

Informe Anual  
Resumen ejecutivo

2021

# Compromiso Responsable

**Grupo Calvo**

*Conservamos lo que te importa*



# 2021 en cifras



5.184

Colaboradores  
en todo el mundo



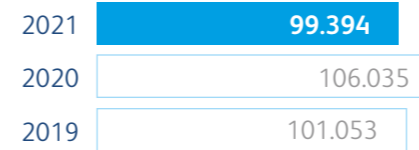
67

Países en los que tenemos  
presencia comercial



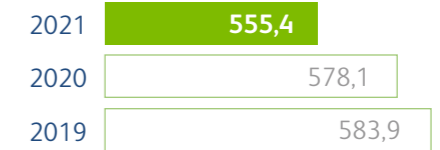
99.394

Toneladas vendidas  
de producto terminado



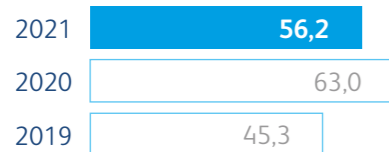
555,4 M€

Cifra de negocio



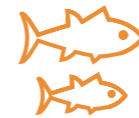
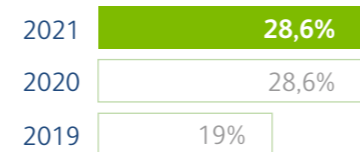
56,2 M€

Ebitda



28,6%

Mujeres  
en el Comité de Dirección



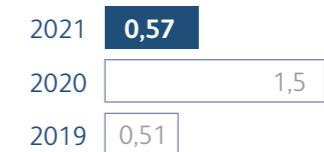
100%

Atuneros certificados  
APR (Atún de Pesca Responsable)



0,57 M€

Inversión social  
en la comunidad



# Hitos del año

## Lanzamiento del envase Vuelca Fácil en España

Grupo Calvo revolucionó el sector de las conservas con el lanzamiento del envase **Vuelca Fácil**, una nueva forma de consumir atún más cómoda y eficiente, al permitir el volcado íntegro del producto ajustando la dosis de aceite; y más sostenible, al tener menor impacto en el medioambiente que los formatos tradicionales. El proyecto es el resultado de un plan de transformación industrial que ha supuesto el rediseño integral del proceso de fabricación.

ENERO



MAYO



## Inicio de las operaciones del buque atunero Monteraiola

Dentro del plan de renovación de la flota, el nuevo **buque atunero congelador de última generación Monteraiola** comenzó sus operaciones, faenando con bandera española en el Océano Atlántico. Sustituyó al atunero Montealegre, en cumplimiento del compromiso de limitación de la capacidad pesquera de la flota. Igual que el resto de los atuneros de Grupo Calvo, cuenta con la certificación APR (Atún de Pesca Responsable).

JUNIO



## Programa de fidelización de proveedores en Brasil

Gomes da Costa, la marca de Grupo Calvo líder en Brasil, inició un **programa de fidelización de proveedores dirigido a pescadores artesanales** de atún y sardina. El objetivo es crear una red de proveedores locales que genere relaciones estables y de futuro a la vez que garantiza productos de calidad y prácticas sostenibles en las operaciones de pesca.

NOVIEMBRE



## Premio BASF a la mejor práctica de economía circular

El proyecto **“Calvo Residuo Cero”** recibió el **Premio BASF a la Economía Circular en la categoría de Gran Empresa**, reconociendo el esfuerzo realizado por la compañía desde hace casi 20 años en la valorización de residuos, la eliminación de plásticos de un solo uso y la reciclabilidad de materiales. Estos premios, organizados por el Grupo BASF y el Club de Excelencia en Sostenibilidad, tienen por objeto destacar los mejores proyectos de España en el ámbito de la economía circular.

DICIEMBRE



## Presentación del envase Vuelca Fácil en Italia

El 15 de diciembre se presentó el **envase Vuelca Fácil para la marca Nostromo** en el mercado italiano, con el nombre “Apri Gira Facile” y bajo el triple lema “simplicidad, facilidad y sostenibilidad”. La introducción de Vuelca Fácil para la marca Nostromo supone un hito revolucionario en el mercado italiano de conservas de alimentos, y un significativo paso adelante en la implantación de la innovadora tecnología Real Peel®, propia de Grupo Calvo, en todas sus líneas de productos.

# Marcas y mercados

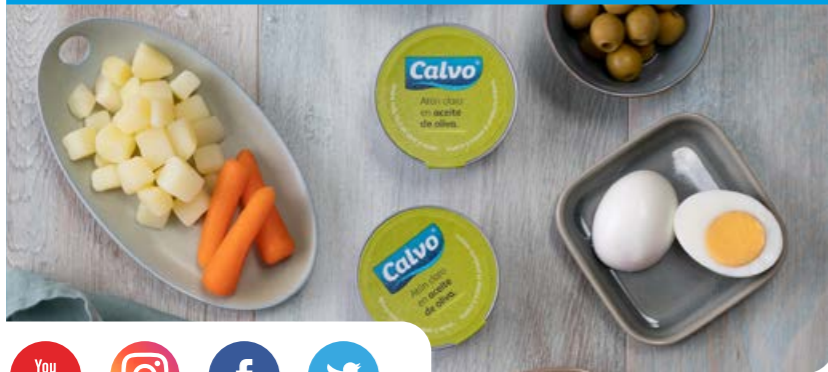
## Nuestras principales marcas



La marca con la que empezó todo

**Nacida en 1940 en la localidad gallega de Carballo**, Calvo es la marca líder en el mercado español en conservas de atún y mejillón.

La marca Calvo está presente en **42 países**.



Del mar a tu mesa

**Nacida en 1951 en Italia** y adquirida por Grupo Calvo en 1993, Nostromo es la segunda marca líder en el mercado italiano en conservas de atún.

La marca Nostromo está presente en **10 países**.



Salud y practicidad

**Nacida en 1954 en Brasil** y adquirida por Grupo Calvo en 2004, Gomes da Costa es la marca líder en Brasil en conservas de atún y de sardina.

La marca Gomes da Costa está presente en **13 países**.

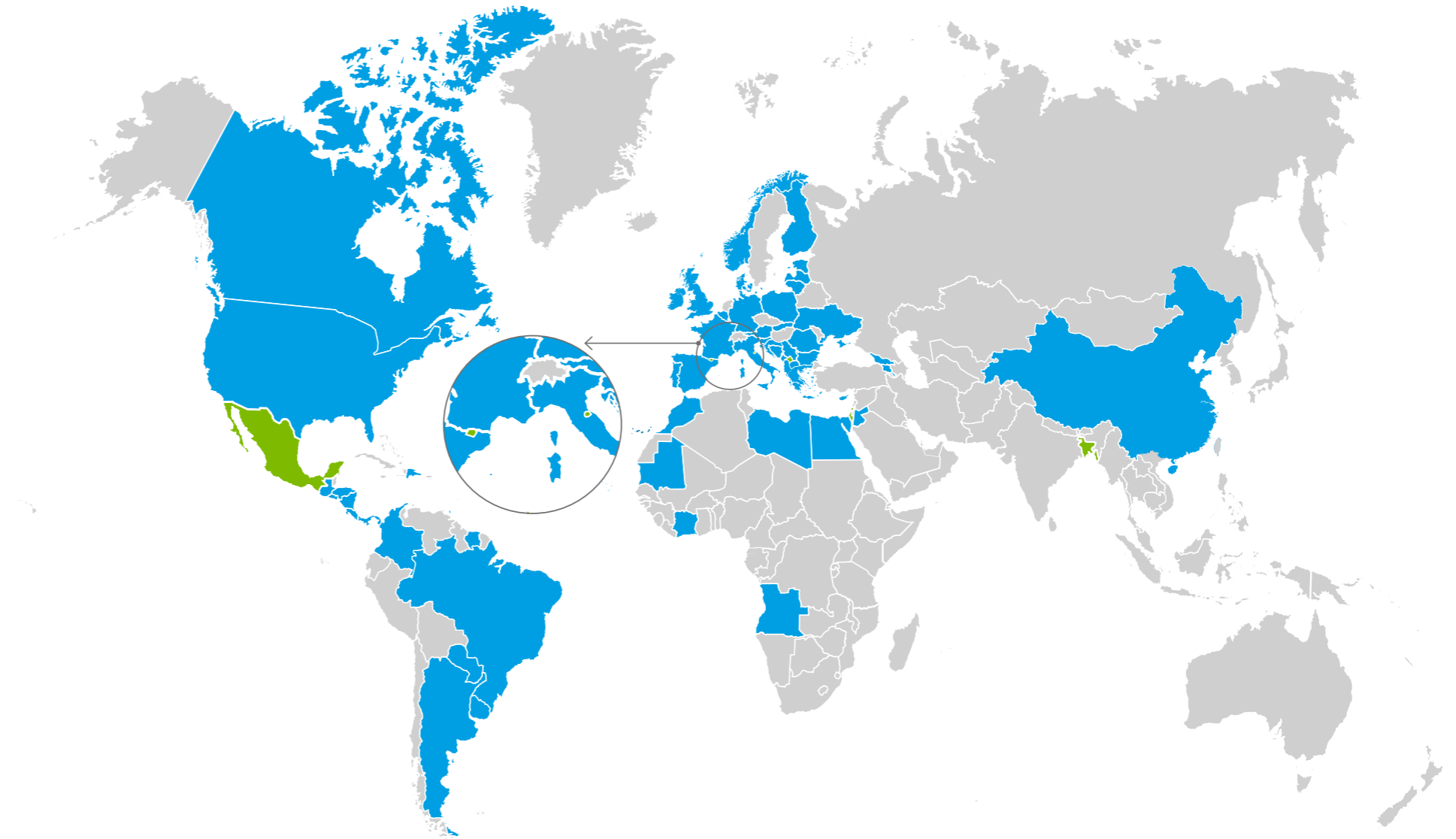
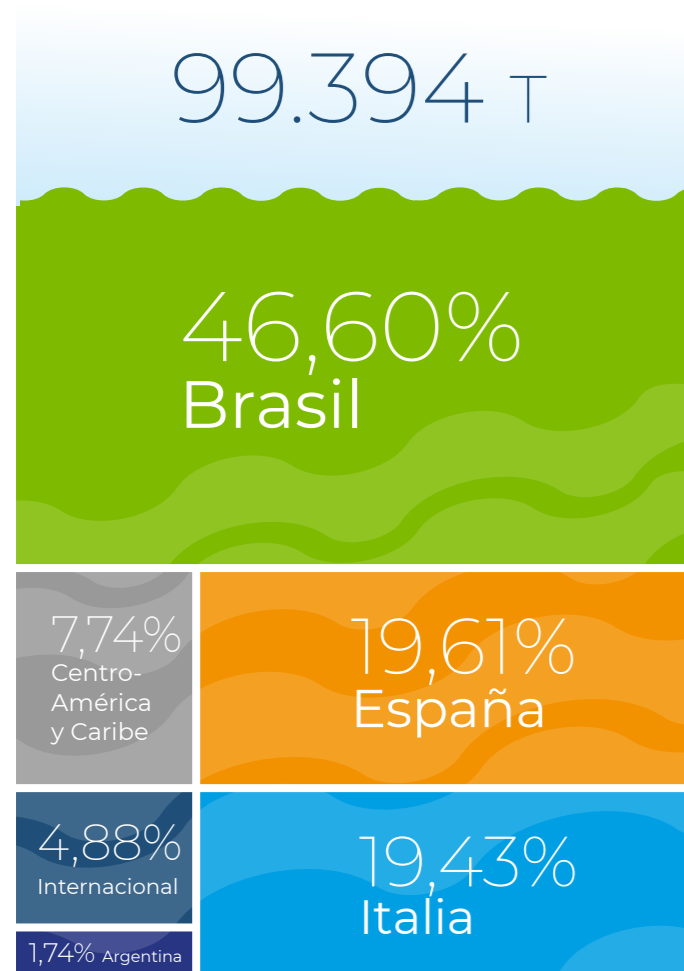


# Nuestros mercados

Estamos presentes en 67 países a través de nuestras marcas

■ Mercados consolidados y en desarrollo ■ Nuevos mercados

Distribución del volumen de ventas por mercados



# Actividad empresarial

Grupo Calvo es una compañía global de alimentación especializada en **productos saludables y nutritivos**, que participa de manera integrada en toda la cadena de valor.

La actividad está organizada en torno a dos divisiones:

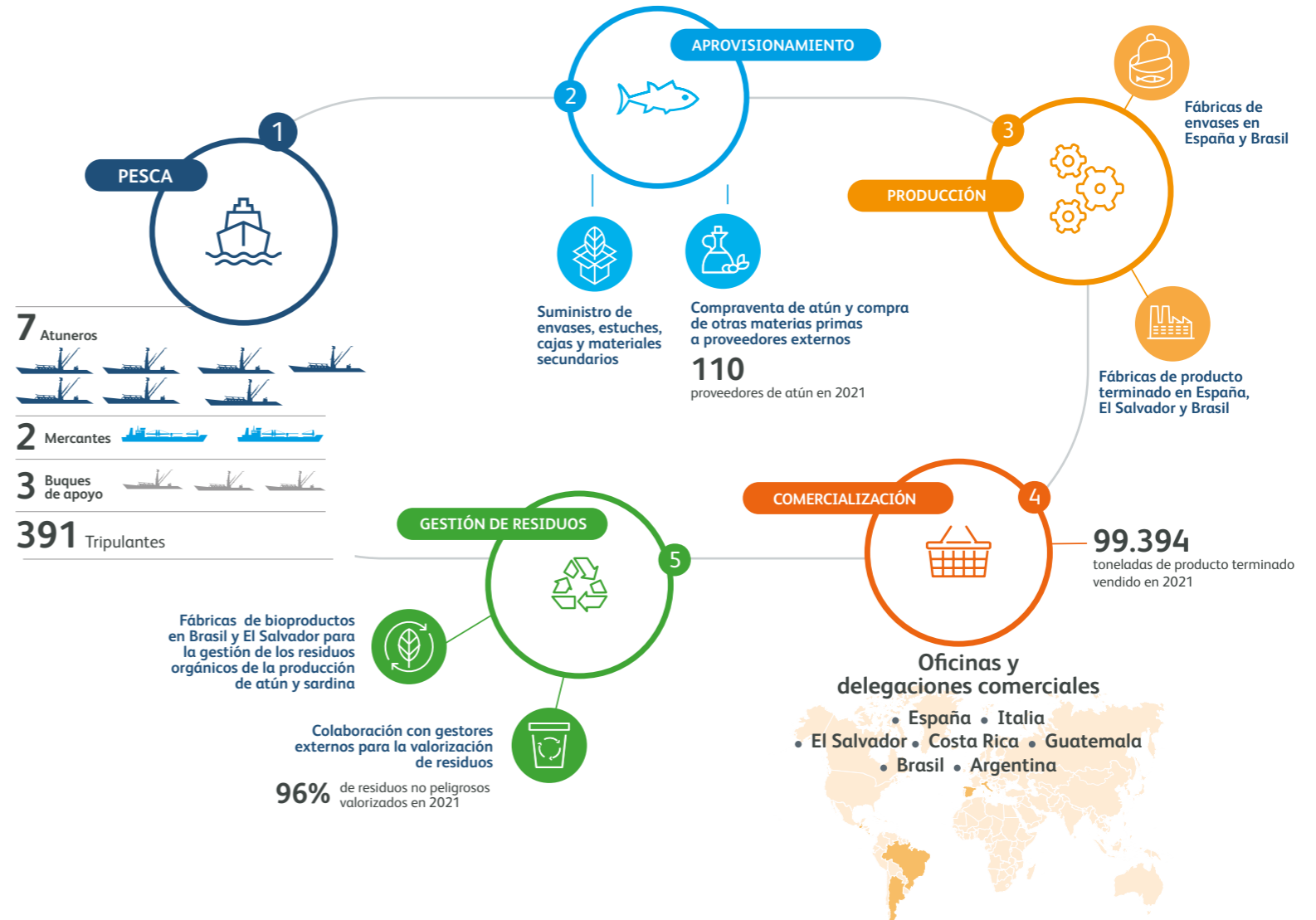
- **División Europa**, que gestiona los mercados de España, Italia, los de la región CAM-Caribe (Centroamérica y Caribe) y mercados internacionales de Europa, Oriente Medio, Asia y Norteamérica; más la actividad de la flota pesquera.
- **División América**, que gestiona Brasil, Argentina y mercados internacionales de África y Sudamérica.

La matriz del Grupo es la sociedad Luis Calvo Sanz S.A., que engloba 26 sociedades mercantiles.

La actividad comercial de la compañía está ligada fundamentalmente a las conservas del mar: atún, sardina, mejillón, calamar y caballa, entre otros. Además, también se comercializan conservas vegetales como el palmito, el maíz o los guisantes; así como otros productos como ensaladas, aceite de oliva y patés. De todos ellos destaca la conserva de atún como el producto principal en prácticamente todos los mercados donde Grupo Calvo tiene presencia comercial<sup>1</sup>.

La compañía **participa en todas las fases del proceso productivo del atún** a través de la integración vertical de las actividades de aprovisionamiento de atún, de producción de envases y transformación en producto terminado, la distribución para la comercialización y la gestión de residuos generados durante el proceso productivo. La integración vertical del negocio permite a la compañía tener un mayor control de los riesgos asociados al proceso.

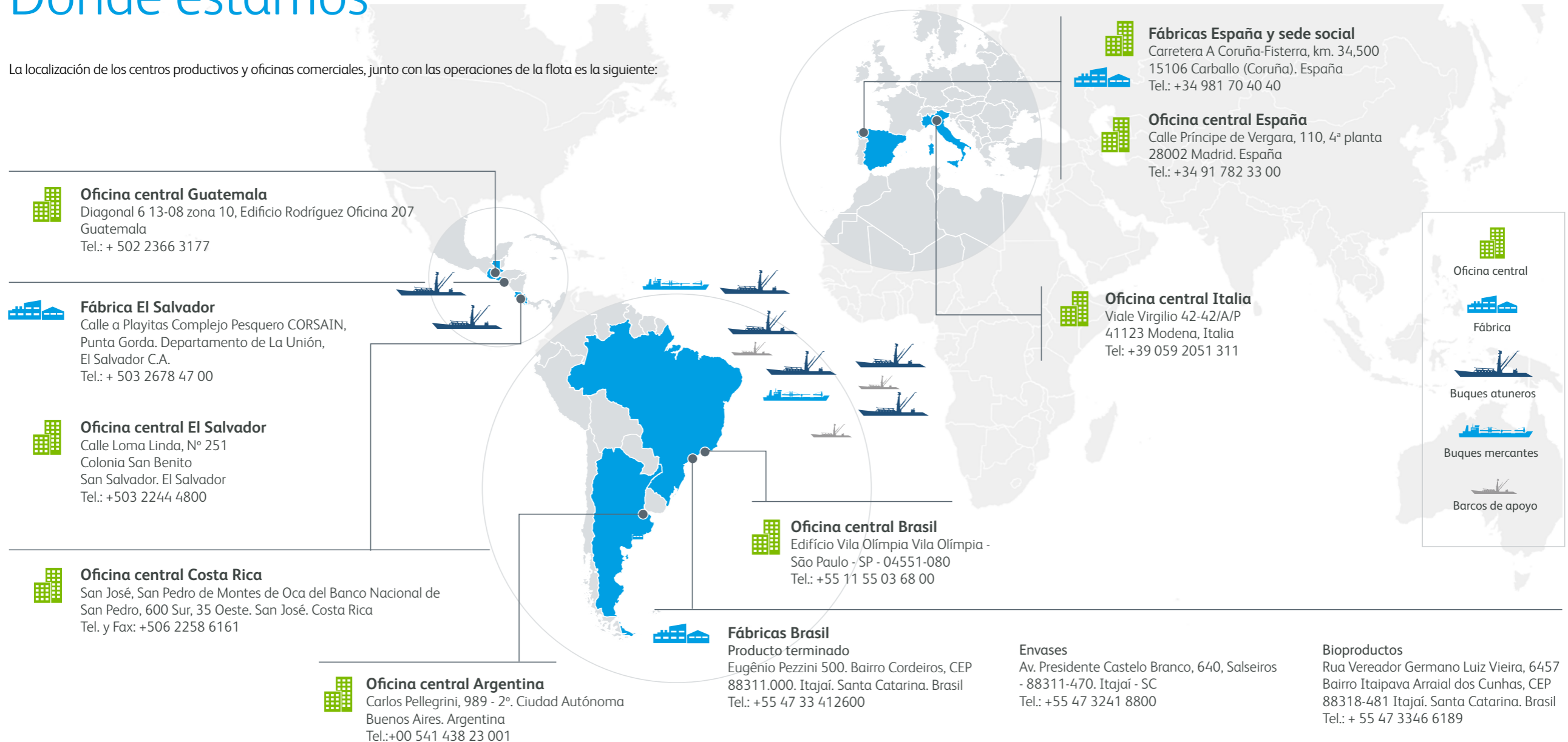
Grupo Calvo está firmemente **comprometido con la sostenibilidad** del atún y la **protección de la biodiversidad** marina como garantía del futuro de su negocio. La compañía cuenta con una flota propia que permite, no sólo garantizar el suministro de producto de calidad, sino también asegurar la sostenibilidad de la materia prima pesquera y contribuir a la protección de los océanos.



<sup>1</sup> A excepción del brasileño donde el mayor volumen de venta de la empresa está asociado a la sardina en conserva.

# Dónde estamos

La localización de los centros productivos y oficinas comerciales, junto con las operaciones de la flota es la siguiente:



**Oficina central Guatemala**  
 Diagonal 6 13-08 zona 10, Edificio Rodríguez Oficina 207  
 Guatemala  
 Tel.: + 502 2366 3177

**Fábrica El Salvador**  
 Calle a Playitas Complejo Pesquero CORSAIN,  
 Punta Gorda. Departamento de La Unión,  
 El Salvador C.A.  
 Tel.: + 503 2678 47 00

**Oficina central El Salvador**  
 Calle Loma Linda, N° 251  
 Colonia San Benito  
 San Salvador. El Salvador  
 Tel.: +503 2244 4800

**Oficina central Costa Rica**  
 San José, San Pedro de Montes de Oca del Banco Nacional de  
 San Pedro, 600 Sur, 35 Oeste. San José. Costa Rica  
 Tel. y Fax: +506 2258 6161

**Oficina central Argentina**  
 Carlos Pellegrini, 989 - 2°. Ciudad Autónoma  
 Buenos Aires. Argentina  
 Tel.:+00 541 438 23 001



**Fábricas Brasil**  
 Producto terminado  
 Eugênio Pezzini 500. Bairro Cordeiros, CEP  
 88311.000. Itajaí. Santa Catarina. Brasil  
 Tel.: +55 47 33 412600

**Oficina central Brasil**  
 Edifício Vila Olímpia Vila Olímpia -  
 São Paulo - SP - 04551-080  
 Tel.: +55 11 55 03 68 00

**Oficina central Italia**  
 Viale Virgilio 42-42/A/P  
 41123 Modena, Italia  
 Tel: +39 059 2051 311

**Fábricas España y sede social**  
 Carretera A Coruña-Fisterra, km. 34,500  
 15106 Carballo (Coruña). España  
 Tel.: +34 981 70 40 40

**Oficina central España**  
 Calle Príncipe de Vergara, 110, 4ª planta  
 28002 Madrid. España  
 Tel.: +34 91 782 33 00

-  Oficina central
-  Fábrica
-  Buques atuneros
-  Buques mercantes
-  Barcos de apoyo

**Envases**  
 Av. Presidente Castelo Branco, 640, Salseiros  
 - 88311-470. Itajaí - SC  
 Tel.: +55 47 3241 8800

**Bioproductos**  
 Rua Vereador Germano Luiz Vieira, 6457  
 Bairro Itaipava Arraial dos Cunhas, CEP  
 88318-481 Itajaí. Santa Catarina. Brasil  
 Tel.: + 55 47 3346 6189

# Investigación y Desarrollo

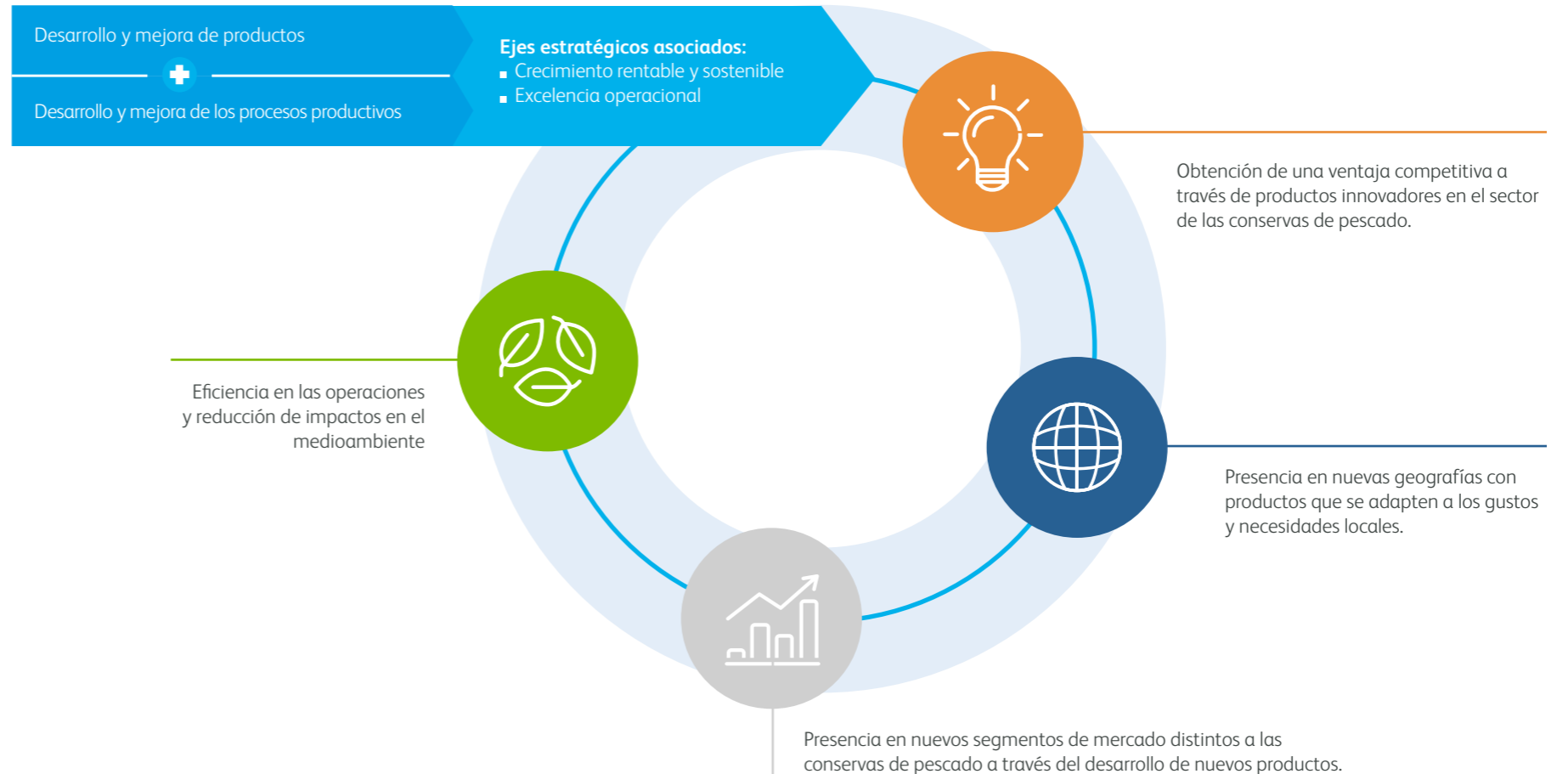
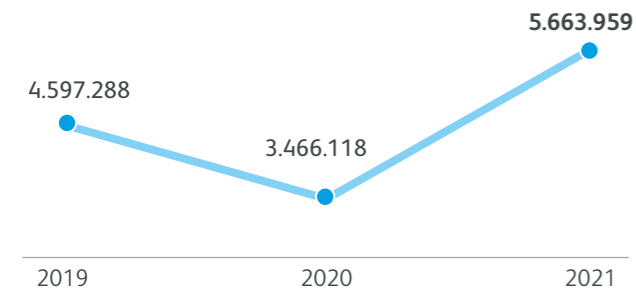
Llevamos más de 80 años innovando para ofrecer al consumidor lo mejor de nosotros

## El valor de la innovación

Grupo Calvo considera la innovación como una de las herramientas clave para generar ventaja competitiva, tanto a través de los procesos como de los productos finales. En sus más de 80 años de historia, la innovación ha estado siempre presente hasta convertirse en una seña de identidad de la compañía.

Grupo Calvo se caracteriza por la búsqueda constante de **nuevos formatos y productos** que le permitan crecer dentro del sector, consiguiendo a la vez diferenciarse de su competencia. La implantación de **nuevas tecnologías y sistemas avanzados de gestión de la producción** ofrece a la compañía una mayor flexibilidad para adaptarse a nuevos retos y a las demandas de los consumidores, consolidando así un modelo de negocio sostenible.

Inversión en I+D+i (€)





# Objetivos 2025

Grupo Calvo cree firmemente que es posible **crear valor para el negocio**, la **sociedad** y el **entorno** a través de una **gestión empresarial basada en la responsabilidad**. En esa línea, la compañía desarrolla desde 2019 la iniciativa **Compromiso Responsable**, que establece **21 objetivos de mejora a cumplir en 2025** en tres grandes áreas: **océanos**, **medioambiente** y **personas**.



**compromiso responsable**

## Comprometidos con los **océanos**

100%

Atún sostenible en nuestras marcas

100%

Producto pesquero trazado en origen



**GESTIÓN DE RESIDUOS MARINOS**  
En nuestra flota

30%

Pesca sin el uso de FAD

300 FAD

Activos por barco

100%

FAD no enmallantes

100%

FAD biodegradables

## Comprometidos con el **medioambiente**

-10%

Consumo de agua por tonelada producida

-10%

Consumo de energía por tonelada producida

-10%

Emisiones por tonelada producida

50%

Electricidad consumida de origen renovable



0

Residuos a vertedero

95%

Material reciclable en los productos

85%

Materiales utilizados de origen reciclado o certificado como sostenible

## Comprometidos con las **personas**

30%

Mujeres en Comité de Dirección



44%

Mujeres en mandos intermedios

36h

Formación por empleado

-10%

Índice de frecuencia accidentes

-10%

Índice de gravedad accidentes

100%

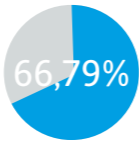
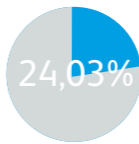



Proveedores con riesgo crítico o alto auditados por un tercero independiente

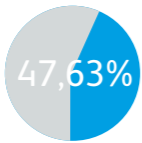


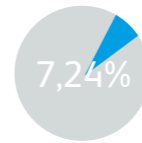





100%

Productos nutritivos y saludables



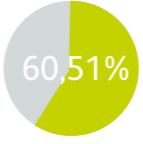



En línea con el compromiso de transparencia de la compañía, el grado de avance de dichos objetivos es **verificado por un tercero independiente** y los **resultados** se hacen **públicos** en la [web corporativa](#) y en el informe anual cada año.






A continuación, se presenta un resumen del grado de avance en cada uno de los objetivos al cierre de 2021.

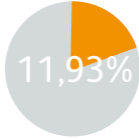




| OCÉANOS                         |  | ▶ Suministro de materia prima  |  |
|---------------------------------|--|--|--|
| <b>Objetivo</b>                 | <b>100% de los lomos de atún con origen sostenible certificado</b>   | <b>100% de producto pesquero trazado en origen</b>   |  |
| <b>Definición</b>               | <p>Garantizar que todos los lomos de atún utilizados en los productos de las marcas Calvo, Nostromo y Gomes da Costa, tengan un origen certificado como responsable y sostenible, cumpliendo uno o más de los siguientes criterios:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Certificado MSC.</li> <li>■ Proveniente de un FIP robusto, calificado A o B por fisheryprogress.org.</li> <li>■ Proveniente de barcos con certificación APR.</li> <li>■ Pescado sin el uso de FAD.</li> <li>■ Pescado mediante métodos selectivos (Pole&amp;Line).</li> </ul> | <p>Proporcionar al consumidor información trazable del mar a la lata sobre el origen de la materia prima pesquera que va a consumir en las marcas Calvo, Nostromo y Gomes da Costa, para garantizar una acción informada de compra.</p> <p>Parámetros:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Especie.</li> <li>■ Zona de pesca de la que procede (zona FAO).</li> <li>■ Identificación del barco de captura. (*)</li> <li>■ Fecha de captura.</li> <li>■ Arte de pesca utilizado. (*)</li> <li>■ Puerto de desembarque. (*)</li> <li>■ Fábrica en la que se procesó y envasó.</li> </ul> <p>(*) Cuando proceda según tipo de producto servido.</p> <p>La información será accesible a través de la página web de cada una de las marcas en el país donde los productos sean vendidos.</p> |  |
| <b>Indicador</b>                | Porcentaje del volumen de lomos de atún provisionado para las marcas Calvo, Nostromo y Gomes da Costa que responde a los requisitos de sostenibilidad establecidos, cumpliendo uno o más de los criterios detallados en la definición del objetivo, sobre el total de volumen de lomos provisionados en el año.  | Porcentaje de producto pesquero terminado con trazabilidad a la lata, según los criterios detallados en la definición del objetivo, sobre el total de producto terminado en el año en las fábricas de Grupo Calvo.   |  |
| <b>Objetivo 2025</b>            | <b>100%</b>  | <b>100%</b>  |  |
| <b>Valor 2021</b>               | 66,79%   | 24,03%   |  |
| <b>Progreso</b>                 |   |   |  |
| <b>ODS a los que contribuye</b> |   |    |  |

| OCÉANOS                         |  | ▶ Pesca sostenible   |   |  |   |
|---------------------------------|--|--|---|--|---|
| <b>Objetivo</b>                 | <b>30% de pesca sin el uso de FAD en nuestra flota</b>   | <b>300 FAD activos por barco</b>   | <b>100% FAD no enmallantes</b>  | <b>100% FAD biodegradables</b>   | <b>Gestión de residuos en el mar (plásticos y objetos)</b>  |
| <b>Definición</b>               | Incrementar hasta un 30% el volumen de atún capturado sin el uso de dispositivos de agregación de pescado (FAD-free) sobre el total de atún capturado por la flota de Grupo Calvo. | Reducir a 300 el número de dispositivos de agregación de pescado (FAD) utilizados por barco de la flota de Grupo Calvo para la captura de atún.<br><i>Año base: 2018. Valor base: 359.</i> | Conseguir que todos los FAD utilizados por la flota de Grupo Calvo sean no enmallantes para evitar que especies no objetivo de la pesca puedan quedar atrapadas en ellos. | Conseguir que todos los FAD utilizados por la flota de Grupo Calvo sean biodegradables, evitando así que puedan tener un impacto en el ecosistema marino en caso de varada o deriva. | Promover iniciativas para la reducción significativa de residuos en los océanos, poniendo en marcha distintos programas colaborativos de mejora que incluyan tanto a la flota propia como a terceros. |
| <b>Indicador</b>                | Porcentaje de capturas FAD-free sobre el total de capturas realizadas por la flota de Grupo Calvo en el año.   | Número promedio de FAD activos por barco de la flota de Grupo Calvo, calculado como el ratio entre los FAD utilizados en total por la flota en el año y el número de barcos de la misma.   | Porcentaje de FAD no enmallantes sobre el total de FAD utilizados por la flota de Grupo Calvo en el año.  | Porcentaje de FAD biodegradables sobre el total de FAD utilizados por la flota de Grupo Calvo en el año.   | El grado de avance de este objetivo se medirá en función de programas puestos en marcha para gestionar residuos con el objetivo de evitar que acaben en el mar.                                       |
| <b>Objetivo 2025</b>            | 30%  | 300  | 100%  | 100%   |   |
| <b>Valor 2021</b>               | 14,29%   | 285  | 100%  | 7,24%  | -   |
| <b>Progreso</b>                 |  47,63%   |  100%   |  100%  |  7,24%  | -   |
| <b>ODS a los que contribuye</b> |   |   |    |   |    |

| MEDIOAMBIENTE                   |  | ▶ Eficiencia en los consumos  |  |   |
|---------------------------------|--|---|--|---|
| <b>Objetivo</b>                 | <b>-10% de consumo de agua por tonelada producida</b>  | <b>-10% de consumo de energía por tonelada producida</b>  | <b>-10% de emisiones por tonelada producida</b>  | <b>50% de electricidad consumida de origen renovable</b>  |
| <b>Definición</b>               | Reducir al menos en un 10% el consumo total de agua por tonelada de producto fabricado en las fábricas de Grupo Calvo.<br><br><i>Año base: 2018. Valor base: 10,02 m³/t.</i> | Reducir al menos en un 10% el consumo total de energía por tonelada de producto fabricado en las fábricas de Grupo Calvo.<br><br><i>Año base: 2018. Valor base: 11,55 GJ/t.</i> | Reducir al menos en un 10% las emisiones de gases de efecto invernadero generadas, por tonelada de producto fabricado en las fábricas de Grupo Calvo.<br><br><i>Emisiones de CO<sub>2</sub>eq para alcances 1 y 2. Año base: 2018. Valor base: 0,86 t CO<sub>2</sub>eq /t.</i> | Aumentar la proporción de electricidad de origen renovable hasta el 50% del total de electricidad consumida en las fábricas y oficinas del Grupo. |
| <b>Indicador</b>                | Intensidad del consumo de agua calculada como el ratio entre el consumo de agua total del año en m³ y las toneladas de producto terminado.                                   | Intensidad energética calculada como el ratio entre el consumo energético total del año en GJ y las toneladas de producto terminado.  | Intensidad de emisiones calculada como el ratio entre las emisiones totales del año (alcances 1 y 2) en toneladas de CO <sub>2</sub> eq y las toneladas de producto terminado.   | Porcentaje de electricidad renovable sobre el total de electricidad consumida en el año.  |
| <b>Objetivo 2025</b>            | 9,02   | 10,40   | 0,78   | 50%   |
| <b>Valor 2021</b>               | 14,74  | 14,68   | 0,94   | 84,39%  |
| <b>Progreso</b>                 | 0%   | 0%  | 0%   | 100%  |
| <b>ODS a los que contribuye</b> |        |    |   |    |

| MEDIOAMBIENTE                   |   | ▶ Economía circular  |   |  |
|---------------------------------|---|--|---|--|
| <b>Objetivo</b>                 | <b>0 residuos a vertedero</b>   | <b>95% de material reciclable en los productos</b>   | <b>85% de materiales de origen reciclado o certificado como sostenible</b>  |  |
| <b>Definición</b>               | <p>Conseguir que ningún residuo de los considerados como no peligrosos, generados tanto en fábricas como en oficinas, tenga como destino el vertedero; es decir, conseguir la valorización (reciclaje, reutilización o valorización energética) del 100% de este tipo de residuos.</p> <p><i>Residuo no peligroso: que no presenta riesgos significativos para la salud o el medioambiente, calificado como tal por la legislación ambiental vigente.</i></p> | <p>Conseguir que al menos el 95% de los productos puestos por Grupo Calvo en el mercado puedan ser reciclados.</p>                         | <p>Conseguir que al menos el 85% de los materiales utilizados en la producción sean de origen reciclado o estén certificados como sostenibles.</p>            |  |
| <b>Indicador</b>                | <p>Porcentaje de residuos no peligrosos que son valorizados (según la definición del objetivo) sobre el total de residuos no peligrosos generados en el año.</p>  | <p>Porcentaje de material reciclable en los productos sobre el total de los productos puestos por Grupo Calvo en el mercado en el año.</p> | <p>Porcentaje de materiales que son de origen reciclado o certificados como sostenibles sobre el total de materiales comprados por Grupo Calvo en el año.</p> |  |
| <b>Objetivo 2025</b>            | 100%  | 95%  | 85%   |  |
| <b>Valor 2021</b>               | 96,17%  | 98,96%   | 51,43%  |  |
| <b>Progreso</b>                 |    |   |    |  |
| <b>ODS a los que contribuye</b> |    |   |    |  |

| PERSONAS                        |   | ▶ Prácticas laborales  |  |   |   |
|---------------------------------|---|--|--|---|---|
| <b>Objetivo</b>                 | <b>30% de mujeres en el Comité de Dirección</b>   | <b>44% de mujeres en mandos intermedios</b>  | <b>36 h de formación por empleado</b>  | <b>-10% en el índice de frecuencia de accidentes</b>  | <b>-10% en el índice de gravedad de accidentes</b>  |
| <b>Definición</b>               | Incrementar el porcentaje de mujeres en el Comité de Dirección hasta al menos el 30%.   | Incrementar el porcentaje de mujeres en mandos intermedios (responsables de equipo) hasta al menos el 44%.   | Alcanzar las 36 horas de formación por empleado y año, incluyendo formatos on-line y presencial y cursos impartidos por personal propio o externo.   | Reducir al menos en un 10% el índice de frecuencia de los accidentes.<br><i>Año base: 2018. Valor base: 11,78.</i>            | Reducir al menos en un 10% el índice de gravedad de los accidentes.<br><i>Año base: 2018. Valor base: 0,21.</i> |
| <b>Indicador</b>                | Porcentaje de mujeres en el Comité de Dirección de Grupo Calvo sobre el total de miembros (hombres y mujeres) de dicho Comité a cierre del año.                         | Porcentaje de mujeres en la categoría profesional de mandos intermedios sobre el total de empleados de Grupo Calvo de esta categoría (hombres y mujeres) a cierre del año. | Promedio de horas de formación al año por empleado calculado como el ratio entre la suma de horas de formación percibidas por todos los empleados de Grupo Calvo y la plantilla media de empleados durante el año. | Índice de frecuencia:<br>Número de accidentes totales (sin baja + con baja) x 1.000.000 / número de horas totales trabajadas. | Índice de gravedad:<br>Número de jornadas laborales perdidas x 1.000 / número de horas totales trabajadas.      |
| <b>Objetivo 2025</b>            | 30%   | 44%  | 36   | 10,61   | 0,19  |
| <b>Valor 2021</b>               | 28,57   | 41,62%   | 29,27  | 10,21   | 0,39  |
| <b>Progreso</b>                 | 95,23%  | 94,59%   | 81,31%   | 100%  | 0%  |
| <b>ODS a los que contribuye</b> |   |   |    |   |   |

| PERSONAS                        | ▶ Cadena de suministro   | ▶ Responsabilidad de producto   |
|---------------------------------|--|---|
| <b>Objetivo</b>                 | <b>100% proveedores con riesgo alto o crítico auditados por un tercero independiente</b>   | <b>100% de productos nutritivos y saludables</b>  |
| <b>Definición</b>               | Monitorizar y auditar, de acuerdo a la metodología BSCI de amfori, a todos los proveedores de mayor riesgo de Grupo Calvo. Para ello, se evaluarán anualmente a todos los proveedores de la cadena de valor y se les clasificará en función del nivel de riesgo de incumplimiento del Código de Conducta para Proveedores de Grupo Calvo. Los que presenten un nivel de riesgo crítico o alto serán auditados por un auditor externo independiente, acreditado por amfori. | Mantener los estándares actuales de sodio, grasas saturadas y azúcares en los productos de Grupo Calvo, para asegurar una oferta del 100% de productos nutritivos y saludables. Cualquier nuevo producto que se ofrezca al mercado deberá igualar o mejorar los estándares actuales (todos los productos fabricados y comercializados por Grupo Calvo son 100% nutritivos y saludables: son ricos en proteínas, vitaminas y Omega 3, y no llevan conservantes).<br><i>Año base: 2018.</i> |
| <b>Indicador</b>                | Porcentaje de proveedores de riesgo crítico y alto que han sido auditados por un auditor externo independiente, acreditado por amfori, sobre el total de proveedores evaluados y clasificados con riesgo crítico y alto.   | Porcentaje de productos nutritivos y saludables según los criterios detallados en la definición del objetivo, sobre el total de productos fabricados y comercializados por Grupo Calvo en el año.   |
| <b>Objetivo 2025</b>            | <b>100%</b>  | <b>100%</b>   |
| <b>Valor 2021</b>               | 11,93%*  | 100%  |
| <b>Progreso</b>                 |   |    |
| <b>ODS a los que contribuye</b> |   |     |

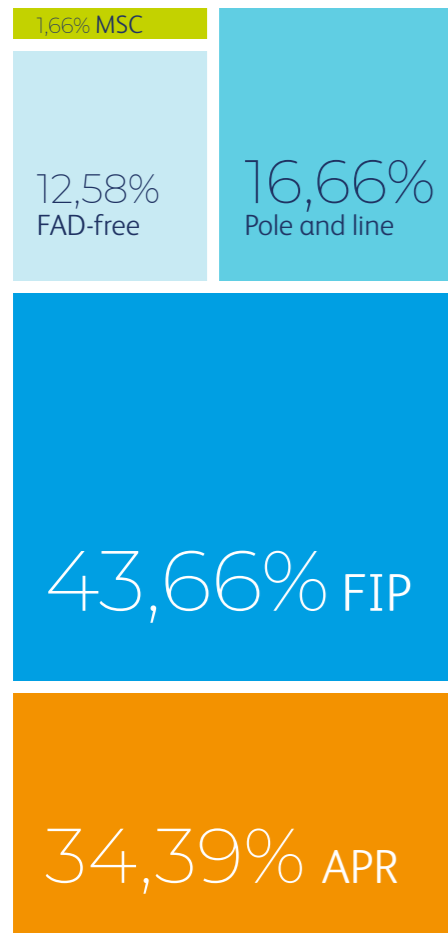
\*21 de los 176 proveedores de riesgo crítico o alto están auditados en BSCI.

# Pesca sostenible

## Sostenibilidad del atún

Grupo Calvo ha adquirido el compromiso de que en 2025 todos los lomos de atún utilizados en sus principales marcas: Calvo, Nostromo y Gomes da Costa, tengan certificado su origen responsable y sostenible. En 2021, un **66,79%** del atún utilizado en las fábricas de Grupo Calvo ya estaba certificado. A los efectos de este compromiso, se considera atún responsable y sostenible todo aquel que cumpla con una o varias de las siguientes características:

### Porcentaje en 2021



### Contar con la Certificación MSC ([Marine Stewardship Council](#))

El estándar de sostenibilidad MSC se utiliza para determinar si una pesquería está siendo bien gestionada y es sostenible.

Evalúa tres principios:

- (1) poblaciones sostenibles (que las poblaciones de peces capturados continúen siendo productivas y prósperas);
- (2) minimización del impacto ambiental (que la pesca de unas especies garantice que otras especies y hábitats dentro del ecosistema permanezcan sanos); y
- (3) gestión de las actividades pesqueras (que exista una gestión efectiva de la pesquería y se cumpla la normativa pertinente).

La **flota** de Grupo Calvo obtuvo en 2021 la **certificación MSC** para la pesquería de rabil del océano Pacífico Oriental, y en 2022 para la misma especie en el Atlántico y el Pacífico Occidental, junto a las de listado y patudo de este último océano.

### Proceder de una pesquería incluida en un FIP ([Proyecto de Mejora de Pesquería](#)) robusto, calificado A o B por [fisheryprogress.org](#)

Los **proyectos de mejora pesquera** (FIP) son iniciativas que tienen como objetivo conseguir consolidar una pesquería para que cumpla todos los criterios que le permitan certificarse MSC. Para ello, se establece un horizonte temporal y una hoja de ruta con objetivos que el proyecto debe ir cumpliendo.

La organización Fisheryprogress ofrece un directorio público de FIP acreditados y un sistema de evaluación que permite a los compradores de atún disponer de información objetiva acerca de la calidad y cumplimiento de objetivos del proyecto. La calificación A indica “progreso avanzado” y la calificación B “buen progreso”.

### Haber sido capturado por barcos con la certificación [APR](#) (Atún de Pesca Responsable)

El certificado AENOR de Atún de Pesca Responsable (APR) para buques cerqueros congeladores de atún se basa en la Norma UNE 195006 y acredita que las operaciones de la flota se realizan de una manera social y ambientalmente responsable.

Esta certificación garantiza que los barcos tienen implantadas buenas prácticas pesqueras para reducir el impacto medioambiental de sus operaciones y las condiciones laborales adecuadas de la tripulación, tal y como establece el [Convenio 188 de la Organización Internacional del Trabajo \(OIT\) para el trabajo del sector pesquero](#).

**Todos los atuneros de Grupo Calvo están certificados APR** por AENOR desde 2017 con revisiones anuales.

### Haber sido pescado sin FAD (dispositivo de concentración de peces): *FAD-free*

Los dispositivos de concentración de peces (DCP) o FAD (*Fish Aggregating Device*) se utilizan para mejorar la eficiencia de las capturas, aprovechando la tendencia natural que tiene el atún a concentrarse debajo de objetos flotantes. Cuando la pesca de cerco se realiza sin el uso de FAD es calificada como *FAD-free*.

Aunque el uso de los FAD permite una pesca más eficiente en términos de consumo de combustible y, por tanto, de emisiones asociadas, puede tener otros impactos como los que producen los FAD a la deriva que pueden quedar varados en playas. Por esta razón, Grupo Calvo decidió incluir la pesca *FAD-free* como una variable de sostenibilidad.

### Haber sido pescado uno a uno, mediante métodos de pesca selectiva como la pesca a caña (*Pole and line*)

La pesca artesanal selectiva se considera sostenible en tanto que el método de captura se realiza de manera individual (uno a uno) y el impacto en la biodiversidad y los ecosistemas se considera mínimo.

En esta categoría se incluyen la pesca a caña (*pole&line*) con o sin cebo vivo, la línea de mano (*hand line*) y el curricán.

Adicionalmente a estos criterios, Grupo Calvo trabaja con la certificación internacional **Friend of the Sea (FoS)**, fundada en 2006 por el Earth Island Institute, y actualmente gestionada por la [World Sustainability Organization](#). El núcleo principal de la certificación es la Política Pesquera Común (PPC) de la UE, basada en los siguientes principios: respeto por el medioambiente, conservación y explotación sostenible de los recursos marinos, métodos selectivos de pesca y ahorro energético. **Todos los buques atuneros de Grupo Calvo están certificados con el sello FoS**. En 2021, un 35,86% del atún aprovisionado disponía de certificado FoS, frente al 30,29% de 2020.



## Trazabilidad del producto

La **trazabilidad alimentaria** permite seguir el rastro de la producción de un alimento a través de todas las etapas de producción, transformación y distribución. Fruto del compromiso de Grupo Calvo con sus consumidores, la compañía puso en marcha en 2017 el desarrollo de un **sistema de trazabilidad alimentaria** para que cualquier persona pueda conocer el origen del producto que va a consumir. Este sistema, certificado con la **Norma ISO 22005 de trazabilidad de AENOR** en la fábrica de Carballo (España), amplía y completa la información del etiquetado de los productos, incluyendo especie de atún, barco de pesca, periodo de captura, región oceánica, puerto de descarga y fábrica de producción.

Además durante 2021, se amplió el sistema incluyendo el mejillón, de modo que el consumidor puede conocer, entre otras cosas, la zona de cultivo y extracción del molusco. El objetivo estratégico asociado es conseguir que, para 2025, el 100% de los productos pesqueros con marcas propias de Grupo Calvo sea trazable desde su captura hasta la lata.



Actualmente, ya se puede consultar el origen de la práctica totalidad de los productos con materia prima atún y mejillón para las marcas Calvo y Nostromo producidos en la fábrica de Carballo (España), a través de las páginas web <https://calvo.es/>, <http://tonnonostromo.it/> y <http://www.calvo.fi/>. En 2021, un **93,18% de estos productos ya ofrecían información de trazabilidad**.

Por otro lado, en la **fábrica de La Unión en El Salvador** ya son trazables por el consumidor el 100% de los productos pesqueros fabricados. Además, se trabaja para ampliar el sistema de trazabilidad a la fábrica de Brasil. Esto supone que, en 2021, Grupo Calvo proporciona al consumidor información trazable del 24,03% del volumen total fabricado de los productos pesqueros con marcas Calvo, Nostromo y Gomes da Costa.

Además, los barcos y las fábricas de Grupo Calvo disponen de esquemas de trazabilidad (cadena de custodia), mediante los que es posible garantizar el origen sostenible de aquellas materias primas que cuentan con alguna certificación como MSC, APR o FoS, de forma que el consumidor pueda tener total garantía de que el producto que va a consumir es 100% certificado.



# Economía circular

Promovemos activamente el reciclaje de los envases que acompañan a nuestros productos con indicaciones sencillas al consumidor.

Además:

- Trabajamos con un **99% de material reciclable**
- un **51% de los materiales utilizados** son de **origen reciclado o certificados como sostenibles**



El diseño innovador de Vuelca Fácil facilita el **uso y aprovechamiento completo** del producto, que además, por sus características y técnica de envasado, puede conservarse en perfectas condiciones durante años.

## GESTIÓN DE RESIDUOS



## MATERIAS PRIMAS

- Controlamos la **cadena de suministro** para garantizar la **trazabilidad** de los productos y la **responsabilidad social y ambiental de los proveedores**.
- Nuestro compromiso es asegurar que todos los lomos de atún tengan un **origen certificado como responsable y sostenible**, y que se cumplan las **buenas prácticas pesqueras** que minimicen el impacto sobre el ecosistema.

El **67% del atún de nuestras fábricas** está certificado con **origen responsable y sostenible**.

## ECODISEÑO

**Ecodiseñamos** nuestros **productos y procesos** para reducir su impacto ambiental en todas las etapas del ciclo de vida, minimizando el uso de materiales y facilitando su reciclabilidad.



agua



energía



materias primas



## FABRICACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

España (Carballo)    El Salvador (La Unión)    Brasil (Itajaí)

|                         |  |  |  |
|-------------------------|--|--|--|
| Fábrica de envases      |  |  |  |
| Fábrica de alimentos    |  |  |  |
| Fábrica de bioproductos |  |  |  |



residuos



emisiones



vertidos

La fabricación y distribución se realiza bajo estrictos parámetros de **eficiencia y mejora continua**, de modo que podamos ofrecer al mercado productos con el menor impacto posible en el entorno. Trabajamos ya con un **84% de electricidad de origen renovable**.

**Valorizamos el 96% de la totalidad de los residuos** que generamos, con el objetivo de llegar al 100% en 2025.

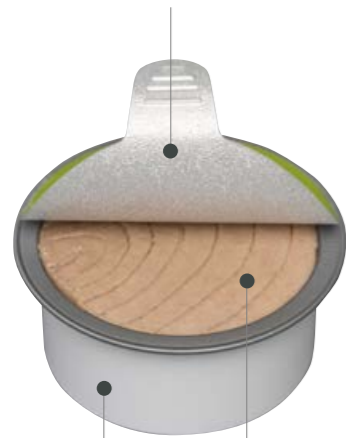
Además, trabajamos para reducir el **desperdicio alimentario**, aprovechando los residuos de pescado para la fabricación de harinas y aceites, con dos fábricas de subproducto propias en El Salvador y en Brasil.

# Envases y embalajes más circulares

El **ecodiseño del nuevo envase Vuelca Fácil®**, introducido en 2021 por Grupo Calvo en los mercados español e italiano, ha permitido una **reducción del 35% del impacto sobre el calentamiento global** con respecto a los formatos tradicionales, asociado principalmente a la utilización en la producción del envase de una menor cantidad de metal (envase 24% más ligero) y a la reducción de uso aceite a través de una dosificación más precisa (se mantiene la cantidad de atún y se reducen 15g de aceite por lata)<sup>3</sup>. A medio plazo, la compañía tiene como objetivo implementar el envase Vuelca Fácil® en las plantas de América.

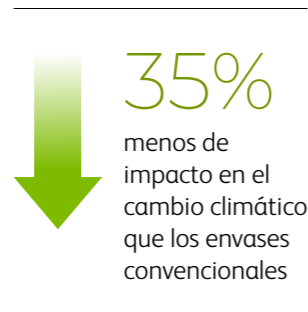
## Envase Vuelca Fácil

Tapa ligera de acero de aluminio reciclable



Misma cantidad de atún y 15g menos de aceite

Cuerpo ligero de acero reciclable



| Materias primas  | Fabricación y distribución                         | Consumo del alimento                                       | Gestión final del residuo  |
|--|--|--|--|
|  |  |  |  |
| <b>Reducción de uso de recursos y materiales</b>                               | <b>Menor impacto ambiental al reducir el peso</b>  | <b>Disminución del desperdicio alimentario</b>             | <b>Impulso del reciclaje</b>                                       |
| Lata un 24% más ligera que incorpora un 58% <sup>4</sup> de material reciclado | 35% menos de impacto sobre el calentamiento global | Volcado fácil que facilita el aprovechamiento del producto | Materiales reciclables e indicaciones para facilitar su separación |



Uno de los principales hitos del **proyecto Calvo Residuo Cero** ha sido reducir el consumo de materiales de un solo uso, especialmente plásticos. En 2021 se rediseñó el envase de la nueva línea de ensaladas Foodie, eliminando la tapa y el tenedor de plástico.



En **Brasil** destaca en 2021 la puesta en marcha del **proyecto Recicla-Saturno**, que tiene como objetivo la **eliminación del uso de film transparente** en el transporte de los residuos de cartón y plástico sobre palets. Dicho transporte pasa a realizarse en envases plásticos reutilizables.

<sup>3</sup> Estudio Análisis de Ciclo de Vida 2020 del nuevo Vuelca Fácil (70g) frente a los formatos tradicionales de 80 g en sus versiones Fácil Apertura e Easy Peel.

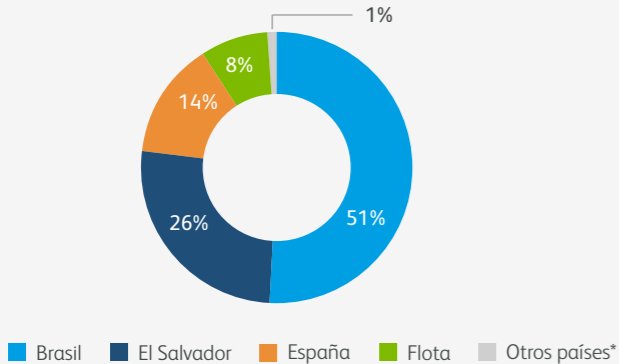
<sup>4</sup> APEAL (dato medio para envases de acero 2017, certificado por CE Delft y validado por la Comisión Europea en 2020).

# Nuestros colaboradores

## Plantilla

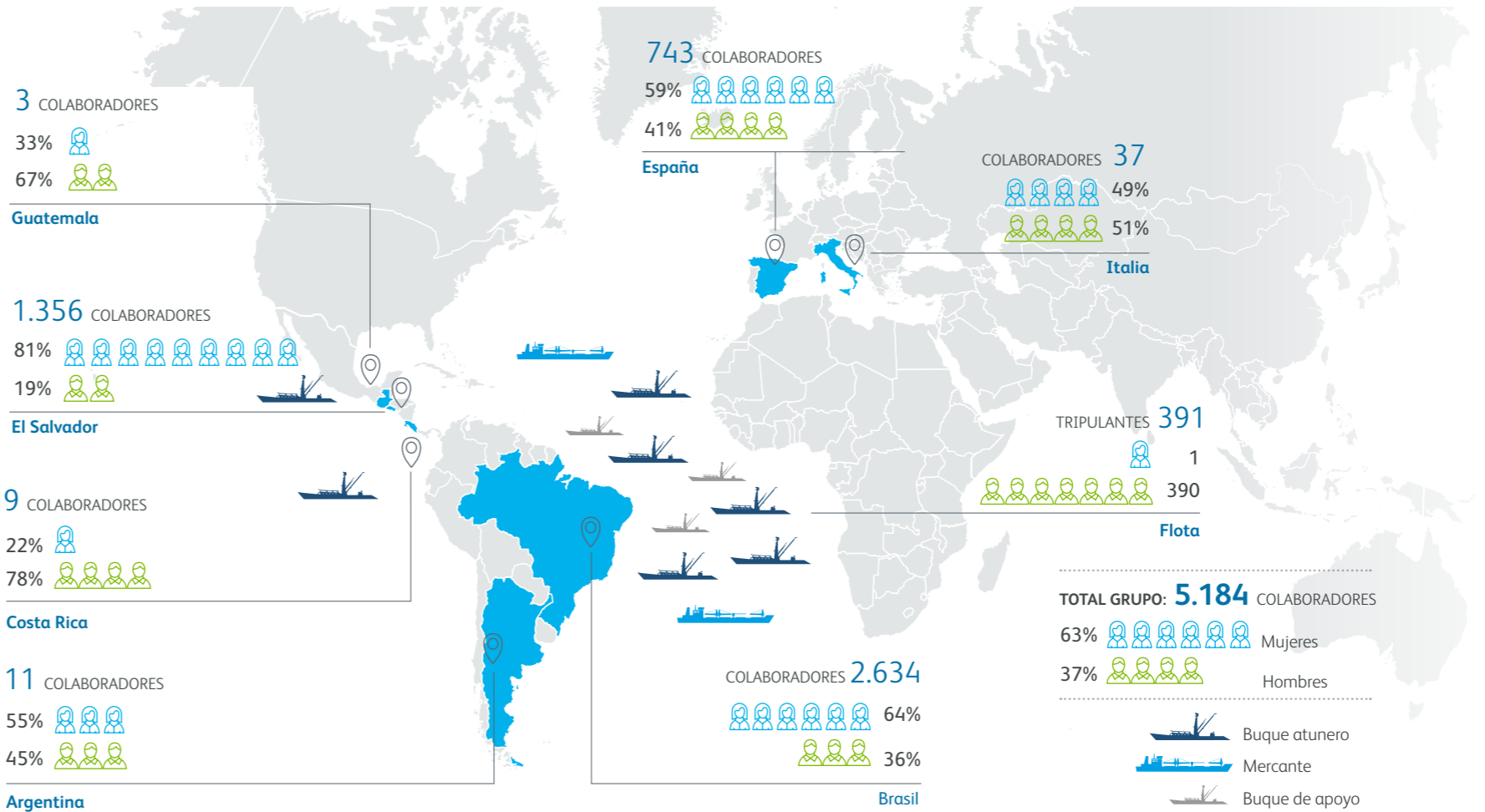
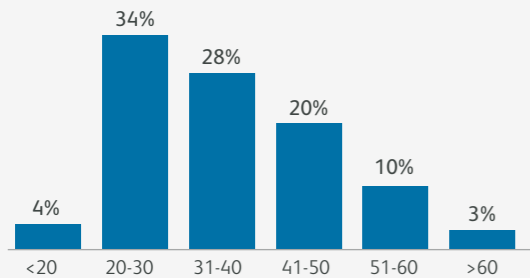
A cierre de 2021, Grupo Calvo contaba con una plantilla de **5.184 colaboradores**, un 2,09% más que en 2020. Casi dos tercios de la plantilla (**62,62%**) son mujeres, frente a algo más de un tercio (37,38%) de hombres, habiendo disminuido ligeramente el porcentaje de mujeres frente al año anterior (64%/36%). La **edad promedio es de 36 años**, y dos tercios del total de colaboradores se encuentra en el rango entre 20 y 40 años.

Distribución por geografía



\* La categoría "otros países" incluye Italia, Costa Rica, Guatemala y Argentina.

Distribución de la plantilla por edad



TOTAL GRUPO: **5.184** COLABORADORES

63% Mujeres  
37% Hombres



# Compromisos con las personas

## Igualdad de oportunidades

Grupo Calvo trabaja para garantizar una **presencia equilibrada de hombres y mujeres** en toda la organización con especial atención en los puestos de responsabilidad. Por esta razón, dentro de su estrategia de Compromiso Responsable se incluyen dos objetivos asociados a aumentar la presencia de mujeres en las áreas relacionadas con la toma de decisiones: alcanzar una presencia de al menos un **30% de mujeres en el Comité de Dirección** y de un **44% de mujeres en mandos intermedios** en 2025.

En 2021, el porcentaje de **mujeres en el Comité de Dirección** se mantuvo estable en el **28,57%** alcanzado en 2020<sup>1</sup>. El porcentaje de **mujeres en mandos intermedios** se mantuvo estable, pasando del 41,91% de 2020 al **41,62%** en 2021, cerca del objetivo estratégico del 44%.

### DIRECTIVOS



### MANDOS INTERMEDIOS



### TÉCNICOS Y ADMINISTRATIVOS



### OPERARIOS



### OFICIALES Y SUBOFICIALES DE FLOTA



### OPERARIOS DE FLOTA



| Beneficios sociales  | España         | Italia | El Salvador | Costa Rica | Guatemala | Brasil | Argentina |
|--|----------------|--------|-------------|------------|-----------|--------|-----------|
| Horario flexible   | ●              | ●      |             | ●          | ●         | ●      | ●         |
| Ampliación de bajas de maternidad y paternidad (sobre la ley)          |                |        |             |            |           | ●      | ●         |
| Retribución flexible   | ●              |        |             |            |           | ●      |           |
| Teletrabajo  | ●              | ●      |             |            |           | ●      |           |
| Transporte   | ●              |        | ●           |            |           | ●      |           |
| Restauración gratuita  |                |        | ●           |            |           | ●      |           |
| Seguros de vida  | ●              | ●      | ●           |            |           | ●      | ●         |
| Primas por producción o retribución variable por objetivos             | ●              | ●      | ●           | ●          | ●         | ●      | ●         |
| Acuerdos con empresas de bienes y servicios con condiciones ventajosas | ●              |        | ●           |            |           |        |           |
| Descuento en la compra de medicamentos                                 |                |        |             |            |           | ●      | ●         |
| Servicio médico  | ● <sup>2</sup> |        | ●           |            |           | ●      | ●         |
| Programas de reconocimiento y recompensa                               | ●              | ●      | ●           | ●          | ●         | ●      | ●         |
| Ayudas económicas por nacimiento                                       |                |        | ●           |            |           | ●      | ●         |
| Formación en idiomas   | ●              | ●      | ●           | ●          | ●         |        |           |
| Programa de autodesarrollo formativo                                   | ●              | ●      | ●           | ●          | ●         | ●      | ●         |
| Becas para formación de empleados e hijos de empleados                 |                |        | ●           |            |           |        |           |
| Asistencia odontológica  |                |        | ●           |            |           | ●      |           |
| Asistencia psicológica gratuita  |                |        | ●           |            |           | ●      |           |
| Políticas de desconexión digital                                       | ●              | ●      | ●           | ●          | ●         | ●      | ●         |
| Gimnasia laboral   | ●              | ●      | ●           |            |           | ●      |           |

<sup>1</sup> A fecha de la publicación del informe anual, este porcentaje ha disminuido, ya que la directora general de la División América, Andrea Napolitano, que se incorporó a la compañía en 2020, dejó de formar parte de Grupo Calvo en febrero de 2022.

<sup>2</sup> El servicio médico es obligatorio en España.

# Proveedores

*Trabajamos para garantizar a los consumidores alimentos de máxima calidad, asegurando la sostenibilidad a lo largo de toda la cadena de valor*

## Nuestra cadena de valor

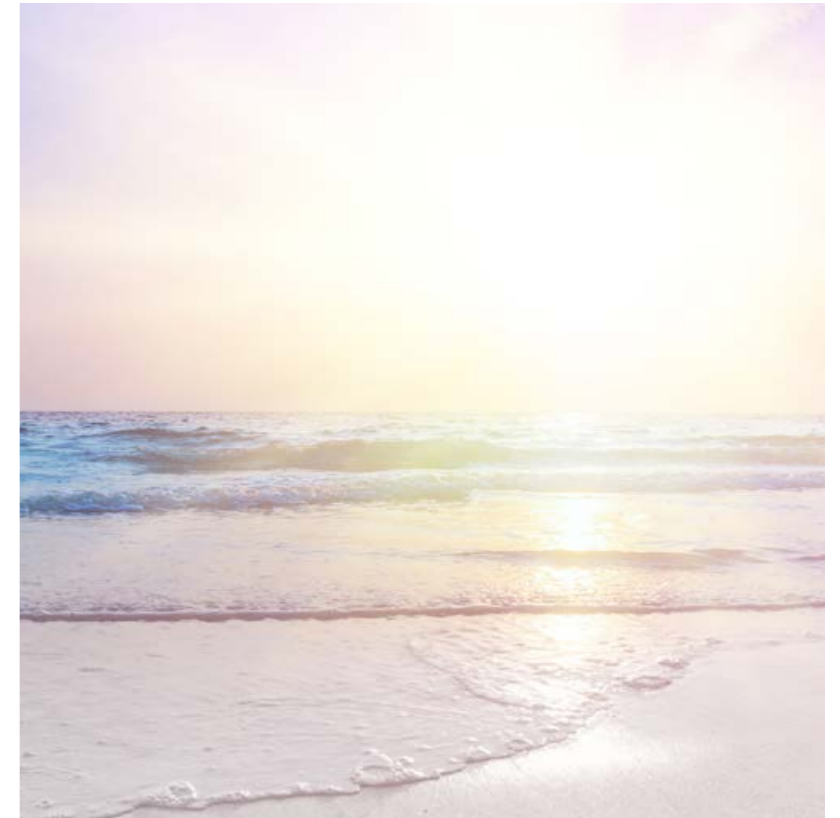
La monitorización y el **control de la cadena de suministro** son esenciales para garantizar la **máxima calidad**, la **trazabilidad de los productos** y la **responsabilidad social y ambiental de los proveedores**, independientemente de lo que suministren y dónde estén ubicados. Su cadena de valor se apoya fundamentalmente en los proveedores de materias primas y suministros directos, esenciales para la elaboración de sus productos:

- **Materias primas alimentarias:** las principales materias primas que la compañía utiliza como base en sus productos son el atún, la sardina, el mejillón y los cefalópodos. Otras materias primas secundarias vinculadas directamente a la producción de conservas son: aceite, legumbres y vegetales, cereales y pastas (base de las ensaladas), vinagre, condimentos y salsas. Todas ellas contribuyen a una dieta nutritiva y saludable. La selección de las mejores materias primas alimentarias y el esfuerzo permanente de la compañía por adaptarse a las necesidades de los consumidores permite ofrecer productos con una calidad diferenciada.
- **Materiales y suministros directos:** materias primas no alimentarias, materiales y productos que se utilizan directamente en la fabricación de envases, estuches y embalajes (metal, palés de madera, papel y cartón para estuches, cajas y boxes en puntos de venta, envases de vidrio, plástico para embalar, etc.). La sostenibilidad de los materiales desde la extracción de las materias primas hasta el consumidor final son una prioridad para la compañía, que además quiere asegurar que el producto llega al consumidor en condiciones excelentes de salubridad, calidad y practicidad, respondiendo en cada momento a sus expectativas.

Grupo Calvo considera que el futuro del negocio pasa necesariamente por que todos los agentes involucrados en la cadena de valor ejerzan una actividad responsable, basada en la búsqueda de la excelencia y en la reducción de impactos negativos asociados a su actividad. El **Sistema de Compras Responsables** de Grupo Calvo permite **controlar los riesgos** más significativos asociados a la cadena de valor a través de un proceso estructurado de **debida diligencia**, y **hacer extensivo el compromiso** de la empresa con la gestión responsable a todos sus proveedores. La pieza fundamental del sistema es el [Código de Conducta para Proveedores de Grupo Calvo](#), cuyos principios son de obligado cumplimiento para todos los proveedores de la organización. Este Código de Conducta define los **estándares mínimos de conducta empresarial ética y responsable** que deben seguir los proveedores de Grupo Calvo, en coherencia con los principios recogidos en el Código Ético de la compañía. Grupo Calvo se compromete a poner los medios necesarios para que todos sus proveedores conozcan y comprendan el Código de Conducta y ha instaurado un sistema de seguimiento para asegurar su cumplimiento.

Anualmente, en el marco del **Sistema de Compras Responsables**, se realiza una **evaluación de todos los proveedores**<sup>1</sup> en la cadena de valor de Grupo Calvo para determinar su nivel de riesgo en función de diversos criterios: el país de origen del productor, su sector empresarial, la exposición al proveedor en términos de volumen y frecuencia de compras, aspectos de seguridad alimentaria y de riesgo reputacional. A través de ocho criterios de valoración, se clasifica cada uno de los proveedores como de riesgo crítico, alto, medio o bajo.

En 2021 se realizaron **313 evaluaciones de sostenibilidad** a los principales proveedores de Grupo Calvo, fueron monitorizados 34 proveedores y, a cierre del año, 21 proveedores evaluados como de riesgo alto o crítico habían sido sometidos a auditorías BSCI independientes.



<sup>1</sup> Se incluyen en este análisis todos los proveedores de materias primas, suministros directos para la producción y producto terminado con una cifra de facturación anual superior a 10.000 €.

# Clientes y consumidores

## Mercados estratégicos

### Principales clientes por mercado

| Argentina  | Brasil  | CAM-Caribe   | España  | Italia   | Internacional <sup>1</sup>   |
|--|---|--|---|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Coto Supermercado</li> <li>■ Maycar</li> <li>■ Cencosud</li> <li>■ Inc</li> <li>■ Ricardo Nini</li> <li>■ Maxiconsumo</li> <li>■ Dorinka</li> <li>■ Supermercados Mayoristas Yaguar</li> <li>■ Vigenia</li> <li>■ Millan</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Atacadão Distribuição</li> <li>■ Sendas Distribuidora</li> <li>■ Armazem Mateus</li> <li>■ Empresa Brasileira de Distribuição</li> <li>■ Cia. Brasileira de Distribuição</li> <li>■ Martins</li> <li>■ SDB Comercio de Alimento</li> <li>■ Carrefour Comercio e Indústria</li> <li>■ Chuá</li> <li>■ WMS Supermercados</li> <li>■ JC Distribuição</li> <li>■ Distribuidora Pazotti</li> <li>■ Recife Doces e Caramelos</li> <li>■ Dunorte</li> <li>■ Fortaleza Distribuição e Logística</li> <li>■ Garcia Atacadista</li> <li>■ Guga Comercio de Alimentos</li> <li>■ Asa Branca</li> <li>■ DCL Distribuidora Cardeal</li> <li>■ Disdal Distribuidora de Alimentos</li> <li>■ Mart Minas Distribuicao</li> <li>■ Luis Gonzaga de Carvalho Junior Eireli</li> <li>■ Condor Super Center</li> <li>■ Walmart Brasil</li> <li>■ Casas Guanabara Comestíveis</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Auto Mercado</li> <li>■ CCN</li> <li>■ Comprebien</li> <li>■ Diinsa</li> <li>■ Grupo BM</li> <li>■ Machetazo</li> <li>■ Mayca</li> <li>■ Megasuper</li> <li>■ Nimar</li> <li>■ Perimercados</li> <li>■ Price Smart</li> <li>■ Rey</li> <li>■ Super Selectos</li> <li>■ Supermercados 99</li> <li>■ Supermercados Baru</li> <li>■ Supermercados Carnes</li> <li>■ Supermercados Xtra</li> <li>■ Unisuper (Guatemala)</li> <li>■ Walmart</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Aldi</li> <li>■ Amazon</li> <li>■ Auchan</li> <li>■ Carrefour</li> <li>■ Consum</li> <li>■ Costco</li> <li>■ DIA</li> <li>■ El Corte Inglés</li> <li>■ Eroski</li> <li>■ Euromadi</li> <li>■ IFA</li> <li>■ Lidl</li> <li>■ Makro</li> <li>■ Nueva Cocina Mediterránea</li> <li>■ Palacios</li> <li>■ Casa Mas</li> <li>■ Primaflor</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ C+C Carrefour</li> <li>■ Conad</li> <li>■ Coop</li> <li>■ Esd</li> <li>■ Esselunga</li> <li>■ Eurospin</li> <li>■ Bennet</li> <li>■ Lidl</li> <li>■ Aldi</li> <li>■ Metro</li> <li>■ Pam</li> <li>■ Sigma</li> <li>■ Vegè</li> <li>■ First</li> <li>■ Penny Market</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Transtrade (SK, CZ, HU, PL)</li> <li>■ Alfmix (FI)</li> <li>■ Leclerc (FR)</li> <li>■ Parmafood (RO)</li> <li>■ Eater Company For Food Stuff (LY)</li> <li>■ SPAR (SI)</li> </ul> |
| <p><b>LIBRE SERVICIO: 99%</b><br/> <b>HORECA: 1%</b><br/> <b>MDD: 0%</b></p>   | <p><b>LIBRE SERVICIO: 96,9%</b><br/> <b>HORECA: 3,1%</b><br/> <b>MDD: 0%</b></p>  | <p><b>LIBRE SERVICIO: 88%</b><br/> <b>HORECA: 0,2%</b><br/> <b>MDD: 11,8%</b></p>  | <p><b>LIBRE SERVICIO: 75%</b><br/> <b>HORECA: 9%</b><br/> <b>MDD: 16%</b></p>   | <p><b>LIBRE SERVICIO: 66 %</b><br/> <b>HORECA: 5%</b><br/> <b>MDD: 29%</b></p>   | <p><b>LIBRE SERVICIO: 67,6%</b><br/> <b>HORECA: 7,6%</b><br/> <b>MDD: 24,8%</b></p>  |
| <p><b>6</b> nuevos clientes del interior y distribuidores.</p>   | <p><b>99</b> nuevos clientes, principalmente distribución.</p>  |  | <p><b>4</b> nuevos clientes. Entre ellos, Costco.</p>   | <p><b>1</b> nuevo cliente: Penny Market.</p>   | <p><b>5</b> nuevos clientes en Israel, Marruecos, Rumanía y Croacia.</p>   |

<sup>1</sup> El área de Internacional comprende ventas en mercados no consolidados.

## Nuestros productos

Los productos de Grupo Calvo se comercializan a través de sus marcas líderes: Calvo, Nostromo y Gomes da Costa; y otras secundarias como 88, Razo, San Marco, Mar de Plata, Eureka y Faro.

La visión de Grupo Calvo es ser percibidos por el consumidor como un **referente que satisface sus necesidades en productos de alimentación saludables**, a través de la **innovación**, una materia prima de **calidad** y una producción plena y eficiente. Cada nuevo lanzamiento bajo cualquiera de las marcas responde a la combinación de un exhaustivo análisis de las necesidades concretas del consumidor y al trabajo de los diferentes departamentos de I+D.

Respecto a las categorías de productos más demandadas por los consumidores, se aprecian diferencias importantes según los mercados. En los mercados consolidados de **España, Italia y Argentina** y en los mercados no consolidados del área **Internacional**, destaca claramente el atún en sus diversas preparaciones, con más de un 80% de las ventas agregadas (más del 90% en Argentina). Sin embargo, en **CAM-Caribe**, la proporción de ventas de atún está en torno al 65%, y destaca el alto porcentaje (21%) de ventas de vegetales en conserva. En **Brasil**, más de un 50% de las ventas corresponden a productos de sardinas, frente a algo menos de un 30% de ventas de atún.

En cuanto a las preparaciones preferidas por los consumidores para las conservas de atún, destacan claramente el **atún en aceite y al natural** (en agua). En los mercados consolidados de **Europa** (España e Italia), las preparaciones en **aceite (de oliva y girasol)** son claramente dominantes, mientras que en **Centroamérica** la práctica totalidad del atún vendido se presenta al **natural (en agua) y en otras preparaciones**, como son con vegetales o salsas. En el mercado **Internacional**, más del 77% del total de ventas de atún se presenta **en aceite** (de oliva o girasol) y el resto al natural y otros. Por el contrario, en Sudamérica (**Brasil y Argentina**), se utiliza aceite de soja, dividiéndose de manera más equilibrada la oferta de atún entre las preparaciones en aceite y al natural. Es de destacar la diversa oferta de atún en CAM-Caribe, donde más del 67% de las ventas de atún se ofrece en un amplio catálogo de productos con diversas salsas y preparaciones, específico para su mercado.



| Mercado              | Marcas y productos principales  | Otras marcas   |
|----------------------|---|--|
| España               | <b>Calvo:</b> atún, mejillones, calamares, sardinas, sardinilla, caballa, bonito, salmón, chipirones, ensaladas y patés.  | <b>Eureka:</b> atún.<br><b>Razo:</b> atún.                       |
| Italia               | <b>Nostromo:</b> atún, ensaladas, caballa, sardinas y salmón.   | <b>San Marco:</b> atún, ensaladas.<br><b>Faro:</b> atún.<br>(*)  |
| Centroamérica-Caribe | <b>Calvo:</b> atún, mejillones, calamares, sardinas, vegetales enlatados, frutas en conserva y salsas picantes.<br><b>Gomes da Costa:</b> atún, sardinas y vegetales enlatados. | <b>Mar de Plata:</b> atún y sardinas.                            |
| Internacional **     | <b>Calvo:</b> atún, mejillones, sardinas, salmón, ensaladas y patés.<br><b>Nostromo:</b> atún y ensaladas.<br><b>Gomes da Costa:</b> atún y sardinas.                           | <b>Eureka:</b> atún.<br><b>Faro:</b> atún.<br><b>Razo:</b> atún. |
| Brasil               | <b>Gomes da Costa:</b> sardina, atún, patés, ensaladas y aceite de oliva.   | <b>88:</b> atún y sardinas.                                      |
| Argentina ***        | <b>Gomes da Costa:</b> atún, sardina, caballa y mejillones.   |  |



\* Grupo Calvo es distribuidor oficial en Italia de las marcas Consorcio (conservas) y Redoro (aceite de oliva virgen extra).

\*\* Mercados no consolidados de Europa, Asia, África y América.

\*\*\* Incluye distribución en Argentina, Uruguay y Paraguay.



# Nuevos lanzamientos

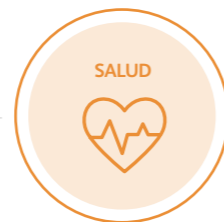
La **innovación** es una **palanca de crecimiento** para Grupo Calvo, además de permitirle posicionarse como proveedor de marcas de alimentación saludables y responsables. En 2021, el peso relativo de los productos innovadores de Grupo Calvo fue del 8,17%, creciendo de manera sostenida en los tres últimos años. Destaca el dato en el mercado CAM-Caribe, donde este porcentaje alcanzó el 26,46%.

Los productos de Grupo Calvo se elaboran tomando en consideración los atributos de **sabor, practicidad, salud y sostenibilidad**, identificados como aquellos que determinan la opción de compra de los consumidores en los mercados en los que operan las marcas de la compañía.



Asociado al **disfrute del producto**, la labor de investigación llevada a cabo por los departamentos de marketing e I+D se orienta a la búsqueda de nuevos sabores con foco en las preferencias y gustos locales.

Los productos de Grupo Calvo son base de una **alimentación saludable**. Las conservas se fabrican libres de conservantes y suponen una proteína esencial para cualquier dieta equilibrada.



La **facilidad de almacenamiento** y consumo es una característica propia de la conserva y uno de los atributos más valorados. Grupo Calvo innova continuamente en las distintas formas de presentación de sus productos para adaptarlo a las distintas necesidades del consumidor y la regulación.

Es uno de los atributos que más relevancia está cobrando debido a la creciente sensibilización hacia lo **ecológico y sostenible**. La compañía está destinando año a año más recursos al lanzamiento de nuevos productos con un valor añadido desde esta perspectiva.



En 2021, se lanzaron al mercado un total de 13 nuevos productos, uno de ellos diseñado especialmente con criterios de sostenibilidad: **atún Calvo MSC al natural** en pack de 3x80g, con la certificación del **Marine Stewardship Council**, elaborado para el mercado nórdico, en cumplimiento del compromiso de Grupo Calvo de contribuir a una gestión adecuada de los recursos y a la protección de los océanos.



La novedad más destacable en 2021 fue el lanzamiento de diversos productos con nuevos formatos **Vuelca Fácil®** en España y **Apri Gira Facile®** en Italia<sup>1</sup>.



<sup>1</sup> Más información en el capítulo de Investigación y Desarrollo.

En España se lanzaron en 2021 tres nuevas líneas de productos: **salmón al natural**, **ensalada foodie garbanzos** y **ensalada foodie edamame**. Mientras que en Italia se presentaron al mercado tres nuevos formatos de **ensaladas de atún con vegetales y cereales**, una de ellas con legumbres y **atún Nostromo Zero**, la primera receta natural del mercado italiano sin adición de aceite y sin grasas.



En CAM-Caribe se lanzaron dos nuevos productos: **melocotones en almíbar** y **frutas en almíbar**.



En Argentina se lanzó una nueva línea de **atún bajo en sal** en las referencias **al natural** y **en aceite**.



| Lanzamientos 2021  | Formato  | Mercados en los que se distribuye | Atributos más representativos |
|--|----------|-----------------------------------|-------------------------------|
| Atún Calvo MSC al natural                                    | 3 x 80 g | Finlandia                         |                               |
| Salmón al natural  | 3 x 50 g | España                            |                               |
| Ensalada foodie garbanzos                                    | 190 g    | España                            |                               |
| Ensalada foodie edamame                                      | 190 g    | España                            |                               |
| Ensalada mejicana de atún con alubia roja y pimiento rojo    | 220 g    | Italia                            |                               |
| Ensalada de espelta y atún con alcaparras y aceitunas negras | 220 g    | Italia                            |                               |
| Ensalada Zero de legumbres y atún con frijoles y maíz        | 220 g    | Italia                            |                               |
| Melocotones en almíbar                                       | 820 g    | CAM-Caribe                        |                               |
| Frutas en almíbar  | 820 g    | CAM-Caribe                        |                               |
| Sardina rallada en salsa de tomate                           | 110 g    | Brasil                            |                               |
| Sardinias en aceite de soja                                  | 1,1 kg   | Brasil                            |                               |
| Lomos de atún bajo en sodio al natural                       | 170 g    | Argentina                         |                               |
| Lomos de atún bajo en sodio en aceite                        | 170 g    | Argentina                         |                               |

Sabor Practicidad Salud Sostenibilidad

# Calidad y seguridad alimentaria

Grupo Calvo asegura la **calidad e inocuidad de la totalidad de los productos** elaborados en todas sus fábricas (España, El Salvador y Brasil). Así mismo, garantiza el cumplimiento sistemático de las regulaciones nacionales e internacionales aplicables en todas las geografías en las que desarrolla su actividad. La compañía, en su compromiso de mejora continua, trabaja año tras año para cumplir con **los más altos estándares de la industria** alimentaria.

El proceso de fabricación de todos los productos de Grupo Calvo cuenta con diversos puntos de control que permiten monitorizar la calidad tanto de la materia prima como del producto final a través de la recogida de muestras y análisis en laboratorio. Es necesaria la conformidad de todos los parámetros evaluados para que los productos puedan ser comercializados. En concreto, la compañía cuenta con las siguientes **certificaciones de calidad, seguridad alimentaria, trazabilidad y buenas prácticas de fabricación** en sus plantas industriales:

| Certificación  | Tipo  | Fábricas certificadas   |
|--|---|---|
|  BRC<br>Global Standard for Food Safety | Seguridad alimentaria                           | Fábricas de conservas de España y El Salvador.  |
|  IFS<br>International Food Standard     | Seguridad alimentaria                           | Fábricas de conservas de España (Superior) y El Salvador (Basic).   |
|  ISO<br>22005                           | Trazabilidad alimentaria                        | Fábrica de conservas de España.   |
|  ISO<br>9001:2015                       | Calidad   | Fábricas de conservas de España y Brasil.<br>Fábrica de envases de Brasil.  |
|  Certificado SAE                       | Sistema de Autocontrol Específico               | Sistema de autocontrol europeo para exportación de alimentos a terceros países.<br>Fábrica de conservas de España.    |
|  GALECIA                              | BIO   | Certificación europea de etiquetado de productos ecológicos.<br>Fábrica de conservas de España.                       |
|  APR                                  | Atún de Pesca Responsable - cadena de custodia  | Trazabilidad de los productos pesqueros certificados APR en origen.<br>Fábrica de conservas de España.                |
|  MSC                                  | Marine Stewardship Council - cadena de Custodia | Trazabilidad de los productos pesqueros certificados MSC en origen.<br>Fábricas de conservas de España y El Salvador. |

| Certificación   | Tipo   | Fábricas certificadas  |
|---|--|--|
|  SAFE<br> FRIEND OF THE SEA<br>Friend of the Sea - cadena de custodia<br>Dolphin Safe | Trazabilidad de los productos pesqueros certificados FoS en origen.            | Fábricas de conservas de España y El Salvador.                                     |
|  MEJILLÓN DE GALICIA<br>Denominación de Origen Protegida (mejillón)  | DOP "Mejillón de Galicia".   | Fábrica de conservas de España.  |
|  HALAL   | Cumplimiento de criterios de consumo según la ley islámica.                    | Fábricas de conservas de España y El Salvador.                                     |
|  KOSHER  | Cumplimiento de criterios de consumo según la religión judía (Orthodox Union). | Fábricas de conservas de España, El Salvador y Brasil (producción por producción). |
|  GOBIERNO DE EL SALVADOR<br>HACCP<br>Hazard Analysis and Critical Control Points<br>APPCC<br>Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control                         | Seguridad alimentaria.   | Fábrica de conservas de El Salvador.   |
|  GMP<br>GMP+ Good Manufacturing Practice   | Buenas prácticas de fabricación.   | Fábrica de bioproductos BFP de Brasil.   |
|  GOBIERNO DE EL SALVADOR<br>BPM<br>Buenas Prácticas de Manufactura   | Buenas prácticas de fabricación.   | Fábrica de bioproductos de El Salvador.  |

Con respecto a los impactos de los productos y servicios en la salud y seguridad de los consumidores, durante 2021 no se registró ningún incumplimiento.

# Comunidades

*Promovemos programas de participación en la comunidad para crear valor social donde estamos presentes*

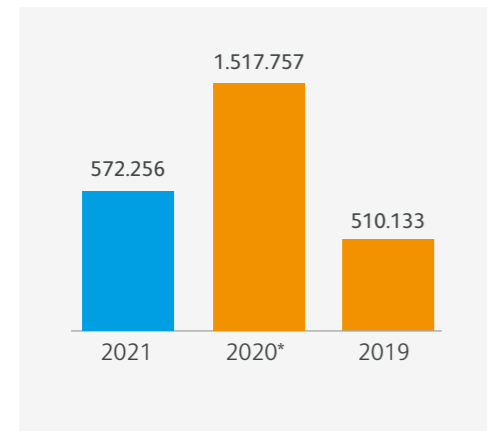
## Apoyo a la comunidad local

En Grupo Calvo, la misión y visión como empresa están ligados desde siempre a las personas. Por eso, la compañía promueve **programas de acción social** en aquellos lugares donde es posible añadir valor a través de **alianzas estratégicas**, programas de **voluntariado** social o colaboraciones locales. Como reflejo de su compromiso con las comunidades donde está presente, desarrolla proyectos sociales con el objetivo de generar un cambio positivo en estas áreas. En 2021, la compañía destinó un total de **572.256 €** para el desarrollo de **59 proyectos** de acción social.

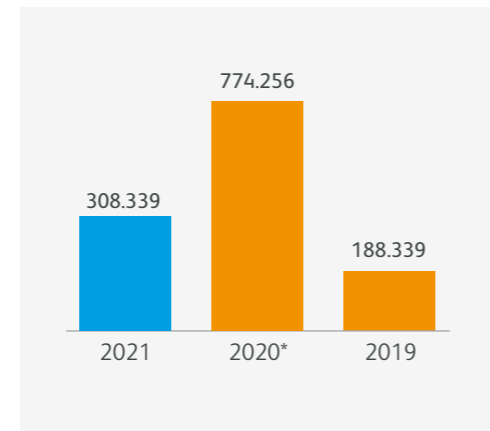
Las áreas donde más han incidido los programas de acción social de Grupo Calvo en 2021 fueron: ayuda humanitaria (55%), deporte (30%) y educación y juventud (6%).

Respecto a la contribución por zona geográfica, se distribuyó por las geografías en las que Grupo Calvo tiene mayores impactos directos de su actividad: 41% España (incluyendo las actividades de la Fundación Luis Calvo Sanz), 32% en Brasil, 25% en Italia, y 2% en El Salvador.

**Inversión total en acción social (€)**

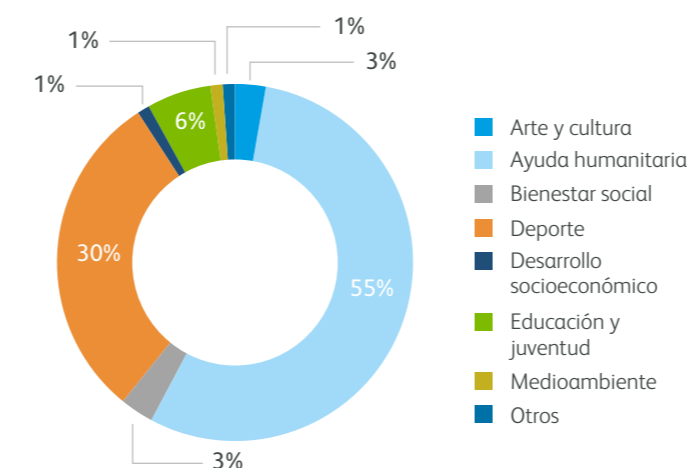


**Inversión en especie (€)**

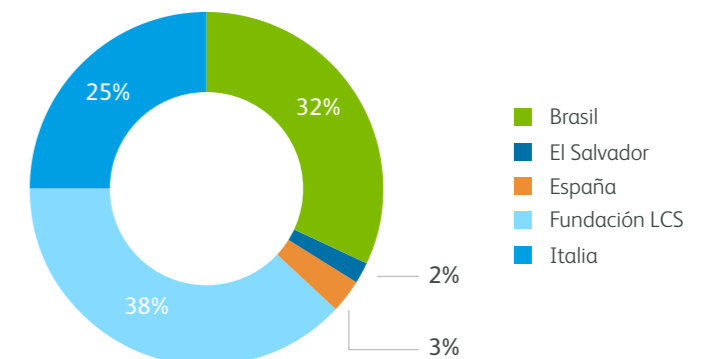


\* 2020 fue un año extraordinario en inversión social, con más de un 50% destinado a donaciones directas de producto relacionadas con la pandemia.

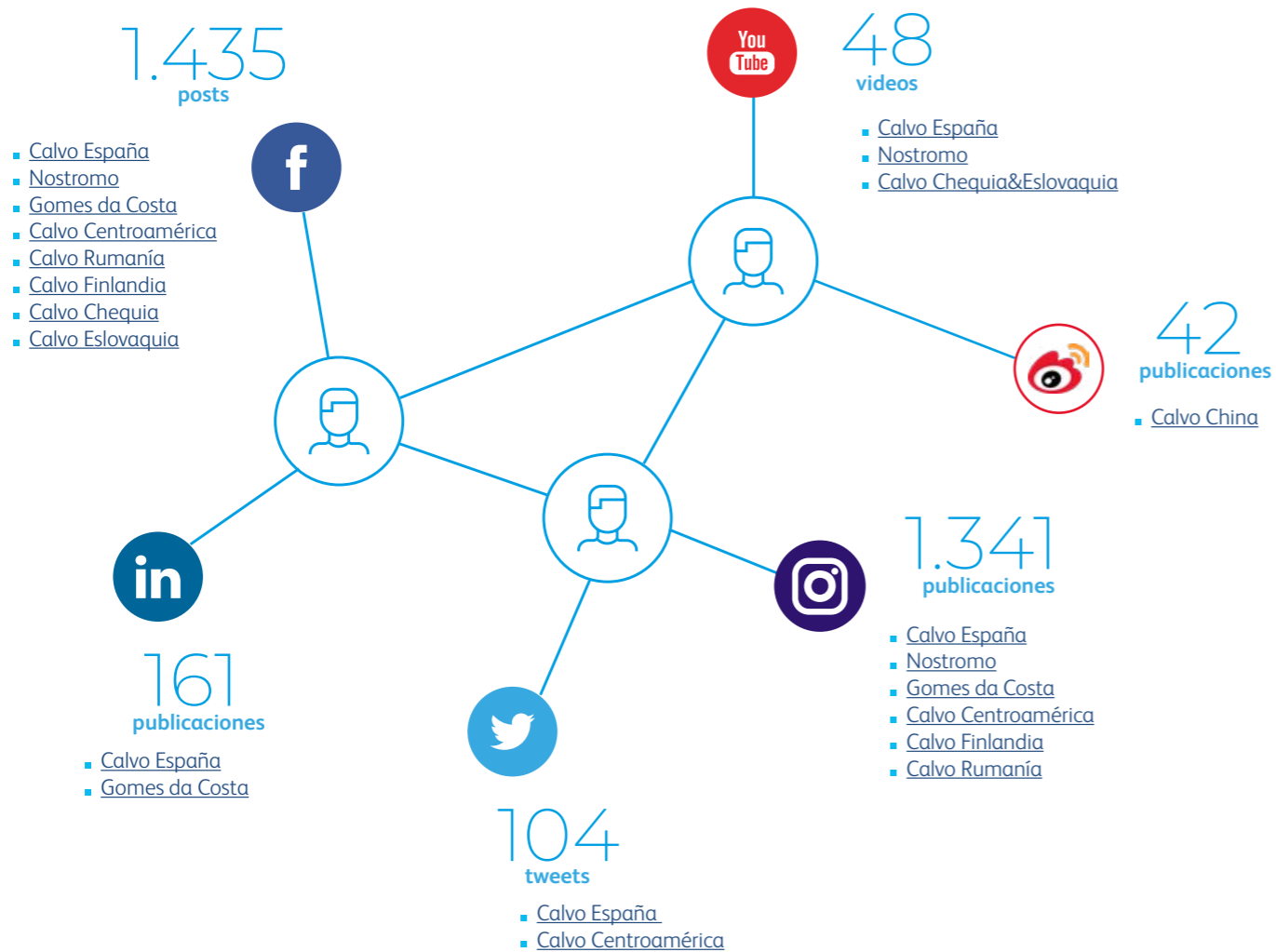
**Contribución a la inversión por área de trabajo**



**Contribución a la inversión por zona geográfica**



La información de Grupo Calvo está disponible en su página web corporativa [www.grupocalvo.com](http://www.grupocalvo.com) y también en las páginas web comerciales de las marcas [Calvo](#), [Nostromo](#) y [Gomes da Costa](#). Asimismo, la compañía dispone de perfiles en las redes sociales Instagram, Facebook, LinkedIn, Twitter y YouTube.



Además, en 2021 se publicaron 100 posts en la red social y plataforma china de marketing premium [Xiaohongshu](#) (“Little Red Book”).

