

INFORME INTEGRADO

2018



GRUPO NUEVA
PESCANOVA





ÍNDICE

1. INDICADORES CLAVE	06
2. CARTA DEL PRESIDENTE	08
3. ENTREVISTA AL CEO	10
4. ADN DEL GRUPO NUEVA PESCANOVA	13
5. EL PESCADO Y SUS BONDADDES	15
5.1. Las bondades del pescado	16
5.2. El sector de Pescanova y sus tendencias	17
6. NUEVA PESCANOVA HOY	21
6.1. El Grupo Nueva Pescanova en el mundo	22
6.2. Innovación como base de crecimiento futuro	24
6.3. Calidad transversal	27
6.4. Trayectoria	28
6.5. 2018: Un año de crecimiento y expansión	30
7. LA CADENA DE VALOR	33
7.1. Del mar a la mesa: la pesca	34
7.2. La acuicultura	36
7.3. Elaboración	38
7.4. Comercialización	40
7.5. Certificaciones	41
8. GOBIERNO CORPORATIVO	43
8.1. Transparencia e integridad	44
8.2. Gestión de Riesgos	45
8.3. El equipo gestor	46
8.4. Principales políticas del Grupo	46
8.5. Gestión de la sostenibilidad	48
9. MODELO DE NEGOCIO Y ESTRATEGIA	51
9.1. Resultados Financieros del ejercicio 2018	52
9.2. El futuro y el plan estratégico	54
10. CREANDO VALOR PARA TODOS LOS GRUPOS DE INTERÉS	59
10.1. Comunicación con Grupos de Interés	60
10.2. Consumidores	64
10.3. Empleados	70
10.4. Proveedores	74
10.5. Medio Ambiente y Biodiversidad	75
10.6. Accionistas	78
10.7. Sociedad y Comunidades Locales	79
10.8. Contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas	85
11. SOBRE ESTE INFORME	89
11.1. Tabla GRI del Estado de Información No Financiera	91
11.2. Materialidad	93



PRESENTACIÓN

Desde que el Grupo Nueva Pescanova comenzara su andadura en noviembre de 2015, los últimos años han confirmado que la Compañía no sólo ha recuperado la fortaleza de la marca Pescanova, sino que ha reinventado su valor como referente mundial.

Y lo ha conseguido gracias a la integración de unos valores compartidos por cada una de las personas que forman parte de su apasionante proyecto. La empresa continúa invirtiendo, innovando y creciendo; en unos años de esfuerzo, de creatividad y de trabajo en equipo. En definitiva, está siendo un período de una intensa labor por parte de todo el Grupo que le permite seguir conquistando el corazón de millones de personas que, confiando en sus productos, disfrutan de la frescura del mar en la mesa de sus hogares.

INDICADORES CLAVE KPIs

CIFRAS 2018



Resultado neto
€5,4M



EBITDA
€75M



€41M
en inversión en 2018



FACTURACIÓN en 2018
€1.008M



177.000
TN de productos del mar
comercializadas



62.000
TN ventas de productos
de acuicultura



FLOTA DE
70
buques en el
hemisferio sur



140.000
TN procesadas



7
barcos en construcción



7.000
hectáreas de
acuicultura



17

fábricas en 9 países de
África, América, Asia y
Europa



9

plantas de elaboración
de comida asiática
proyectadas para 2019



Comercializando en

80

países



70

especies de pescado y
marisco



4^a

marca de alimentación más
elegida en España



TOP **50**

empresas con mejor
Reputación



10.000

empleados



15

certificaciones
internacionales



78.447

horas de formación



226

proyectos vinculados a
los ODS



19.658 kg

alimentos donados a
bancos de alimentos

“En tiempo récord hemos logrado primero sanear, luego equilibrar y ahora crecer”

“Nuestro Plan Estratégico 2016-2020 se está revelando como una eficaz y acertada hoja de ruta que nos ha situado muy pronto en la senda correcta. Ya estamos trabajando en el siguiente cuatrienio, planificando nuevas inversiones, más innovación y más eficiencia”

CARTA DEL PRESIDENTE



El ejercicio 2018 ha sido el tercero completo del Grupo Nueva Pescanova bajo la nueva administración tras el proceso de reconversión de la Compañía en el año 2015.

El Grupo Nueva Pescanova sigue consolidándose como una de las pocas compañías integradas verticalmente, que pesca, cultiva, transforma y vende con su nombre productos del mar.

- Empleamos a **10.000 personas en 19 países**
- En captura salvaje operamos con **70 barcos**
- En acuicultura **cultivamos en 7.000 hectáreas**
- Tenemos **17 plantas de transformación**
- Vendemos en **80 países**
- Contamos con una **marca reconocida** por consumidores y respetada en todo el sector.

Somos una compañía cada vez mejor posicionada para aprovechar las tendencias de consumo hacia proteínas de origen marino, mucho más saludables, y capacitada para garantizar la sostenibilidad y trazabilidad de todos sus productos.

En términos financieros, el año 2018 confirma la ascendente recuperación de la Compañía:

- Hemos vendido **177 millones de kilos** de productos del mar (+5%).
- La **facturación alcanzó los €1.008M**, habiendo ya prescindido de las actividades no estratégicas de harinas, piensos y otros activos no suficientemente rentables.
- Si en 2015 el Ebitda proforma heredado se situaba en **€34M**, este año lo hemos cerrado en **€75M**.
- El **beneficio neto ha alcanzado los €5,4M**, una mejora respecto a los **€0,3M** de 2017 y un radical cambio frente a las pérdidas de **€35,6M** registradas en 2016.

El esfuerzo de nuestros empleados y de nuestros socios sigue siendo decisivo, como lo fue cuando se evitó la liquidación desordenada a la que estaba abocada nuestra predecesora. En tiempo récord hemos logrado primero sanear, luego equilibrar y ahora **crecer**.

Más allá de las cifras, me gustaría también llamar la atención de algunos progresos e hitos también muy significativos de 2018:

- Hemos encargado **siete nuevos buques** y hemos botado ya los dos primeros. Hacía más de 20 años que Pescanova no construía barcos.
- Gracias al decidido esfuerzo comercial y a las fuertes inversiones en marketing e innovación, hemos alcanzado este año la **quinta posición en ranking de marcas** de Gran Consumo con más penetración en los hogares españoles.
- Hemos comenzado y estamos ya finalizando el **Pescanova Biomarine Center**, que será punta de lanza del I+D+i del Grupo y punto de inflexión en el estudio de la acuicultura a nivel mundial. 4.000 m2 dotados de la última tecnología, en los que se aplicarán nuevas técnicas de investigación sobre genética, nutrición y salud, así como sobre sostenibilidad de especies de gran consumo.
- Nos hemos dotado de una **gobernanza interna** asimilable a las más importantes compañías cotizadas y con estrictos controles financieros, estratégicos y de cumplimiento normativo.
- Hemos lanzado una **estrategia global de Responsabilidad Social** con importantes logros y siendo conscientes que la generación de empleo y el asegurar condiciones dignas en los países menos favorecidos es probablemente la forma más eficaz de responsabilidad social.

Desde luego seguimos siendo prudentes. Nuestras actividades básicas están fuertemente influenciadas por condicionamientos naturales, pero trabajamos para depender menos de la volatilidad de las materias primas o circunstancias bioclimáticas y añadir más valor a lo que pescamos, cultivamos y comercializamos. **Estamos tremendamente ilusionados con el horizonte futuro del Grupo.**

Nuestro Plan Estratégico 2016-2020 se está revelando como una eficaz y acertada hoja de ruta que nos ha situado muy pronto en la senda correcta. Un Plan que, a pesar de estar limitado en el tiempo en cuanto a su nominación, tiene un horizonte estratégico que trasciende y se proyecta más allá de los primeros cuatro años y que nos lleva a estar ya trabajando en el siguiente cuatrienio, planificando nuevas inversiones e incrementando el grado de innovación y eficiencia.

Para ello nos esforzamos en seguir siendo merecedores de la confianza de nuestros clientes, de nuestros socios, de nuestros proveedores y, por supuesto, de las personas que conforman este Grupo.

Jacobo González-Robatto
Presidente del Grupo Nueva Pescanova



“Somos 10.000 personas a bordo de un barco con un futuro muy ilusionante”

1. ¿Sobre qué pilares se edifica la estrategia del Grupo Nueva Pescanova?

Los éxitos que hemos conseguido hasta ahora han tenido como base nuestro Plan Estratégico 2016-2020, que se asienta en cuatro pilares. El primero es incrementar la cifra de negocio a través de un plan que pone al consumidor en el centro de la estrategia comercial, haciendo hincapié en la innovación y la comercialización. Nuestros esfuerzos comerciales están dirigidos al aumento de la presencia en el canal retail y food service en seis mercados estratégicos denominados BIG 6 (España, Portugal, Francia, Italia, Grecia y USA). Además de seguir apostando por nuevos segmentos de negocio como el de refrigerados. Esto nos lleva al segundo pilar, que está centrado en el aumento de la capacidad industrial de producción de nuestras plantas.

Nuestra tercera línea estratégica tiene que ver con la estructura de costes. Cuando comenzamos, la compañía no trabajaba unificada como un grupo, sino que aglutinaba a medio centenar de empresas en cuatro continentes, independientes entre ellas. Continuamos trabajando en la centralización y planificación de compras de todo el Grupo, así como en la optimización del suministro y la unificación de todos los sistemas para agilizar las gestiones y la toma de decisiones.

Y, por último, el cuarto pilar es sacar el máximo provecho a la integración vertical, que es la ventaja competitiva del Grupo Nueva Pescanova, ya que nos permite ser una de las pocas compañías que garantiza la trazabilidad y calidad de sus productos, desde el momento de la pesca hasta que llega a millones de hogares en todo el mundo.

“La marca Pescanova es una “Love Brand”. Siempre ha estado estrechamente unida a la garantía de calidad, al ser responsables de toda la cadena de valor”

2. ¿Cuáles son los principales retos conseguidos por el Grupo Nueva Pescanova en 2018?

El balance del ejercicio es muy positivo. Continuamos creciendo en ventas y trabajamos constantemente para que sea así. Hemos reforzado la presencia en canales retail y food service a través de operaciones como la creación de la empresa Katei Alimentación con Kabuki, con la que en 2019 estamos poniendo en marcha nueve plantas de elaboración de comida japonesa para retail y food service en España, o la compra de la compañía sudafricana Unick Fish, sociedad comercial para retail en Sudáfrica y Namibia.

La ampliación de hasta el 45% en la compañía india Abad Overseas refuerza nuestra posición como referente mundial exportador de langostino.

La renovación de parte de nuestra flota está a punto de empezar a ver la luz. Este verano está prevista la entrega del primero de los tres nuevos barcos fresqueros que faenarán para la pesca de merluza en Namibia, y tendrá lugar la botadura de uno de nuestros nuevos buques congeladores para langostino de la filial Pescamar de Mozambique.

Por otra parte, la construcción del Centro de I+D+i de Acuicultura, el Pescanova Biomarine Center, sigue su marcha en O Grove, lo inauguraremos a principios de 2020.

3. La innovación se encuentra presente en todos los ámbitos de la Compañía. El consumidor, centro del universo del Grupo, ha visto cómo la oferta de productos ha aumentado para dar respuesta a sus gustos y necesidades...

Buscamos acercarnos a nuevos segmentos de población, sobre todo gente más joven y adaptarnos a las tendencias actuales de consumo. Nuestro objetivo es llevar la frescura del mar a la mesa con propuestas saludables y fáciles de preparar, que satisfagan a un consumidor cada vez más exigente con la salud, pero que cuenta con muy poco tiempo y que asocia la comida

con momentos de ocio y disfrute. Por eso trabajamos día a día en soluciones que conjuguen rapidez, salud y sabor.

Un ejemplo de nuestros últimos lanzamientos son los nuevos Rodolfos, una nueva gama de langostinos refrigerados que se caracterizan por una textura y sabor insuperables y cuyo proceso de elaboración es pionero y único en el mundo: son seleccionados uno a uno, envasados y cocidos preservando su total integridad, por lo que su garantía de calidad son sus intactos y largos bigotes. Con esta nueva gama hemos resucitado al icono de la marca, “Rodolfo”, con un sello que certifica su calidad superior.

Tenemos que estar a la altura de los hábitos y expectativas del consumidor y anticiparnos a la evolución constante del mercado. Las propuestas “Ready to cook” son una de las líneas que seguiremos fomentando con aperitivos, brochetas o nuevas gamas marisco cocido de calidad superior.

4. ¿Cuál es el valor diferencial de la marca Pescanova?

La marca Pescanova es una “Love Brand”. Siempre ha estado estrechamente unida a la garantía de calidad, al ser responsables de toda la cadena de valor, desde que pescamos o cultivamos nuestros productos hasta su elaboración y comercialización. Somos de las pocas compañías a nivel mundial que podemos decirle al consumidor en qué barco, con qué capitán y a qué hora de qué día ha sido pescado cualquiera de nuestros productos.

En 2018 nos hemos seguido posicionando. Pescanova es la quinta marca de Gran Consumo que más veces al año entra en los hogares españoles, según el informe Brand Footprint 2019 de Kantar Worldpanel, y la cuarta marca de alimentación más elegida en España.

Nuestra gama de productos, su calidad, la innovación y nuestra forma de comunicar al consumidor, con campañas innovadoras y eficaces como la de la última Navidad de “Elige Bigotes” con Vicente del Bosque, hacen que todo esto sea posible.

5. ¿En qué consiste la estrategia de sostenibilidad o RSC del Grupo Nueva Pescanova?

Nuestra estrategia de RSC está estrechamente ligada con el negocio y se estructura en cuatro pilares: Planeta, Comunidades, Producto y Personas. Nos comprometemos con la sostenibilidad de los recursos naturales y con las comunidades en las que estamos presentes, actuando de forma ética, manteniendo su confianza y creando valor. En cuanto al producto, nuestro propósito es facilitar el acceso a productos del mar, nutritivos, saludables y sabrosos. Por lo que respecta a las personas, nuestro compromiso se dirige

“Somos de las pocas compañías a nivel mundial que podemos decirle al consumidor en qué barco, con qué capitán y a qué hora de qué día ha sido pescado cualquiera de nuestros productos”



a la diversidad, la igualdad, la seguridad laboral y el crecimiento profesional.

Tan solo en Ecuador, Guatemala, Nicaragua y Namibia, tenemos un total de 226 proyectos de RSC alineados con las 129 metas específicas de los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2030 (ODS) de la ONU.

6. ¿Qué espera de la compañía en los próximos años?

Encaramos los próximos ejercicios con las ideas muy claras, con la vista puesta en el crecimiento en Europa y USA, así como en China. Además, entraremos en nuevas categorías que refuercen nuestra línea de la frescura. Somos 10.000 personas a bordo de un barco con un futuro muy ilusionante, y estamos convencidos de que llegará a muy buen puerto.

“Encaramos los próximos ejercicios con las ideas muy claras, con la vista puesta en el crecimiento en Europa y USA, así como en China”



EL ADN DEL GRUPO NUEVA PESCANOVA

El Grupo Nueva Pescanova, al igual que un organismo vivo que se adapta a su entorno, ha tenido la oportunidad de transformarse íntegramente para alcanzar un liderazgo sostenible en el tiempo y avalado internacionalmente en todas sus actividades.

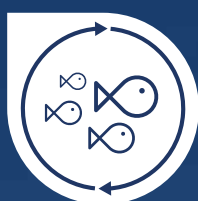
De este proceso, el Grupo Nueva Pescanova ha generado un nuevo ADN que da vida y sentido a toda la Compañía. Es el propósito por el que cada uno de los integrantes del Grupo trabaja cada día, la razón de ser del Grupo Nueva Pescanova.



TRABAJAMOS para ser la mejor compañía de alimentación, llevando la frescura del mar a la mesa del consumidor.



APOSTAMOS por nuestra marca y la innovación, pescando, cultivando, elaborando y seleccionando el mejor producto allá donde esté.



Nos **COMPROMETEMOS** con la sostenibilidad de los recursos naturales y con las comunidades en las que estamos presentes, actuando de forma ética, manteniendo su confianza y creando valor.



EL PESCADO Y SUS BONDADES:

La pesca extractiva sostenible y el cultivo de diferentes especies, mediante el desarrollo eficiente de novedosas técnicas y tecnologías acuícolas, han sido las señas de identidad del Grupo Nueva Pescanova desde sus orígenes, y están grabadas a fuego en su ADN innovador. De esta máxima se desprende la apuesta decidida del Grupo por la acuicultura como una manera de reducir la presión sobre los caladeros y garantizar así los recursos sostenibles, seguros, saludables y controlados.

5.1. LAS BONDADES DEL PESCADO

1
Es un alimento de bajo o moderado valor calórico.

2
Las proteínas presentes en pescados y mariscos son de alto valor biológico, ya que contienen todos los aminoácidos esenciales en las proporciones que el organismo necesita.

3
El pescado es rico en ácidos grasos poliinsaturados y ácidos grasos esenciales.

4
Contiene de forma natural ácidos grasos Omega-3, beneficiosos para la salud.

5
Aporta vitaminas del grupo B y el graso o azul aporta, además, una importante cantidad de vitaminas liposolubles como las vitaminas A, D y E.

6
Es rico en minerales como el yodo, calcio, fósforo y selenio.

7
Los mariscos son generalmente bajos en calorías y ricos en proteínas y minerales (calcio, hierro, yodo, cinc, selenio, fósforo y potasio).

8
Son alimentos sabrosos, de fácil masticación y digestión.

9
Fáciles de cocinar, admiten multitud de preparaciones.

10
Por su calidad nutricional, el consumo de pescados y mariscos se considera una alternativa adecuada al consumo de otros alimentos que pueden tener un alto valor proteico, pero peor calidad de la grasa.

5.2. EL SECTOR DE PESCANOVA Y SUS TENDENCIAS

“Desde 1961, el crecimiento anual mundial del consumo de pescado ha duplicado el crecimiento demográfico, poniendo de manifiesto que el sector pesquero es fundamental para alcanzar la meta de la FAO de un mundo sin hambre ni malnutrición.”

José Graziano da Silva, Director General de la FAO.



La producción pesquera mundial, según los últimos datos de la FAO, alcanzó un máximo de 171 millones de toneladas. El 88% -más de 151 millones de toneladas-, se utilizó para consumo humano directo, mientras que el 47% -110,2 millones de toneladas- proviene de la acuicultura.

El consumo de productos del mar forma parte de los hábitos y tradiciones de muchos países, siendo fuente

primordial de nutrientes esenciales, lo que permite afirmar que su demanda de consumo se mantendrá creciente.

Las importantes mejoras en la elaboración y la refrigeración, la producción de hielo y el transporte que se llevaron a cabo en las últimas décadas permitieron aumentar la comercialización y la distribución del pescado en una mayor variedad de formas del producto.



EL CONSUMO DE PESCADO

Desde 1961, el aumento anual del 3,2% del consumo mundial de pescado ha sido superior al crecimiento del 1,6% de la población y ha superado el consumo de carne de todos los animales terrestres, tanto en conjunto (2,8%) como la de cada clase (vacuno, ovino, porcino y otras), con excepción de la de aves de corral (4,9%).

En términos per cápita, el consumo de pescado aumentó de 9 kg en 1961 a 20,3 kg en 2016, a una tasa media de aproximadamente un 1,5% al año.

La expansión del consumo obedece no sólo a un aumento de la producción, sino también a la reducción

del desaprovechamiento, al incremento de los niveles de eficiencia, a la mejora de los canales de distribución y a una creciente demanda vinculada al crecimiento demográfico y al aumento de los ingresos.

TENDENCIAS DE CONSUMO



PRODUCCIÓN

Se estima que la producción pesquera mundial total (la pesca de captura y la acuicultura, excluidas las plantas acuáticas) **siga aumentando hasta alcanzar**

los 201 millones de toneladas en 2030. El principal aumento de la producción tendrá su origen en la acuicultura.

PRECIOS

Se prevé que el sector comience una década de precios más elevados en términos nominales como consecuencia de los ingresos, el crecimiento demográfico y los precios de la carne en lo que respecta a la demanda; y un posible pequeño descenso de la producción de la pesca de captura como resultado de las medidas normativas de China, la ralentización del crecimiento de la producción acuícola y la presión de los costos de

algunos insumos esenciales (piensos, energía, petróleo...) en lo que atañe a la demanda.

En términos reales, ajustados a la inflación, los precios podrían bajar ligeramente, pero seguirán siendo altos ya que se espera que la acuicultura represente un porcentaje más elevado del suministro mundial de pescado.

CONSUMO

Según las previsiones, se destinará un porcentaje cada vez mayor de la producción de pescado al consumo humano (alrededor del 90%). Se espera que el consumo mundial de pescado comestible en 2030 sea del 20% (30 millones de toneladas en equivalente en peso vivo).

En términos per cápita, se prevé que el consumo mundial de pescado alcance los 21,5 kg en 2030, una cifra

superior a los 20,3 kg registrados en 2016, así como que las tasas de crecimiento más elevadas se registren en América Latina (+18%) y en Asia y Oceanía (+8 % cada una). En África, se presume que el consumo de pescado se reduzca un 0,2% al año hasta 2030, disminuyendo de 9,8 kg en 2016 a 9,6 kg en 2030, como resultado de un crecimiento de la población que superará la oferta.

COMERCIO

El grado de comercialización del pescado y los productos pesqueros seguirá siendo elevado. Se prevé que alrededor del 31% de la producción pesquera total se exporte en 2030 (el 38% si se incluye el comercio en la Unión Europea) en forma de productos diferentes destinados al consumo humano o para fines no comestibles, comercializados en diversas fases de la elaboración. En términos de cantidad, se espera que el comercio

mundial de pescado destinado al consumo humano aumente un 24% y que supere los 48 millones de toneladas en equivalente en peso vivo en 2030 (60,6 millones de toneladas si se incluye el comercio en la Unión Europea). China seguirá siendo el principal exportador (seguido de Vietnam y Noruega), con un porcentaje de exportaciones totales que se mantendrá en torno al 20%.

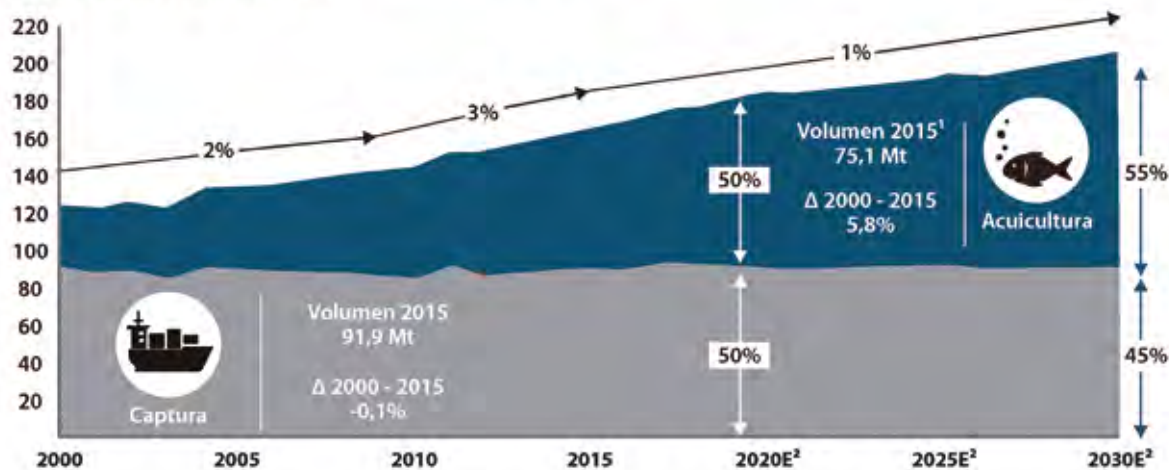
EL AUGE DE LA ACUICULTURA

Ante la estabilidad de la producción de la pesca de captura desde finales de la década de 1980, la acuicultura ha sido la desencadenante del impresionante crecimiento continuo del suministro de pescado para el consumo humano.



Con una tasa de crecimiento anual del 5,8% durante el último período de estudio (2001-2016), la acuicultura continúa creciendo más rápido que otros sectores de producción de alimentos. Por primera vez, la acuicultura proporciona casi la mitad de todo el pescado destinado al consumo humano, según la última edición del Informe FAO 2018 del Estado Mundial de la Pesca y la Acuicultura.

Evolución y proyecciones de la producción global de pescado
(2000-2015-2030E, Mt, peso vivo)



Esto ha llevado a definir una estrategia que potencia el nivel de integración y desarrollo del área de acuicultura del Grupo

La acuicultura es la respuesta a la demanda de proteína marina toda vez que las producciones pesqueras mantendrán la estabilidad sujeta a la búsqueda continua de la sostenibilidad de los recursos y su conservación. Tal y como ponen de manifiesto los análisis de la FAO, la acuicultura pasará a aportar el 55% de la proteína marina estimada para 2030.

Ante la creciente proyección de la acuicultura sobre la captura, el Grupo Nueva Pescanova ha definido su particular estrategia basada en la potenciación del nivel de integración y el desarrollo del área de acuicultura. Un campo clave para cubrir las necesidades de consumo que el mercado está demandando, y en el que la Compañía, a través de la tecnología más puntera y vanguardista que proyecta aplicar en su centro Pescanova BioMarine Center, será referente mundial.

PESCANOVA



PESCANOVA

NUEVA PESCANOVA HOY

Avanzando y mejorando

El Grupo Nueva Pescanova es un grupo multinacional español especializado en la captura, cultivo, elaboración y comercialización de productos del mar, de multitud de especies, formatos y conservación (congelado, refrigerado y fresco).

Desde el primer buque de Pescanova que faenó en la década de los sesenta, navega rumbo a la innovación, la sostenibilidad, el compromiso con la mejora de la sociedad y el cuidado del medio ambiente. Estos pilares sustentan todas sus actividades a través de una integración vertical sostenible, que le permite ser una de las pocas compañías que garantiza la calidad de sus productos desde el inicio del proceso hasta que llegan a millones de hogares en todo el mundo. Y todo ello, con una de las marcas más queridas y reconocidas por el consumidor: Pescanova.

6.1. EL GRUPO NUEVA PESCANOVA EN EL MUNDO

UNA GRAN FAMILIA A LO LARGO Y ANCHO DEL GLOBO

Más de 10.000 trabajadores en 4 continentes llevan la fresca del mar a la mesa del consumidor, con la innovación sostenible como guía. Y puede conseguirlo porque está presente en todos los lugares necesarios.

Sus 70 buques de pesca, 7.000 hectáreas en sus centros de acuicultura, las 17 fábricas y los canales de distribución hacen que sea una gran familia presente en 19 países de cuatro continentes, comercializando en más de 80 países más de 70 especies de pescados y mariscos.

Su marca es sinónimo de la máxima calidad, por eso el Grupo Nueva Pescanova actúa bajo una misma visión integrada en todas sus sedes, sometiéndose a los más altos estándares de certificación. Tiene muy claro su objetivo: ser los mejores a nivel local y global, tanto en la actividad comercial como en su aportación al bienestar de las personas.



PESCA

70 buques faenan en los mejores caladeros del hemisferio sur

CONO SUR. **Argentina** gambón, pota y merluza negra, **Uruguay** merluza hubbsi, castañeta, rubio y pota

ÁFRICA. **Mozambique** langostino tigre, banana, brown, marfil y junbo, **Angola** langostino rojo, gamba blanca y cangrejo y **Namibia y Sudáfrica** merluza, rape, palometa y rosada

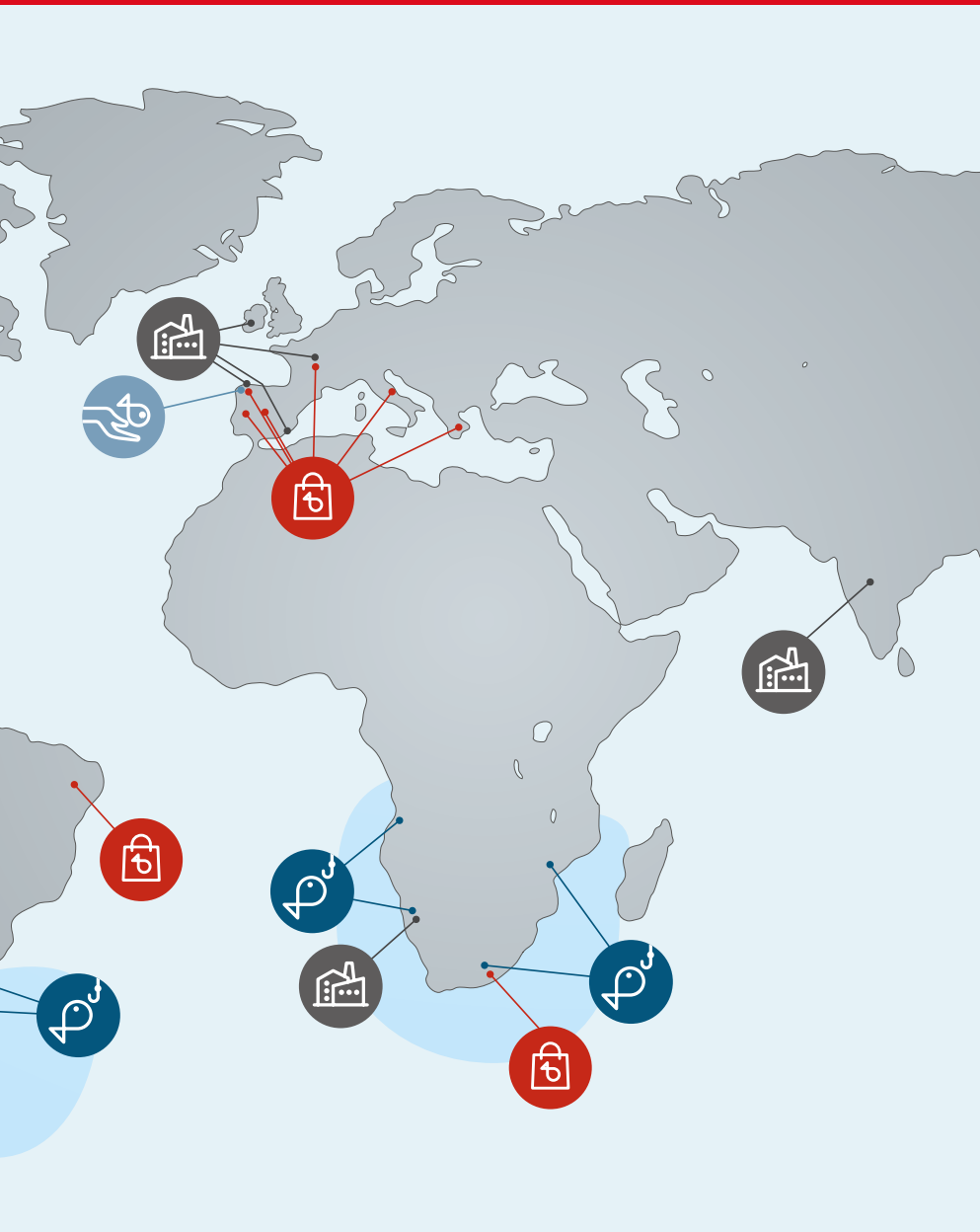


ACUICULTURA

Ecuador, Guatemala y Nicaragua
Langostino vannamei

España
Hatchery y cultivo de rodaballo

Brasil
Cultivo tilapia



EUROPA

España | Nueva Pescanova,
Pescanova España e Insuiña
Francia | Nueva Pescanova France
Grecia | Pescanova Hellas
Irlanda | Eiranova
Italia | Pescanova Italia
Portugal | Pescanova Portugal

AMÉRICA

Argentina | Argenova
Brasil | Pescanova Brasil
Ecuador | Promarisco
Guatemala | Novaguatemala
Nicaragua | Camanica
Perú | Novaperú
Uruguay | Belnova
USA | Pescanova USA

ÁFRICA

Angola | Marnova
Mozambique | Pescamar
Namibia | NovaNam
Sudáfrica | Nueva Pescanova
South África

ASIA

India | Abad



ELABORACIÓN

17 plantas de transformación repartidas en nueve países (se elaboran mariscos, platos precocinados, surimi...)

España, Perú, Ecuador, Francia, Namibia, Nicaragua, Guatemala, Argentina, Irlanda e India.



COMERCIALIZACIÓN

Vende en 80 países de los cinco continentes

Sus oficinas comerciales están ubicadas en **España, Francia, Grecia, Italia, Portugal, USA, Brasil, Perú y Sudáfrica.**

6.2. INNOVACIÓN

LA BASE DE CRECIMIENTO FUTURO



La innovación se encuentra presente en todos los ámbitos de la empresa y forma parte del ADN del Grupo. La Compañía fue la primera del mundo en aplicar la tecnología de la congelación a bordo y, desde entonces, no ha cesado en su empeño por mejorar todos sus procesos, haciéndolos más competitivos y sostenibles y, sobre todo, desarrollando nuevas tecnologías y métodos de elaboración y productos.



El Grupo Nueva Pescanova se encuentra en pleno proceso de renovación de su flota pesquera. Siete nuevos barcos -tres fresqueros, de 50 metros de eslora, que faenarán para sus filiales Novanam y Lalandii de Namibia, y cuatro buques congeladores, de 30 metros de eslora, para la pesca de langostino de la filial Pescamar de Mozambique- que ya han empezado a construirse en Galicia.

Novanam (Namibia) ha comenzado con el primero de sus tres barcos, el “Lalandii I”, con fecha de entrega en verano de 2019. Mientras, el “Ponta Matirre” es el primer barco en comenzar su construcción del plan de cuatro para Pescamar (Mozambique), cuya finalización está prevista para diciembre de 2019. Todos ellos incorporarán motores de alta eficiencia energética y equipamiento que mejorará el sistema de procesado a bordo y las condiciones de trabajo y vida de la tripulación.



ACUICULTURA

La apuesta decidida del Grupo Nueva Pescanova por la acuicultura, como vía para aumentar la productividad garantizando la racionalización de los recursos marinos, se ha visto potenciada por el incesante empeño de la Compañía en la innovación en este campo. Desde la aplicación de nuevas técnicas de acuicultura en los cultivos de langostino en Ecuador, Guatemala y Nicaragua (el Grupo Nueva Pescanova es uno de los productores principales de langostino vannamei del mundo); de tilapia en Brasil o de rodaballo en España, hasta la punta de lanza del I+D+i del Grupo Nueva Pescanova: el Pescanova BioMarine Center.

El Pescanova BioMarine Center es un centro de I+D+i en Acuicultura, que se está construyendo en O Grove (España). El complejo tecnológico marcará un punto de inflexión en el estudio de la acuicultura a nivel mundial a través de nuevas técnicas de investigación sobre genética, nutrición y salud, así como sobre sostenibilidad.

Con sus investigaciones, no sólo se mejorará el cultivo de especies como el rodaballo o el langostino vannamei, sino que avanzará en técnicas que permitan producir en acuicultura nuevas especies, como el pulpo. Las instalaciones, de 4.000 m², estarán dotadas de la última tecnología, y posicionarán al Grupo como referencia internacional de I+D+i en acuicultura 4.0.

El Perfil ganador del Proyecto Pescanova BioMarine Center



- Primer Centro Tecnológico de Acuicultura privado de España.
- Trabajarán alrededor de 50 personas.
- 4.000 m² en O Grove (Galicia).
- Integración de Stakeholders Tecnológicos.
- Galicia se posicionará en la vanguardia de la I+D+i en Acuicultura Mundial.



SISTEMAS DE INFORMACIÓN Y PROCESOS

El 1 de octubre de 2018 se puso en marcha otra de las inversiones estratégicas del Grupo: el **Proyecto Legonova**, un nuevo sistema de información y gestión empresarial multinacional, soportado por la herramienta SAP, que aporta sencillez a los procesos y formas de trabajo unificadas o estándar y agiliza la toma de decisiones con los mejores resultados posibles para la Empresa. Su proceso de implementación se completará durante el año 2019 en España, para posteriormente comenzar su aplicación en las diferentes empresas del Grupo.

Por otra parte, la Compañía trabaja en **optimizar la eficiencia de sus plantas y líneas de producción en los Centros Industriales** a través del programa **Excellence System**. Esto supone realizar inversiones en nuevos equipos, en procesos más eficientes, en innovación y en apostar de manera decidida por las nuevas tecnologías. Basado en metodologías Lean, promueve el trabajo en equipo, la superación constante, la proactividad y el respeto como valores fundamentales para centrarse en el bienestar de los clientes y consumidores del Grupo.





NUESTROS PRODUCTOS

En línea con el **Plan Estratégico 2020**, la Compañía ha renovado su gama de productos situando al **consumidor** como el **centro de su estrategia de innovación**, conforme a cuatro aspectos clave según las tendencias de consumo: proporcionarle alimentos sabrosos, altamente saludables, fáciles de preparar y certificados por su sostenibilidad y calidad. Es decir, poner a su disposición productos del mar refrigerados (nevera), nuevas recetas populares de otros países y momentos de “snacking en el hogar”, sin renunciar a la salud, al placer, a la frescura y a la calidad.



DE LA IDEA AL PLATO: CÓMO INNOVAMOS EN NUEVA PESCANOVA

Organiza proyectos que integran a profesionales de toda su cadena de valor. Con ellos define una estrategia y elabora un plan sistemático.

Explora: analiza e investiga las tendencias y necesidades de la sociedad.

Desarrolla sus conceptos: se atreve a cambiar lo establecido.

Crea productos: prueba una y otra vez hasta que está convencida.

Selecciona lo mejor: presenta al consumidor un producto sano, apetitoso y de calidad.

Observa: estudia los resultados y trabaja por la mejora constante.



6.3. CALIDAD TRANSVERSAL

LA LLAVE DEL ÉXITO

El Grupo Nueva Pescanova garantiza la calidad de sus productos, siempre preservando su frescura desde el mar hasta la mesa, afianzando su liderazgo como referente de la expansión de los mejores productos del mar por todo el Planeta.



El programa **Quality Excellence PESCANOVA** se soporta en los **Sistemas de Gestión de la Seguridad Alimentaria, Calidad y Medio Ambiente (SACMA)** con especial refuerzo y mejora en los aspectos relacionados con la Calidad Percibida por el Consumidor.

Facilita la gestión orientada a **optimizar todos los procesos productivos** para lograr productos de la más alta calidad y al **más bajo coste**. Genera valor impulsando la **excelencia en la fabricación, produciendo lo necesario, en el momento justo, con la mejor calidad y a un precio competitivo**. Para ello se basa en el trabajo estándar, la mejora continua, la innovación y el respeto por las personas.

Quality Excellence PESCANOVA

SISTEMA
DE CALIDAD
SACMA



CALIDAD



- APPCC / HACCP
- Requisitos Legales
- Certificaciones
- Referencial Pescanova

- Proceso de Producto
 - Preferencia Consumidor
- Autocontrol Industrial
- Calidad de la Flota
- Gestión de Proveedores
- Servicio al cliente
- Atención al Consumidor

1. Política de Calidad
2. Organización
3. Procesos
4. Gestión y Monitorización
5. Plan de Comunicación

6.4. TRAYECTORIA

UNA APASIONANTE HISTORIA DE ÉXITO Y CONSOLIDACIÓN

La historia del Grupo Nueva Pescanova es la historia de la industria pesquera mundial. Sus orígenes se remontan a 1960, con el empeño por capturar el pescado y transportarlo desde puntos lejanos sin que se deteriorase en las largas semanas de travesía. Su primer buque 'Lemos' se convierte en el primer barco congelador del mundo. Luego llegaría el 'Villalba', primer buque rampero de la industria naval capaz de pescar por popa en vez de por un costado. Es el comienzo de una nueva era en la industria pesquera mundial.



Desde su nacimiento, Pescanova se ha erigido en bandera de la innovación y referente de la industria pesquera internacional. En poco tiempo, se posiciona como una de las mayores empresas españolas y la primera compañía pesquera de Europa, convirtiéndose en el mayor armador de occidente y situando a Galicia y a España a la cabeza de la industria pesquera mundial. En los años 70 nace el icono de la compañía Rodolfo Langostino. Bajo el claim "Lo bueno sale bien" se consolida una imagen que identificará durante años la Marca Pescanova y con la que han crecido millones de españoles. Tras convertirse en una de las empresas referentes

de pesca y acuicultura a nivel mundial y en una de las marcas más queridas y reconocidas por el consumidor, en 2013 entró por problemas de gestión en un concurso de acreedores. Queda atrás la vieja Pescanova, y en 2015 nace el Grupo Nueva Pescanova tras un proceso de refundación societaria, liderada por siete entidades bancarias. El resultado es una compañía nueva, que hereda la historia y logros de su predecesora, que cuenta con un nuevo equipo gestor, con todos sus activos y medios materiales y que renace como Nueva Pescanova, S.L. con un proyecto ilusionante de crecimiento e innovación.



HECHOS DESTACADOS
EN **2016**

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

Creación del Consejo de Administración e incorporación del nuevo Consejero Delegado de la compañía.

PLAN ESTRATÉGICO 2016-2020

Puesta en marcha del Plan Estratégico 2016-2020, con el fin de volver a poner a la empresa como referente mundial de la pesca, cultivo, transformación y comercialización de los productos del mar.

CÓDIGO ÉTICO

Aprobación del Código Ético de la Compañía.

EN **2017**

SE PRODUCEN UNA SERIE DE HITOS QUE MARCARON LA EVOLUCIÓN DEL GRUPO

+ 140 MILLONES DE EUROS

Segunda ampliación de capital y la más relevante: el capital pasa de 12 millones a más de 140 millones de euros.

NUEVA IMAGEN, NUEVOS PRODUCTOS

Renovación de la marca, lanzamiento de nuevos packs y productos innovadores más adaptados a las nuevas tendencias del mercado.

INVERSIÓN EN FLOTA

Se aprueba la inversión de 42,5 millones de euros para comenzar la construcción de nuevos barcos para Namibia y Mozambique hasta 2020.

PESCANOVA BIOMARINE CENTER

Visto bueno a la puesta en marcha del centro de I+D+i Pescanova Biomarine Center, con un presupuesto de 4,5 millones de euros.

LEGONOVA

Arranque del proyecto LegoNova de implantación de SAP, con un presupuesto de 9 millones de euros.

6.5. EJERCICIO 2018

UN AÑO DE CRECIMIENTO Y EXPANSIÓN

Continuando por la senda del crecimiento y con paso firme hacia el cumplimiento de los objetivos marcados en el Plan Estratégico 2020, el ejercicio de 2018 es el de la consolidación del proyecto Grupo Nueva Pescanova, afianzado sobre sólidos cimientos sobre los que seguir impulsando su expansión.



El Grupo Nueva Pescanova cierra por segundo año consecutivo con beneficios al alcanzar **un resultado neto de 5,4 millones de euros**, lo que supone 5,1 millones de euros más que el año anterior y 41 millones más sobre el mismo dato respecto a 2016. **Éstos son algunos de los hitos conseguidos en 2018:**

DATOS ECONÓMICOS

- La Compañía comercializó **177.000 toneladas** de productos del mar, lo que supone **un incremento del 5%** respecto al ejercicio anterior.
- La facturación fue de **1.008 millones de euros**, aumentando el 1% la cifra de ventas de productos del mar.
- El ebitda alcanzó los **75 millones de euros**.

INVERSIONES

- Comienza la construcción de dos de los siete barcos que renovarán parte de su flota en Namibia y Mozambique.
- Se inician las obras del **Pescanova Biomarine Center**, que se convertirá en el mayor centro de I+D+i de Acuicultura de Europa y cuyo principal objetivo consistirá en el desarrollo y mejora de las especies de cultivo actuales en ámbito de nutrición, manejo, salud y genética, así como el desarrollo de nuevas especies.
- Las sociedades españolas arrancaron la **implementación de un nuevo sistema de información y gestión empresarial**, soportado por la herramienta **SAP**.

- El Grupo Nueva Pescanova compra **Unick Fish en Sudáfrica**, sociedad comercial de venta en retail cuya adquisición permite al Grupo avanzar en la ambición comercial en la región de África.
- Se constituye la sociedad **Katei Alimentación S.L. con Kabuki**, de la que el Grupo posee el 50% del capital social, a través de la cual se están creando en 2019 nueve plantas de elaboración de comida japonesa en toda España para el retail y el food service.

DESINVERSIONES

- El Grupo Nueva Pescanova vendió su **filial de Honduras**, concentrando las operaciones de cultivo y transformación de **langostino vannamei en Ecuador, Nicaragua y Guatemala**.
- **Novapesca Trading** vendió la totalidad de la participación que ostentaba en **Novagroup Proprietary**. Como se contemplaba en el Plan Estratégico, se vendieron las sociedades de prestación de servicios marítimos, reparación de contenedores y logística, manteniendo la propiedad de las sociedades que tienen la actividad pesquera y la propiedad del barco de Sudáfrica.
- **Promarisco** vendió la totalidad de la participación que hasta entonces ostentaba en el capital de la sociedad **Balanceados Nova**, que producía pienso para langostino.
- **Novapesca Trading**, vendió la totalidad de la participación que ostentaba en **Pescanova Polska**, sociedad comercial que no tenía prácticamente actividad.

GESTIÓN, REPUTACIÓN Y MARCA

ENERO

- El GastroBús de Pescanova ilumina Vigo en la Cabalgata de los Reyes Magos.
- Sergio Elizalde, elegido nuevo Director Corporativo Comercial del Grupo.
- Nueva Pescanova firma un acuerdo con el Banco de Alimentos de Vigo para realizar donaciones de alimentos.

FEBRERO

- El Grupo Nueva Pescanova se incorpora a la Global Sustainable Seafood Initiative (GSSI) de pesca sostenible.
- Las tripulaciones de Angola, Mozambique, Argentina y Uruguay visitan la sede del Grupo en Vigo.

MARZO

- Ignacio González, CEO del Grupo Nueva Pescanova, es nombrado nuevo vicepresidente de AECOC.
- Se lanza la Intranet en Promarisco, Novaguatemala y Camanica.
- La empresa participa en el Foro Tecnológico de Empleo en la Universidad de Vigo.
- Presentación de las nuevas brochetas de langostino y pescado Seafood Tapas en la Seafood Expo de Boston.
- Nace la nueva tripulación femenina de la marca Pescanova: la "Grumeta".

ABRIL

- Presentes con el GastroBús en la Feria Alimentaria de Barcelona.
- La Compañía se luce en la feria más importante del sector: la Seafood Expo de Bruselas, con tres de sus productos de innovación finalistas.
- El Grupo Nueva Pescanova es elegido entre las 50 empresas con mejor reputación en España por segundo año consecutivo, según Reputation Institute.

MAYO

- El Grupo Nueva Pescanova, dentro de su participación en Galicia Open Future, conoce la empresa que desarrollará un modelo predictivo que optimice la rentabilidad de su producción de langostino.
- Pescanova, quinta marca de Gran Consumo que más veces entra en el año en los hogares españoles.
- Se lanza "Desenvídate", la nueva campaña de verano de Pescanova.

JUNIO

- El Grupo Pescanova celebra el Día de la Alimentación Solidaria sumándose a la entrega masiva de alimentos a los Bancos de Alimentos de España y a la Fundación Alimentum.
- Parte hacia Nicaragua un nuevo contenedor cargado de material escolar, libros y juegos para centros educativos del país.
- Voluntarios de la empresa limpian de "basurala" la ensenada de San Simón en la iniciativa Libera de Ecoembes.
- Se celebra la Junta General de Socios. Se ratifican las cuentas anuales de 2017 y se anuncia la construcción del Pescanova Biomarine Center.
- Un grupo de mujeres crean Women in Pescanova WIP para dar mayor visibilidad a las profesionales de la Compañía, promover la diversidad de género y obtener una presencia más equilibrada en los puestos de responsabilidad.

JULIO

- El CEO recoge el premio al Ejecutivo del Año en la VIII Edición de los Premios Ejecutivos Galicia organizada por la revista Ejecutivos.
- La empresa participa en el Summer del Gran Consumo de AECOC para descubrir el talento e impulsar la Inserción laboral.
- La Intranet cumple un año, con un total de 430 mil visitas en ese período.

AGOSTO

- El Ministro de Pesca de Mozambique visita el stand de Pescamar, en Maputo International Trade Fair, la feria multisectorial más importante del país.

SEPTIEMBRE

- Pescanova lanza "Rodolfos", langostinos seleccionados uno a uno, envasados y cocidos preservando su total integridad, por lo que su apariencia y textura son insuperables, siendo sus largos e intactos bigotes garantía de calidad.
- El Grupo Nueva Pescanova continúa su labor solidaria con la donación de material escolar a países de América Latina.
- Campaña vuelta al colegio "Grumetes al Timón".

OCTUBRE

- Arranca Legonova en España, el modelo de gestión basado en el software SAP.
- Pescanova relanza en Conxemar a Rodolfo. Visitan el stand, entre otros, el ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas, y el presidente de la Xunta de Galicia, Alberto Núñez Feijóo.
- Se celebran los Premios Rodolfo Pescanova, una iniciativa por la que la Compañía reconoce a aquellos trabajadores que han destacado por su extraordinaria aportación al crecimiento del Grupo Nueva Pescanova.
- Juan Bosch, subsecretario de Pesca de la Nación Argentina, visita la sede central de Pescanova en Chapelapa.
- El Grupo Nueva Pescanova y Down Vigo colaboraran por la inserción laboral de personas con Síndrome de Down.

NOVIEMBRE

- Se estrena la campaña navideña #EligeBigote, en la que el exseleccionador de fútbol Vicente del Bosque "no es el mismo sin su bigote", igual que los Rodolfos de Pescanova. Sin bigotes, su seña de identidad y calidad, los langostinos no son Rodolfos.
- Participación en la CIIE de Shanghái, una de las ferias más importantes de China, donde cuenta con un espacio en el que degustar y dar a conocer la calidad e innovación de sus productos.
- Finaliza el concurso para ponerle nombre a la Intranet. PESCANET es el elegido.

DICIEMBRE

- Premio Paraguas de Comunicación Interna.
- Nace el Primer concurso interno de Flash Mobs, de felicitación de la Navidad, entre los 10.000 empleados en todos los países.
- El Grupo Nueva Pescanova patrocina el concierto en Vigo de la Orquesta de Instrumentos Reciclados de Cateura.
- Chris Maze, nombrado nuevo CEO de Pescanova USA.



Anillos a la Romana

PESCANOVA

10 Varitas

PESCANOVA

LA CADENA DE VALOR

La frescura del mar a la mesa

La presencia del Grupo Nueva Pescanova se extiende a los cinco continentes. Es una de las pocas multinacionales de productos del mar presente en toda la cadena de valor, desde el origen hasta su venta. Pescando, cultivando, elaborando y dando valor añadido a los productos del mar en sus 17 fábricas y comercializando la amplia gama de productos refrigerados y congelados en más de 80 países de todo el mundo a través de sus oficinas comerciales.

7.1. DEL MAR A LA MESA: LA PESCA

EL ARTE MILENARIO QUE CONOCE LOS SECRETOS DEL MAR

La Pesca es la insignia más emblemática del Grupo Nueva Pescanova, la que le llevó a alcanzar el liderazgo hace más de cincuenta años y continuar siendo un referente internacional.

Sus buques faenan en los mejores caladeros del mundo aunados en un único propósito: llevar a la mesa de los consumidores toda la frescura del mar.



Desde 1961 surca los mares en busca de los mejores caladeros del mundo. Fue pionera con la construcción del primer buque en incorporar la tecnología de congelación a bordo. Este acontecimiento revolucionó la industria pesquera y consolidó la marca Pescanova en un liderazgo marcado por la innovación y la garantía de conservar siempre la frescura y la calidad de su producto.

RENOVACIÓN DE LA FLOTA

El claro compromiso con la Innovación y la mejora constante en todos los focos de actividad ha motivado la renovación de parte de su flota hasta 2020, con la construcción de 7 nuevos buques: tres para las filiales Novanam y Lalandii de Namibia y cuatro para Pescamar, la filial de Mozambique. Se trata de una apuesta innovadora y responsable, ya que tendrán motores de alta eficiencia energética, un equipamiento mejorado para el procesado a bordo y un mayor confort para las condiciones de vida y trabajo de la tripulación. Su construcción se está llevando a cabo en Galicia, con la que se generarán 200 puestos de trabajo.



PRINCIPALES ESPECIES



Merluza del Cabo



Cefalópodos



Langostino / gamba & Otros Crustáceos



Merluza negra



Gambón



Merluza Hubbsi

TIPOS DE BARCO



70 barcos

Los barcos se pueden clasificar por el tipo de conservación (congeladores o fresqueros) y por el arte de pesca (arrastrero, tangonero, palangrero o potero)

43

Tangoneros



18

Arrastreros



5

Palangreros

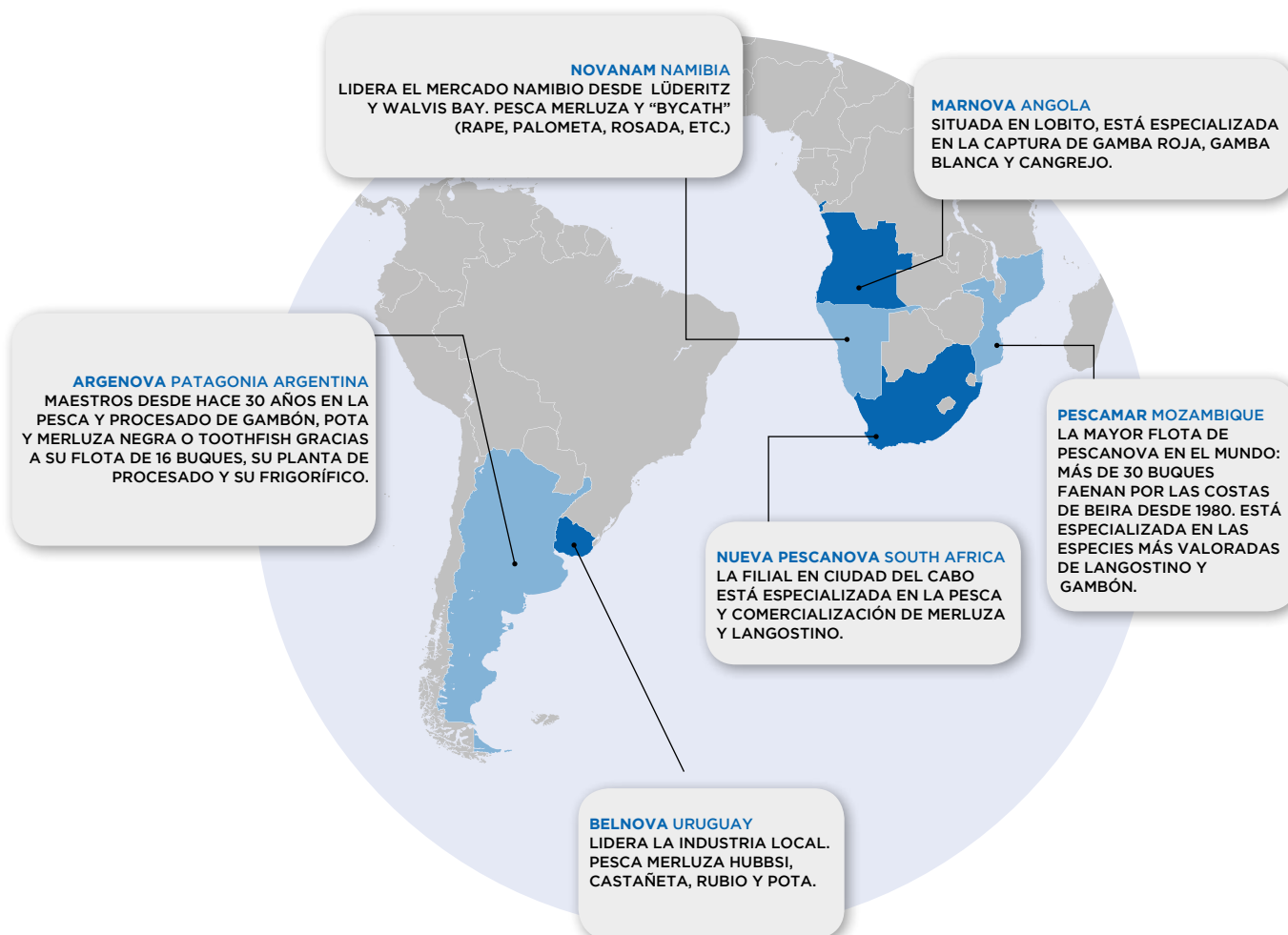


4

Poteros



LA VARIEDAD DEL MAR A LA MESA: PESCA POR ESPECIES Y PAÍSES



7.2. LA ACUICULTURA

SOSTENIBILIDAD EN LA BASE DE LA CADENA DE VALOR

Nueva Pescanova es uno de los mayores productores mundiales de langostino vannamei, al integrar todas las actividades de la cadena de valor, mediante una completa trazabilidad que garantiza la calidad. También cultiva rodaballo en España y tilapia en Brasil.

El Grupo Nueva Pescanova sabe que innovar no significa únicamente estar a la vanguardia tecnológica, sino también **garantizar la sostenibilidad y la protección de los recursos del Planeta**. La creciente demanda de consumo de pescado imposibilita satisfacerla sólo mediante la pesca en el mar, por ello la acuicultura se ha convertido en una práctica fundamental para el Grupo Nueva Pescanova.

El Plan Estratégico 2020 ha contemplado una fuerte inversión en las plantas acuícolas del Grupo. Una de las acciones más importantes de 2017 fue la apuesta por Camanica, la filial en Nicaragua, responsable de más del 50% de la producción y exportaciones de langostino en ese país, en la que en 2018 se invirtieron €7M para incrementar en 7.000 toneladas su capacidad de producción.

7.000
HECTÁREAS DE CULTIVO



Langostino vannamei

El Grupo Nueva Pescanova es uno de los mayores productores mundiales de langostino vannamei, con más de 55.000 toneladas procesadas al año. La Compañía concentra las operaciones de cultivo y transformación de langostino vannamei en Ecuador, Nicaragua y Guatemala.

CAMANICA

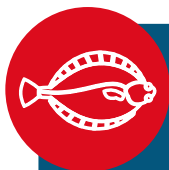
Especializada en el cultivo y procesamiento de langostino vannamei. Situada en Nicaragua, cuenta con alrededor de **4.500 hectáreas de cultivo** ubicadas en el Estero Real. Posee el mayor centro de producción de larvas de América (**600 millones mensuales**). Es, con mucha diferencia, la **mayor empresa dedicada al cultivo de langostino del país**.

NOVAGUATEMALA

En Champerico (Guatemala) tiene **dos fincas** dedicadas al cultivo intensivo de langostino vannamei que suman una extensión de **141 hectáreas**.

PROMARISCO

Con granjas ubicadas en el **Golfo de Guayaquil (Ecuador)**, tiene alrededor de **3.000 hectáreas** de cultivo extensivo de langostino vannamei, del que Ecuador es el principal productor y exportador de América y uno de los primeros del mundo.



Rodaballo

Nueva Pescanova es uno de los principales productores de rodaballo del mundo. Su empresa Insuiña, en Galicia, está especializada en la cría, crecimiento y procesado de rodaballo.

INSUIÑA-MOUGÁS

Ubicada en Oia (Pontevedra), es el lugar (Hatchery) donde se desarrolla el proceso de **reproducción, eclosión y cultivo larvario** para la obtención de alevines de rodaballo y su cría. Posteriormente se trasladan a las instalaciones de Insuiña-Xove para su engorde hasta la talla comercial.

INSUIÑA-XOVE

Ubicada en Xove (Lugo), sus instalaciones, de **63.000 metros cuadrados**, están compuestas por **900 tanques** para el engorde de rodaballo. Su capacidad de producción alcanza las **2.800 Tn/año**.



Tilapia

La tilapia es una especie que se cultiva en agua dulce en zonas cálidas, de carne blanca, buen crecimiento y adaptación a diversos ambientes.

PESCANOVA BRASIL

Ubicada en Itacuruba, estado de Pernambuco (Brasil), la empresa se dedica al cultivo de tilapia en las aguas del río San Francisco. La capacidad de concesión actual es de **3.000 Tm/año**.

7.3. ELABORACIÓN

EL CONSUMIDOR, EN EL CENTRO

El Grupo Nueva Pescanova elabora sus productos en 17 plantas de transformación repartidas en diez países de África, América, Asia y Europa. Con el centro puesto en la satisfacción del consumidor, integra en ellas las más avanzadas tecnologías, siendo los procesos de mejora continua, la calidad y la innovación aspectos clave en el desarrollo de su estrategia industrial.

Ocho plantas se dedican a la primera transformación, operando en orígenes (pesca y acuicultura), donde se corta, desvena, clasifica, limpia y envasa el producto (principalmente merluza, langostino vannamei y merluza negra). Un total de nueve plantas de segunda transformación añaden valor al producto, mediante la cocción, rebozado o empanado, entre otros (langostino, bacalao, cefalópodos, surimi, etc).



2019

Apuesta por la comida Asiática

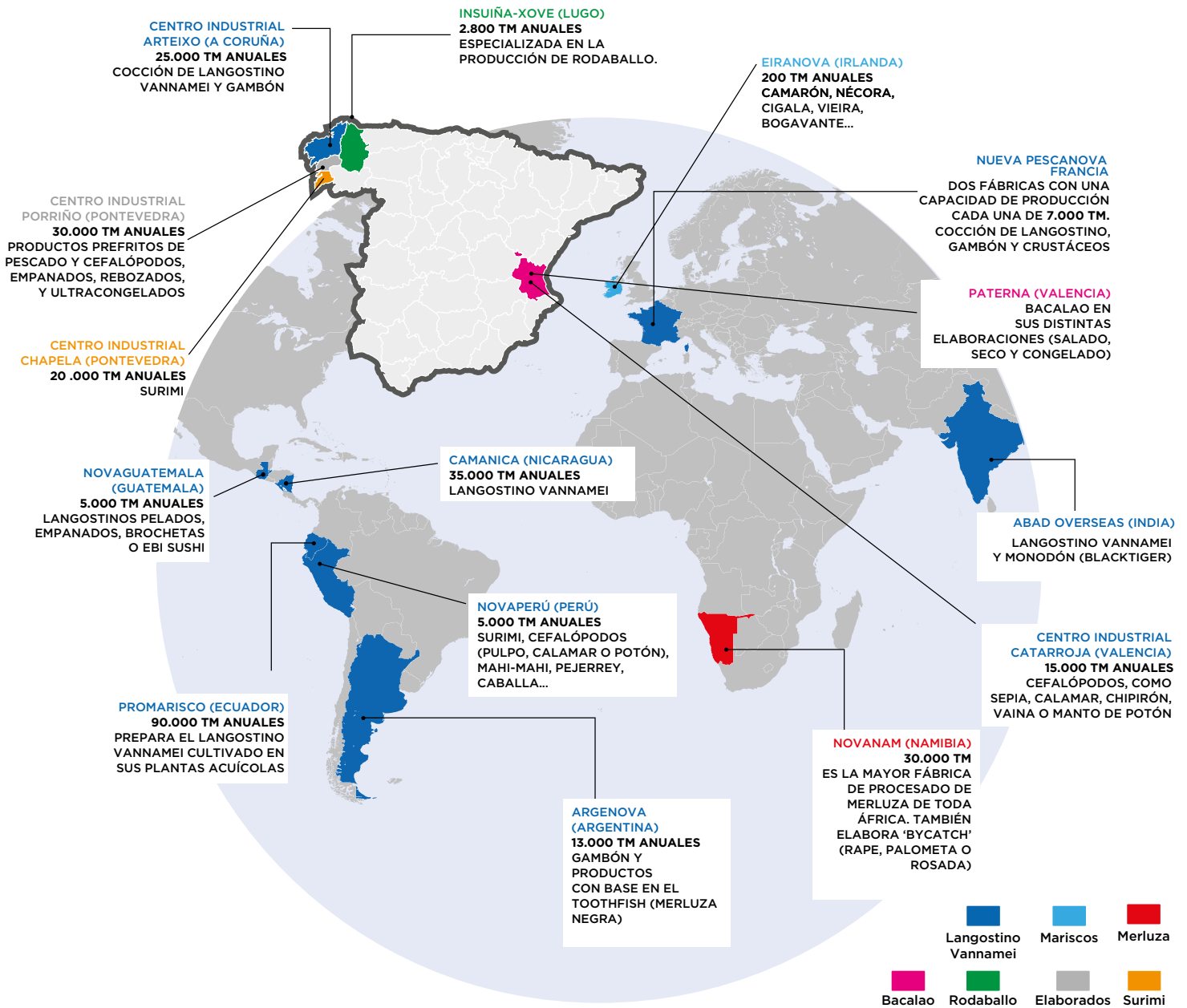
SUSHI

KATEI

Con el objetivo de ser el productor de comida asiática de referencia en España, el Grupo ha creado junto con la empresa Kabuki la sociedad de elaboración de comida asiática "KATEI". Katei busca adaptar las capacidades del Grupo a la creciente demanda de sushi, donde frescura e inmediatez juegan un papel fundamental. En 2019 se están poniendo en marcha en España nueve plantas de procesado en toda España, que darán empleo a más de 300 personas.



DISTRIBUCIÓN DE FÁBRICAS Y SUS CAPACIDADES



EXCELLENCE SYSTEM

Basado en metodologías Lean, genera nuevas dinámicas de trabajo cuyo centro son las personas. El trabajo en equipo, la superación constante, la proactividad y el respeto como valores fundamentales para centrarse en el bienestar de sus clientes y consumidores. Ésta es la naturaleza del Nueva Pescanova Excellence System.

SEIS CLAVES PARA LOGRAR LA EXCELENCIA

1

PLANIFICACIÓN DE LA DEMANDA

Trabaja para ser más rápidos mediante una gestión eficaz y el trabajo en equipo

2

INNOVACIÓN

Nuevas tecnologías para garantizar entornos seguros y mantener la frescura de los alimentos

3

EFICIENCIA

Invierte en eficiencia energética y optimización para reducir los costes en todas las áreas, siendo sostenibles y rentables

4

PARTICIPACIÓN

Impulsa la implicación y la motivación de todos sus equipos

5

CALIDAD

La trazabilidad y la seguridad alimentaria son fundamentales, por eso certifica todas sus actividades

6

RED GLOBAL SUMINISTRO

Lo que no obtiene de sus pesqueros lo traen proveedores seleccionados con el máximo rigor

7.4. COMERCIALIZACIÓN

LA RECETA DE LA GAMA DE PRODUCTOS

Durante casi 60 años, la Compañía ha llevado los mejores productos del mar y su frescura a millones de mesas de todo el mundo, haciendo de la innovación, la frescura y la calidad las señas de identidad de la marca Pescanova. Hoy, los productos Pescanova están presentes en 80 países de los cinco continentes.



Pescanova, a lo largo de su historia, ha ayudado a las familias a tener acceso al pescado cualquier día de la semana, consciente de los beneficios que tiene su consumo para la salud. Ahora la Empresa tiene un nuevo propósito, continuar llevando la frescura del mar a los hogares, pero adaptándose a las nuevas tendencias, poniendo en el **centro de la estrategia a los consumidores**: platos fáciles de preparar, productos del mar refrigerados (nevera), nuevas recetas populares de otros países y momentos de “snacking en el hogar”.

El Grupo Nueva Pescanova vende **70 tipos de especies en más de 500 variedades** en todo el mundo; tiene oficinas comerciales en **España, Portugal, Francia, Grecia, Italia, USA, Brasil, Sudáfrica y Perú**, a través de las que comercializa en los cinco continentes.

La innovación, la calidad y el valor de la marca Pescanova son los valores diferenciales del liderazgo internacional de la Compañía, especialmente en España y Portugal, donde es la marca líder del sector.



7.5. CERTIFICACIONES

MÁXIMA CALIDAD AVALADA INTERNACIONALMENTE

Las actividades e instalaciones de la Compañía cuentan con los más prestigiosos avales internacionales, ya que la calidad y el respeto sostenible son valores diferenciales del Grupo.



El Grupo Nueva Pescanova apuesta por la máxima calidad, la seguridad alimentaria y el respeto al medio ambiente. El mundo globalizado permite a la Compañía someterse a marcos legales y certificaciones válidas para todos los países donde se encuentra.



 ACUICULTURA VANNAMEI	 EMPRESAS PESQUERAS
NOVAGUATEMALA — IFS - BAP	NOVANAM (DOP) — IFS
CAMANICA — IFS - GLOBAL GAP - BAP	NOVANAM (SCT) — IFS
PROMARISCO — IFS - GLOBAL GAP - BAP	NOVAPERÚ — BRC
ABAD OVERSEAS PVT. LTD. — IFS - FSS 20.000	
 ACUICULTURA RODABALLO	 CENTROS INDUSTRIALES
INSUIÑA MOUGAS — GLOBAL GAP - ISO 14001 - EMAS	ARTEIXO (ES) — IFS - ISO 14001
INSUIÑA XOVE — IFS - GLOBAL GAP - ISO 14001 - EMAS	CHAPELA (ES) — IFS - ISO 14001
	PORRIÑO (ES) — IFS - ISO 14001
	PATERNA (ES) — IFS - ISO 14001
	CATARROJA (ES) — IFS
	BOULOGNE (FR) — IFS
	LORIENT (FR) — IFS



GOBIERNO CORPORATIVO

El compromiso y la empatía tienen que estar bien gestionados. El Grupo Nueva Pescanova cuenta con los sistemas más fiables para motivar, controlar y garantizar su responsabilidad social. La ética es un modo natural de ser que define el rumbo de la estrategia de la Compañía.

8.1. TRANSPARENCIA E INTEGRIDAD

La honestidad, la integridad y la transparencia diferencian y consolidan al Grupo Nueva Pescanova, y son la garantía de la confianza en sus productos y actividades.

El 'filtro' más importante de su visión de cambio es el **compromiso ético**. Es un universo de actuación en el que usa una **perspectiva de 360 grados**, como el horizonte amplio, abierto e infinito que se otea desde sus buques. Las prácticas de **buen gobierno** y la **transparencia** aseguran que pueda encarnar los valores de Nueva Pescanova cada día, en cualquier

lugar y con todos aquellos que le rodean.

El **Plan Estratégico** impulsa de forma decisiva una cultura corporativa, que garantiza la responsabilidad y establece canales de información y comunicación efectivos con grupos de interés, desde los consumidores y proveedores hasta los empleados, organismos públicos, comunidades y demás instituciones.

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN, LOS CONSEJEROS Y LAS COMISIONES

El Consejo de Administración es el máximo órgano de decisión del Grupo Nueva Pescanova. Está formado por 10 miembros y organizado en 3 comisiones:

• PRESIDENTE:

Jacobo González-Robatto

• COMISIÓN DE GOBIERNO Y RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

Encargada de analizar las mejores prácticas y normativas de buen gobierno, tanto a nivel nacional como internacional.

Miguel Ruiz-Gallardón García de la Rasilla | Antonio Couceiro Méndez | Elena Salgado Méndez

• COMISIÓN DE AUDITORÍA, CONTROL Y FINANZAS

Supervisa la información financiera de la Compañía y los sistemas de control internos de la misma.

José Luis Sáenz de Miera Alonso | Mariano Riestra Mañeru | Ricard Iglesias Baciana

• COMISIÓN COMERCIAL Y DE ESTRATEGIA

Garantiza el cumplimiento del Plan Estratégico de la Compañía.

Fernando Valdés Bueno | Ramón Mas Sumalla | Ignacio González Hernández



8.2. GESTIÓN DE RIESGOS

El Grupo Nueva Pescanova se encuentra sometido a diversos riesgos inherentes a los distintos países, actividades y mercados en los que opera. Por ello, los riesgos corporativos relevantes de todas las actividades y negocios del Grupo se encuentran adecuadamente identificados, evaluados, gestionados y controlados.



La Compañía ha establecido los **mecanismos y principios básicos** para una adecuada gestión de riesgos que permite:

- Alcanzar los objetivos estratégicos del Grupo, con una volatilidad controlada.
- Aportar el máximo nivel de garantías a los socios.
- Proteger los resultados y reputación del Grupo.
- Defender los intereses de los socios, clientes, proveedores y otros grupos de interés.
- Garantizar la estabilidad empresarial y la solidez financiera del Grupo de forma sostenida en el tiempo.

Para la gestión de los riesgos, el **Consejo de Administración de Nueva Pescanova** cuenta con la colaboración de su **Comisión de Auditoría, Control y Finanzas**, que supervisa e informa sobre la adecuación del sistema de evaluación y control interno de los riesgos relevantes, en coordinación con el **Departamento Corporativo de Auditoría Interna** y las diferentes **Direcciones de Negocio y Soporte del Grupo**. Éstas tienen atribuida la función de concretar la aplicación de las políticas específicas de riesgos.

El Grupo Nueva Pescanova dispone de su propio **Mapa General de Riesgos Inherentes** en el que se han evaluado **40 riesgos relevantes**, en atención a su impacto y probabilidad de ocurrencia. Entre los **riesgos generales inherentes** evaluados relacionados con la Información No Financiera, destacan:



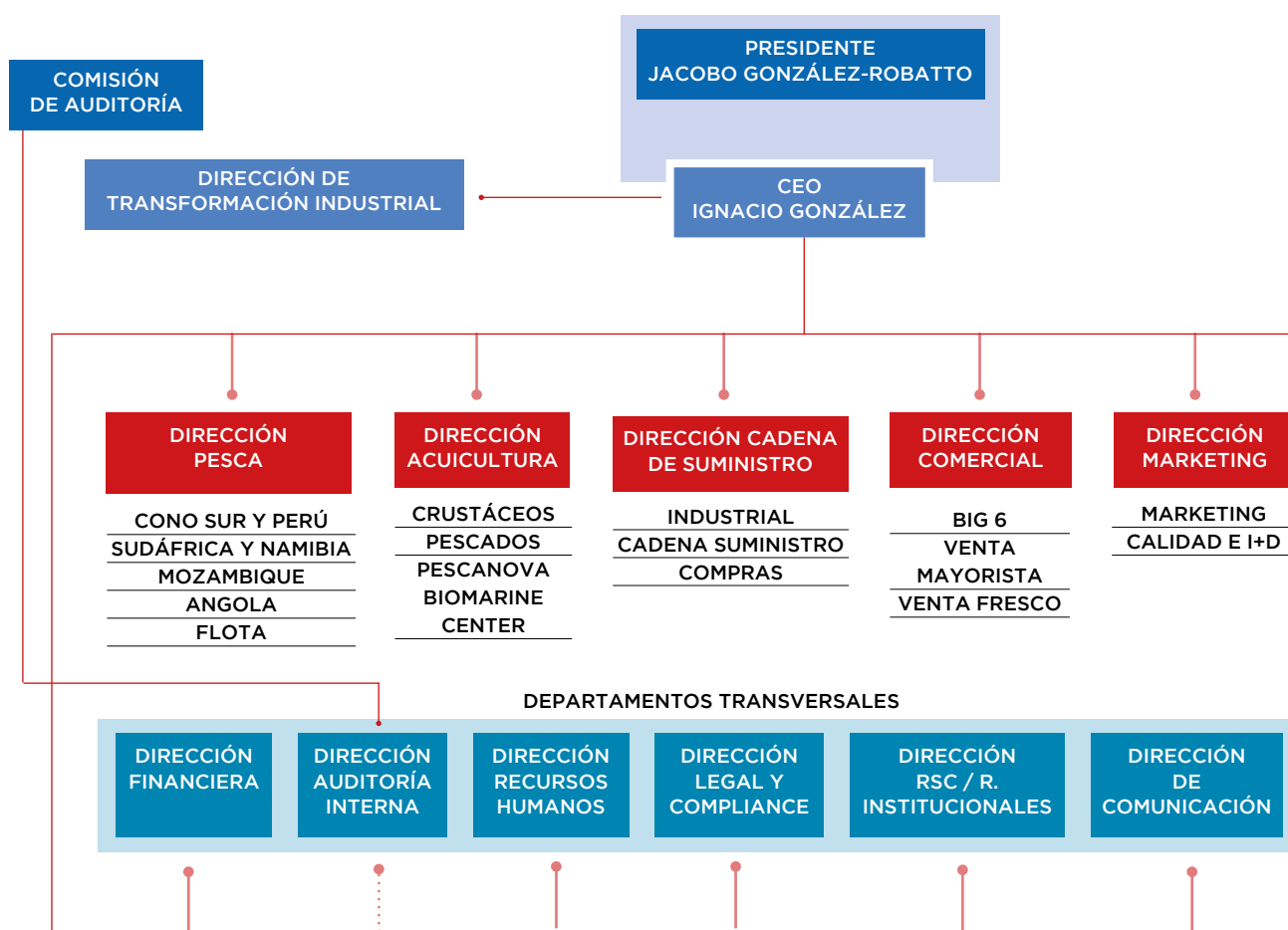
- Riesgo País.
- Seguridad alimentaria.
- Seguridad y Salud Laboral.
- Incumplimientos de normativa.
- Sobreexplotación de los recursos pesqueros.

La **revisión** del Mapa General de Riesgos Inherentes se realiza **anualmente** por los ejecutivos del Grupo, y es supervisada, aprobada y validada por el **Consejo de Administración**.

Los **riesgos penales inherentes** relevantes del Grupo en España se contienen en la **Matriz de Riesgos Penales y Controles**, que forma parte del **Programa de Prevención de Riesgos Penales de la Compañía**. Entre ellos, destacan a los efectos de la Información No Financiera:

- La **corrupción entre particulares y de autoridad o funcionario público** en las actividades comerciales internacionales.
- La **omisión de medidas de seguridad y salud laborales** con infracción de las normas de prevención de riesgos laborales.
- La **realización de actividades contaminantes** con infracción de las normas protectoras de los recursos naturales y el medio ambiente.
- **Expedición, despacho, manipulación o alteración de medicamentos de uso veterinario.**
- **Manipulación indebida o adulteración de alimentos, aditivos u otros agentes alimenticios.**
- **Cohecho a autoridad o funcionario público.**
- **Tráfico de Influencias a funcionario o autoridad pública.**

8.3. EQUIPO GESTOR



8.4. PRINCIPALES POLÍTICAS DEL GRUPO

- **Nuestro Código Ético:** Recoge el compromiso del Grupo con los principios de la ética empresarial, la integridad institucional y la transparencia en todos sus ámbitos de actuación.
- **Carta Ética y Social del Proveedor:** Contiene el conjunto de principios de actuación profesional y normas de conducta empresarial que el Grupo exige de aquéllos con los que contrata la adquisición de bienes, productos, materias primas o servicios, a través de la suscripción de la Declaración Responsable anexa a dicha Carta.
- **Política General de Control y Gestión de Riesgos:** Establece los principios básicos y el marco general de actuación para el control y la gestión de riesgos de toda naturaleza a los que se enfrenta el Grupo Nueva Pescanova.
- **Estatuto de la Función de Auditoría Interna:** Define la misión, objetivos, organización, competencias, funciones, facultades y responsabilidades de la Función de Auditoría Interna (Departamento Corporativo de Auditoría Interna) y su marco de relaciones con la Comisión de Auditoría, Control y Finanzas del Consejo de Administración de Nueva Pescanova, S.L.
- **Reglamento de la Unidad de Cumplimiento:** Regula el funcionamiento de la Unidad de Cumplimiento, con competencias en el ámbito del Sistema Normativo de Gobierno Corporativo y Cumplimiento.
- **Política Corporativa de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria y de Resolución de Conflictos:** Contiene el conjunto de principios generales de actuación en la cadena alimentaria asumidos por Pescanova España, S.L.U., con su adhesión al Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria.
- **Política Corporativa de Prevención de Riesgos**

Penales: Establece el conjunto de principios de actuación y normas de conducta para la prevención, detección y descubrimiento de delitos y/o conductas irregulares que pudieran cometerse en el ejercicio de la actividad empresarial del Grupo.

- **Reglamento y Política de Privacidad del Canal de Cumplimiento:** Regulan el funcionamiento del Canal de Cumplimiento configurado como una herramienta transparente y confidencial a través de la cual cualquier profesional del Grupo puede plantear a la Unidad de Cumplimiento Consultas y Denuncias de Incumplimiento de manera confidencial.
- **Procedimiento General de Producción Normativa Interna (Norma 0):** Fija la estructura y la ordenación del proceso de creación, aprobación, difusión y archivo de la normativa interna del Grupo Nueva Pescanova.
- **Política Corporativa de Protección de Datos de Carácter Personal:** Fija el conjunto de normas de conducta y principios de actuación que rigen los tratamientos de datos de carácter personal que se pueden producir por los profesionales del Grupo en el desarrollo de su actividad profesional y empresarial.
- **Protocolo de Actuación en materia de Donaciones de Alimentos:** Establece los criterios y régimen de actuación a llevar a cabo para realizar una donación de productos alimentarios comercializados por el Grupo a entidades que pueden ser sujetos donatarios.
- **Política Corporativa y Procedimiento General de Compras:** Mediante estas dos normas corporativas se establece el conjunto de valores y principios de actuación que sustentan las relaciones de compras del Grupo con sus proveedores.
- **Política Corporativa y Procedimiento General de Gastos de Viaje y Representación:** Establecen los principios generales de actuación y de racionalización

efectiva y eficiente de los gastos de viaje y representación en que los profesionales del Grupo incurren en el ejercicio de sus funciones, así como una descripción del conjunto de subprocesos que deben realizarse de forma sistemática en cada proceso.

- **Política Corporativa y Procedimiento General de Gestión del Talento:** Contienen, por un lado, el conjunto de principios generales de actuación para fomentar el crecimiento personal y profesional de las personas que integran el Grupo y, por otro, el conjunto de procedimientos que afectan a los procesos de Gestión del Talento en lo que atañe a la formación y el aprendizaje, las promociones internas, las valoraciones de desempeño y los planes de sucesión.
- **Política Corporativa y Procedimiento General de Reclutamiento, Selección, Incorporación y Salida:** Establecen, de un lado, el conjunto de principios generales de actuación en el ámbito de la gestión de personas para el sistema de reclutamiento y selección de candidatos, así como de su posterior incorporación y/o salida del Grupo y, de otro, una descripción de las acciones, los responsables de su ejecución y las herramientas de trabajo que se emplean en los procesos de reclutamiento, selección, incorporación y salida de profesionales.
- **Política Corporativa de Seguridad y Salud Laboral:** Desarrolla los componentes y principios informadores de la cultura preventiva del Grupo como parte integrante y esencial de su gestión, en aras de conseguir un entorno de trabajo seguro y saludable.
- **Política Corporativa de Apoderamientos:** Establece los criterios de otorgamiento, gestión y control interno de los poderes notariales de representación, autorizaciones, claves de acceso a banca electrónica, firmas y certificados electrónicos a favor de los profesionales del Grupo Nueva Pescanova (y, en su caso, de terceras partes).



8.5. GESTIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD

El desarrollo responsable y sostenible de las actividades de la Compañía en sus vertientes biológica, ambiental, tecnológica, económica, comercial y social es un aspecto irrenunciable y esencial de la cultura empresarial del Grupo Nueva Pescanova.



Los principios guía que conforman el Plan Director de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) del Grupo son:

- El respeto por el **Planeta**.
- El desarrollo personal y profesional de las **Personas** que forman el Grupo Nueva Pescanova.
- El compromiso con los mercados a través de los **Productos** del Grupo.
- La contribución a la mejora de la calidad de vida de las **Comunidades** en las que está presente.

Paralelamente, la Compañía garantiza el seguimiento integral de principios de ética empresarial, integridad institucional y el cumplimiento normativo aplicables conforme a lo establecido, además de en los correspondientes ordenamientos jurídicos de los países donde opera, en 'Nuestro Código Ético' y en el resto de las disposiciones del Sistema Normativo de Gobierno Corporativo y Cumplimiento.

El Programa de Sostenibilidad 'Pescanova Blue' es la respuesta operacional del Grupo a estos principios. De esta forma, el uso del sello 'Pescanova Blue' atestigua:

- El abastecimiento responsable de **materias primas pesqueras o acuícolas de origen sostenible**.
- Que las operaciones de pesca, cultivo acuícola y elaboración de productos alimentarios se realizan de forma respetuosa con el medioambiente.

- La **responsabilidad laboral** que garantiza un trabajo legal, seguro, decente y justo para nuestras personas.
- Que **invierte en las comunidades en las que está presente**.
- Que conduce sus actividades de forma **responsable, legal, íntegra, transparente y ética**.

El Plan Director de RSC y su estrategia de Sostenibilidad está alineado con los **Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030 de la Organización de las Naciones Unidas (ONU)**. El compromiso del Grupo Nueva Pescanova con los ODS forma parte de su estrategia de desarrollo empresarial, y está íntimamente ligado al modelo de integración vertical desde los orígenes a los mercados, tanto del área de negocio pesquero como de cultivo de productos del mar.

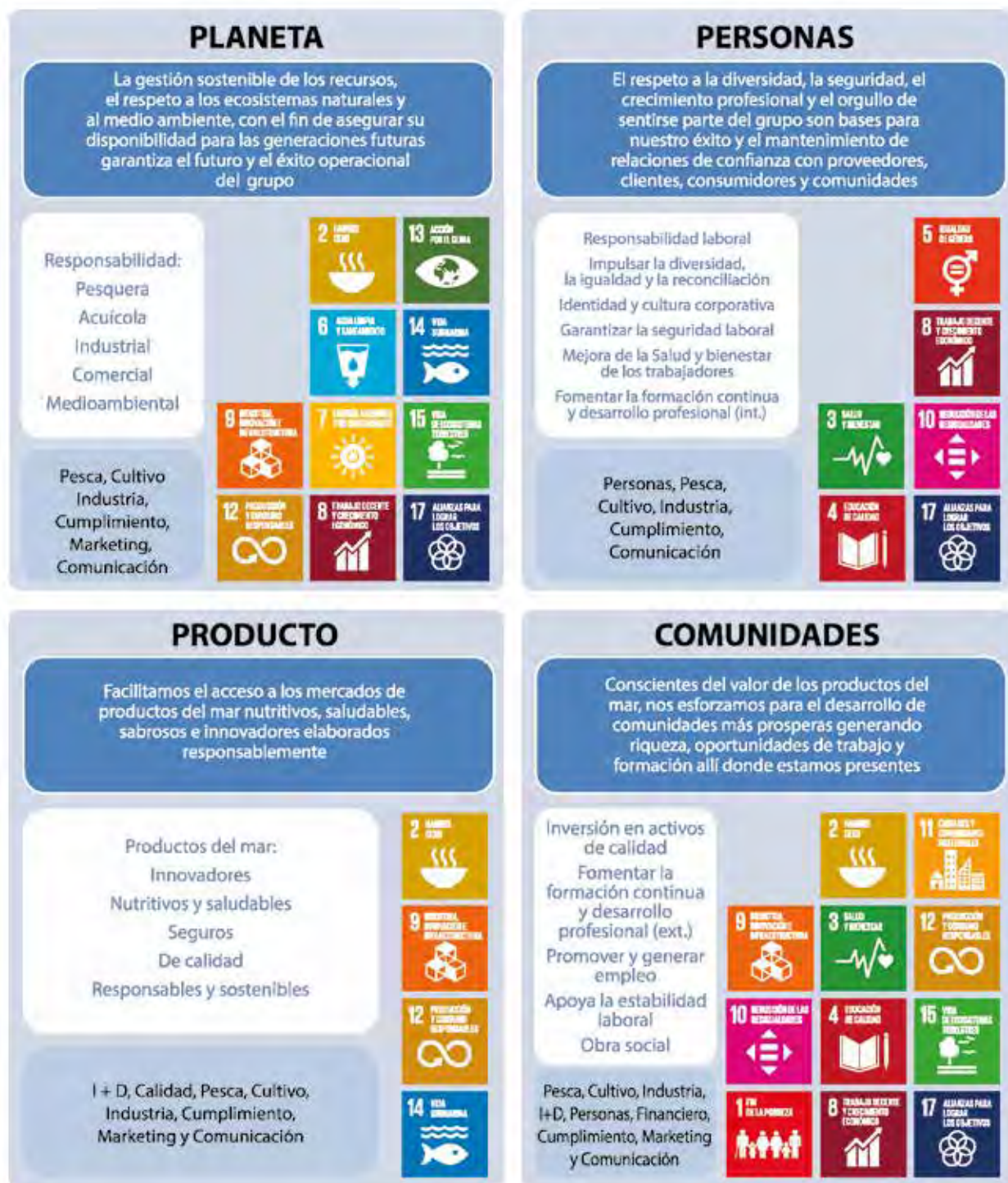
Durante el año 2018, con la ayuda de los embajadores de RSC en Ecuador, Guatemala, Nicaragua y Namibia, se identificaron y documentaron **226 proyectos relacionados con los cuatro pilares del Plan Director de RSC**. A partir de este inventario de proyectos se realizó un análisis de materialidad -detallado en el punto 11.2 de este informe-, que identifica la relevancia de los aspectos materiales para los grupos de interés y su impacto en la estrategia del grupo. También ha permitido identificar cómo el Grupo está contribuyendo, y puede contribuir, al **cumplimiento con los 17 ODS y 169 metas de la agenda 2030 de la ONU**.

“El Grupo Nueva Pescanova se compromete con la sostenibilidad de los recursos naturales y con las comunidades en las que está presente, actuando de forma ética, manteniendo su confianza y creando valor”



ÉTICA, INTEGRIDAD Y CUMPLIMIENTO NORMATIVO

La estructura del Plan Estratégico de la Responsabilidad Social Corporativa del Grupo Nueva Pescanova se sustenta sobre cuatro pilares fundamentales -Planeta, Personas, Producto y Comunidades-, que se encuentran abrazados por la ética, la integridad y el cumplimiento normativo para generar Valor.





MODELO DE NEGOCIO Y ESTRATEGIA

‘Todos a una’
con el Plan

9.1. RESULTADOS FINANCIEROS DEL EJERCICIO 2018

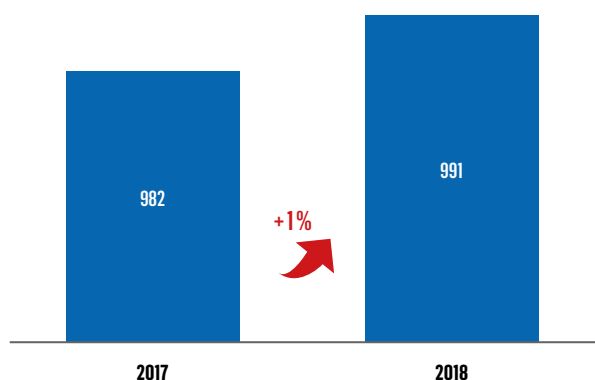
El Grupo Nueva Pescanova cerró el ejercicio 2018 con beneficios por segundo año consecutivo, al alcanzar un resultado neto de €5,4M, lo que supone €5,1M más que el año anterior y €41M más respecto a 2016.



FACTURACIÓN

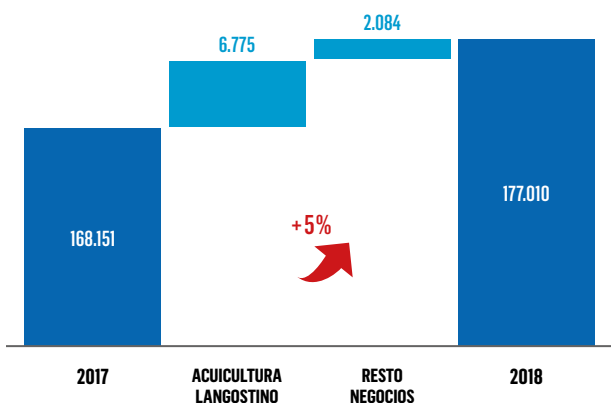
La facturación del Grupo en 2018 fue de **€1.008M**, lo que supone un aumento del 1% con respecto a la cifra de ventas de productos del mar de 2017.

VENTAS COMPARABLES DE PRODUCTOS DEL MAR (MILLONES DE €)

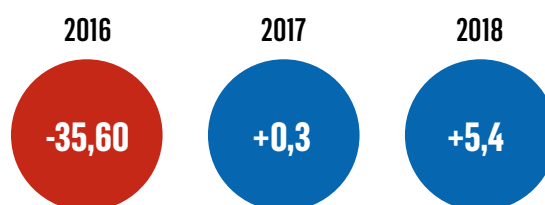


La compañía incrementó un 5% las toneladas de productos del mar comercializadas, alcanzando **177.000 toneladas**.

BRIDGE DE VENTAS COMPARABLES DE PRODUCTOS DEL MAR (TONELADAS)



RESULTADO NETO (MILLONES DE €)



EBITDA

El EBITDA de gestión del Grupo en 2018 ascendió a €75M frente a los €80M del ejercicio 2017. En cifras comparables (excluyendo desinversiones), el EBITDA de €75M compara a un 2017 de €77M. Las principales desinversiones se corresponden con las ventas de harinas, pienso, y operaciones y servicios marítimos en África.

El impacto negativo del negocio de langostino, especialmente causado por la operación de Nicaragua, es la principal razón del empeoramiento del EBITDA durante el ejercicio. La mejora de EBITDA derivada del incremento de ventas y las operaciones de pesca se vio afectada por la situación de Nicaragua.

Además, en 2018 se aumentó la inversión en marketing y publicidad (MAP) en €4M respecto a 2017, pese al impacto negativo que ello supone en la rentabilidad del ejercicio (a inversión comparable, el EBITDA de 2018 hubiera sido superior al de 2017). El incremento de MAP se justifica por la necesidad del Grupo de invertir en la Marca y en el lanzamiento de nuevos productos, con el fin de seguir incrementando valor al Grupo en ejercicios futuros.

INVERSIONES Y DESINVERSIONES

La cifra de inversiones en 2018 ascendió a **€41M**. Entre las inversiones realizadas por el Grupo durante el ejercicio, destacan:

- ⊗ La constitución de la compañía **Katei Alimentación** junto con la empresa Kabuki. Katei Alimentación, que elabora comida japonesa y preparada para los canales retail y food service en España, ha puesto en marcha tres plantas de producción en Canarias, Andalucía y Castilla y León, dentro de un ambicioso plan de expansión con el que se generarán alrededor de 300 empleos.
- ⊗ La compra de la sociedad **Unickfish en Sudáfrica**, sociedad comercial de venta en retail, que permite al Grupo avanzar en la ambición comercial en la región de África.

Por otra parte, en 2018 se inició la construcción de los nuevos barcos que renovarán parte de la flota del Grupo: tres para la pesca de merluza en Namibia y cuatro para el langostino en Mozambique.

También comenzó la construcción del **Pescanova Biomarine Center** en O Grove (Pontevedra), el mayor Centro de I+D+i de Acuicultura de Europa, que iniciará su actividad en el cuarto trimestre de 2019.

Otras de las inversiones estratégicas de 2018 ha sido la implementación en España de un nuevo sistema de información y gestión empresarial con la herramienta **SAP**.

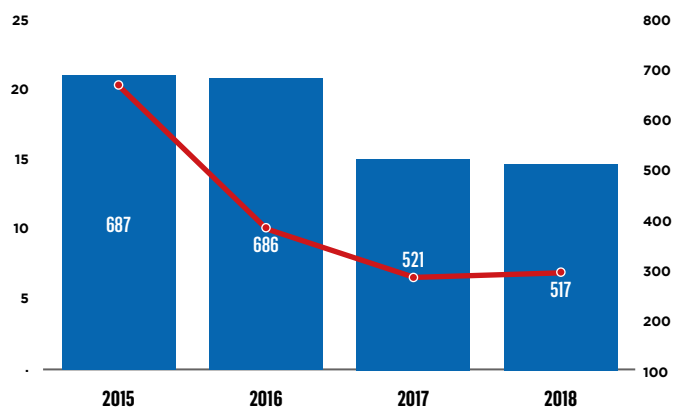
En cuanto a las operaciones de desinversión en activos non core para el Grupo, destacan:

- ⊗ **Novapesca Trading, S.L.U.** vendió la totalidad de la participación que ostentaba en **Novagroup Proprietary Limited**. Como se contemplaba en el Plan Estratégico, se han vendido las sociedades de prestación de servicios marítimos, reparación de contenedores y logística, manteniendo la propiedad de las sociedades que tienen la actividad pesquera y la propiedad del barco.
- ⊗ Para lo último, se creó una sociedad denominada **Nueva Pescanova South Africa, Pty Ltd.**, a la que se traspasaron dichas actividades.
- ⊗ **Promarisco** vendió la totalidad de su participación en el capital de la sociedad **Balanceados Nova, S.A.**, que producía pienso para langostinos.
- ⊗ **Novapesca Trading, S.L.U.** vendió la totalidad de la participación que ostentaba en **Pescanova Polska, S.P.**, sociedad comercial que no tenía prácticamente actividad.

DEUDA NETA

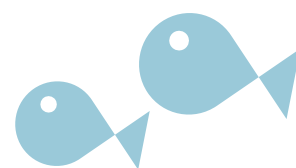
La deuda neta del Grupo a valor razonable/contable acumula una reducción para el periodo 2015-2018 de **€170M** como consecuencia del proceso de capitalización del año 2017 y de la generación de caja del Grupo. Por su parte, el ratio de apalancamiento, calculado sobre el EBITDA del Grupo, se mantiene con relación al ejercicio anterior, si bien, la reducción desde el ejercicio 2015 es considerable.

Deuda neta (en millones de €) y ratio de apalancamiento



9.2. EL FUTURO Y EL PLAN ESTRATÉGICO

Con una sólida identidad y un carácter único en el sector por su nivel de integración, especies y fortaleza de marca, el desempeño del Grupo Nueva Pescanova cubre desde el origen (donde se obtiene el producto) hasta los mercados clave. Por lo tanto, una de sus principales fortalezas es su capacidad para operar y crear valor en todos los eslabones de la cadena.



EL PLAN ESTRATÉGICO

En el Plan Estratégico 2020 se identifican los cuatro pilares sobre los que se apoyan los objetivos y estrategias del Grupo:

- Ambición comercial.
- Optimización de costes.
- Capacidad de transformación y suministro.
- Gestión, procesos y organización.

Nada más definir su proyecto, el Grupo Nueva Pescanova decidió anclar su ADN en la consecución de un plan de crecimiento ambicioso y exigente. Bajo el lema “Todos a Una”, todas las áreas de la Compañía trabajan para mantener este ritmo de crecimiento hasta 2020 y más allá de cualquier horizonte.

En este sentido, la Estrategia del Grupo Nueva Pescanova se encuentra trazada de forma integral y sistémica:

1 Renovación de la marca

2 Lanzamiento de nuevos productos

3 Mejora del equipamiento de la flota pesquera

4 Puesta en marcha de grandes proyectos de innovación tecnológica y medioambiental

Un Plan estructurado sobre cuatro sólidos pilares, a partir de los cuales se definen y afianzan los objetivos y las estrategias del Grupo.



PLAN ESTRATÉGICO 2016 -2020 TODOS A UNA



ADN

Hitos conseguidos

- Implicar a todos los empleados en la cultura de “Todos a Una”.
- Crecimiento de la marca.
- Plan de Comunicación brillante y efectivo.
- Plan Director de RSC.
- Código Ético.
- Plan “Personas”.

En proceso

- Extensión de la política de Calidad “Excellence Quality Pescanova” al conjunto de las plantas.
- Insistir y potenciar en el foco en el consumidor.

Próximos objetivos

- Perfeccionar y progresar en el principio “Pescar lo que se vende”.



CAPACIDAD DE TRANSFORMACIÓN Y SUMINISTRO

Hitos conseguidos

- Mayor ocupación en las plantas de Galicia, Ecuador y Perú.
- Vías suministro adicional (India, Mejillón, Pulpo).

En proceso

- Concepto de Foodterminals.
- Plan industrial España y recién cocido.
- Mayores capturas en Argentina.
- Plan Estratégico Acuicultura 2018-2022.

Próximos objetivos

- Optimización de las plantas.
- Ocupación de las plantas de Valencia, Francia y Guatemala.
- Avanzar en el Suministro Total.



AMBICIÓN COMERCIAL

El Grupo Nueva Pescanova quiere vender en nuevos países, lanzar la marca en aquellos donde se tenía presencia sin identidad, reforzar su posición en nuevos canales, como el food service, e innovar.

Hitos conseguidos

- Pescanova es la marca que más crece en bienes de consumo de alta rotación, del mercado. En retail es líder en España y Portugal.
- Grecia se suma al BIG 5 (BIG 6) como Core no Retail y Retail.
- En el segmento Retail, el Grupo Nueva Pescanova entra en los mercados Core incipientes de Sudáfrica y Brasil.
- En cuanto a productos, continúa creciendo en surtido (Pulpo, mejillón, otros).

En proceso

- Nuevas alianzas.
- Apertura de nuevos canales comerciales.

Próximos objetivos

- Innovar y potenciar el crecimiento en los productos refrigerados.
- Impulsar el proyecto retail en Grecia y USA.
- Insistir en la innovación vs “commodity”.
- Innovación enfocada en la filosofía “menos y más grandes”.



ESTRUCTURA DE COSTES

Pescanova no era una compañía, sino 50 separadas. Cuando se ponen a trabajar juntas se encuentran muchas sinergias y se incrementa valor.

Hitos conseguidos

- Mejora del modelo de compras:
 - Concentración de compras a nivel Grupo.
 - Estandarización de catálogos y surtidos.
- Mejora de la eficiencia de la flota:
 - Automatización de procesos.
 - Remotorización de la flota.
 - Reducción del consumo energético y combustibles.
- Mejora de la eficiencia de las granjas de cultivo:
 - Automatización de procesos.
 - Renovación de instalaciones.
- Mejora de eficiencia de la red industrial:
 - Adopción de políticas de mejora continua (herramienta lean).
 - Reducción del consumo (agua, energía).
 - Reformulación de productos.

En proceso

- Incremento de la productividad.

Próximos objetivos

- Centralización global de compras.
- Excelencia en fábricas.
- Digitalización.



GESTIÓN, PROCESOS Y ORGANIZACIÓN

Se trata de obtener el máximo provecho a la integración vertical, auténtica ventaja competitiva de la Compañía. El Grupo Nueva Pescanova crea, por una parte, la nueva figura de gestión de la demanda, responsable único de canalizar las necesidades de aprovisionamiento del Grupo; y, por otra, la figura de planificación del suministro, encargado de asignar el producto asegurando la máxima rentabilidad para el Grupo.

Hitos conseguidos

La nueva organización asegura un **Route-to-market** único, a través de 4 factores clave:

- Alinear los incentivos y objetivos comerciales a los intereses y la rentabilidad del Grupo.
- Centralización funciones.
- Crear las figuras de gestión de la demanda y planificación de suministro.
- Establecer una organización clara, con dependencias jerárquicas y funcionales.
- Implantación de sistemas de información unificados.
- Fusión de Pescanova con Krustanord creando Nueva Pescanova France.
- Absorción de Serviconsa por Camanica (Nicaragua).

En proceso

- Plan transversal de eficiencia.
- Gestión de crisis y gestión de riesgos.

Próximos objetivos

- Mayor eficiencia en la transformación por inversión en mecanismos de mejora.



INVERSIONES / DESINVERSIONES

Hitos conseguidos

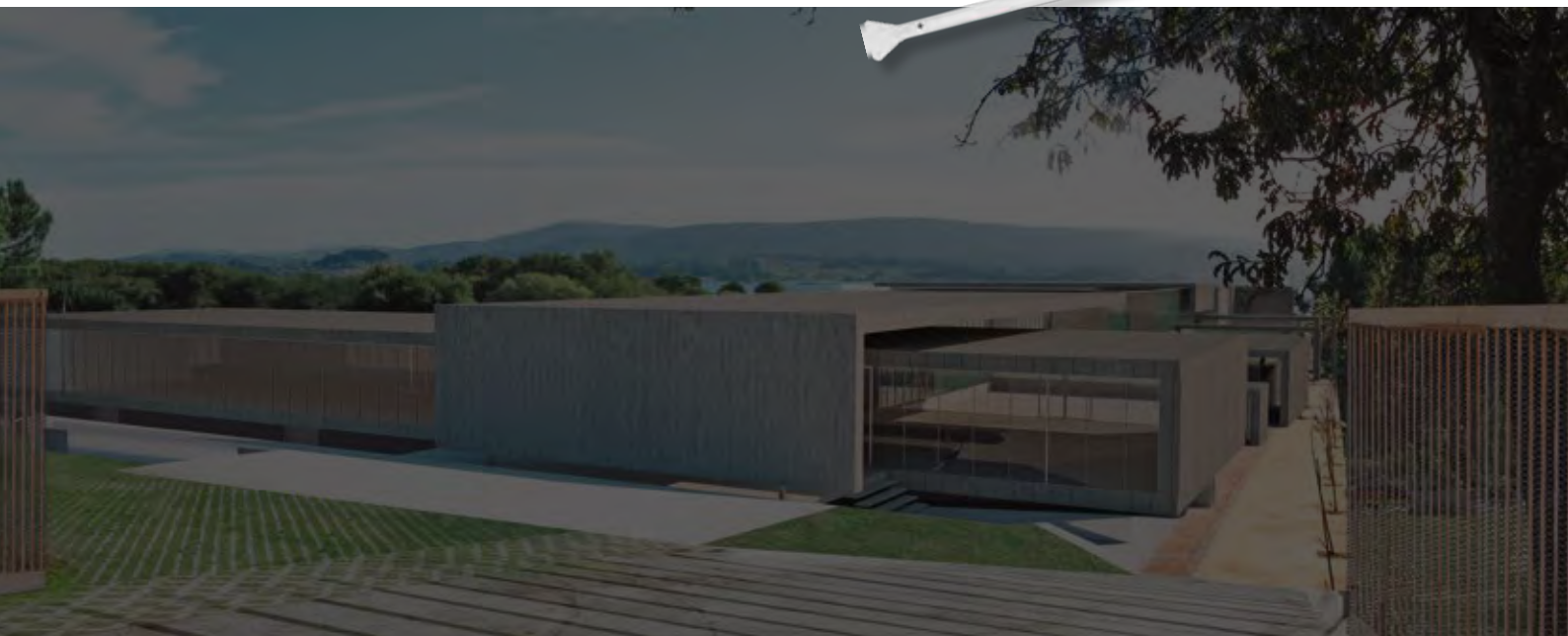
- Ampliación de Capital.
- Renovación Flota: Inicio de la construcción de los primeros barcos para Namibia y Mozambique.
- SAP (España), Roll-outs.
- Integración comercial Sudáfrica.
- Inversión en bombas en granjas Nicaragua.

En proceso

- Refuerzo negocio langostino en India.
- Plan Estratégico de Acuicultura 2018-2022.

Próximos objetivos

- Renovación Flota.
- Pescanova Biomarine Center.
- Plan industrial España y Francia.



NUEVAS INVERSIONES

OPEX Y CAPEX ASOCIADOS AL PLAN ESTRATÉGICO



El Plan lleva asociado un CapEx de mantenimiento (€65M) y un CapEx adicional (€60M), compuesto fundamentalmente por las siguientes inversiones: Renovación de flota (€43M) para mantenerla en condiciones de operatividad y otras inversiones asociadas al Plan

(€17M), con foco en la implantación de SAP (€9M) y la construcción del Pescanova BiomarineCenter (€4,5M), en línea con la apuesta del Grupo por situarse a la vanguardia de la mejora continua y de la comercialización rentable y sostenible de especies de cultivo.

CAPEX DE MANTENIMIENTO



Inversiones recurrentes recogidas por cada sociedad.

Otras inversiones de mantenimiento identificadas por las áreas.

CAPEX ASOCIADOS AL PLAN



Renovación de la flota de Mozambique (comienzo de la construcción de un barco en 2018, tres en 2019).

Renovación de la flota de Namibia (comienzo de la construcción de un barco en 2018, uno en 2019 y uno en 2020).



Inversión en las capacidades productivas de Vannamei en Ecuador y Nicaragua: aumento de la superficie de cultivo, robotics y automatización de procesos, mejora de las estrategias de cultivo y la nutrición, etc.



Lanzamiento del Pescanova Biomarine Center (O Grove), que apuesta por situarse a la vanguardia de la mejora continua en especies actuales y en la búsqueda de nuevas especies de cultivo.



Ampliación de la capacidad industrial en España y Francia para el desarrollo de los "foodterminals" y la mejora en la elaboración de productos de valor añadido.



Integración y homogenización de los procesos, sistemas e información en un único modelo de gestión.

Implantación de SAP.





CREANDO VALOR PARA TODOS LOS
GRUPOS DE INTERÉS

Comprometidos con lo que importa

El Grupo Nueva Pescanova apuesta por una comunicación transparente y continua con todos sus grupos de interés.

10.1. COMUNICACIÓN CON GRUPOS DE INTERÉS

COMUNICACIÓN EFICAZ Y TRANSPARENTE

La comunicación efectiva y responsable con sus grupos de interés permiten a la Compañía crecer e innovar. El Grupo Nueva Pescanova ha desarrollado iniciativas de comunicación que se adaptan a cada interlocutor y afianzan su credibilidad.



El deseo de escuchar e identificar las necesidades de cada grupo de interés ha llevado al Grupo Nueva Pescanova a promover la calidad ética y tecnológica de sus canales de comunicación para hacer posible un diálogo eficaz y transparente. Son ellos los que ayudan a crecer y a mejorar a la Compañía; el conocimiento de sus necesidades permite innovar constantemente, gestionar con mayor eficacia los riesgos y oportunidades y aumentar el acierto de las decisiones.



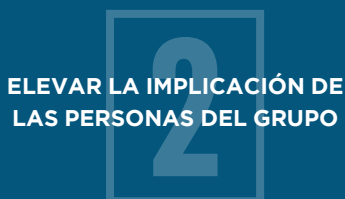
PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN CORPORATIVA

La estrategia de comunicación del Grupo se centra en tres objetivos que ponen el foco en clientes, personas y futuro de la Compañía.



1 ATRAER Y FIDELIZAR CLIENTES

Impulsar las ventas mediante la gestión de la reputación, valoración de la marca e implicación de los grupos de interés.



2 ELEVAR LA IMPLICACIÓN DE LAS PERSONAS DEL GRUPO

Crear y fortalecer el sentimiento y orgullo de pertenencia.



3 AUMENTAR LA VALORACIÓN ECONÓMICA DE LA EMPRESA

Construir y contar una historia de éxito (Turn Around).

Dar contexto y narrativa al Equity Story.

EJES ESTRATÉGICOS

AMBICIÓN COMERCIAL

- Fortalecer el posicionamiento de la marca como líder en productos del mar.
- Relato corporativo (integración vertical, personas, RSC, etc.).
- Customer Journey.
- Proteger la reputación como garantía de calidad.
- Equity Story (Turn Around).
- Pescanova business case.
- Impregnar la marca del ADN.
- Salud, sostenibilidad, innovación, confianza, calidad, fresca, valores, etc.
- Aumentar el awareness mediante contenidos para los mmcc y las comunidades.
- Tendencias.
- Artículos positivos.

CAPACIDAD DE TRANSFORMACIÓN Y SUMINISTRO

- Marca, reputación, ADN y awareness.
- Crear el “Todos a Una” (pesca, acuicultura, fábricas y comercial).
- Impulsar la cultura de innovación.
- Mejorar los procesos de comunicación en las fábricas.

OPTIMIZACIÓN DE COSTES

- Conseguir Earned Media.
- Crear una cultura de eficiencia.
- Acompañar a la implantación de SAP.
- Impulsar la Cultura Digital con el uso de las herramientas internas (nóminas, gastos, etc.)

GESTIÓN DE PROCESOS Y ORGANIZACIÓN

- Hacer de Soporte de Comunicación a los Países.
- Definir la cultura de la organización y desarrollar acciones de Engagement.
- “Todos a Una” Intranet, Novanews, etc.
- Crear un organigrama claro y actualizado.
- Mejorar el grado de conocimiento de la empresa.

TALENTO E INNOVACIÓN

- Programa de Talent Engagement.
- Impulsar una Cultura de Innovación.
- Contribuir a crear Marca Empleador.

INCREMENTO DE LA REPERCUSIÓN EN MMCC Y RRSS

Desde 2016, se han diseñado un gran número de canales de comunicación, desde la **intranet corporativa** para todos los empleados de los cuatro continentes que está a punto de estrenarse, además, en formato APP para dispositivos móviles, hasta la **página web corporativa** del Grupo Nueva Pescanova integrando información de todas sus filiales.

Desde la Compañía se apuesta por una comunicación más abierta, transparente y cercana, lo que se ha traducido en una mejor valoración de los distintos stakeholders de la Compañía desde que inició el nuevo rumbo en 2015, colocándose en el Top 50 de las empresas con mejor Reputación de España, un hito que ha sido conseguido por segundo año consecutivo.

NUEVA PESCANOVA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN 2018

Impactos en medios de comunicación gestionados por la Dirección de Comunicación:
3.420

Valor publicitario estimado:
€14M

Audiencia total:
725
millones de personas

PESCANOVA EN REDES SOCIALES



+1.030

seguidores en Twitter corporativo
@pescanovaCorp
twitter.com/PescanovaCorp



+ 10.700

seguidores en Twitter de producto
@pescanova_es
twitter.com/pescanova_es



+ 19.600

seguidores LinkedIn
linkedin.com/company/nuevapescanova



+ 163.000

seguidores en Facebook
facebook.com/pescanova/



+ 15.200

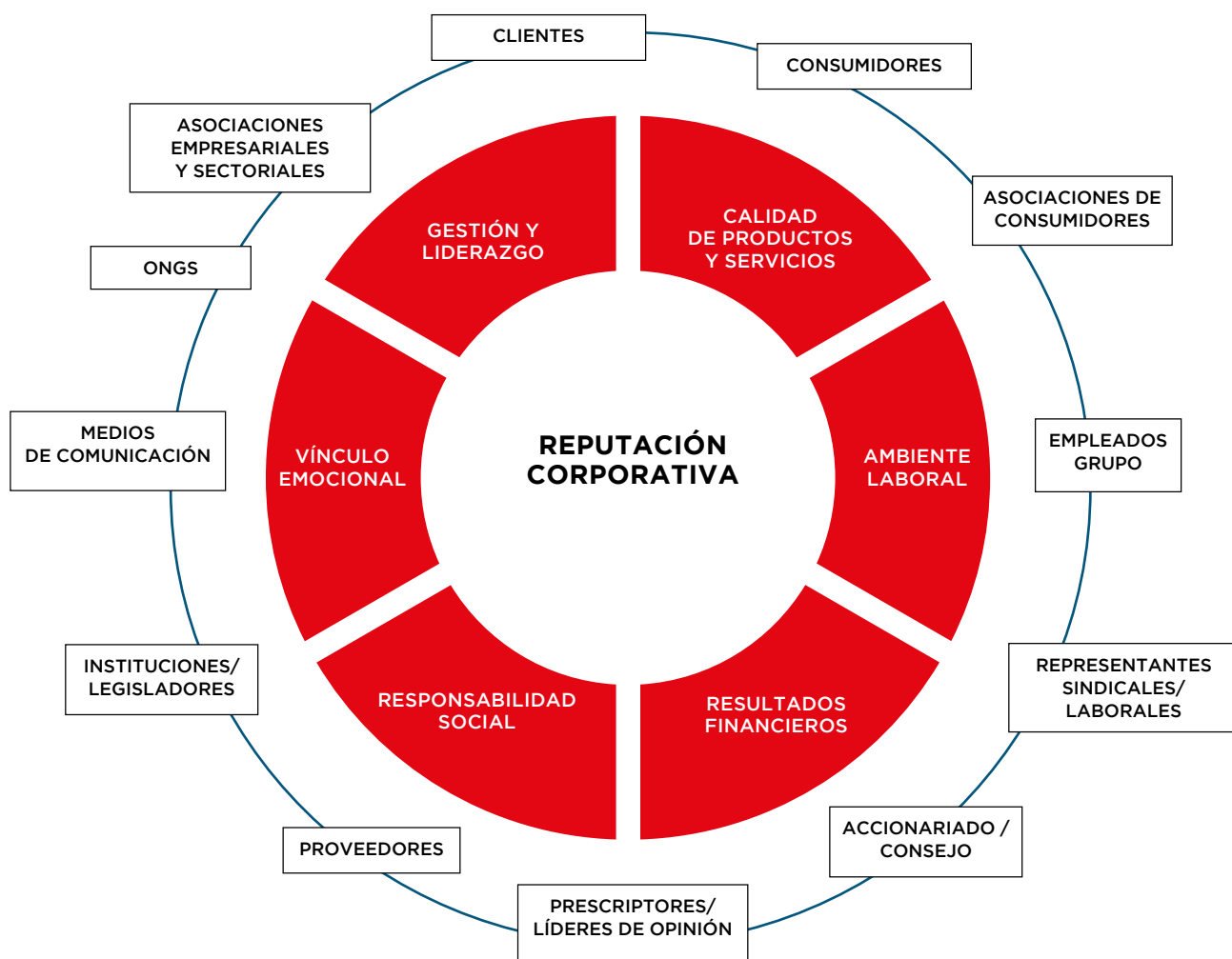
seguidores en Instagram
instagram.com/pescanova_es/



+ 5.600

suscriptores en Youtube
http://www.youtube.com/user/videorecetas

MAPA DE AUDIENCIAS



CANALES DE COMUNICACIÓN POR GRUPOS DE INTERÉS

Consumidores

- Página web
- Redes sociales
- Servicio de atención al cliente (Teléfono y correo electrónico)

Clientes

- Página web
- Redes sociales
- Ferias, foros y conferencias
- Encuestas de clima y liderazgo

Proveedores

- Página web
- Redes sociales
- Ferias, foros y conferencias
- Reuniones y visitas periódicas

Empleados del Grupo

- Desayunos con el CEO
- Correo electrónico
- Intranet y páginas web
- Publicación interna (NovaNews)
- Redes sociales
- Reuniones departamentales e interdepartamentales
- Paneles informativos y cartelería
- Encuestas internas

Administraciones públicas

- Página web
- Ferias, foros y conferencias
- Reuniones y encuentros
- Correo electrónico

Medios de comunicación


- Página web
- Redes sociales
- Correo electrónico
- Reuniones periódicas
- Encuentros con periodistas


Asociaciones sectoriales

- Página web
- Redes sociales
- Ferias, foros y conferencias
- Reuniones periódicas
- Comisiones en las asociaciones

Accionistas

- Correo electrónico
- Junta de Accionistas

 Teléfono de atención al consumidor: 902 999 333

 www.nuevapescanova.com
www.pescanova.es

10.2. CONSUMIDORES

El consumidor y su satisfacción con los productos de Pescanova se sitúan en el centro de la estrategia y desempeño de la Compañía. Trabaja para adelantarse a las nuevas tendencias, con productos frescos y listos para tomar, platos fáciles de preparar y adaptados a los últimos hábitos de consumo.



Comprometido con el PRODUCTO, el Grupo Nueva Pescanova facilita el acceso a los mercados de los:

- **Productos del mar innovadores, nutritivos y saludables.**

Investigando y comunicando la importancia del valor nutritivo de los productos en su dieta.

- **Productos del mar seguros y de calidad**

Ofrece a sus clientes y consumidores productos de origen marino que garantizan su seguridad alimentaria, respetando los más altos estándares de calidad.

- **Productos del mar responsables y sostenibles**

La Compañía se compromete con el desarrollo de productos del mar sostenibles y responsables, optimizando la definición, el diseño de sus productos y procesos, atendiendo a criterios de eficiencia y desempeño ambiental.

La estrategia del Grupo marca como desafío intensificar el foco en el consumidor. Su ambición comercial transita de los quick wins lanzados en 2017 y 2018 a la Innovación Enfocada. La innovación cobra mayor importancia para jugar un papel fundamental en el desarrollo de iniciativas en torno a seis focos prioritarios:

- Foco Langostino
- Foco Sushi Fusión Asiática
- Renovación del Core
- Oportunidades de Mercado Metoo
- Next Big Thing
- Soluciones Food Service

PRODUCTOS

EL CONSUMIDOR EN EL CENTRO

Pescanova ha reinventado su gama de productos y ha puesto al propio consumidor como el centro de su estrategia de innovación:

1
Proporcionándole
alimentos sabrosos

2
Fáciles de cocinar

3
Altamente saludables

4
y certificados por su
sostenibilidad y calidad



La gama de productos Pescanova conserva la fuente original de **vitaminas y minerales**. Son especialmente valiosos en **Omega 3 EPA y DHA** que se encuentra en grandes cantidades en pescados, mariscos y cefalópodos.

Por eso, ha lanzado nuevos productos adaptados a las nuevas tendencias de alimentación, a las que da respuesta con innovación y opciones de conveniencia de calidad. El **Comité de Innovación de la Compañía** trabaja día a día analizando las necesidades del mercado y las nuevas tendencias de consumo.

En 2018, Pescanova relanzó a **Rodolfo Langostino**, su icono por excelencia, y lo hizo para lanzar una nueva gama de langostinos congelados y refrigerados. Con el sello de calidad “Rodolfos”, y bajo el lema “Porque no todos los langostinos pueden ser Rodolfo”, Pescanova presentó un producto de calidad superior, fruto de un proceso de elaboración pionero y único en el mundo, por lo que su apariencia y textura son insuperables, siendo sus largos e intactos bigotes garantía de calidad: “Una garantía de bigotes”.

La introducción de Pescanova en el emergente segmento de los **refrigerados** responde a su apuesta por ofrecer productos que se adaptan a la demanda de los consumidores: soluciones rápidas, pero sin renunciar a la salud y al placer. Los mejillones, el pulpo cocido en su jugo, palitos de mar y angurifias, son ejemplos de presentaciones que engloban lo saludable de los productos de mar y la celeridad en la preparación.

Los **Bocados Crujientes de Merluza** y las **Piruletas Crujientes de Langostinos** -algunos de los lanzamientos más innovadores de la marca- fueron nominados como productos finalistas en los **Seafood Excellence Global Awards** dentro del **Seafood Expo Global** de Bruselas, premios que reconocen a los mejores productos del mar elaborados en diferentes categorías.

Asimismo, junto al Grupo Kabuki, el Grupo Nueva Pescanova está comercializando **comida asiática** a domicilio en España y en varios restaurantes en Madrid. También en el canal Food Service, tanto en restauración social como en restauración comercial. Se trata de una propuesta diferenciadora soportado por un plan digital (e-commerce).

En 2018, se constituye la sociedad **Katei Alimentación S.L.** con Kabuki, de la que el Grupo posee el 50% del capital social, a través de la cual se están creando nueve plantas de elaboración de comida japonesa en toda España para el retail y el food service. El proyecto da continuidad a la alianza que mantienen ambas empresas desde 2012 y aspira a convertirse en la plataforma de referencia en distribución de sushi.

En virtud de esta Joint Venture, el Grupo Nueva Pescanova aporta el conocimiento industrial y su posición como referente en el sector del “seafood”, mientras Grupo Kabuki contribuye con el know-how en sushi y su seña de calidad e innovación.

LA MARCA PESCANOVA



Con el nacimiento de Nueva Pescanova, la Compañía decidió apostar por la marca, una lovetmark muy querida y reconocida por los consumidores, y afrontar una renovación de su identidad. El nuevo posicionamiento de la marca, fiel al concepto "FRESCURA", se ha visto proyectado en un rediseño integral que ha implicado también al claim, al packaging y a sus iconos.

	ANTES	AHORA
Logo		
Claim	Lo bueno sale bien	NO PERDAMOS LA FRESCURA
Packaging		
Rodolfo		
Grumetes		

5ª MARCA

Es la quinta marca que más veces entra al año en los hogares españoles

TOP 50

Nueva Pescanova, entre las 50 empresas con mejor Reputación de España

11,2 MILLONES

En 2018 la marca entró en 11.200.000 de hogares en España

EN LAS MEJORES FERIAS DEL SECTOR



- **Febrero.** Feria HIP: Horeca Professional Expo. Pescanova patrocinó el espacio de Restaurant Trends, donde ofreció parte del catering a los asistentes del congreso desde su stand de Tapeo.

Además, presentó la nueva página web exclusiva del Grupo para el sector hostelero, <https://fishsolutions.pescanova.es>, a través de la cual ofrece apoyo a los profesionales con la mejor oferta de productos y con un asesoramiento especializado para la gestión de su negocio.
- **En marzo**, el Grupo Nueva Pescanova presentó en **Boston** su nueva gama de brochetas de langostino y pescado “Seafood Tapas”, en el segmento de refrigerados, siendo seleccionada como una de las 30 mejores innovaciones del sector en la Seafood Expo North America. El stand fue concebido como un espectacular Seafood Tapas Market.
- **En abril**, la Compañía presentó un año más sus productos más innovadores en la **Seafood Expo Global de Bruselas**. Los últimos lanzamientos más innovadores de la marca, los Bocados Crujientes de Merluza, las Piruletas Crujientes de Langostinos y el Carpaccio de Langostinos, fueron nominados finalistas de los Seafood Excellence Global Awards, premios que reconocen a los mejores productos del mar elaborados en diferentes categorías.
- **También en abril**, el Grupo participó en la **Feria Alimentaria en Barcelona**. Dentro del programa de la Feria, en Innoval 4, presentó sus últimas novedades: el Bocata marinero, disponible en servicio de aerolíneas y hostelería; la gama “Sabores del Mundo”, recetas étnicas formado por tartar, ceviche y carpaccio de langostino; además de los Bocados de merluza y Piruletas de langostinos, de la gama “Tapeo”; y las Lonchas de mar, para desayunos y meriendas.



- **En octubre**, la Compañía fue fiel a su cita con la Feria Internacional de Productos del Mar Congelados (Conxemar), marco elegido para el regreso de su icono Rodolfo Langostino con el fin de presentar su nueva gama de langostinos “con garantía de bigotes”.
- **En noviembre**, Pescanova participó en la **CIIE de Shanghái**, una de las ferias más importantes de China, donde contó con un espacio en el que degustar y dar a conocer la calidad e innovación de sus productos.



PESCANOVA EN TV

RODOLFO #Eligebigote

La campaña de Navidad de Pescanova para anunciar los Rodolfos tuvo como protagonista al exseleccionador nacional Vicente del Bosque, que para ilustrar que los bigotes son sinónimo de identidad y calidad, se afeitó su icónico bigote de 50 años de historia.

La campaña se emitió en TV y radio, y se proyectó y promocionó a través de redes sociales, así como en prensa, destacando, en particular, una falsa portada del diario deportivo Marca, el periódico más vendido de España.



DESENVÍDATE

Con la campaña de verano “Desenvídate”, Pescanova quiso animar a los españoles que se quedan en casa a “desenviarse” de los afortunados que disfrutaban de sus vacaciones, llevando el espíritu del mar, con los productos Pescanova, a aquéllos que estaban trabajando. Para ello, escogió cuatro de sus productos estrella (para practicar la “desenvidia”): el gambón salvaje, el mejillón cocido al natural, las patas de pulpo cocidas en su jugo y los palitos de mar refrigerados.

Concursos

PESKITOS

Pescanova lanzó un concurso de dibujo infantil para elegir un nuevo animal marino para su gama Peskitos, dentro de su estrategia de comunicar entre los niños valores como el cuidado del medioambiente, el amor por el mar y una dieta saludable.





GASTROBÚS, EMBAJADOR DE PESCANOVA

El GastroBús de Pescanova continuó llevando la marca Pescanova y sus productos por toda la geografía nacional. Con una imagen fresca y actual, participó en conciertos, eventos deportivos... como los festivales de **Vigo SeaFest** y **Festival ARVI do Peixe**, el **Atlantic Fest** en Isla de Arousa, en **La Vuelta Ciclista a España** en Madrid y en Orense, en el **Congreso AECOC de Productos del Mar**, en el mercadillo navideño de **El Corte Inglés** de la Castellana, en la **Cabalgata de Reyes de Vigo** o en la **Feria de Sevilla**, entre otros.



LA GRUMETA

En marzo, nació La Grumeta: un nuevo personaje que complementa al histórico Grumete creado en 1997, difundiendo valores como la igualdad y el respeto entre el público infantil.



10.3. EMPLEADOS EN EL MUNDO

MÁS DE 10.000 PERSONAS EN CUATRO CONTINENTES

Las personas constituyen el activo más valioso del Grupo Nueva Pescanova. Y la mejor forma de valorar a quienes hacen posible el éxito de la Compañía es hacer que sea un lugar excelente para trabajar. El respeto a la diversidad, la seguridad, el crecimiento profesional y el orgullo de sentirse parte del Grupo son bases para el éxito de la empresa.



CRECIMIENTO PROFESIONAL

Con políticas orientadas al desarrollo personal y profesional mediante programas de formación, valoración continua y compensación.

SEGURIDAD LABORAL Y BIENESTAR DE LOS TRABAJADORES

Promueve un entorno de trabajo seguro y saludable mediante un sistema eficaz de prevención de riesgos laborales y campañas de mejora de la salud y clima laboral.

DIVERSIDAD E IGUALDAD

Respeta y protege los derechos laborales y se compromete a impulsar la diversidad y la igualdad de oportunidades y la conciliación de la vida familiar y laboral.

Con 10.000 trabajadores en cuatro continentes, Nueva Pescanova apuesta firmemente por el trabajo en equipo y por una gestión del talento flexible, donde potencia las carreras internacionales y permite el desarrollo personal.



FORMACIÓN

TRABAJANDO POR LA MEJORA CONTINUA

El Grupo Nueva Pescanova tiene por objetivo atraer el mejor talento y se esfuerza en ofrecer a sus profesionales oportunidades laborales y de desarrollo. Por ello, apuesta por la mejora continua de sus trabajadores potenciando iniciativas de formación que favorezcan su modernización y gestión y la mejora de sus competencias.

78.447 HORAS DE FORMACIÓN TOTALES EN 2018	3.984 HORAS DE FORMACIÓN DIRECCIÓN	41.698 HORAS DE FORMACIÓN MANDOS INTERMEDIOS	32.765 HORAS DE FORMACIÓN ESPECIALISTAS/ OPERARIOS
---	--	--	--

PROYECTO ÁBACO



Para desarrollar el liderazgo de los equipos y las personas, ha puesto en marcha el Proyecto Ábaco, un Modelo Global de la Gestión del Talento, mediante la herramienta Success Factors de SAP, para que los empleados disfruten de un plan personalizado de crecimiento profesional que identifique sus principales talentos, áreas de mejora y formación necesaria.

1.026 PERSONAS YA PARTICIPABAN EN ÁBACO AL CIERRE DEL EJERCICIO 2018

El horizonte marcado en el Plan Estratégico 2020 es integrar en el Proyecto a 4.000 trabajadores. Su mecánica es:

1. Fijación de Objetivos entre mánager y colaborador. El colaborador establece con su mánager los objetivos individuales para ese ejercicio, junto con unas competencias asociadas al perfil del puesto de trabajo que se desempeña.

2. Revisión Semestral de Objetivos y la valoración del desempeño. A mitad de año los colaboradores realizan una autoevaluación y reciben una valoración por parte

de su mánager, que tiene en cuenta tanto los objetivos como las competencias.

3. Valoración Anual de objetivos y desempeño. Finalizado el ejercicio, se valora el grado de cumplimiento de objetivos y las competencias asociadas, para fijar los objetivos del siguiente ejercicio.

Además, en el Procedimiento General de Gestión del Talento se distinguen otros tres subprocesos:

- **Promoción interna** — Basada en los méritos profesionales, el grado de cumplimiento de los objetivos de desempeño y las competencias de sus empleados.
- **Valoración del desempeño** — Con dos criterios fundamentales: el grado de cumplimiento de los objetivos establecidos y las competencias exigidas a cada uno de los puestos.
- **Sucesión** — Cuyo propósito es formar y preparar al mejor talento para ocupar puestos de responsabilidad fundamentales para la permanencia, la sostenibilidad y buen desarrollo de la Compañía.



PREVENCIÓN

ANTICIPACIÓN Y SEGURIDAD

-7%

ACCIDENTES
LABORALES

-41%

ÍNDICE FRECUENCIA
ACCIDENTES

-76,5%

INDICE DE
GRAVEDAD

-27%

JORNADAS PERDIDAS
POR ACCIDENTES

Los costes derivados por accidentes en 2018 se han reducido en un 40%, lo que supone un ahorro de 51.885 €.

La Compañía pone todo su empeño en mejorar las políticas preventivas con el objetivo de reducir a cero la accidentabilidad de sus empleados. A través de su **Política Corporativa de Seguridad y Salud Laboral**, establece su compromiso con el cumplimiento estricto de las obligaciones en esta materia, según lo establecido en las distintas normas y reglamentos, tanto nacionales como internacionales, siendo sometida a una auditoría por parte de BUREAU VERITAS, que certifica su cumplimiento.

Se ha diseñado e implantado por cada sector de actividad del Grupo un **Sistema Integral de Gestión de la Prevención de Riesgos Laborales**, siguiendo estrictamente los requerimientos legales de los países en los que la Compañía está presente, y superándolos en muchos casos donde la legislación no está tan desarrollada como la española.

El **Manual de Procedimientos Operativos de Trabajo** contiene 21 Procedimientos Preventivos que garantizan el cumplimiento de las actividades bajo unas normas específicas de seguridad laboral. Por cada centro de trabajo del Grupo, se desarrollan una serie de Registros que son revisados de forma anual, trimestral o mensual, según la temporalización fijada:

- Evaluación de riesgos laborales
- Plan de acción
- Estudios ergonómicos
- Mediciones higiénicas
- Planes de emergencias y autoprotección
- Vigilancia de la salud
- Visitas periódicas de seguridad
- Investigaciones de accidentes
- Memorias de actividades
- Planificación anual de actividades
- Fijación de objetivos anuales
- Reuniones comités de seguridad y salud
- Formación en materia de prevención
- Estadísticas de accidentes
- Análisis de costes de accidentes

DIVERSIDAD E IGUALDAD

En el Código Ético se sancionan los principios de no discriminación e igualdad de oportunidad entre mujeres y hombres. El Grupo defiende la igualdad de oportunidades y trato independientemente del género, raza, religión, discapacidad, estado civil, orientación sexual, situación familiar, edad o cualquier otra condición.

Empleados por país

AMÉRICA

Argentina 743

Brasil 16

Ecuador 1.914

Guatemala 777

Nicaragua 1.273

Perú 97

Uruguay 88

USA 27

9.749
Empleados totales

Empleados por sexo



3.428 mujeres



6.321 hombres

No se incluyen datos de los empleados de las empresas de trabajo temporal contratadas por el Grupo.

EUROPA

España 1.208

Francia 190

Grecia 15

Irlanda 25

Italia 18

Portugal 30

ÁFRICA

Mozambique 691

Namibia 2.634

Sudáfrica 3

Angola 72

10.4. PROVEEDORES

Junto con la planificación de la demanda, la innovación, la eficiencia, la participación y la calidad, la Red Global de Suministro constituye una de las seis claves para lograr la excelencia del Grupo Nueva Pescanova.



Para preservar los valores de **honestidad, la integridad y la transparencia**, el Grupo apoya y firma códigos de buenas prácticas comerciales y programas de autorregulación y comunicación responsable con sus empresas vinculadas.

CARTA ÉTICA Y SOCIAL DEL PROVEEDOR

A través de la **Carta Ética y Social del Proveedor**, los proveedores **deben estar alineados con las políticas de conducta de la empresa**. Contiene el conjunto de principios de actuación profesional y normas de conducta empresarial que exige de aquéllos con los que contrata la adquisición de bienes, productos, materias primas o servicios, a través de la suscripción de la Declaración Responsable que anexa, que fue firmada en 2018 por un total de 306 proveedores de todo el mundo.

Además, otras normativas regulan la relación entre la Compañía y sus proveedores:

- La Política Corporativa de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria.

- El Protocolo de actuación en materia de Donaciones de Alimentos.
- El Decálogo de Nuestro Código Ético y el Decálogo Ético y Social del Proveedor.

POLÍTICA CORPORATIVA Y PROCEDIMIENTO GENERAL DE COMPRAS

Mediante estas dos normas corporativas se establece el conjunto de valores y principios de actuación que sustentan las relaciones de compras del Grupo con sus proveedores, así como el conjunto de subprocesos que deben realizarse de forma sistemática en cada operación de compra del Grupo.

Los profesionales del Grupo Nueva Pescanova actuarán en todo momento con estricto cumplimiento de la legalidad vigente, con integridad, imparcialidad, objetividad y transparencia, evitando cualquier clase de interferencia o influencia de proveedores, potenciales proveedores o de terceros que pudieran alterar tal imparcialidad y objetividad.



10.5. MEDIO AMBIENTE Y BIODIVERSIDAD

RESPONSABLES DEL FUTURO DEL PLANETA

La reducción del consumo de agua, energía y materiales, de emisiones y de residuos, y el respeto al entorno natural, son objeto de implementación prioritaria para el Grupo Nueva Pescanova en materia de gestión medioambiental.



REDUCCIÓN DEL CONSUMO DE AGUA, ENERGÍA Y MATERIALES

La **optimización del uso de energía** en el proceso pesquero, acuícola y de elaboración de producto final es un objetivo claro de gestión y de sostenibilidad.

VOLUMEN TOTAL DE AGUA UTILIZADA POR TIPO DE FUENTE Y CONSUMO

FUENTE	VOLUMEN DE AGUA UTILIZADA [x1.000 M3]	ALCANCE (PAÍSES)	USO ASIGNADO
Aguas superficiales, incluida el agua de humedales, ríos, lagos y océanos	1.201,6	Ecuador, España, Nicaragua Argentina, Namibia, Uruguay	Industrial Para potabilización por osmosis inversa, en flota pesquera y/o industria
Aguas subterráneas	306,8	Ecuador, España, Guatemala, Namibia, Nicaragua, Perú	Consumo humano, lavados y limpieza
Agua de lluvia recogida y almacenada directamente por la organización	4,3	Mozambique, Nicaragua	Lavados y limpieza
Suministros municipales de agua u otros servicios hídricos públicos o privados	532,5	Ecuador, España, Francia, Mozambique, Namibia	Consumo humano, proceso, lavados y limpieza
TOTAL	2.045,3	Argentina, Ecuador, España, Francia, Guatemala, Mozambique, Namibia, Nicaragua, Perú, Uruguay	
Indicador de eficiencia de uso de agua [m3/t prod]	10,8		
USO NO CONSUNTIVO			
Aguas superficiales, incluida el agua de humedales, ríos, lagos y océanos	2.128.202,5	Ecuador, España, Guatemala, Nicaragua	Medio de cultivo en granjas de acuicultura

CONSUMO GLOBAL DE ENERGÍA GENERADA POR QUEMA DE COMBUSTIBLES Y POR CONSUMO DE ELECTRICIDAD, EN EL EJERCICIO 2018

FUENTE DE ENERGÍA	CONSUMO DE ENERGÍA [MWH]
Diésel	584.135,9
Gas natural	43.157,6
Otros combustibles	14.585,5
Electricidad	136.528,6
TOTAL	778.407,6
Indicador de eficiencia energética [MWh/t prod]	4,1

REDUCCIÓN DE EMISIONES Y DE RESIDUOS

INDICADOR DE EFICIENCIA ENERGÉTICA (ENERGÍA POR PRODUCTO FINAL) POR ACTIVIDAD Y PAÍS, EN EL EJERCICIO 2018

ACTIVIDAD Y PAÍS	INDICADOR DE EFICIENCIA ENERGÉTICA [KWH/KG PROD]
Acuicultura¹	
Ecuador	2,8
España	9,2
Guatemala	4,3
Nicaragua	2,1
Pesca²	
Argentina	5,0
Mozambique	34,8
Namibia	3,6
Uruguay	7,2
Elaboración³	
España	2,2
Francia	1,3
Namibia	9,0
Perú	0,5

(1) depende del proceso productivo (intensivo/extensivo) y la duración del ciclo de vida de la especie cultivada.

(2) depende del consumo específico para la propulsión, operación y congelación en los buques. El indicador de Mozambique refleja una captura/barco/día de pesca más baja.

(3) depende de la complejidad de la línea de proceso y de las necesidades de congelación.



En sus diferentes actividades de pesca, acuicultura y elaboración, el Grupo Nueva Pescanova clasifica los residuos generados por su peligrosidad y tipo de valorización efectuada. Las cantidades identificadas referentes al año 2018 se indican en la siguiente tabla:

CLASIFICACIÓN DE RESIDUOS POR SU PELIGROSIDAD Y TIPO DE VALORIZACIÓN EFECTUADA, EN EL EJERCICIO 2018

TIPOLOGÍA Y VALORIZACIÓN	CANTIDAD GENERADA [T]
Residuos peligrosos para gestor autorizado	3.690,0
Residuos no peligrosos	781.859,1
Reciclados	772.749,6
Recuperados	1.898,2
Compostados	1.037,3
Para gestor autorizado	6.174,0



PROTECCIÓN DE LA BIODIVERSIDAD



La pesca tiene un carácter intrínseco de exploración de especies de valor económico que, mal gestionada, puede causar impactos de agotamiento de las poblaciones de estas especies y/o interferir con otras y amenazar el equilibrio del ecosistema marino. Por ello, trata de garantizar que su actividad pesquera se rija siempre por los principios de gestión racional de los recursos biológicos y el mantenimiento de la biodiversidad y calidad medioambiental necesarias para el buen funcionamiento de este ecosistema.

Por eso, el Grupo Nueva Pescanova está comprometido y asume los principios y normas establecidos en el **Código de Conducta para la Pesca Responsable de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO)**, además del cumplimiento y respeto por las disposiciones internacionales, nacionales, regionales o locales reguladoras del Derecho del Mar y de las actividades acuícolas vigentes en los países donde ejerce su actividad pesquera y acuícola.

En los principios de actuación pesquera responsable, la Compañía se preocupa por:

- **Combatir la pesca ilegal**, no declarada y no reglamentada (INDNR),
- **Adoptar artes y prácticas de pesca selectivas y ambientalmente seguras.**

- **Evitar la sobreexplotación** cumpliendo con las medidas de ordenación pertinentes,
- **Reducir al mínimo el desperdicio** en las fases de captura, manipulación, procesamiento y distribución del pescado y de los productos pesqueros;
- Participar con los gobiernos y las organizaciones no gubernamentales (ONG) en la **conservación de los recursos pesqueros y la ordenación y el desarrollo de la pesca.**

Además, **potencia la acuicultura** como una importante fuente de proteína animal, reduciendo la presión sobre los caladeros salvajes y garantizando los recursos sostenibles, seguros, saludables y controlados. Se compromete con el cultivo responsable en sus granjas de acuicultura para contribuir a la conservación y el uso sostenible de los recursos naturales, promoviendo su utilización óptima y manteniendo su disponibilidad y calidad para las generaciones actuales y futuras.

En este sentido, la Compañía ha establecido su compromiso con la responsabilidad pesquera y acuícola mediante la certificación de todas sus capturas pesqueras y de producción acuícola por estándares de sostenibilidad pertinentes, reconocidos internacionalmente, y cuyos principios se alinean con los mencionados antes, o como mínimo cumplidores de los de pesca responsable de la FAO.

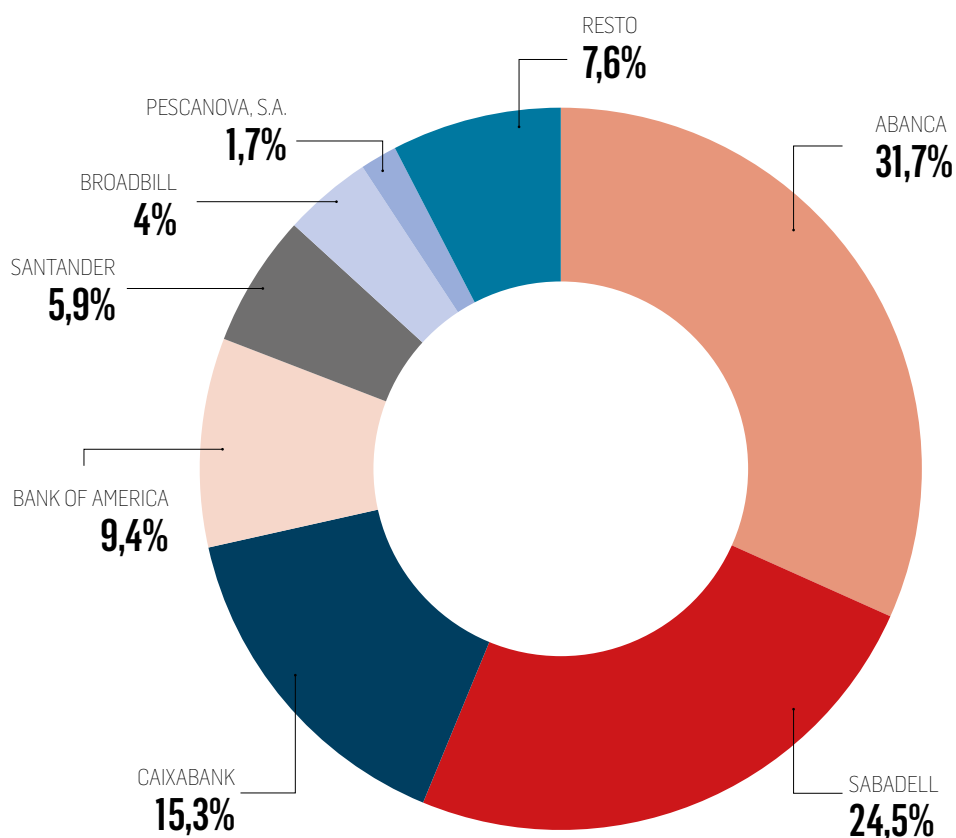
10.6. ACCIONISTAS

CONFIANZA PARA CONTINUAR NAVEGANDO CON BUEN RUMBO

Al igual que en 2015 -cuando se evitó una liquidación de la antigua Pescanova-, el esfuerzo de todos empleados y la implicación y apuesta de los socios de la Compañía, tanto a la hora de refundar la empresa como su continua apuesta por el futuro del Grupo, ha sido vital para el resurgir de Nueva Pescanova.

COMPOSICIÓN SOCIETARIA DEL GRUPO NUEVA PESCANOVA

A fecha de 1 de junio de 2019 la composición societaria de la Compañía es la siguiente:



10.7. SOCIEDAD Y COMUNIDADES LOCALES

La identidad social y responsable del Grupo Nueva Pescanova está comprometida con sus personas y las comunidades donde opera, dos de sus cuatro pilares de su política de Responsabilidad Social Corporativa. En este sentido, se compromete con el desarrollo de comunidades más prósperas generando riqueza, oportunidades de trabajo y formación allí donde está presente, implicándose en el desarrollo de una sociedad civil sostenible y ética en estrecha colaboración con las instituciones gubernamentales, ONGs y organismos privados.



Todas las empresas del Grupo Nueva Pescanova siguen las siguientes directrices:

- **Promover y crear empleo estable y de calidad**, fomentando la formación continua y el desarrollo profesional.
- **Invertir en activos de calidad que favorezcan un modelo productivo, eficiente y sostenible** y, por tanto, en alineamiento con el Código Ético y los programas de Responsabilidad Pesquera, Acuícola, Industrial, Comercial y Medioambiental de la Compañía.
- Favorecer la mejora de la calidad de vida de los entornos donde desarrolla su actividad a través de programas de obra social, **apoyando acciones y proyectos de mejora educativa y bienestar**, así como de inversión en las infraestructuras necesarias permitiendo el desarrollo sostenible de las actividades del grupo en la comunidad.

En los últimos tres años la Compañía ha apoyado o impulsado acciones y proyectos específicos de **desarrollo social, educativo, cultural y comercial** en los países en los que opera. En ellos, contribuye al consumo de pescado, fomenta de actividades sobre la historia y la cultura de los países de origen, promociona nuevos oficios y forma a través de programas como la capacitación técnico-profesional de cooperación, invierte en programas de viviendas, guarderías y colegios, apoya a comunidades en situación de riesgo, etc...

COMUNIDADES LOCALES Y VÍAS DE DIÁLOGO

Las relaciones del Grupo y sus profesionales con sus Grupos de Interés están basadas en la **colaboración, la cooperación, la involucración y la comunicación bidireccional** capaz de construir relaciones de confianza de forma continuada, construidas sobre principios éticos, de igualdad de trato, de transparencia y de escucha activa, permitiendo considerar los legítimos intereses de los colectivos y comunicando de forma eficaz la información sobre sus actividades y negocios.

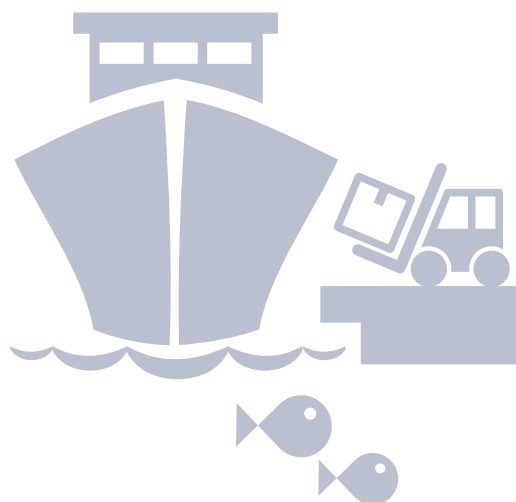
De entre los Grupos de Interés que la Compañía tiene formalmente identificados destacan las “**comunidades locales**”, con los que ha establecido canales de diálogo para realizar escucha activa de sus necesidades y expectativas y trasladar de forma ética y eficaz la información de las actividades de las diferentes empresas del Grupo.

Además de los canales de comunicación habituales, conforme a la estrategia de comunicación corporativa de la Compañía, existen otras vías de diálogo con esas comunidades locales a través de la **promoción, gestión y desarrollo de actividades educativas, culturales o deportivas** en los diferentes países en los que está presente.

DESARROLLO LOCAL

Desde sus orígenes, Nueva Pescanova apuesta por la **integración e implantación local**. Así, ha contribuido al desarrollo de distintas comunidades en las que opera, tales como Lüderitz, en Namibia, o Beira en Mozambique, mejorando las condiciones de vida de sus habitantes.

A través de las empresas locales del Grupo, como **NovaNam** en Namibia, **Pescamar** en Mozambique, **Pro-marisco** en Ecuador o **Novaguatemala** en Guatemala, ha ayudado al desarrollo socioeconómico respetando y manteniendo sus costumbres y tradiciones locales, impulsando e invirtiendo en proyectos como la **creación de viviendas dignas, guarderías para hijos de empleados, colegios, comercios, ordenamiento urbano, acceso a estudios, planes de formación y puestos de trabajo de responsabilidad para nativos**, entre otras muchas acciones.



EMPLEO Y FORMACIÓN

El desarrollo personal y profesional de las **Personas** que forman el Grupo Nueva Pescanova y la contribución a la mejora de la calidad de vida de las **Comunidades** en las que está presente son parte capital de su estrategia y de su **Plan Director de RSC**.

EL GRUPO GENERA EL 84,5% DE SU EMPLEO EN ÁFRICA Y LATINOAMÉRICA

En África, el Grupo está muy presente en **Namibia y Mozambique**, donde emplea a un total de 3.325 personas: 2.634 personas entre Luderitz y Walvis Bay (Namibia) y a 691 personas en Beira (Mozambique). En dichos países ha desarrollado **programas de transferencia de conocimiento de oficios relacionados con la pesca** como, por ejemplo, el oficio de rederos, favoreciendo así el desarrollo del empleo local.

El foco en la educación y la formación permanente de los equipos de Nueva Pescanova es la palanca sobre la que el Grupo favorece el desarrollo local a partir de las inversiones en activos generadoras de empleo en las comunidades en las que está presente.

Durante el año 2018, el Grupo ha continuado con los **programas de alfabetización y educación general básica** en países como Ecuador y Namibia, los cuales permiten lograr un mejor nivel educativo individual entre los trabajadores, registrando 62 empleados en el **Namibian College of Open Learning (Namcol)** y 29 en los **programas educativos de Ecuador** en el periodo 2016-2018.

El Grupo, a través de **NOVANAM**, contribuye con programas de educación en la ciudad de Lüderitz (Namibia) con una **guardería para los hijos e hijas de sus profesionales**, en la cual se atienden a 86 niños y niñas.

En el aspecto social, continúa con la importante labor educativa de su **colegio (CEPAC)** en la localidad guatemalteca de Champerico, que matricula cada año a cerca de 600 alumnos, desde infantil a formación profesional.

DESGLOSE POR REGIONES DE CREACIÓN DE EMPLEO DEL GRUPO NUEVA PESCANOVA

ÁFRICA	EUROPA Y USA
MUJERES 1.331	MUJERES 771
HOMBRES 1.997	HOMBRES 742
TOTAL 3.328	TOTAL 1.513
LATINOAMÉRICA	TOTAL
MUJERES 1.326	MUJERES 3.428
HOMBRES 3.582	HOMBRES 6.321
TOTAL 4.908	TOTAL 9.749



5 SENSES: I SEE WITH MY EYES
I HEAR WITH MY EARS
I SMELL WITH MY NOSE
I TASTE WITH MY TONGUE
I TOUCH WITH MY HAND
Days of the Week

PRINCESS OF everything!

10



MEDIO AMBIENTE

En África, el Grupo ha implantado programas que favorecen la **recuperación de flora**, como palmeras en Luderitz (Namibia), o de **limpieza del entorno y recogida de residuos** en la ciudad de Beira (Mozambique).

En Latinoamérica continúa con el desarrollo de **programas de gestión medioambiental**, como la reforestación de flora autóctona y manglar, y la repoblación de fauna, como iguanas y tortugas, ayudando con ello a la conservación del Estero Real en Chinandega (Nicaragua) y a la recuperación de espacios naturales en Champerico (Guatemala), y Duran (Ecuador).

SOCIEDAD

En todos los países y localidades en las que está presente el Grupo Nueva Pescanova forma parte de **asociaciones** —locales, regionales y nacionales—, que contribuyen al desarrollo social, económico y medioambiental. Entre los entes asociativos en los que participa, destacan:

- **PESCA:** **ARVI** (Cooperativa de Armadores de Pesca del Puerto de Vigo); **CEPESCA** (Confederación Española de Pesca); **AMAPIC** (Asociación Mozambiqueña de Armadores de Pesca Industrial de Camarón); **CAPA** (Cámara de Armadores de Poteros de Argentina), **NHFA** (siglas en inglés de la **Namibian Hake Fishing Association**); **CNFA** (**Confederation of Namibian Fishing**); o **COLTO** (**Coalition of Legal Toothfish Operators**).
- **ACUICULTURA:** **APROMAR** (Asociación Empresarial de Acuicultura de España); **CETGA** (Clúster de Acuicultura de Galicia); **ANDA** (Asociación Nicaragüense de Acuicultores); y **CNA** (Cámara Nacional Acuicultura de Ecuador).

- **TRANSFORMACIÓN:** **ASEFAPRE** (Asociación Española de Fabricantes de Platos Preparados); **ANFACO-CECOPECA** (Asociación Nacional de Fabricantes de Conservas de Pescados y Mariscos - Centro Técnico Nacional de Conservación de Productos de la Pesca, España); **AME** (Asociación Multisectorial de Empresas de Alimentación y Bebidas, España); o **FIAB** (Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas).
- **COMERCIO:** **AECOC** (Asociación Española de Codificación Comercial); **GS1 Portugal - CODIPOR** (**Associação Portuguesa de Identificação e Codificação de Produtos**); **PROMARCA** (Asociación Española de Empresas Fabricantes de Marcas Líderes de Gran Consumo); **CENTROMARCA** (**Associação Portuguesa de Empresas de Produtos de Marca**); o **FMRE** (Foro de Marcas Renombradas Españolas).
- **SOSTENIBILIDAD:** **GSSI** (**Global Sustainable Seafood Initiative**); **SFP** (**Sustainable Fisheries Partnership**); **GAA** (**Global Aquaculture Alliance**); **ECOEMBES** (Ecoembalajes España, S.A.); o **SPV** (**Sociedade Ponto Verde**, Portugal).
- **I+D Y CALIDAD:** **AINIA** (Instituto Tecnológico de la Industria Agroalimentaria, España); **AIMEN Centro Tecnológico** (Asociación de Investigación Metalúrgica del Noroeste, España); o **AEC** (Asociación Española para la Calidad).
- **PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN:** **AEA** (Asociación Española de Anunciantes) y **AUTOCONTROL** (Organismo Independiente de Autorregulación de la Industria Publicitaria en España).

CONSUMO

El Grupo Nueva Pescanova ha desarrollado durante 2018 **programas de incremento del consumo de pescado** entre la población namibia y favorecido la incorporación de la proteína de pescado en Mozambique, mediante la comercialización de las especies de acompañamiento de langostino a través de canales de distribución comercial locales.



La Compañía apoya o impulsa un ambicioso programa de acciones y proyectos específicos de desarrollo social, educativo, comercial y cultural en los países en los que opera

PATROCINIO

En lo que a patrocinios se refiere, a través de sus sociedades españolas y extranjeras, participa en diversas iniciativas y proyectos de los ámbitos social, cultural, educativo y cooperación al desarrollo, entre otros.

En el ámbito educativo destacan los **patrocinios** a través de su fundación **FUNDANOVA** (Guatemala) del **colegio CEPAC** en Champerico (Guatemala) y la **guardería** para los hijos de sus empleados de la factoría de **NOVANAM** en Lüderitz (Namibia).

En el ámbito medioambiental, las colaboraciones en **programas de limpieza de zonas costeras** como la realizada en España, a través del **Programa Libera con ECOEMBES y SEO BIRDLIFE**; en Namibia, colaborando en el 1 de mayo, **Día Nacional de la Limpieza**; en Guatemala, con la **limpieza y encalado de aceras y eliminación de vertederos clandestinos en Champerico**; en Mozambique, con el **Día de la Limpieza de Playas** en Beira; programas todos ellos donde el apadrinamiento y la colaboración voluntaria de los equipos de la Compañía ha sido clave en su éxito.

En España, durante el año 2018, se ha colaborado en la organización de la quinta edición del **Foro Internacional del Parlamento Europeo de la Juventud en Galicia**.

En el ámbito social destacan las **donaciones** de productos que se realizan a comunidades locales y a los veteranos de la armada en Namibia, a familias con bajos ingresos en Guatemala, la colaboración con la asociación de padres con hijos con capacidades diferentes "Los Pipitos" o los acuerdos de colaboración con los bancos de alimentos en España.

19.658

KILOS DE
ALIMENTOS
DONADOS EN 2018

DONACIONES DE ALIMENTOS

Para ordenar estas acciones de donaciones de los productos la Compañía se ha dotado del Protocolo de Actuación en materia de Donaciones de Alimentos. El 23 de enero de 2018, firmó un acuerdo con la Fundación Provincial del Banco de Alimentos de Vigo. Este acuerdo se sumaba así a las colaboraciones que el Grupo hace de forma activa y regula cada año con distintas organizaciones sociales en España.

De igual forma, el Grupo es socio de la Fundación Alimentum, y a través de ésta participa en el Día de la Alimentación Solidaria (DAS), colaborando con 56 Bancos de Alimentos que forman la Federación Española de Bancos de Alimentos (FESBAL). En el año 2018, el Grupo, en España, donó 19.658 kg de alimentos.

Adicionalmente, la Compañía continúa los programas de pasantías profesionales en Ecuador y Nicaragua, además de participar activamente ayudando en situaciones de catástrofe naturales.



RESPONSABLES CON “LA CIUDAD QUE NACIÓ DEL MAR”

Una buena carta de presentación de la política de Responsabilidad Social Corporativa del Grupo Nueva Pescanova lo constituye el documental “La Ciudad que Nació del Mar”. La película ofrece una reveladora y valiosa muestra del compromiso de la Compañía con las comunidades en las que está presente, actuando de forma ética, manteniendo su confianza y creando valor.

Presentada en la Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas de Madrid, “La ciudad que nació del mar” muestra la transformación de Lüderitz, una pequeña localidad entre el desierto y el mar al sur de Namibia que se ha convertido en un lugar de oportunidades, donde lo primero son las personas y el desarrollo de su comunidad.

La llegada de Pescanova en 1990 reactivó la vida de esta ciudad, que ahora ofrece trabajo, educación y oportunidades a sus habitantes. Un proceso de transformación que ha provocado la reactivación del flujo de personas hacia la ciudad, prácticamente abandonada hasta ese momento.

Basado en personajes e historias reales, el hilo conductor del documental es Nelago Kwedhi, la primera mujer de Namibia que ha conseguido el título de capitana de barco. La empresa local Novanam es uno de los ejemplos que mejor cristalizan la filosofía de la RSC de Pescanova. No es simplemente una compañía pesquera, es un equipo de personas que no entienden de barreras o fronteras. Entienden de esfuerzo e ilusión y lo aplican al cuidado de su trabajo y del entorno.

SE PUEDE VISIONAR EL DOCUMENTAL EN
EL SITE
WWW.LACIUDADQUENACIODELMAR.COM

En la actualidad, el Grupo cuenta en Namibia con dos filiales: Novanam y Lalandii, a través de las que da empleo a más de 2.000 personas, ofrece becas de estudio para los hijos de sus empleados y ha construido viviendas, guarderías y parques infantiles. Además, ha creado la primera tienda de pescado para acercar el consumo de productos del mar a la población y apuesta por la formación de sus trabajadores, dándoles oportunidades de crecimiento profesional en una zona que no tenía futuro, propiciando el desarrollo socioeconómico de la comunidad.



10.8. CONTRIBUCIÓN A LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE DE LAS NACIONES UNIDAS

En el Grupo Nueva Pescanova, se han alineado las estrategias de Responsabilidad Social Corporativa y Sostenibilidad con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Se asume así el compromiso con la Agenda 2030 de las Naciones Unidas incorporando los 17 ODS en todas sus actividades, ya sean la pesca, la acuicultura, o la elaboración y comercialización de productos del mar. Este compromiso se entiende, por tanto, transversal a los países donde el Grupo tiene presencia.



Convencidos del papel que los ODS ejercen en la sociedad y la economía para lograr la mejora de la calidad de vida de las personas y del entorno, y partiendo de sus principios de actuación responsable basados en los pilares Planeta, Personas, Producto y Comunidades, el Grupo analizó la contribución de los proyectos desarrollados en el ámbito de la RSC a los ODS, y de forma específica al cumplimiento de sus **169 metas específicas**. Este informe se refiere a los resultados obtenidos en el pormenorizado análisis de **226 proyectos de RSC** en cuatro países: Ecuador, Guatemala, Nicaragua y Namibia.

LA ESTRATEGIA DE RESPONSABILIDAD EMPRESARIAL DEL GRUPO CONTRIBUYE A LOS 17 ODS

En la parte inferior izquierda de cada uno de los 17 Objetivos, figura el número total de proyectos identificados en los países (Namibia, Nicaragua, Ecuador y Guatemala) y que contribuyen específicamente a cada uno de ellos.



Los tres ODS a los que el Grupo contribuye con más proyectos, en los cuatro países analizados, son:

- El 8 (Trabajo decente y crecimiento económico), con 88 proyectos.
- El 12 (Producción y consumo responsables), con 82 proyectos.
- El 9 (Industria, innovación e infraestructura), con 78 proyectos.

La misma tendencia se verifica en el análisis por actividades (pesca o acuicultura).

La totalidad de las operaciones realizadas resultantes de las iniciativas (proyectos y acciones) concretas desarrolladas en los cuatro países mencionados observan de forma activa cada uno de los principios o pilares de RSC del Grupo Nueva Pescanova, muestran su contribución a los 17 ODS, sin excepciones.

CONTRIBUCIÓN RELATIVA DEL NÚMERO DE PROYECTOS DESARROLLADOS POR EMPRESAS DEL GRUPO NUEVA PESCANOVA EN LOS PAÍSES CENTRADOS EN CULTIVO ACUÍCOLA (ECUADOR, GUATEMALA Y NICARAGUA) O PESCA (NAMIBIA), INCLUYENDO PROCESAMIENTO PRIMARIO, A CADA UNO DE LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE:

PROYECTOS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA (RSC) DEL GRUPO NUEVA PESCANOVA, EN CUATRO PAÍSES, Y SU CONTRIBUCIÓN A LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS) DE LA ONU:

PAÍS	PILAR DE RSC	Nº. PROYECTOS	TOTAL DE ODS
Ecuador		49	17
	Planeta	15	9
	Personas	14	9
	Producto	9	6
	Comunidades	11	10
Guatemala		47	17
	Planeta	18	13
	Personas	22	9
Namibia		70	17
	Planeta	25	11
	Personas	21	8
	Producto	8	5
Nicaragua		60	17
	Planeta	15	12
	Personas	32	10
	Producto	5	4
Global		226	17
	Comunidades	8	8
	Producto	5	4
	Personas	32	10

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)	PROYECTOS DE RSC EN PAÍSES ACUÍCOLAS	PROYECTOS DE RSC EN PAÍSES PESQUEROS	PROYECTOS TOTALES
1. FIN DE LA POBREZA	21	6	27
2. HAMBRE CERO	25	16	41
3. SALUD Y BIENESTAR	30	13	43
4. EDUCACIÓN DE CALIDAD	30	12	42
5. IGUALDAD DE GÉNERO	7	6	13
6. AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO	17	5	22
7. ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE	8	4	12
8. TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO	64	24	88
9. INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA	48	30	78
10. REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES	35	13	48
11. CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES	14	7	21
12. PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES	53	29	82
13. ACCIÓN POR EL CLIMA	17	9	26
14. VIDA SUBMARINA	26	10	36
15. VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES	18	1	19
16. PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS	10	2	12
17. ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS	33	9	42

<p>1 FIN DE LA POBREZA</p> 	<p>Creamos empleo sostenible, garantizamos la igualdad, reforzamos las capacidades profesionales contribuyendo a la mayor capacidad de generación de ingresos de las familias.</p>	<p>2 HAMBRE CERO</p> 	<p>Ejecutamos proyectos para favorecer el acceso de los grupos más vulnerables a alimentos y servicios básicos, y para lograr una explotación sostenible de los recursos, contribuyendo a su disponibilidad a largo plazo.</p>
<p>3 SALUD Y BIENESTAR</p> 	<p>Trabajamos en campañas educativas y de prevención de enfermedades; asegurando el chequeo médico periódico, programas de bienestar psicológico, actividades organizadas y hábitos de vida saludable para empleados, y productos saludables para el consumidor.</p>	<p>4 EDUCACIÓN DE CALIDAD</p> 	<p>Contamos con numerosos proyectos de formación que consisten desde asegurar una educación básica, hasta programas orientados a la finalización de estudios secundarios, y de becas para fomentar el acceso a la Universidad.</p>
<p>5 IGUALDAD DE GÉNERO</p> 	<p>Trabajamos activamente para asegurar la igualdad de oportunidades en el acceso al empleo y formación. También fomentamos la igualdad en puestos de responsabilidad.</p>	<p>6 AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO</p> 	<p>Apostamos por el desarrollo de nuevas tecnologías y equipos más eficientes, que necesitan de menos volumen de agua para operar, reduciendo considerablemente su consumo e el impacto ambiental.</p>
<p>7 ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE</p> 	<p>Implementamos medidas de gestión de eficiencia energética en plantas y buques, y trabajamos en proyectos de viabilidad del uso de energía de fuentes renovables en las granjas acuícolas y criaderos.</p>	<p>8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO</p> 	<p>Conscientes del impacto de la industria pesquera, apostamos por fomentar el empleo decente, asegurar la seguridad en los puestos de trabajo y promover la inclusión de todas las personas.</p>
<p>9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA</p> 	<p>Trabajamos por la mejora de procesos logísticos, invertimos en nuevas tecnologías y equipos más eficientes; favoreciendo el uso racional y sostenible de los recursos.</p>	<p>10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES</p> 	<p>Conscientes del impacto de la industria pesquera, apostamos por fomentar el empleo decente, asegurar la seguridad en los puestos de trabajo y promover la inclusión de todas las personas.</p>
<p>11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES</p> 	<p>Promovemos la mejora de los barrios marginales hacia asentamientos humanos sostenibles; y contribuimos a proteger y salvaguardar el patrimonio cultural y natural.</p>	<p>12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES</p> 	<p>Aseguramos los medios necesarios para lograr una gestión más sostenible de los recursos; reduciendo la contaminación química y biológica, controlando las emisiones, y promoviendo la economía circular mediante la valorización de residuos.</p>
<p>13 ACCIÓN POR EL CLIMA</p> 	<p>Trabajamos en el uso de las energías renovables, la reducción del consumo de combustibles fósiles y el ahorro energético, y implementamos proyectos de reforestación; contribuyendo a la mitigación de los efectos del cambio climático.</p>	<p>14 VIDA SUBMARINA</p> 	<p>Trabajamos por promover la gestión sostenible de la pesca y la acuicultura en los países donde operamos, protegiendo los recursos marinos para lograr su conservación.</p>
<p>15 VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES</p> 	<p>Llevamos a cabo proyectos que contribuyan a restablecer y reducir la degradación de los ecosistemas costeros y de agua dulce y su biodiversidad asociada.</p>	<p>16 PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS</p> 	<p>Trabajamos en políticas de cumplimiento normativo, cultura ética y RSC, promoviendo relaciones más justas y sólidas en todos los países donde operamos.</p>
<p>17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS</p> 	<p>Promovemos la construcción de alianzas eficaces con la sociedad civil, las administraciones públicas, academia y organizaciones sectoriales.</p>	<p>OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE</p> <p>17 OBJETIVOS PARA TRANSFORMAR NUESTRO MUNDO</p>	

RODOLFOS

La mayor señal de identidad
y calidad de Pescanova

UN SABOR Y ASPECTO
INSUPERABLE

MAYOR CALIDAD
DE PRODUCTO

SELECCIONADOS
UNO A UNO

NO TODOS LOS LANGOSTINOS
PUEDEN SER RODOLFOS



26



COCIDOS CON UN
PROCESO METICULOSO

EN DEFINITIVA... UNA
GARANTÍA DE BIGOTES

PASO 1

Los langostinos se crían
en nuestras granjas

PASO 2

Hacemos una selección
de los mejores

PASO 3

Los productos llegan intactos
desde el origen hasta tu mesa

2018 / 2019

CATÁLOGO



SOBRE ESTE INFORME



Este informe pretende ser una transición del antiguo **Informe Anual 2016-2017** hacia un informe plenamente integrado, el de 2019, que será formulado con el resto de información financiera y no financiera del **Grupo Nueva Pescanova**. Por tanto, este año el **Informe Integrado Nueva Pescanova 2018** convive con el **Estado de Información No Financiera (EINF)** incluido en el Informe de Gestión de las Cuentas Anuales Consolidadas y en cumplimiento de la **Ley 11/2018**.

En caso de discrepancias, este último prevalece, dado que, además, y en cumplimiento de la citada ley, ha sido verificado por el prestador independiente de servicios de verificación KPMG. Además, se ha considerado oportuno incluir la tabla de **Indicadores GRI** correspondiente a este **EINF** manteniendo la página correspondiente del mismo.

Este informe sigue las recomendaciones del **International Integrated Reporting Council (IIRC)** e igualmente se ha realizado utilizando el estándar del **Global Reporting Initiative** y, concretamente, los **Indicadores GRI Standard**. Usa como marco de referencia los **17 objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas**, e incluye, el resumen de dos pormenorizados análisis tanto de **Materialidad** como de la contribución del Grupo a la consecución de los **Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas**, cuyas versiones íntegras están disponibles en su web corporativa: www.nuevapescanova.com

11.1. TABLA GRI DEL ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA

Esta tabla de **Indicadores GRI** (Global Reporting Initiative) corresponde al **Estado de Información No Financiera (EINF)**.

Es un cuadro de equivalencias del **contenido informativo** obligado por la **Ley 11/2018, de 28 de diciembre**, en materia de Información no Financiera y Diversidad, los **17 aspectos identificados en la Matriz de Materialidad** del Grupo Nueva Pescanova y los **indicadores GRI Standard**.

Ley 11/2018	Matriz de Materialidad del Grupo Nueva Pescanova	GRI	Páginas EINF
Información sobre el respeto de los derechos humanos. Información relativa a la lucha contra la corrupción, el soborno y el blanqueo de capitales.	[1] Abogamos por la buena gobernanza	GRI 102-16 GRI 102-17 GRI 205-1 GRI 205-2 GRI 407-1 GRI 408-1 GRI 409-1 GRI 412-1 GRI 412-2	8-12 41-48 48-56
Información sobre cuestiones medioambientales: <ul style="list-style-type: none"> • Uso sostenible de los recursos 	[2] Reducimos nuestro consumo de energía, agua y materiales	GRI 301-1 GRI 302-1 GRI 302-4 GRI 303-1 GRI 303-3	8-11 17-21
Información sobre cuestiones medioambientales: <ul style="list-style-type: none"> • Contaminación • Economía circular y prevención y gestión de residuos • Cambio climático 	[3] Reducimos nuestras emisiones y residuos	GRI 301-2 GRI 305-1 GRI 305-2 GRI 305-6 GRI 306-2	8-11 22-26
Información sobre cuestiones medioambientales: <ul style="list-style-type: none"> • Protección de la biodiversidad 	[4] Respetamos el entorno natural actuando de forma responsable	GRI 304-1 GRI 304-2 GRI 304-3 GRI 307-1	8-11 26-30
Información sobre cuestiones sociales y relativas a nuestras personas: <ul style="list-style-type: none"> • Relaciones Sociales 	[5] Nos comprometemos con la responsabilidad laboral	GRI 102-41 GRI 103	36-37
Información sobre cuestiones sociales y relativas a nuestras personas: <ul style="list-style-type: none"> • Formación 	[6] Fomentamos el desarrollo profesional y personal	GRI 404-1 GRI 404-2 GRI 404-3	37-39
Información sobre cuestiones sociales y relativas a nuestras personas: <ul style="list-style-type: none"> • Salud y Seguridad 	[7] Trabajamos para mejorar la seguridad y salud laboral	GRI 403-1 GRI 403-2 GRI 403-3	35-36
Información sobre cuestiones sociales y relativas a nuestras personas: <ul style="list-style-type: none"> • Empleo • Organización del trabajo 	[8] Trabajamos para fortalecer el orgullo de pertenencia	GRI 102-8 GRI 401-1 GRI 401-2 GRI 401-3	30-35

Ley 11/2018	Matriz de Materialidad del Grupo Nueva Pescanova	GRI	Páginas EINF
Información sobre cuestiones sociales y relativas a nuestras personas: <ul style="list-style-type: none"> • Empleo • Accesibilidad • Igualdad 	[9] Impulsamos la igualdad y diversidad	GRI 308-2 GRI 414-2 GRI 416-1 GRI 418-1	30-35 39-41
Información sobre la Sociedad: <ul style="list-style-type: none"> • Subcontratación y proveedores • Consumidores 	[10] Garantizamos la seguridad alimentaria de nuestros productos	GRI 308-2 GRI 414-2 GRI 416-1 GRI 418-1	60 61-67
Información sobre la Sociedad: <ul style="list-style-type: none"> • Subcontratación y proveedores • Consumidores 	[11] Garantizamos la calidad de nuestros productos	GRI 308-2 GRI 414-2 GRI 416-1 GRI 418-1	60 61-67
Información sobre la Sociedad: <ul style="list-style-type: none"> • Consumidores 	[12] Ofrecemos productos saludables y nutritivos	GRI 416-1 GRI 418-1	61-67
Información sobre la Sociedad: <ul style="list-style-type: none"> • Consumidores 	[13] Innovamos para lograr máxima eficiencia y mejorar la satisfacción del consumidor	GRI 416-1 GRI 418-1	5-6 61-67
Información sobre la Sociedad: <ul style="list-style-type: none"> • Compromiso de la empresa con el desarrollo sostenible 	[14] Invertimos en activos e infraestructuras	GRI 103	56-59
Información sobre cuestiones sociales y relativas a nuestras personas: <ul style="list-style-type: none"> • Formación 	[15] Promovemos la creación de empleo a través de la transferencia de conocimiento y tecnología	GRI 404-1 GRI 404-2 GRI 404-3	37-38
Información sobre la Sociedad: <ul style="list-style-type: none"> • Subcontratación y proveedores • Consumidores 	[16] Valorizamos la historia, tradición y los productos del mar de nuestro entorno	GRI 308-2 GRI 414-2 GRI 416-1 GRI 418-1	59-60 60-66
Información sobre la Sociedad: <ul style="list-style-type: none"> • Compromiso de la empresa con el desarrollo sostenible 	[17] Encabezamos proyectos de desarrollo social	GRI 102-43 GRI 102-13 GRI 203-2 GRI 413-1 GRI 413-2	56-60



11.2. MATERIALIDAD

El Grupo Nueva Pescanova ha realizado un esfuerzo en recoger y catalogar todos los proyectos y acciones realizados por sus empresas en cuatro países piloto. El resultado del ejercicio ha sido positivo en cuanto a la identificación de proyectos y acciones RSC, a su alineación con los pilares de la política de RSC, a la cooperación con los grupos de interés, a la priorización de las áreas de trabajo que el Grupo debe promover en torno a su política de Sostenibilidad.

Se han identificado y clasificado **226 proyectos enfocados en RSC** en cuatro países en los que la Compañía ejerce, de forma significativa, su actividad: tres en acuicultura (Ecuador, Guatemala y Nicaragua) y uno en pesca (Namibia); suponiendo de forma agregada el 66% de los empleados equivalentes del Grupo.

El análisis de materialidad identifica dos aspectos materiales muy relevantes y determinantes de la exigencia máxima para el Grupo: la **seguridad alimentaria** de productos, y la **seguridad y salud laboral** de los empleados.

Otros aspectos materiales importantes son la reducción de consumos, la responsabilidad laboral, el respeto por el medioambiente, la gobernanza, y la calidad de los productos Pescanova.

Dada su alta relevancia, estos siete aspectos comparten la misma necesidad urgente de implementación en la forma de planes, proyectos y acciones sobre el terreno.

Los 4 principios guía de la RSC del Grupo Nueva Pescanova (Planeta, Personas, Producto y Comunidades) se aplican

directamente en proyectos desarrollados en los cuatro países analizados: promedio de 18, 22, 6 y 11 proyectos, respectivamente. Esto muestra la transversalidad de la RSC y sus proyectos, así como el alcance de la propia actividad de las empresas del Grupo.

El ejercicio de consulta realizado a los grupos de interés ha sido positivo, y los resultados obtenidos se consideran de gran valor, teniendo en cuenta que se trataba del primer ejercicio de estas características. El objetivo es realizar este análisis de manera periódica para asegurar que la estrategia del Grupo Nueva Pescanova esté alineada de forma permanente con las expectativas de los grupos de interés. Asimismo, se espera que la repetición del ejercicio logrará cada vez una mayor tasa de respuesta, generando datos más robustos y significativos.

La **matriz de materialidad** muestra la distribución relativa de la valoración de relevancia de los aspectos materiales resultante del análisis de priorización de éstos realizados por los grupos de interés, tanto internos como externos. Los valores de relevancia para cada uno de los aspectos materiales fueron calculados como medias ponderadas



por número de respuestas de cada grupo y distribuidos en dos ejes: para los grupos de interés externos, y para los grupos de interés internos.

El análisis de respuestas considera, por un lado, los grupos de interés internos y su impacto en la definición e implantación de la estrategia del Grupo Nueva Pescanova; y por otro, los grupos de interés externos y el grado de influencia de cada aspecto material en sus evaluaciones y decisiones, teniendo en cuenta las necesidades, intereses y expectativas inherentes a la actividad de cada grupo consultado.

A partir de la priorización y ponderación, la matriz de materialidad permite identificar de forma sencilla y visual aquellos aspectos entendidos como más relevantes para el Grupo Nueva Pescanova en el despliegue de su Plan Director de RSC.

MATRIZ DE MATERIALIDAD





GRUPO NUEVA PESCANOVA

C/ Rúa José Fernández López, s/n | 36320 Chapela. Redondela. (Pontevedra) | España Tel. +34 986 818 100

www.nuevapescanova.com