

## *ltaazabilidad*



# información institucional



## 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.

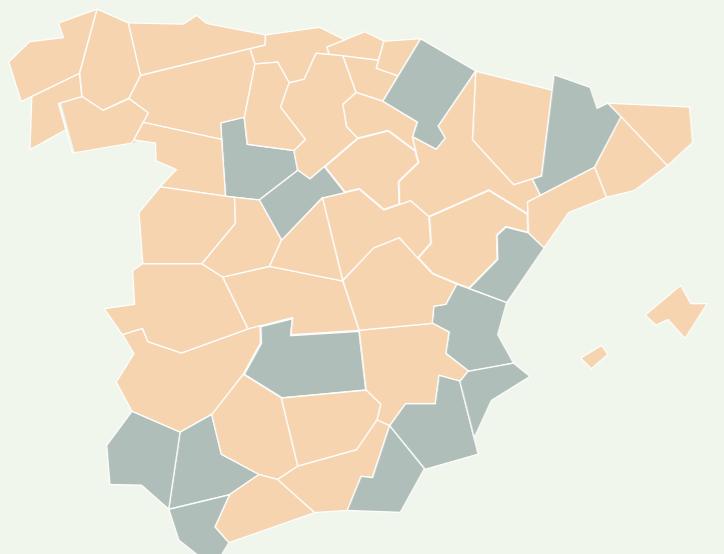
### Requisitos y condiciones de entrada

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 alta establecida a partir del 1 de enero de 2023 en 10.000 € que se actualizará anualmente de acuerdo con el IPC.
- Un importe fijo correspondiente a las Aportaciones Obligatorias Incorporadas al Capital Social (AOICs) que en la actualidad asciende a 1.833 €.

## Distribución geográfica de Socios de Anecoop



67 Socios / 7 Comunidades Autónomas / 13 Provincias

- Una Aportación Voluntaria Incorporada al Capital Social (AVICs), cuya fórmula de cálculo es adoptada por el Consejo Rector en la reunión de 22 de diciembre de 2022.

- 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 2022-2023 asciende al 40%.

## 4.4 Misión, Visión, Valores

|                                 | Socios   | Clientes   | Proveedores  | Personas  | Sociedad   |
|---------------------------------|--|--|--|---|--|
| Misión                          | Obtener la máxima rentabilidad y sostenibilidad para socios y agricultores.  | Construir una relación de cooperación y beneficio mutuo con nuestros clientes y proveedores.   |  | Potenciar el desarrollo de nuestros profesionales.  | Lograr la satisfacción de los consumidores por medio de una amplia oferta de productos saludables y sostenibles.                               |
| Visión                          |  | Líder en el sector hortofrutícola en Europa, mediante la integración participativa de sus socios y el desarrollo de un modelo de agricultura sostenible, estableciendo alianzas de beneficio mutuo con socios y clientes, con una gestión excelente basada en la calidad, la innovación y el desarrollo del talento. |  |   |  |
| Transparencia y confianza       |  |  |  |   |  |
| Participación y cooperación     | Participamos en el mismo proyecto. Por eso, el éxito de Anecoop es el de todos sus socios y agricultores.                        | Somos capaces de construir alianzas duraderas mediante el suministro de productos adecuados a nuestros clientes y rentables para ambas partes.   | Construimos relaciones de beneficio mutuo.   | Respetamos a las personas y juntos vamos más lejos, priorizando el éxito del equipo y el bienestar de todos.                        | Con nuestro comportamiento generamos impactos positivos en la Sociedad, aportando constantemente soluciones a un mundo que no deja de cambiar. |
| Corresponsabilidad y compromiso |  |  |  |   |  |
| Valores                         | Compartimos los mismos objetivos y nos orientamos hacia ellos a partir de un profundo compromiso con la agricultura y su futuro. | Comprometidos con la Calidad y la Seguridad Alimentaria por encima de todo.  | Consolidamos y potenciamos el cooperativismo desde el profundo respeto a nuestros proveedores. | Nuestras personas están comprometidas con los mismos objetivos de socios, clientes y proveedores y ante todo actúan con integridad. | Comprometidos con la salud de los consumidores y el desarrollo de una economía sostenible.   |
| Talento y inclusión             |  |  |  |   |  |
|                                 | Lideramos proyectos desarrollados en equipo, teniendo siempre en cuenta tanto a nuestros socios como a nuestros clientes.        | Compartimos el conocimiento y avanzamos juntos.  |  | Nunca dejamos de aprender y fomentamos la diversidad de perfiles y opiniones.   | Elegimos el camino de hacer siempre lo correcto.   |

# información institucional

## 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 períodos 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.

## 4.6 Objetivos estratégicos

De acuerdo a lo establecido en el Plan Estratégico 2022-2026, estos son los objetivos que marcarán la hoja de ruta de Anecoop en los próximos años (ver cuadro Ejes Estratégicos).

## 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.



## Ejes estratégicos

- 1 **Integración:** Integración de socios de base, cooperativas y terceros a través de un proceso de concentración de oferta y diversificación tanto en variedades como en períodos de comercialización, convirtiéndonos en interlocutores válidos de la gran distribución.
- 2 **Eficacia y eficiencia:** Incrementar la eficacia y la eficiencia en todos los procesos de negocio y de gestión operativa.
- 3 **Valor:** Incrementar el valor entregado a los clientes mediante el mantenimiento de altos estándares de calidad y seguridad alimentaria y a través de procesos de constante innovación.
- 4 **Mercados:** Consolidar y desarrollar mercados, potenciando empresarial y económicamente la actuación del cooperativismo.
- 5 **Innovación:** Ser la empresa referente en innovación del sector hortofrutícola.

En mayo de 2022 la organización celebró unas jornadas de reflexión en las que participaron 38 directivos y ejecutivos del conjunto de oficinas y filiales del Grupo, con representación de todos los departamentos.

Alcanzadas una serie de conclusiones en cada uno de los seis bloques (Estrategia, Clientes, Producto, Calidad, Socios y Organización) sobre los que se realizó un análisis, el Comité de Dirección trazó el **Plan 2022-2026** que se plasma en ocho retos estratégicos. Para la consecución de cada uno de estos retos, se ha creado un grupo

Available in English version at [www.anecoop.com](http://www.anecoop.com)



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**, **Fundación Ingenio**, **Fundación Novaterra** y **Plataforma La Promotora**.

También está presente en Centros de Investigación: **IVIA**, **AINIA**, **ITENE**, **Parc Científic Universitat de València**. Pertenece a asociaciones del sector agrario de ámbito cooperativo: **FECOAV**, **FECOAM**, **FAECA**, **ENGRUPO**. Otras asociaciones del sector agrario: **Consejo Regulador de la D.O.P. Kaki Ribera del Xúquer**, **D.O.P. Vinos de Valencia**, **I.G.P. Cítricos Valencianos**, **PROAVA**, **Vinos D.O. Navarra**, **Más Brócoli**, **Love Klabaza**.

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



Anecoop Bodegas participó en una nueva edición de la Mostra de Vins de PROAVA.

# índicadores de sostenibilidad

ANECOOP S. COOP. ha presentado la información citada en este índice contenidos GRI para el periodo comprendido entre el 1 de octubre de 2022 al 30 de septiembre de 2023 utilizando como referencia los Estándares GRI.

## GRI 2: CONTENIDOS GENERALES 2021

| Contenidos generales  | Página  |
|---|---|
| <b>1. LA ORGANIZACIÓN Y SUS PRÁCTICAS DE PRESENTACIÓN DE INFORMES</b>   |   |
| 2-1-a Nombre legal  | Contraportada   |
| 2-1-b Naturaleza de la propiedad y su forma jurídica  | 54  |
| 2-1-c Ubicación de su sede central  | contraportada   |
| 2-1-d Países en los que opera   | 54-56   |
| 2-2-a Entidades incluidas en la presentación del informe  | Int. portada  |
| 2-2-b Diferencias existentes entre las entidades incluidas en los informes financieros consolidados y en el informe de sostenibilidad | Ver informe de EINF<br><a href="http://www.anecoop.com">www.anecoop.com</a> |
| 2-3-a Periodo objeto del informe y la frecuencia del informe de sostenibilidad  | Int. portada  |
| 2-3-b Periodo objeto de los informes financieros  | Del 1/10/2022 al 30/09/2023   |
| 2-3-c Fecha de publicación del informe  | Marzo 2024  |
| 2-3-d Punto de contacto para cuestiones relacionadas con el informe   | Int. portada  |
| 2-4-a Actualización de información presentada en períodos objeto de informes anteriores   | Int. portada  |
| 2-5 Verificación externa  | No se realiza (*)   |
| <b>2. ACTIVIDADES Y TRABAJADORES</b>  |   |
| 2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales   | 54-56   |
| 2-7 Empleados   | 46, 47, 49-51   |
| <b>3. GOBERNANZA</b>  |   |
| 2-9 Estructura de gobernanza y composición  | 56-57   |
| 2-10 Designación y selección del máximo órgano de gobierno  | 56  |
| 2-11 Presidente del máximo órgano de gobierno   | 56  |
| 2-12 Función del máximo órgano de gobierno en la supervisión de la gestión de los impactos  | 56  |
| 2-13 Delegación de la responsabilidad de gestión de los impactos  | 58-59, 62   |
| 2-14 Función del máximo órgano de gobierno en la presentación de informes de Sostenibilidad   | 56  |
| 2-15 Conflictos de interés  | Art. 35 Estatutos Sociales<br>56  |
| 2-16 Comunicación de inquietudes críticas   | Ver informe de EINF<br><a href="http://www.anecoop.com">www.anecoop.com</a> |
| 2-19 Políticas de remuneración  |   |
| <b>4. ESTRATEGIA, POLÍTICAS Y PRÁCTICAS</b>   |   |
| 2-22 Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible   | 4-7   |
| 2-23-a Compromisos y políticas de conducta empresarial responsable  | 61, 62  |
| 2-23-b Compromisos y políticas respecto a los derechos humanos  | 52  |
| 2-24 Incorporación de los compromisos y políticas   | 61-63   |
| 2-25 Procesos para remediar los impactos negativos  | 62  |
| 2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes   | 46-47   |
| 2-27 Cumplimiento de la legislación y las normativas  | 37, 41, 52, 53  |
| 2-28 Afiliación a asociaciones  | 63  |
| <b>5. PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS</b>  |   |
| 2-29 Enfoque para la participación de los grupos de interés   | 45-48   |
| 2-30 Convenios de negociación colectiva   | 100% de los trabajadores  |

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

# Desarrollo sostenible

- Eficiencia en el uso del agua en la producción agrícola
- Soluciones biológicas para el control de plagas
- Reducción de emisiones de gases de efecto invernadero
- Adaptación de la producción de alimentos al cambio climático
- Prevención y reducción del desperdicio alimentario
- Aumento de la biodiversidad



# indicadores de sostenibilidad

Available in English version at [www.anecoop.com](http://www.anecoop.com)



## GRI 3: TEMAS MATERIALES 2021

| Estándar GRI   | Contenido   | Página URL  | Omitidos | Página Verific. |
|--|---|---|----------|-----------------|
| 3-1  | Proceso para determinar los temas materiales  | 36, Int. portada  |          |                 |
| 3-2  | Lista de temas materiales   | 36  |          |                 |
| <b>MEJORA DE LA RENTA DE LOS SOCIOS</b>                      |   |   |          |                 |
| GRI 3: Temas Materiales 2021                                 | 3-3 Gestión de temas materiales   | 36, Int. portada, 11, 26-28   |          |                 |
| 201 Desempeño económico 2016                                 | 201-1 Valor económico directo generado  | 26-28   | 31       |                 |
|  | 201-2 Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climático  | 8, 9, 41-44   |          |                 |
|  | 201-3 Programas de beneficio social   | Plan Jub. Obl.  |          |                 |
|  | 201-4 Asistencia financiera recibida del gobierno   | 29  |          |                 |
| <b>AGRICULTURA SOSTENIBLE Y GESTIÓN DEL MEDIO AMBIENTE</b>   |   |   |          |                 |
| GRI 3: Temas Materiales 2021                                 | 3-3 Gestión de temas materiales   | 36, Int. portada, 8, 9, 37, 38, 41-43   |          |                 |
| 301 Materiales 2016  | 301-1 Materiales utilizados por peso y volumen  | 38, 39  |          |                 |
| 302 Energía 2016   | 302-1 Consumo de energía dentro de la organización  | 39  |          |                 |
|  | 302-4 Reducción del consumo energético  | 39-41   |          |                 |
| 303 Agua y esfuentes 2018                                    | 303-3-a Extracción de agua  | 39  |          |                 |
|  | 303-5 Consumo de agua   | 39  |          |                 |
| 305 Emisiones 2016   | 305-1-a Emisiones directas de GEI   | 39-41   |          |                 |
|  | 305-5-a Reducción de las emisiones de GEI   | 39-41   |          |                 |
| 306 Residuos 2020  | 306-3 Residuos generados  | 40,41   |          |                 |
| GRI 2: Contenidos Generales 2021                             | 2-27 Cumplimiento con la legislación y normativas   | 37, 41  |          |                 |
| <b>SEGURIDAD ALIMENTARIA Y CALIDAD DEL PRODUCTO</b>          |   |   |          |                 |
| 3-3  | Gestión de temas materiales   | 36, Int. Portada, 37  |          |                 |
| 414 Evaluación social de los proveedores 2016                | 414-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con criterios sociales (*). Normas básicas 8. Cumplimiento de la legislación ambiental y laboral.               | Todos suscriben las Normas básicas para suministro de frutas y hortalizas de Anecoop (punto 8)* |          |                 |
|  | 414-2 Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas  | 37  |          |                 |
| 416 Salud y seguridad de los clientes 2016                   | 416-1 Evaluación de los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad  | 37  |          |                 |
|  | 416-2 Casos de incumplimiento relativos a los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad  | 52  |          |                 |
| 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   |          |                 |
| <b>INTEGRACIÓN: INTEGRAR SOCIOS, COOPERATIVAS Y TERCEROS</b> |   |   |          |                 |
| 3-3  | Gestión de temas materiales   | 36, Int. Portada, 61, 62, 44, 45  |          |                 |
| <b>SATISFACCIÓN Y FIDELIDAD DEL CLIENTE</b>                  |   |   |          |                 |
| 3-3  | Gestión de temas materiales   | 36, Int. Portada, 61, 47, 52  |          |                 |
| 416 Salud y seguridad de los clientes 2016                   | 416-2 Casos de incumplimiento relativos a los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad  | 52 No se han producido  |          |                 |
| 418 Privacidad del cliente 2016                              | 416-1 Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente   | No se han producido   |          |                 |
| <b>ALIANZAS CON CLIENTES Y PROVEEDORES</b>                   |   |   |          |                 |
| 3-3  | Gestión de temas materiales   | 36, Int. portada, 61, 63, 44-47   |          |                 |
| <b>EMPLEO DE CALIDAD Y DESARROLLO DEL CAPITAL HUMANO</b>     |   |   |          |                 |
| 3-3  | Gestión de temas materiales   | 36, Int. portada, 46-49, 61,62  |          |                 |
| 401 Empleo 2016  | 401-1 Contrataciones de empleados y rotación de personal  | 50  |          |                 |
|  | 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  | Omitidos | Página Verific. |
|--|---|---|----------|-----------------|
| <b>EMPLEO DE CALIDAD Y DESARROLLO DEL CAPITAL HUMANO (sigue)</b> |   |   |          |                 |
| 402 Relaciones trabajador-empresa 2016                           | 402-1 Plazos de aviso mínimos sobre cambios operacionales   | 2 semanas   |          |                 |
| 403 Salud y seguridad en el trabajo 2018                         | 403-1 Sistemas de gestión en la salud y la seguridad en el trabajo  | 51  |          |                 |
|  | 403-2 Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes   | 51  |          |                 |
|  | 403-3 Servicios de salud en el trabajo  | 51  |          |                 |
|  | 403-4 Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo                       | 51  |          |                 |
| 404 Formación y educación 2016                                   | 404-1 Promedio de horas de formación al año por empleado  | 48,49   |          |                 |
|  | 404-2 Programas para desarrollar las competencias de los empleados y programas de ayuda a la transición                       | 48,49   |          |                 |
|  | 404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas de su desempeño y el desarrollo de su carrera               | 50  |          |                 |
| 405 Diversidad e igualdad de oportunidades 2016                  | 405-1 Diversidad de órganos de gobierno y empleados   | 49-51   |          |                 |
| 406 No discriminación 2016                                       | 406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas  | No se han producido   |          |                 |
| 202 Presencia en el mercado 2016                                 | 202-1 Ratios entre el salario de categoría inicial estándar por género y el salario mínimo local                              | Salario > SMI   |          |                 |
|  | 202-2 Proporción de altos ejecutivos contratados de la comunidad local  | El 100% de directivos procede de zonas con operaciones significativas |          |                 |
| <b>INNOVACIÓN EN PRODUCTO I+D+i</b>                              |   |   |          |                 |
| 3-3  | Gestión de temas materiales   | 36, Int. portada, 23, 43, 61, 42-44                                   |          |                 |
| <b>INCREMENTAR LA EFICACIA Y EFICIENCIA EN LA GESTIÓN</b>        |   |   |          |                 |
| 3-3  | Gestión de temas materiales   | 36, Int. portada, 44, 45  |          |                 |
| <b>CONSOLIDAR Y DESARROLLAR MERCADOS</b>                         |   |   |          |                 |
| 3-3  | Gestión de temas materiales   | 36, Int. portada, 24, 25  |          |                 |
| <b>FOMENTAR LA ALIMENTACIÓN SALUDABLE</b>                        |   |   |          |                 |
| 3-3  | Gestión de temas materiales   | 36, Int. portada, 36  |          |                 |
| <b>PRÁCTICAS COMERCIALES LEALES</b>                              |   |   |          |                 |
| 3-3  | Gestión de temas materiales   | 36, Int. portada, 53  |          |                 |
| 206 Competencia desleal 2016                                     | 206-1 Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopolísticas y contra la libre competencia | 53  |          |                 |
| 205 Anticorrupción 2016  | 205-3 Incidentes de corrupción confirmados y medidas tomadas  | No se han identificado casos de corrupción                            |          |                 |
| 204 Prácticas de abastecimiento 2016                             | 204-1 Proporción de gasto en proveedores locales  | 29  |          |                 |
| GRI 2: Contenidos Generales 2021                                 | 2-27 Cumplimiento con la legislación y normativas   | 53  |          |                 |
| <b>DÍALOGO Y COMPROMISO CON LOS GRUPOS DE INTERÉS</b>            |   |   |          |                 |
| 3-3  | Gestión de temas materiales   | 36, Int. portada, 45-48   |          |                 |
| <b>GENERAR PROYECTOS DE ECONOMÍA SOCIAL</b>                      |   |   |          |                 |
| 3-3  | Gestión de temas materiales   | 36, Int. portada, 41, 52, 53  |          |                 |
| 413 Comunidades locales 2016                                     | 413-1 Operaciones con programas de participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y desarrollo                 | 52, 53  |          |                 |
| <b>FAVORECER LA VIABILIDAD DE ECONOMÍAS LOCALES</b>              |   |   |          |                 |
| 3-3  | Gestión de temas materiales   | 36, Int. portada, 9, 41   |          |                 |
| 203 Impactos económicos indirectos 2016                          | 203-1 Inversiones en infraestructura y servicios apoyados   | 41, 52, 53  |          |                 |
|  | 203-2 Impacto económico indirecto significativo   | 41, 52, 53  |          |                 |

El informe de Estado de Información no Financiera (ENFI) 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](http://www.anecoop.com)

| TABLA DE INDICADORES DE LA ECONOMÍA SOCIAL   |       | Pág |
|--|-------|-----|
| <b>Primer Principio: Primacía de las personas y del objeto social sobre el capital</b>   |       |     |
| ES1.1. Descripción de una breve memoria que ponga de manifiesto la primacía de las personas y del objeto social sobre el capital   | 56    |     |
| <b>Segundo Principio: Adhesión voluntaria y abierta</b>  |       |     |
| ES2.1. Requisitos para la adhesión de nuevos miembros a la organización  | 60    |     |
| ES2.2. Requisitos y condiciones de salida de la organización   | 60    |     |
| ES2.3. Evolución de socios o miembros, describiendo la variación de altas y bajas  | 54    |     |
| <b>Tercer Principio: Organización y cultura empresarial con vocación de gestión participativa y democrática</b>  |       |     |
| 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    |     |
| <b>Cuarto Principio: Comunicación de los intereses de los miembros usuarios y el interés general</b>   |       |     |
| ES4.1. Definición de un mapa de los grupos de interés focalizados en la organización   | 46-48 |     |
| ES4.2. Flujos relationales existentes entre la organización y sus grupos de interés  | 46-48 |     |
| 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 | 52    |     |
| ES4.4. Adaptación a la identidad cultural de los territorios donde actúa la organización   | 47    |     |
| ES4.5. Existencia de una sistemática de valoración de la satisfacción de los grupos de interés   | NI    |     |
| <b>Sexto Principio: Autonomía de gestión e independencia con respecto a los poderes públicos</b>   |       |     |
| 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    |     |
| <b>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</b>   |       |     |
| ES7.1. Porcentaje sobre el Pasivo que corresponde a fondos colectivos o irreparables   | 29    |     |
| ES7.2. Porcentaje de distribución de excedentes destinados a fondos colectivos o irreparables  | 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  | 28    |     |
| Tabla de contenido principios de economía social   | 67    |     |

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



**GRUPO  
ANECOOP**

|             |                |                    |   |
|-------------|----------------|--------------------|---|
| Anecoop     | Anecoop France | Anecoop Polska     | Anecoop Praha   |
| Anecoop UK  | Solagora       | 4 FRUIT COMPANY BV | Anecoop ServiFruit  |
| JANUS FRUIT | Floren'Sud     | Fundación Anecoop  | FUNDACIÓN FINCA EXPERIMENTAL Universidad de Almería Anecoop |
| Agriconsa   | alma bouquets  | Anecoop Asia       | AnecWines Corp  |



**GRUPO  
ANECOOP**

|   |   |   |
|---|---|---|
| <b>ANECOOP S.COOP.</b><br><b>Oficina central</b><br>Calle Monforte, 1. Entlo.<br>46010 Valencia<br>E-mail: info@anecoop.com | <b>ANECOOP FRANCE S.A.S.</b><br>Z.A.C. Saint Charles.<br>691, Avenue de Londres. B.P. 95052<br>66030 Perpignan Cedex. Francia<br>E-mail: direccion@anecoop-france.com<br>Tel: +33 468 683 838               | <b>ANECOOP PRAHA s.r.o.</b><br>Petržílkova 13/2583<br>158 00 Praga 5. Repùblica Checa<br>E-mail: praha@anecoop.eu<br>Tel: +420 233 356 080  |
| • <b>Centralita y Comercial</b><br>Tel: +34 963 938 500   | <b>SOLAGORA S.A.S.</b><br>Z.A.C. Saint Charles.<br>545, Avenue de Londres. B.P. 95052<br>66030 Perpignan Cedex. Francia<br>E-mail: commercial@solagora.com<br>www.solagora.com<br>Tel: +33 411 643 410      | <b>Almacén</b><br>Velkotřnlice Lipence<br>K Radotínu 492. Hala č. 34<br>156 00 Praga 5 - Lipence.<br>Repùblica Checa  |
| • <b>Vino</b><br>Tel: +34 963 938 509   | <b>FLOREN'SUD S.A.S.</b><br>Z.A.C. Saint Charles<br>Avenue de Bruxelles. B.P. 35402<br>66034 Perpignan Cedex. Francia<br>E-mail: commercial@florensud.fr<br>www.florensud.fr<br>Tel: +33 468 553 282        | <b>ANECOOP SERVIFRUIT SK s.r.o.</b><br>Kupeľna 767/4<br>92901 Dunajská Streda. Eslovaquia<br>E-mail: anecoop@real-net.sk<br>Tel: +421 903 407 929   |
| • <b>Administración</b><br>Tel: +34 963 938 519   | <b>ANECOOP MURCIA</b><br>Avenida Europa, s/n<br>Edificio Roma. Entlo. 4, 5 y 6<br>30007 Murcia<br>E-mail: comercialmurcia@anecoop.com<br>Tel: +34 968 200 280   | <b>Almacén</b><br>Priemyselný park Žitný ostrov<br>930 03 Kostoln Kráčany   |
| • <b>Calidad y Sistemas</b><br>Tel: +34 963 938 512   | <b>ANECOOP SEVILLA</b><br>Edificio Cartuja<br>Avenida Américo Vespucio, 5 (1)<br>Bloque A, 1 <sup>a</sup> planta, módulos 5 y 6<br>41092 Sevilla<br>E-mail: infosevilla@anecoop.com<br>Tel: +34 955 180 222 | <b>ANECOOP U.K. Ltd.</b><br>Clay Lake. Spalding<br>PE12 6BL Lincolnshire. Reino Unido<br>E-mail: info@anecoop.co.uk<br>Tel: +44 1775 714 700  |
|   | <b>ANECOOP VALLE DEL EBRO</b><br>E-mail: ecasals@anecoop.com<br>Tel: +34 673 488 762  | <b>4 FRUIT COMPANY Bv.</b><br>Handelsweg, 30<br>2988 DB Ridderkerk, Países Bajos<br>E-mail: info@4fruitcompany.nl<br>www.4fruitcompany.nl<br>Tel: +31 180 641 900   |
|   | <b>CENTRO LOGÍSTICO ANECOOP</b><br>P.E. Pepe Miquel<br>Calle Magraner, s/n<br>46680 Algemesí (Valencia)<br>E-mail: alfredocordellat@anecoop.com<br>Tel: +34 962 443 366                                     | <b>ANECOOP ASIA CORPORATE Ltd.</b><br>Room 13, 6th Floor<br>International Trade Centre, 11 - 19<br>Sha Tsui Road, Tsuen Wan, NT. Hong Kong<br>E-mail: jpascal@anecoop.com<br>E-mail: brunoierra@anecoop.com<br>Tel. España: +34 608 031 744<br>Tel. Hong Kong: +85 2 64 256 023 |
|   | <b>JANUS FRUIT S.L.</b><br>Calle Don Juan Subiela i Durà, 1<br>46180 Benaguasil (Valencia)<br>E-mail: albertocancer@anecoop.com<br>Tel: +34 963 938 500   | <b>ANEWCWINES CORPORATION</b><br>845 Third Avenue, Suite 607<br>Nueva York, NY 10022. Estados Unidos<br>E-mail: jrpscual@anecoop.com<br>Tel: +1 516 519 6931  |
|   |   | <b>AGRICONSA</b><br>P.E. Pepe Miquel<br>Avenida Salvador Roig Giner, 18<br>46680 Algemesí (Valencia)<br>E-mail: agricons@agricons.es<br>www.agricons.es<br>Tel: +34 962 482 910   |



memoria rsc 2022/2023

*ltaazabilidad*



**Anecoop**

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

[www.anecoop.com](http://www.anecoop.com)