

veritas

MEMORIA  
INTEGRADA  
2020

Empresa



Certificada  
Desde 2016

# Índice

1. Sobre la memoria
2. Destacados de 2020
3. Sobre Veritas
4. Salud
5. Sabor
6. Proximidad
7. Sostenibilidad
8. Biodiversidad alimentaria
9. Consumo consciente y responsable
10. Personas
11. Índice GRI 

## 1. Sobre la memoria

### 1.1. Nota descriptiva sobre la memoria

En Veritas **generamos un impacto positivo en la sociedad y el medioambiente** a través de la integración de la sostenibilidad como parte de nuestra filosofía de empresa. Es un orgullo y también una gran responsabilidad pertenecer e impulsar el movimiento B Corp, que nos compromete a hacer de nuestro entorno un mundo mejor.

Esta memoria es el **relato sincero de nuestros esfuerzos** durante el año 2020, resumiendo nuestros retos, proyectos destacados e iniciativas, que responden a nuestro propósito de hacer accesible a todo el mundo una mejor alimentación y proteger la salud de las personas y del medioambiente. Consolidamos así nuestros pilares plasmados en 7 grandes **compromisos para acercar a la sociedad la alimentación ecológica** y promover hábitos saludables y sostenibles.

La estructura de esta memoria se basa en dichos compromisos que conforman nuestra brújula y guían nuestro trabajo cada día. Nuestro objetivo fundamental es promover la alimentación ecológica que usa procedimientos y técnicas ecológicas, respeta el bienestar animal y cuida del suelo y la biodiversidad, trabajando estrechamente con nuestros proveedores, nuestros compañeros de viaje, y un equipo apasionado por lo que hace, creando así un impacto positivo en la sociedad.

Los datos que se reflejan en esta memoria hacen una referencia conjunta al **camino que emprendimos en 2002**, desde nuestro nacimiento hasta la actualidad. Los cálculos y la información que se presentan se han obtenido del cierre del ejercicio fiscal 2020 y muestran los impactos más significativos y fundamentales de nuestra apuesta por los productos procedentes de la agricultura ecológica. A su vez, para la elaboración de esta memoria se ha tomado como marco de referencia a los Sustainability Reporting Standards (GRI).

Esta memoria se centra en todo el **Grupo Veritas**, incluyendo todas nuestras tiendas, y va dirigida a todas las personas que conforman Veritas, junto con los clientes, proveedores, organizaciones no gubernamentales, así como administraciones, para dar a conocer nuestro compromiso con el bienestar de la sociedad y el medioambiente y las acciones en sostenibilidad que hemos llevado a cabo a través de iniciativas y proyectos destacados. Esperamos que nuestro enfoque de presentación de esta memoria ayude a nuestros grupos de interés a conocer nuestro compromiso y responsabilidad con la generación de un impacto positivo en la sociedad, sobre los que se pueden hacer consultas a través del correo electrónico de Atención al Cliente: [hola@veritas.es](mailto:hola@veritas.es)

## 1.2. Entrevista editorial a nuestro CEO

**¿Cuál es la clave para llegar a ser líderes en el retail ecológico y qué ha generado que Veritas tenga éxito en los últimos 18 años?**

La clave del liderazgo se basa en la **credibilidad, confianza y creación de valor compartido**, con un modelo de empresa en el que el crecimiento nunca es un objetivo, sino la consecución de ser fieles a nuestro propósito y a nuestros compromisos.

**¿Cómo ayudan vuestros 7 grandes compromisos a crear un crecimiento sostenible y rentable?**

Nuestros 7 compromisos específicos **vertebran la filosofía de actuación de la empresa**, siendo cada uno de ellos trabajado a través de objetivos e iniciativas concretas. Estos compromisos nos guían y ayudan en el cumplimiento de nuestros principios de actuación para tomar decisiones y actuar con integridad en nuestros procesos de trabajo, así como en la manera en la que interactuamos con nuestros clientes, empleados, compañeros de viaje y la sociedad en general, generándose como resultado un crecimiento sostenible y rentable.



**Silvio Elías,**  
CEO Grupo Veritas

**¿Cuáles son los desafíos con los que Veritas se ha encontrado a la hora de cumplir con su propósito?**

En Veritas tenemos un propósito, que es cuidar de la salud de las personas y del planeta para ayudar a incrementar la esperanza de vida con la máxima calidad, y desde nuestra fundación en 2002, nos hemos sentido responsables y comprometidos con este propósito y día a día trabajamos para hacerlo realidad. En este tiempo **nunca hemos tomado atajos ni relajado nuestras convicciones** para obtener un resultado más rápido o alto. Queremos seguir actuando en la línea con los principios éticos más exigentes, por lo que recientemente hemos consolidado nuestro código ético, el cual contiene un conjunto de directrices importantes de comportamiento cuyo objetivo es el de ayudarnos a encaminar de manera correcta nuestra planificación estratégica, nuestra toma de decisiones, así como nuestro trabajo diario para seguir creciendo fieles a nuestros valores y manteniendo siempre nuestro propósito como guía.

**¿Cuáles han sido los mayores retos durante el 2020 y cómo ha afectado a Veritas un shock tan grande como la Covid-19?**

Los mayores retos a los que nos hemos enfrentado este año han sido el de la **protección y cuidado de la salud y seguridad de nuestras personas**.

Por un lado, desde un principio, trabajamos al máximo para apoyar y cuidar física y

emocionalmente a nuestras personas a lo largo de toda la cadena de valor. Con la implicación de todos nuestros equipos y el cumplimiento de la normativa establecida, pudimos seguir trabajando en el abastecimiento y la distribución de alimentos para la población, manteniendo abiertos a disposición de nuestros clientes nuestros puntos de venta. Gracias a la responsabilidad individual de todas y todos, demostramos el gran equipo humano que forma parte de Veritas.

Por otro lado, acorde a nuestro propósito, preparamos un conjunto de medidas y acciones para mitigar las dificultades sociales y económicas que causó la Covid-19 a muchas familias y colectivos. Así, pusimos en marcha nuestro Plan de Respuesta dirigido tanto a nuestros trabajadores y trabajadoras, proveedores y clientes como a toda nuestra comunidad.

**¿Cuáles serán vuestras principales prioridades para el futuro?**

Nuestra principal prioridad es que nadie se quede sin opciones de acceder a la alimentación ecológica. Al mismo tiempo, que los proveedores a los que se mueve lo ecológico encuentren en Veritas al mejor aliado, y seguir divulgando con la misma energía y con la misma pasión los beneficios que este modelo conlleva para la salud de las personas y del planeta. En definitiva, **seguir construyendo el mundo en el que queremos vivir**, más justo, más ecológico y más sostenible.

## 2. Destacados de 2020

### 2.1. Indicadores del negocio

#### Tiendas

77 tiendas físicas  
+ tienda online

Cataluña, País Vasco, Navarra, Islas Baleares, Comunidad Valenciana, Madrid y Andorra

**29.765 m<sup>2</sup>**  
de superficie comercial

#### Ventas

**+ 6.000**  
productos ecológicos certificados

**+ 550**  
con nuestra marca Veritas

Servicio a  
**+ 175.000**  
familias

**106 millones de €**  
facturados (IVA incluido)

**10%**  
de crecimiento en retail

**200%**  
de crecimiento online

#### Titulares



**Liderazgo** en distribución de productos ecológicos, con un 24,8% en Cataluña y un 9,5% a nivel nacional, según el panel detallista Nielsen de alimentación ecológica sin frescos.



Apertura de 5 nuevas tiendas: Sarrià, Sant Pere de Ribes y Altafulla en Cataluña, en Vitoria y en Valencia (Ecorganic).



Celebración de nuestro 18.º aniversario con una promoción en punto de venta con la que premiamos a 18 consumidores con un año de compra gratuita.

### 2.2. Indicadores por compromiso

#### Salud



**96%** de artículos con certificación ecológica en alimentación (excepto agua y sal)



**+ 200 analíticas** de productos



**+ 20.000 € donados** a asociaciones en la lucha contra el cáncer de mama

#### Sabor

ALTA PUNTUACIÓN EN SABOR POR PARTE DE NUESTROS CLIENTES



24 referencias de Cuina Veritas, de las cuales 3 son exclusivas para veganos y otras 9 son aptas para veganos

#### Proximidad



**Proveedores**

**530**  
proveedores nacionales  
(88% del total)



**Impacto social**

**764.753 €**  
**100%** de tiendas donando alimentos a entidades sociales

## Sostenibilidad

**-46%** en huella de carbono 2020 vs. 2015, incluyendo **+42** nuevas tiendas

**100% energía renovable**

en todas las instalaciones de Grupo Veritas

**Autogestión del 100%**

de los residuos

## Biodiversidad alimentaria

**687** nuevos productos

Productos específicos:



**101**  
macrobióticos



**230**  
sin lactosa



**315**  
veganos



**620**  
sin gluten

## Consumo consciente y responsable

Provoquemos  
**UN CAMBIO**

Iniciativa de activismo para impulsar cambios legislativos que reviertan situaciones injustas

terra.  
veritas

**106** talleres con **+ 2.000**  
asistentes en total

## Personas



**770**

de trabajadores/as



**15**

personas con  
discapacidad y/o  
riesgo de exclusión



**86%**

contratos  
indefinidos



**63**

puestos de nueva  
creación



**170.442 €**

en prevención de

**riesgos laborales**



**315 h**  
de formación



**145**

alumnos formados  
en el curso de  
complementación  
y suplementación  
alimentaria

## 3. Sobre Veritas

### 3.1. Veritas, cadena líder de supermercados ecológicos

Somos la cadena de supermercados líder en compromiso con la salud de las personas y la sostenibilidad en España. Desde nuestro nacimiento en 2002, en Veritas apostamos por los productos de proximidad procedentes de la agricultura ecológica, **haciendo accesible a todo el mundo la mejor alimentación posible: la ecológica, certificada, sostenible y socialmente justa.**

Nuestro objetivo es acercar a la sociedad la alimentación ecológica que usa procedimientos y técnicas ecológicas, respeta el bienestar animal y cuida del suelo y la biodiversidad. Así, promovemos hábitos saludables y sostenibles para proteger tanto la salud de las personas como el medioambiente.

Marcas del grupo:

# veritas

Enseña de supermercados ecológicos presente en Cataluña, Baleares, País Vasco, Navarra, Madrid y también en Andorra.

**anna**  
**ECOLOGICA.**  
100%

Productos ecológicos para Horeca y otros canales profesionales en todo el territorio peninsular y Baleares.

# ecorganic

Nuestros supermercados ecológicos en la Comunidad Valenciana.

## Presencia y expansión

En 2015 iniciamos nuestra expansión hacia el País Vasco con un supermercado en Vitoria. Posteriormente, continuamos nuestro crecimiento en las comunidades de Baleares y Madrid.

En 2019, los supermercados Ecorganic entraron a formar parte del grupo, así como la empresa Anna Ecológica.

En 2020 abrimos 5 nuevas tiendas; 3 en Cataluña (en el barrio de Sarriá de Barcelona, en Sant Pere de Ribes y en el municipio de Altafulla en Tarragona), 1 en Vitoria y otra en Valencia. Este desarrollo también se puede comprobar con el crecimiento de nuestra plantilla, que ya alcanza los 770 colaboradores, un +9% respecto al 2019.

**Cataluña,  
País Vasco,  
Navarra, Islas  
Baleares,  
Comunidad  
Valenciana,  
Madrid y  
Andorra**



**77**  
tiendas físicas  
+ tienda online

**5**  
nuevas aperturas

Alcance de  
**+ 175.000**  
familias

Superficie comercial  
**29.765 m<sup>2</sup>**  
en 2020 (27.138 m<sup>2</sup> en 2019)

## Resultados económicos

En Veritas cerramos el ejercicio 2020 con una **facturación total grupo de 106 millones de euros** tras un crecimiento del 8% más que el año anterior. El desarrollo ha sido incluso superior en el negocio de distribución **retail con un crecimiento del 10%**. Así, consolidamos nuestra posición de liderazgo en el sector de la distribución especializada en productos ecológicos, donde alcanzamos el 9,5% de cuota de mercado. Cuota que es significativamente mayor en Cataluña, donde tenemos nuestro origen y mayor presencia, situándonos aquí en el 24,8%, según el panel detallista Nielsen de alimentación ecológica sin frescos.

Por otra parte, la venta online también sigue un crecimiento continuado. La “tienda 78” de Veritas, nuestra propia **tienda online (shop.veritas.es)**, ha acelerado su crecimiento de manera muy significativa, cerrando el año 2020 con un **crecimiento superior al 200%** respecto al año 2019.

**Facturación (con IVA):  
106 millones €**

**+ 8%**  
total grupo

**+ 10%**  
negocio retail

**200%**  
tienda online



## Marca Veritas y marcas exclusivas

En Veritas seguimos apostando por ofrecer el mayor surtido posible para cubrir una cesta de la compra completa; desde categorías principales como la fruta, la verdura, lácteos, carne o panadería, hasta las más específicas como platos preparados o la complementación.

Contamos con **más de 6.000 referencias de productos ecológicos certificados**, de las cuales más de 550 son de marca Veritas. Asimismo, y con el objetivo de acercar la mejor alimentación y productos de higiene y cosmética ecológica a todos los hogares, con una clara apuesta por la calidad y precios muy competitivos, ofrecemos otras referencias de marca propia, como son **Ecorganic** y **Viridis**. Además, también en nuestras tiendas se podrán encontrar una serie de marcas exclusivas, como por ejemplo:

- **Girolomoni** – pasta italiana ecológica
- **Söbbecke** – leche, yogures y otros productos lácteos ecológicos
- **Saveurs Nature** – chocolates y otros productos de cacao ecológicos
- **Ikalía** – chocolate ecológico
- **Wikana** – galletas ecológicas
- **Happy Jersey** – productos lácteos, helados

Desde Veritas entendemos que una decisión de compra es un voto por un modelo de consumo determinado y, por eso, poniendo a la venta nuestros propios productos ecológicos y producidos responsablemente, y visibilizando nuestros valores, queremos facilitar a las personas a que puedan tomar la decisión de dar su voto a un modelo de consumo más sostenible y responsable.



**Nº de referencias de productos ecológicos certificados**

**> 6.000**

**Nº de referencias de marcas propias**

**> 900**



## Club Veritas

En 2020 empezamos a trabajar en un nuevo proyecto, nuestro propio **Club Veritas**, para su lanzamiento en 2021. El propósito de este Club es ofrecer ventajas exclusivas a nuestros clientes más fieles a través de un espacio virtual mediante nuestra app o el registro en nuestra tienda online: [shop.veritas.es](http://shop.veritas.es).

Además de ofrecer la oportunidad de acceder a todas las compras anteriores y consulta de tickets, el **Club Veritas** tiene como objetivo ofrecer diferentes ventajas para la salud y el bolsillo de los clientes:

**¡Consigue grandes ventajas y contenidos!**

PARA EL BOLSILLO:



Acumular ecos (sistema de puntos) en cada compra, para poder cambiarlos por descuentos o convertirlos en alimentos y donarlos a entidades benéficas.



Cupones de 50% descuento cada mes para que nuestros clientes prueben novedades.



Descuentos y ofertas exclusivas por ser miembro, como un regalo de cumpleaños

PARA LA SALUD:



E-books específicos con el mejor contenido de Veritas.



Acceso a nuestras recetas más ricas y saludables.



Búsqueda de nuestros productos en nuestra app para ver toda la información nutricional que les corresponde.



**CLUB  
veritas**

**Hazte fan del club de la alimentación ecológica, certificada, sostenible y socialmente justa.**

## 3.2. La filosofía de Veritas

### Nuestros valores

Los valores son los principios éticos sobre los cuales se asienta la cultura de la empresa y nos permiten crear pautas de comportamiento. Estos son los que nos representan mejor:

#### Liderazgo

Abrimos camino, dando forma al progreso, con nuestro primer supermercado de alimentación ecológica en España en el año 2002, cuando la consciencia del consumidor sobre la alimentación ecológica no era muy alta, consiguiendo actualmente que el consumo de productos ecológicos se haya extendido 18 años después, continuando líder y a la vanguardia en el mercado, en constante expansión y crecimiento, siendo la cadena de supermercados de referencia en alimentación ecológica, sostenible y socialmente justa en España.

#### Convicción

Nos mantenemos firmes en lo que sentimos y pensamos, creemos en una alimentación saludable para todo el mundo basada en productos de calidad, respetuosos con las personas, la sociedad y el medioambiente. Por ello año tras año, seguimos ampliando las referencias de marca **Veritas**, para ofrecer productos con certificación ecológica de confianza, con una muy buena relación calidad-precio.

#### Valentía

Tomamos las decisiones necesarias en cada momento, estando firmemente comprometidos con nuestro propósito y actuando en consecuencia, al tener una visión clara del mercado y estando preparados para la acción, para mejorar el mundo.

#### Integridad

Hacemos lo correcto, por las razones correctas y de acuerdo con nuestros compromisos.

#### Pasión

Estamos comprometidos con la mente y el corazón.

#### Autenticidad

Somos “de verdad” y coherentes con todo lo que hacemos.

#### Espíritu de equipo

La suma de cualidad es y el trabajo conjunto nos hacen mejores y permiten que alcancemos el éxito.



Estos valores llevan al Grupo Veritas a marcarse siete compromisos específicos que vertebran la filosofía de actuación de la empresa.

### Nuestros compromisos



#### Salud

Entendemos la alimentación como una inversión en salud.



#### Sabor

Nuestros productos tienen su sabor original, el que les corresponde por naturaleza.



#### Proximidad

Nuestros alimentos provienen de orígenes cercanos.



#### Sostenibilidad

Creamos valor económico, medioambiental y social.



#### Biodiversidad alimentaria

La variedad de alimentos garantiza la salud del ecosistema.



#### Consumo consciente y responsable

Ofrecemos información rigurosa para ayudar a las personas a tomar decisiones de compra conscientes y responsables.



#### Personas

La clave del éxito de nuestra empresa.

## Somos B Corp

Generamos un impacto positivo en la sociedad y en el medioambiente

Empresa



Certificada

En el año 2016 recibimos la certificación **B Corp** y nos convertimos en la primera cadena de supermercados de Europa en obtener esta certificación. Esto significa y reconoce que somos una empresa comprometida con la salud de las personas y el planeta.

**B Corp** es un movimiento global formado por más de 3.900 empresas de 74 países y 150 industrias que utilizan el poder de la empresa para generar valor social y ambiental y que impulsan, conjuntamente, un cambio cultural para redefinir el sentido del éxito empresarial.

Las **B Corp** son empresas que innovan para maximizar su impacto positivo en los empleados, en las comunidades a las que sirven, a todos los grupos de interés con los que se relacionan y en el medioambiente. De este modo, la empresa se convierte en una fuerza regenerativa para la sociedad y para el planeta.

Desde B Corp y Veritas creemos que para **ofrecer la mejor alimentación no solo hay que trabajar con un buen producto, sino que también hay que ser una mejor empresa para el mundo**. Por eso, intentamos ser, cada día, más conscientes, responsables y sostenibles en nuestra gestión y operación, maximizando no solo nuestro valor económico, sino también el social y ambiental, en todo aquello que hacemos y en cada decisión que tomamos.

A estos efectos, con tal de ser fieles a nuestro propósito y a nuestros compromisos, nos apoyamos en herramientas de gestión y operación con reconocimiento internacional como son el estándar y certificación **B Corp** y los **Objetivos de Desarrollo Sostenible** (“ODS”) de la **Organización de las Naciones Unidas**.

## Contribuimos a los ODS

Desde Veritas consideramos que los ODS son el marco de referencia global con el que alineamos nuestro propósito, compromisos y acciones para hacer accesible a todo el mundo la mejor alimentación. En este sentido, nuestro foco principal se centra en aquellos **objetivos materiales y relevantes para el sector de la alimentación y nuestro proceso de aprovisionamiento, producción y venta del producto**, y para ello hemos definido nuestra contribución a los ODS en dos niveles conforme a la prioridad estratégica de cada objetivo:

## OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

### Contribución estratégica

Contribución a gran escala a aquellos ODS relacionados con nuestro modelo de negocio de impacto y que son más relevantes y estructurales para el funcionamiento de Veritas.



### Producción y consumo responsable

Apoyamos desde nuestra creación un **modelo de producción y consumo responsables**. Así, todos los productos que ofrecemos están producidos de una manera ecológica, certificada, sostenible y socialmente justa, y promovemos acciones de consumo consciente y responsable para la toma de decisiones de todas las personas.



### Salud y bienestar

Trabajamos para mejorar la salud y bienestar de las personas a través de una **alimentación ecológica y responsable**, sin utilizar pesticidas, fertilizantes sintéticos ni alteraciones transgénicas. Así, promovemos hábitos saludables y sostenibles para proteger tanto la salud de las personas como el medioambiente.



### Acción por el clima

Trabajamos para tener la **mejor huella ecológica posible** y así aportar a la mitigación del cambio climático. Para ello, medimos y evaluamos nuestra huella de carbono anualmente y apostamos por las energías renovables y la mejor eficiencia en consumo y logística de nuestros alimentos.



### Alianzas para lograr los objetivos

Creemos que la única manera de multiplicar el impacto positivo y llegar a conseguir la consecución de las metas de los ODS es a través de la **creación de alianzas y partenariados para la implementación de proyectos, iniciativas, buenas prácticas y mejoras en el sector de la alimentación**.

## Contribución secundaria

Contribución a pequeña escala a aquellos ODS en los que tenemos una incidencia puntual y menor potencial de cambio, dado el foco y la escala de esfuerzos dedicado.



### Hambre cero

Nos comprometemos firmemente a **erradicar el hambre en el mundo**, por lo que trabajamos para apoyar y ayudar a los colectivos más desfavorecidos y en riesgo de exclusión para hacerles accesible la mejor alimentación, a través de nuestros programas de donaciones de alimentos.



### Industria, innovación e infraestructura

Apoyamos el desarrollo e innovación de la industria de la alimentación. Por ello, trabajamos en innovaciones para **buscar mejoras en el impacto de la alimentación ecológica en la salud de las personas y en el medioambiente.**



### Vida de ecosistemas terrestres

**Apostamos por la biodiversidad alimentaria** y nos comprometemos a recuperar variedades autóctonas y ofrecer la mayor gama de variedad alimentaria, para recuperar todo el ecosistema vivo propio de la zona, lo que ayuda a regular ese equilibrio natural que fortalece las defensas del planeta.



### Trabajo decente y crecimiento económico

Trabajamos continuamente para **mejorar los niveles de productividad y rentabilidad, por unas condiciones laborales justas y seguras y el respeto hacia los derechos humanos**, tanto de nuestra plantilla como de nuestros proveedores, para generar un impacto económico, social y laboral positivo.



### Reducción de las desigualdades

Promovemos la **inclusión social y económica de todas las personas de la cadena de valor de la compañía**, tanto de nuestra plantilla como de nuestros proveedores, como por ejemplo, a través de nuestra política de neutralidad corporativa, que promueve unas condiciones de trabajo respetuosas con la diversidad en todos los ámbitos y el proyecto de evaluación de proveedores "Compañeros de Viaje", que, entre otras cosas, incluye criterios de valoración respecto a la relación comercial, criterios sociales y prestación general de nuestros proveedores.

## 4. Salud

### 4.1. La salud en Veritas

**Entendemos la salud como un concepto único: salud de las personas y salud del entorno.**

Esto significa que una dieta basada en alimentos ecológicos, acompañada de un estilo de vida saludable, mantiene nuestras defensas en buen estado; del mismo modo que un entorno saludable, con una biodiversidad rica, protege la naturaleza de un desequilibrio que puede hacerla enfermar. Una dieta basada en alimentos ecológicos garantiza, según múltiples estudios, una mayor presencia de antioxidantes y polifenoles, que contribuyen al buen estado del sistema inmunológico. Además, destaca el mayor contenido en nutrientes, también recogido en diferentes estudios según el tipo de alimento. Y, por supuesto, la total ausencia de aditivos químicos de síntesis, grasas hidrogenadas, transgénicos y colorantes, abonos y pesticidas químicos.

#### Eli López | Quality Manager



#### 1. Desde tu Departamento, ¿cómo se trabaja el compromiso con la Salud y cuáles son las palancas claves en las que se apoya?

Muy comprometidos con la salud, apostamos por productos ecológicos y de calidad, disponiendo desde aquellos alimentos que son de consumo habitual y diario hasta los de consumo ocasional u opcional y cubriendo las necesidades de nuestros consumidores.

Todos los productos e ingredientes son previamente seleccionados y nos aseguramos de que han sido cultivados sin abonos ni pesticidas de síntesis química (fungicidas, insecticidas o herbicidas); por lo tanto, sin residuos de estas sustancias.

Para la elaboración de productos, escogemos técnicas que minimizan las pérdidas de calidad, restringiendo el uso de aditivos y auxiliares tecnológicos, que son sustancias que, independientemente de si tienen valor nutritivo o no, se emplean para obtener un propósito tecnológico.

Nuestro propósito es ofrecer a nuestros clientes la posibilidad de escoger una alimentación saludable.

#### 2. Durante 2020, ¿cuáles fueron los retos o desafíos más importantes que has encontrado?

La pandemia, a nivel mundial, ha provocado cambios significativos en el consumidor relacionados con el compromiso de la seguridad

alimentaria. Desde el **Área de Calidad** hemos trabajado para garantizar la seguridad en nuestras tiendas y en colaboración con nuestros proveedores y centros de producción asegurando productos con la misma seguridad y calidad. Siempre trabajamos desde la confianza y la transparencia, ofreciendo una información veraz al consumidor y atendiendo cualquier tipo de consulta o duda.

#### 3. En relación a los proyectos o iniciativas de tu Departamento, ¿cuál de ellos te hace sentir más orgullosa y por qué?

En 2020, mediante el trabajo en equipo, mejoramos de forma considerable el sistema de trazabilidad de los productos que comercializamos. Este nuevo sistema nos permite rastrear de una forma más rápida, fácil e intuitiva el movimiento de los productos en cada una de las etapas: recepción, almacenamiento y distribución desde el almacén hasta la tienda y viceversa.

## 4.2. Los productos ecológicos como fuente de salud

Los alimentos ecológicos son más saludables y contienen múltiples beneficios, ya que no han sido tratados –ni en su proceso de cultivo, ni de producción ni de elaboración– con productos químicos de síntesis, como pesticidas, herbicidas, conservantes artificiales o estabilizadores, potenciadores de sabor, etc. Productos como los cítricos, manzanas, tomates o calabazas ecológicos son más ricos en vitaminas y minerales, entre otras propiedades.



**% de artículos con certificación ecológica en alimentación (excepto agua, sal)**

**96%**

## Divulgación de estudios científicos que avalan lo ecológico como sano

Con el objetivo de acercar a las personas la alimentación saludable para la mejora de su vida y del mundo, fomentamos el desarrollo de estudios científicos que evidencian la alimentación ecológica como la opción más saludable, y la difusión de los resultados. Para ello, hemos colaborado con diferentes universidades, como el Departamento de Química de la Escuela Técnica Superior de Ingeniería Agronómica y del Medio Natural de la Universidad de Valencia, la Facultad de Farmacia y Ciencia de la Alimentación- INSA de la Universidad de Barcelona y el Instituto de Salud Carlos III, entre otros.

A lo largo de los últimos años, hemos revisado un gran número de estudios científicos que muestran los múltiples beneficios de los alimentos ecológicos en comparación con la alimentación convencional, como por ejemplo los estudios analizados por Carlos de Prada –periodista especializado en ecología que ha recibido, entre otros, el Premio Global 500 de la ONU (2000) y el Premio Nacional de Medio Ambiente (1997) por



su tarea en el periodismo de investigación ambiental–, utilizados como fondo documental y elementos de comunicación.

Los estudios recogen un amplio abanico de pruebas que refuerzan los efectos positivos que los alimentos ecológicos tienen en la salud. Entre ellos, destaca especialmente la disminución del riesgo sanitario asociado al desarrollo de infecciones, enfermedades del sistema cardiovascular o cáncer, especialmente en el caso de niños y mujeres embarazadas, debido a la menor exposición de las personas a pesticidas y antibióticos, la mayor concentración de nutrientes y ácidos grasos poliinsaturados o el incremento de antioxidante en el organismo, entre otros.

En nuestra web ([www.veritas.es/estudios](http://www.veritas.es/estudios)) pueden encontrarse artículos de referencia a muchos de estos estudios sobre diferentes productos ecológicos, la alimentación y la salud.

## Desodorante solidario – Levanta La Mano

Debido a nuestro compromiso con la salud de las personas y, en este caso, especialmente la de la mujer, hemos creado el **desodorante ecológico Viridis**.

Disponemos de diferentes estudios científicos que demuestran que el uso prolongado de sustancias químicas presentes en los desodorantes no ecológicos está vinculado a un incremento del riesgo de padecer cáncer de mama. Por ello, nuestro objetivo es que todas las mujeres utilicen desodorantes ecológicos. El **desodorante solidario Viridis** deja transpirar los poros de la piel con un fresco olor a cítrico, ya que contiene aceite esencial de limón, aceites vegetales de oliva, coco y caléndula, y activos microbianos naturales.

Nuestro **desodorante solidario Viridis** persigue dos de nuestros compromisos, que son el compromiso con la salud, siendo un desodorante totalmente libre de sustancias químicas, y el de **contribuir a la sociedad**, destinando el 100% de los beneficios de la venta neta de este desodorante a asociaciones locales que colaboran en la

lucha contra el cáncer de mama.

Gracias a la participación de nuestros clientes, en 2020 hemos donado más de 20.000 € a las siguientes asociaciones:



<b>CMM</b> (Cáncer de Mama Metastásico)	<b>13.912 €</b>
<b>APAAC</b> (Asociación Pitiusa de Ayuda a Afectados de Cáncer)	<b>2.297€</b>
<b>ACAMBI</b> (Asociación de Cáncer de Mama y/o Ginecológico de Bizkaia)	<b>3.194€</b>
<b>Asociación Carena</b>	<b>2.506€</b>
<b>TOTAL</b>	<b>21.909€</b>

## 4.3. Mejorando año a año la calidad nutricional de nuestros productos

En **Veritas** entendemos la alimentación como inversión en salud. Para nosotros la salud es un eje básico y clave y, por ello, trabajamos de forma constante para mejorar la formulación de nuestros productos, tanto propios como de proveedores, de forma que estos sean siempre la opción más saludable.

Para conseguirlo, y como ejemplo del espíritu de mejora continua que nos define, buscamos alternativas para hacer nuestros productos aún más saludables y requerimos a nuestros proveedores analíticas de contaminantes de los productos.



**Analíticas de contaminantes de productos en 2020**  
**> 200**

## 4.4. Productos destacados

Una **dieta equilibrada** es aquella que nos aporta todos los nutrientes que necesitamos para el funcionamiento óptimo de nuestro organismo. Para ello, nuestra quinoa ecológica, que destaca por su alto contenido en fibra, minerales y vitaminas, y el eritritol natural, alternativa para sustituir el azúcar, son ejemplos claros de alimentos más saludables que forman parte de nuestra cartera de productos.

## Quinoa

Entre la amplia gama de productos **Veritas** uno de los alimentos imprescindibles es la **quinoa**, un pseudocereal que posee unos niveles de calcio, hierro, potasio, magnesio, fósforo y zinc superiores a los que se pueden encontrar en el arroz, el maíz o el trigo. Lo más destacable es el contenido en calcio que se absorbe muy fácilmente por el organismo y cuya ingesta ayuda a evitar la descalcificación y la osteoporosis.

Además, este superalimento es rico en proteínas de alto valor biológico, ya que contienen todos los aminoácidos esenciales, y resulta un alimento indispensable en la despensa de los celiacos porque no contiene gluten.

Al comparar los granos de quinoa ecológica con los no ecológicos, la balanza nutricional siempre se inclina a favor de la primera, ya que tiene una densidad mayor de nutrientes.



## Eritritol

En nuestro país tomamos cuatro veces más azúcar de lo recomendado por la **Organización Mundial de la Salud (OMS)**, un exceso muy perjudicial para la salud. La mejor manera de ponerle fin es sustituir el azúcar, siempre con moderación, por otras alternativas naturales, igualmente dulces y mucho más saludables, como por ejemplo el **eritritol**. Esta alternativa es elaborada a partir de la fermentación de enzimas naturales de trigo y de maíz y tiene un índice glucémico de cero, por lo que aporta poquísimas calorías. Si lo comparamos con el azúcar de mesa, veremos que este tiene 4 calorías por gramo y el eritritol apenas tiene 0,24.

### QUINOA ECOLÓGICA VS NO ECOLÓGICA

Aporta el **doble de minerales**

**15%** más de proteínas de alto valor biológico

**5%** más de materia seca

Fuente: M. D. Raigón – Dto. Química de la Escuela Técnica Superior del Medio Rural y Enología. Universidad Politécnica de Valencia. <https://www.veritas.es/quinoa-ecologica-la-mas-nutritiva-veritas/>

## 4.5. Caminando juntos -Delicatalia

El sabor de la tradición. Desde su fundación en 1931, en **Delicatalia** se mantienen firmes y no se desvían de su objetivo fundamental: ofrecer un producto ecológico, sencillo y honesto a la par que sano y sabroso. Barritas, crackers, cremas de frutos secos... y, por supuesto, turrónes, elaborados artesanalmente siguiendo la receta de siempre e introduciendo nuevas recetas año tras año.



### 1. ¿Cómo comenzó tu relación comercial con Veritas?

Nuestra relación comercial empezó en 2014 tras conocernos con el equipo de **Veritas en Biofach**, la feria comercial más grande del mundo para alimentos orgánicos y agricultura. Poco a poco, fuimos construyendo mano a mano una relación con la que continuamos con la misma sintonía hoy en día.

### 2. ¿Qué destacarías de tu relación con Veritas y en qué se diferencia de otras relaciones comerciales?

Tenemos una relación en dos direcciones en la que nos damos apoyo mutuo. Es una relación fluida basada en la confianza y en la que vamos siempre de la mano en todos los proyectos. Desarrollamos juntos nuevos proyectos y mejoras en los productos.

### 3. ¿Cuáles son las “cualidades estrella” de vuestros productos que hace que sean únicos y se diferencien de otros?

Nuestra filosofía es fabricar un producto honesto, con sabor, que siga las tendencias del mercado. Nos diferenciamos de otros productores en que nosotros somos los fabricantes de todos los productos de nuestro portfolio. Además, nuestro departamento de I+D desarrolla mejoras continuamente y nuevas recetas. Para nosotros, es primordial tener un departamento interno que nos ayuda en los desarrollos y las producciones.



## 5. Sabor

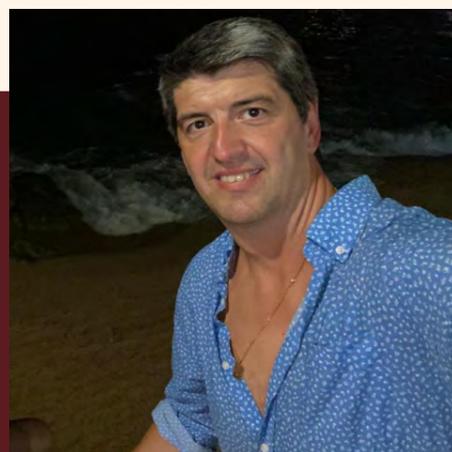
### 5.1. El sabor

**Los alimentos tienen el sabor original, el que les corresponde.**

En el caso de la agricultura, por ejemplo, el sabor original se consigue respetando los tiempos de maduración al sol que corresponden a cada alimento. En el caso de la ganadería, como se garantizan las necesidades biológicas y de comportamiento de los animales, la carne es magra y sin exceso de agua. En los productos envasados, como por ejemplo una salsa de tomate, no se añaden saborizantes artificiales, potenciadores de sabor ni azúcares para hacer su sabor más intenso o atractivo.

#### Carlos López

Responsable de Charcutería y Carnicería



**1. Desde tu departamento, ¿cómo se trabaja el compromiso con el sabor y cuáles son las palancas claves en las que se apoya?**

Desde nuestro departamento trabajamos en la búsqueda de aquellos sabores y aromas que nos recuerdan a las comidas de nuestros abuelos. Queremos contribuir a mejorar la salud de todos, tratando de aumentar el consumo ecológico, acercando a todas las familias el mejor sabor de nuestros platos. Para ello, desarrollamos platos con productos ecológicos de primera calidad, de proximidad y respetuosos con el medioambiente. Para lograrlo, contamos con un equipo fantástico y con las mejores materias primas, haciendo un trabajo artesanal de excelencia. Nuestra meta es llevar estos sabores de verdad a cada familia en el día a día.

**2. Durante 2020, ¿cuáles fueron los retos o desafíos más importantes encontraste?**

La **Covid-19** nos ha impactado a todos. Comprometiéndonos con aquellos que más lo necesitaban, nuestro equipo permaneció elaborando sin parar, haciendo llegar nuestro granito de arena a personas que seguían luchando contra esta pandemia.

**3. En relación con los proyectos o iniciativas de tu departamento, ¿cuál de ellos te hace sentir más orgulloso y por qué?**

Nuestro departamento sigue innovando en la búsqueda constante de nuevos platos. Nos enorgullece cada referencia que logramos con un sabor original que nos recuerda a los de antaño.

### 5.2. El sabor original de los productos ecológicos

En **Veritas** sabemos que el sabor de los productos ecológicos **es el auténtico**, garantizando su esencia desde el campo, las granjas y los productores hasta la mesa. Por ello, nuestro objetivo es garantizar que los alimentos que se comercializan en nuestras tiendas mantienen **el sabor original**.

Nuestros productos tienen el sabor original, el que les corresponde por naturaleza, teniendo todas las características organolépticas sin alteración química. La ausencia de cualquier elemento químico de síntesis y la producción artesanal permiten la recuperación del sabor original de los alimentos, además de su aroma y color, manteniendo intactas las propiedades nutricionales y permitiendo ofrecer un producto que nos aporta gran placer en el momento del consumo.

Además, en los productos elaborados, la prohibición de determinados ingredientes añadidos, como potenciadores químicos de sabor, hace que las fórmulas de los productos ecológicos sepan **más a “la comida casera de toda la vida”**.



**24** productos de Cuina Veritas  
**3 exclusivas** para veganos

### La Cuina Veritas, cocinados en nuestra casa

En 2013 iniciamos el proyecto **Cuina Veritas**, con el objetivo inicial de eliminar los residuos orgánicos que se generan en nuestras tiendas, que son alimentos aptos para el consumo y nos dan la oportunidad de volver a la cocina de reaprovechamiento. Hoy en día la **Cuina Veritas** es nuestra oferta de menús y platos para llevar, certificados ecológicos y con una amplia variedad de recetas creativas, sabrosas y nutritivas: una gama única en el mercado de platos ecológicos frescos y listos para comer.

Todas las recetas las elaboramos de la mano de la **ecocheff Mireia Anglada** y las cocinamos **cada día de manera artesanal** para que nuestros clientes puedan disfrutar de una opción saludable lista para comer.



## Obrador de pan, bollería y pastelería

Al igual que con nuestros platos de la Cuina Veritas, elaboramos nosotros mismos los productos de pan, bollería y pastelería que ofrecemos en nuestras tiendas como **Forn Veritas**. Lo hacemos de **forma artesana**, sencilla y transparente, cuidando los procesos y las materias primas con las que se elaboran los productos, que también son certificados ecológicos.

**Nuestro pan es garantía de salud y sabor.** Solo contiene cuatro ingredientes –harina ecológica, agua, sal y masa madre–, que acompañamos con una buena dosis de trabajo manual, esmero y pasión. La masa madre nos permite prescindir prácticamente de la levadura (-93%), y da al pan una duración superior en el tiempo gracias a la protección contra contaminaciones microbianas. Nuestra oferta de pan, bollería y pastelería ecológicos incorpora sabores, texturas y aromas para todos los paladares.



**0%**  
de aditivos  
químicos



**-93%**  
de levadura de  
nuestro pan vs.  
pan tradicional



## Gama de lácteos Veritas

Todos los lácteos de marca propia se elaboran **con leche fresca, ecológica, de proximidad**, ya sea de vaca o de cabra. El pasto ecológico de los rebaños y su vida en libertad contribuyen a un sabor único.

<sup>1</sup>M. D. Raigón – Dto. Química de la Escuela Técnica Superior del Medio Rural y Enología. Universidad Politécnica de Valencia. Fruta y verdura (<https://www.veritas.es/carne-ecologica-estudios/>)

## Tenera

Nuestras hamburguesas están hechas con carne **100% de ternera de cultivo ecológico y de proximidad**. La alimentación de las vacas (pasto y forrajes), así como su libertad por los campos, permiten un contenido menor en grasa; entre un 20% y un 40%, y un +20% de proteínas según el estudio comparativo de la dra. M. D. Raigón. No le añadimos ni aditivos ni colorantes, para que la carne mantenga su sabor original.

**0%**  
de aditivos  
químicos

**+20%**

de proteínas por cada  
100 g vs. la no ecológica

**-20%**  
a **-40%**  
de grasas por cada  
100 g vs. la no ecológica

## Fruta y verdura

Alineado con nuestro compromiso con el mantenimiento del sabor original de los alimentos, en Veritas **toda la fruta y verdura que ofrecemos son ecológicas**, sin abonos ni pesticidas de síntesis química (fungicidas, insecticidas o herbicidas), haciendo que sigan su proceso de maduración natural, lo que les permite absorber adecuadamente los nutrientes de la tierra, garantizando su sabor característico, natural y original. ¡Solo vendemos **fruta y verdura de temporada!**



## La opinión de nuestros clientes

En Veritas, realizamos **encuestas regulares entre nuestros clientes** en relación con nuestros productos para así conocer cuáles son los mejor valorados y qué atributo es el mejor puntuado. De esta manera, hemos podido analizar que el atributo que mejor puntúan de las secciones de fruta y verdura, panadería y Cuina Veritas es el del sabor.

En la última encuesta, realizada a finales de 2020, obtuvimos 4.952 respuestas de nuestros clientes, resultando el atributo del **sabor como el mejor puntuado:**

PUNTUACIÓN DEL SABOR DEL PRODUCTO MEDIA (PUNTUACIÓN ENTRE 1-5)



## 5.3. Productos destacados

### Tomate ecológico

El tomate es un ingrediente muy versátil que tiene un gran protagonismo en nuestra cultura gastronómica debido a sus múltiples posibilidades en la cocina. Además, según estudios científicos, si es ecológico es más nutritivo y contiene un nivel más alto de compuestos bioactivos, como la vitamina C y polifenoles, que si no lo es. Este hecho hace que **el tomate ecológico tenga su sabor verdadero**, un sabor dulce y ácido que hace que se pueda combinar con otros alimentos para hacer platos deliciosos o incluso que se pueda comer solo con un poco de aceite de oliva y orégano.

En Veritas aprovechamos la temporada para ofrecer los sabores y las texturas de las diferentes variedades de tomate ecológico que existen.



### Pollo ecológico

En Veritas apostamos por la avicultura ecológica. La carne de pollo criado de manera ecológica es tierna, melosa y rica en minerales y grasas saludables. Da mucho juego en la cocina y, si se prepara a la plancha o al horno y sin piel, es perfecta para las dietas de control de peso. Al contrario que la carne no ecológica, la ecológica es rica en proteínas y grasas saludables y **no suelta nada de agua cuando se cocina, lo que hace que conserve todo el sabor** de la carne de pollo.

Las diferencias entre el pollo ecológico y el que no lo es son claras; por ello, el pollo ecológico es de mayor calidad y su precio es superior, según el estudio comparativo de la Dra. M. D. Raigón.

	ECOLÓGICO	NO ECOLÓGICO
<b>Tiempo de cría</b>	28-30 días	10-15 días
<b>Tiempo de engorde</b>	80-90 días	35-50 días
<b>Alimentación</b>	Pienso: compuesto de cereales y leguminosas ecológicas	Pienso: compuesto base de cereal con origen transgénico + medicamentos
<b>Iluminación</b>	Luz natural + artificial (8h oscuridad)	Luz artificial
<b>Raza mayoritaria</b>	Rubio crecimiento lento	Blanco o rubio crecimiento rápido
<b>Gusto de la carne</b>	Muy sabrosa	Poco sabrosa / grasienta
<b>Dureza hueso</b>	Fuerte	Cartílago

## 5.4. Caminando juntos - BEEE / Biogéminis

BEEE es un proyecto circular de agricultura ecológica que elabora derivados lácteos de leche de cabra de su propio rebaño de raza autóctona, criado y alimentado con forrajes y cereales en su propia finca, El Campillo, con un riguroso control de calidad.



### 1. ¿Cómo comenzó tu relación comercial con Veritas?

*Comenzamos nuestra relación con Veritas en 2018. Nuestras filosofías de calidad y sostenibilidad coincidieron desde el primer momento. De esta manera, desarrollamos varias referencias de leches fermentadas con la marca Veritas como son el yogur y el kéfir.*

### 2. ¿Qué destacarías de tu relación con Veritas y en qué se diferencia de otras relaciones comerciales?

*Nuestras relaciones con Veritas son especialmente positivas, al existir una relación muy cercana y transparente a nivel humano y una coincidencia en ofrecer la máxima calidad al consumidor, y nos ayudamos a comunicar adecuadamente el trabajo común.*

### 3. ¿Cuáles son las “cualidades estrella” de vuestros productos que hacen que sean únicos y se diferencien de otros?

*Trabajar de manera sostenible, con pastoreo diario en amplias superficies de monte, las materias primas propias para alimentar al ganado, el agua de nuestro propio manantial y unos estrictos controles de calidad en todo el proceso interno aseguran una calidad diferenciada y un control total de los procesos agrarios y ganaderos. Asimismo, la generación de energía fotovoltaica en tres plantas propias y el ciclo cerrado agrario asegura nuestra responsabilidad medioambiental y es así como contribuimos a reducir nuestra huella de carbono.*

<sup>2</sup> Fuente: M. D. Raigón – Dto. Química de la Escuela Técnica Superior del Medio Rural y Enología. Universidad Politécnica de Valencia. Pollo ecológico: ¿por qué es más saludable? (<https://www.veritas.es/diferencias-entre-el-pollo-ecologico/>)

## 6. Proximidad

### 6.1. La proximidad en Veritas

**Nuestros alimentos tienen orígenes cercanos; la relación con nuestros proveedores está basada en la vertiente humana por encima de la comercial.**

*Para nosotros, la proximidad tiene dos vertientes. Por un lado, la física. Ponemos el foco en el origen de los alimentos, siempre respetando su temporalidad (por ejemplo, en verano no tenemos naranjas en nuestras tiendas porque en España solo se recolectan en invierno). Por el otro lado, tenemos una relación con nuestros proveedores que va más allá de la comercial. Establecemos un trato de proximidad y planificamos conjuntamente las campañas.*

#### Víctor Izquierdo y equipo

**1. Desde tu departamento, ¿cómo se trabaja el compromiso con la proximidad y cuáles son las palancas claves en las que se apoya?**

*Dentro de nuestra filosofía tenemos el propósito de acercar a las familias un producto de proximidad, ecológico y saludable. Para ello, el trabajo conjunto con empresas locales nos garantiza el aprovisionamiento a la vez que utilizan la materia prima de nuestra tierra. Obtenemos alimentos de temporada que poseen una mayor cantidad de nutrientes dado que maduran de manera natural, y en consecuencia llenamos nuestras despensas de sabor, olor y tacto. El objetivo es mantener un hábito sostenible y a través de él, adquirir una responsabilidad con el medioambiente y reducir nuestra huella de carbono.*

**2. Durante 2020, ¿cuáles fueron los retos o desafíos más importantes encontraste?**

*El covid-19 nos ha impactado a todos. Comprometiéndonos con aquellos que más lo necesitaban, nuestro equipo permaneció elaborando sin parar, haciendo llegar nuestro granito de arena a personas que seguían luchando contra esta pandemia.*



**3. En relación a los proyectos o iniciativas de tu Departamento, ¿cuál de ellos te hace sentir más orgulloso y por qué?**

*Me siento especialmente orgulloso de la colaboración que tenemos en nuestras tiendas con entidades locales para reducir el desperdicio alimentario.*

*En nuestro caso, colaboramos con la ONG La Merienda y, Esteban, el voluntario que viene cada lunes, miércoles, jueves y sábado a nuestra tienda a recoger los alimentos que donamos, nos explica con entusiasmo a qué personas que ayudará ese día.*

*Ser parte de este engranaje con el que ayudamos a tantas personas, y cuando cada día hay más familias con hijos con la necesidad de comer, nos hace sentir muy orgullosos.*

## 6.2 Agricultura ecológica responsable y socialmente justa

En Veritas apostamos por una relación de proximidad y duradera con nuestros proveedores, con un trato cercano que va más allá de una relación puramente comercial; nuestros alimentos tienen orígenes cercanos y nuestros proveedores son nuestros compañeros de viaje. Promovemos una agricultura ecológica responsable y socialmente justa, y detrás de cada producto hay una persona y una historia.

### Trabajamos juntos

Planificamos con el agricultor las variedades a plantar y las cantidades. De esta forma, aseguramos el consumo y la viabilidad del negocio, asumiendo compromisos a largo plazo que garantizan al productor la rentabilidad de su inversión. Es decir, potenciamos un crecimiento de mercado de productos ecológicos que beneficia a todos los agentes implicados.

Esta misma planificación favorece la no generación de excedentes en origen y minimiza la de excedentes en el punto de venta y la pérdida de valor de producción.

Reducir la distancia entre proveedores y tiendas, incluidas las de fuera de Cataluña, es nuestro mayor objetivo. Entendemos la proximidad como una oportunidad para compartir nuestros valores con los proveedores –con quienes mantenemos relaciones de larga duración–, y también como un valor añadido de nuestros productos, ya que tienen una menor huella de CO2, promueven la economía local, preservan la vida en el campo y ayudan a defender la biodiversidad de nuestro entorno más cercano.



Nº de  
proveedores  
nacionales

530

88%  
del total

### Compañeros de viaje

Nuestro proyecto “Compañeros de viaje” de evaluación de proveedores ejemplifica nuestro espíritu de mejora continua de las relaciones establecidas con ellos. Primero, compartimos con nuestros proveedores los criterios de valoración que contempla el programa: medioambiente, calidad, servicio, productos, relación comercial, criterios sociales y prestación general. Cada criterio tiene un peso diferente en la valoración global. Los resultados de la valoración son compartidos con cada uno de los proveedores y juntos trazamos un plan de mejora de estas relaciones. Se trata de **vijar juntos**.



**Ecológica de los Pirineos**  
La Pobla de Segur, Pallars Jussà

## 6.3. Ayudando a colectivos vulnerables

### Cesta Veritas, una iniciativa solidaria

A raíz de la pandemia de la Covid-19, en Veritas decidimos ayudar a personas en riesgo de vulnerabilidad proporcionándoles semanalmente una cesta de alimentos. Para lograrlo, colaboramos con la **Fundación Banc de Recursos** a través de **Pont Alimentari**, una iniciativa que busca reducir el despilfarro alimentario y fomentar la solidaridad.

Nuestra colaboración con la Fundación Banc de Recursos se remonta al año 2017. Desde entonces, y apoyándonos en su proyecto Pont Alimentari, cada semana donamos las mermas de nuestras tiendas a diferentes entidades sociales, acercando una alimentación de

calidad a colectivos desfavorecidos.

A causa de la situación de emergencia provocada por la crisis de la Covid-19, durante el año pasado hicimos una donación de 600 litros de caldo Veritas, 320 zumos de fruta y 20 monas de Pascua al **Rebost de Gràcia** (Barcelona). Dicha entidad se encarga de atender a familias derivadas de Servicios Sociales y les hizo llegar los productos.

Al ver que la pandemia se alargaba, tomamos la determinación de ayudar de una forma sostenida en el tiempo a familias en situación de pobreza económica y con necesidades alimentarias no cubiertas. Así, hemos

**acompañado durante ocho meses a 50 familias con cestas solidarias** para garantizar que cada semana entraba comida en sus casas.

Junto con la dietista **Mireia Marín**, seleccionamos los productos para que el conjunto fuera lo más completo posible y en la primera entrega añadimos un dossier con información nutricional básica, una receta y un mensaje para que las familias se sintieran acompañadas y participes del proyecto.

**Total donaciones:**  
**22.000€**



### Donación extraordinaria a la Cruz Roja

El julio pasado entregamos a la **Cruz Roja** una donación de comida, una acción que pudimos llevar a cabo gracias a las donaciones del cheque de ayuda que otorgamos a nuestros clientes en junio, como parte del **Plan Respuesta Covid-19**, y que podía ser canjeado en la tienda o bien cederse en quilos de comida destinados a entidades sociales. El Plan Respuesta Covid-19 es el conjunto de medidas mediante las que revertimos el ingreso neto adicional, y no previsto, generado durante el confinamiento, para ponerlo al servicio de la recuperación económica de las familias.



## Un año más, hemos vuelto a ser Reyes Magos

Aunque la Navidad de 2020 ha sido muy diferente de la de cualquier otro invierno, desde Veritas hemos querido, como siempre, ayudar al máximo número de personas posible y, por cuarto año consecutivo, impulsamos la iniciativa **“Somos Reyes Magos”**, que consiste en hacer una donación de alimentos a entidades sin ánimo de lucro para apoyar a los colectivos más vulnerables en estas fechas tan señaladas.

Durante las fiestas se preparan lotes de alimentos ecológicos y sostenibles y todas nuestras tiendas eligen una entidad, fundación o asociación con la que quieren colaborar y a la que entregan el lote de regalos. Cada entidad gestiona estos productos de la manera que cree más conveniente; por ejemplo, dirigiendo los lotes a un comedor social, a un piso de acogida, o a una casa con una familia con dificultades económicas. La cuestión es ayudar al máximo número de personas posible y contribuir a su alimentación positivamente.

**En 2020, 76 de nuestras tiendas** han participado llenando de alegría a familias y personas con necesidades.

### Plan respuesta Covid-19

Para ayudar a las familias y colectivos de la comunidad que más lo necesitan, revertimos el 100% de los ingresos netos adicionales y no previstos generados durante el periodo de confinamiento, los cuales ascienden a 518.000 €.

Este proyecto está dirigido tanto a nuestros trabajadores y trabajadoras, proveedores, clientes como a toda la comunidad.

Plan  
**RESPUESTA<sup>COVID</sup>19**

<b>TOTAL IMPACTO SOCIAL</b>	<b>764.753 €</b>
Colaboraciones desde las tiendas aportando alimentos	543.233 €
Plan Respuesta: Cruz Roja + otras colaboraciones	126.321 €
Donaciones a entidades	53.954 €
Colaboraciones alimentos desde Lliçà	41.245 €

## 6.4. Productos destacados

En relación con el compromiso de caminar junto a nuestros proveedores, nuestros compañeros de viaje más próximos, son buenos ejemplos de alimentos que provienen de los orígenes más cercanos y de producción ecológica **los huevos, distribuidos en cada zona del territorio, o frutas y verduras locales, como los cultivos de Carme Martí y Punt de Sabor.**

### Huevos locales en cada zona del territorio

Ofrecemos una gran variedad de huevos ecológicos provenientes de cada zona del territorio. Por un lado, en Cataluña los principales proveedores son **Ecoparadís, Moncal y Can Martí**, ya que las tres marcas de huevos ecológicos son visibles en todos nuestros supermercados. En un ámbito más local, **La Klosca** coge relevancia en nuestras tiendas de El Maresme y en la zona de Tarragona, Reus y Altafulla se distribuyen los huevos ecológicos de la **Granja Gaià**, situada entre los viñedos y los bosques del valle del río Gaià. Por otra parte, en Lleida la granja **Cal Bergé** toma el protagonismo en los supermercados Veritas de la zona.

Por otro lado, en las Islas Baleares encontramos el **Convento de Mallorca** que distribuye en la misma isla, y en Ibiza trabajamos con **Sa Puesta**.

Asimismo, **Euskaber** es la agrupación de pequeños agricultores del País Vasco que nos sirven los huevos ecológicos en nuestras tiendas del norte de España. Además, en esta zona, también se distribuyen los huevos de la **granja de Molinilla** en Vitoria, los de la marca **Ribereco** en Pamplona y los de la **granja Ovo** en Bilbao. Finalmente, en la Comunidad Valenciana están los huevos ecológicos de las marcas **Ecorganic, Cocco y Los Pedroches**, y en Madrid, la marca **La Pradera** es visible en nuestros supermercados situados en la capital española.

Todas las marcas son empresas de proximidad que trabajan a partir de un modelo ecológico en que las gallinas son alimentadas y cuidadas a través de métodos sostenibles con una política respetuosa con el medioambiente. El resultado son huevos de alta calidad con un sabor, un color y una textura inconfundibles.

## Frutas y verduras locales

### Carme Martí

En L'Horta de Carme cultivan una gran cantidad de frutas y verduras ecológicas. Carme Martí, la agricultora de la huerta ubicada en Camarles, Tarragona, junto con su familia, cuida de todas las frutas y verduras que cultiva.

Además de melón, sandía, pimiento, calabacín, calabaza, berenjena, lechuga, pepino, remolacha, cebolla, col, coliflor y espinacas. La especialización del huerto de Carme son los tomates: cultivan más de 10 variedades de tomates, entre ellas:



- **Corazón de buey:** carnoso, con pocas semillas, resulta ideal para cocinar porque tiene un sabor muy suave.
- **De colgar:** especial para untar pan, no necesita conservarse en la nevera.
- **Berner rose:** carnoso y de color rosa claro, tiene un sabor excelente.
- **Rosa Barbastro:** de aspecto redondo y aplastado, es grande, tiene una pulpa bastante carnosa y un sabor extraordinario.
- **Cherrys:** resulta ideal para comer fresco, en ensaladas y guarniciones (rojo, amarillo, negro y de la variedad pera).
- **Pera:** de piel fina y delicada, se utiliza para triturar en gazpachos.
- **Morat Prinz:** tiene una forma aplanada y es de color rojo oscuro.
- **Kumato:** es de color verde oscuro casi negro, de textura crujiente y sabor dulce e intenso.
- **Rebelión:** muy carnoso, se puede consumir fresco.

### Punt de sabor

Punt de Sabor es uno de los principales proveedores de **Ecorganic** con los que trabajamos a diario, incluso planificando algunas referencias. Junto con ellos apostamos por la fruta y verdura de cercanía y temporada.

De esta manera, Punt de Sabor es la marca comercial de un ambicioso proyecto de cultivo, venta directa y distribución sin intermediarios de hortalizas, fruta y verdura ecológica certificada y otros productos ecológicos certificados según la normativa europea.

Su objetivo es llegar a los consumidores europeos con los mismos principios rectores que les han permitido ser los líderes en la venta directa y sin intermediarios de

productos ecológicos en la Comunidad Valenciana.

En **La Marjal dels Moros** en Sagunto (Valencia), sobre una superficie de 50 hectáreas, llevan desde el año 2001 realizando experimentación en agricultura ecológica. La finca está dentro de un espacio natural protegido que pertenece a la Red Natura 2000 (zona ZEPA y RAMSAR), junto al Centro de Educación Ambiental de la Comunidad Valenciana. En ella se produce y experimenta sobre todo tipo de verduras, hortalizas y frutas de temporada.

**punt  
de  
sabor  
.com**

## 6.5. Caminando juntos - Carme Martí



### 1. ¿Cómo comenzó tu relación comercial con Veritas?

Nuestra relación comenzó en 2010, año en el que nos incorporamos al CCPAE. Nos encontramos mutuamente, Veritas buscaba un productor de frutas y verduras ecológicas y de proximidad y nosotros, un cliente estable y serio; por supuesto, dimos con él. Los once años que llevamos como compañeros de viaje han sido un camino ilusionante, gratificante, y el esfuerzo ha sido compensado por el hecho de poder vivir de algo que cuida la naturaleza y protege la salud humana.

### 2. ¿Qué destacarías de tu relación con Veritas y en qué se diferencia de otras relaciones comerciales?

La relación que tenemos con Veritas, a diferencia de la que tenemos con otros clientes, es abismal porque tienen un equipo

de personas muy humanas, muy capaces y fieles a los compromisos establecidos. Juntos hemos podido reproducir semillas antiguas ya en desuso (por el hecho de ser poco productivas), buscando su extraordinario sabor. Así mismo, estamos siempre al día de las novedades, para que comer ecológico, a parte de ser saludable, no se vuelva aburrido.

### 3. ¿Cuáles son las “calidades estrella” de las frutas y verduras que cultiváis que hacen que sean únicas y se diferencien de otras frutas y verduras?

Nuestro producto estrella es el tomate con sabor a tomate, pero también lo son el caqui persimon, la naranja navelate.... Esto es como preguntar a una madre a qué hijo quiere más: todo nuestro proyecto lo hacemos con ilusión y ganas. Nuestro objetivo es que nuestros productos lleguen al consumidor con todas sus propiedades y frescura.

## 7. Sostenibilidad

### 7.1. La sostenibilidad en Veritas

**Creamos valor económico, medioambiental y social; contribuimos al bienestar y al progreso de las generaciones presentes y futuras.**

Cuando hablamos de sostenibilidad, hablamos de impacto y regeneración, ya que entendemos la sostenibilidad como relaciones de impacto positivo tanto con las personas como con el medioambiente. Actualmente, no es suficiente con sostener, sino que hay que contribuir a la regeneración del medio natural para contribuir a su recuperación del equilibrio. Por ejemplo, trabajamos para neutralizar la huella de carbono (no solo reducirla) o para transformar el residuo en recurso, entre otras acciones.

**Anna Badia**  
Chief Human & Planet Impact



### 1. Desde tu departamento, ¿cómo se trabaja el compromiso con la sostenibilidad y cuáles son las palancas claves en las que se apoya?

Trabajamos el compromiso con la sostenibilidad buscando un impacto medioambiental y/o social positivo en cada toma de decisiones. Con un papel muy activista, estamos innovando en nuevos proyectos de economía circular, agricultura regenerativa, mitigación del cambio climático y acercamiento de una alimentación de calidad a colectivos desfavorecidos, entre otros. Todos nuestros esfuerzos para lograr un impacto positivo en el mundo van acompañados y están apoyados por nuestras herramientas de gestión **B Corp** y los **Objetivos de Desarrollo Sostenible**.

### 2. Durante 2020, ¿cuáles fueron los retos o desafíos más importantes que habéis encontrado?

Siendo un reto mundial, la Covid-19 ha sido el mayor desafío que hemos encontrado en 2020. Desde nuestro departamento, planteamos acciones con un foco especial en las personas vulnerables ante las consecuencias sociales, que iban empeorando día tras día. De esta manera, con la ayuda de diferentes entidades sociales, conocimos y acompañamos a varias familias en situación de riesgo durante más de ocho

### 3. Teniendo en cuenta que las alianzas son un factor clave para cumplir el compromiso con la sostenibilidad, crear sinergias y provocar un cambio positivo en la sociedad, desde tu experiencia, ¿qué impacto tiene para Veritas trabajar parte de la estrategia de sostenibilidad a través de colaboraciones y alianzas con entidades como B Corp, Barcelona + Sostenible, Oxfam Intermón, etc.?

En Veritas consideramos que junto a otras entidades que comparten nuestros mismos objetivos somos más fuertes. El hecho de trabajar parte de nuestra estrategia de sostenibilidad a través de colaboraciones y alianzas hace que juntos generemos un impacto más grande y positivo en la sociedad, a la vez que disfrutamos de la magia que creamos entre nosotros.

## 7.2. Mitigación del cambio climático

### Reducción de huella de carbono

Ante el fenómeno evidente del cambio climático, en Veritas nos ocupamos de calcular y analizar los niveles de gases de efecto invernadero (GEI) que genera nuestra actividad. Por eso, nos hemos puesto el reto de conseguir un balance de emisiones GEI positivo, con **el objetivo de llegar a ser neutros para el año 2022**.

Nuestros indicadores son muy claros, ya que hemos reducido en 5 años un 46% de nuestras emisiones de CO2 a pesar de tener más personal y superficie de tiendas.

#### Cálculo de emisiones desde 2015

Para nosotros, la alimentación ecológica es un medio para seguir desarrollando un mundo en progreso donde las personas ganen en salud. Las emisiones de CO2 que genera gran parte de la actividad humana no contribuyen a la construcción de este mundo en progreso. Por eso, en Veritas quisimos saber cuál era el peso de nuestra responsabilidad al respecto.

- **Alcance 1:** entre 2015 y 2016, nuestras emisiones de GEI directas se incrementaron a causa del aumento de equipos de climatización instalados. En 2018 hemos seguido abriendo tiendas nuevas y, por lo tanto, hemos continuado instalando sistemas de refrigeración. El hecho de encontrar una alternativa a los gases refrigerantes de estos sistemas es lo que ha hecho que la cantidad de toneladas de CO2 emitidas disminuyera en estos últimos años. Así, continuamos cambiando los gases de nuestras neveras para seguir con la reducción y, aunque en 2020 hemos aumentado nuestras emisiones un 26% respecto al año 2019, debido a nuestro crecimiento de plantilla y expansión de tiendas, hemos conseguido un total de un **46% de reducción respecto al año 2015**.
- **Alcance 2:** el cambio a la energía verde que hicimos en 2016 ha tenido una consecuencia evidente: si en 2015 nuestras emisiones de GEI por el consumo eléctrico representaban un 58% de las emisiones de GEI totales, desde 2018 este porcentaje se ha reducido al 0%.
- **Alcance 3:** cada vez tenemos más tiendas en más zonas del territorio, lo que se ha visto reflejado en un aumento de las emisiones de GEI asociadas al transporte. Para paliar este hecho, nos esforzamos en trabajar con proveedores próximos en cada una de nuestras tiendas.

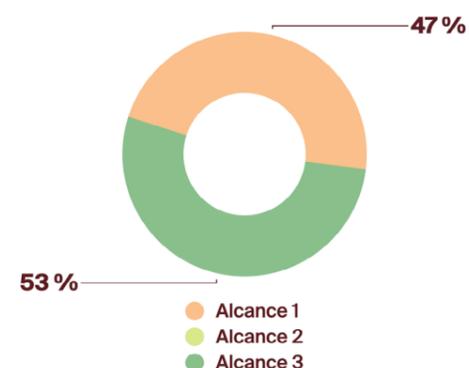
#### Evolución de las emisiones en TnCO2

2015:  
**2.971**

2020:  
**1.597**

Por alcance:

1: **744**    2: **0,0**    3: **852**



### Optimización de los sistemas de refrigeración

Dentro de nuestra estrategia global de reducción de la huella de carbono se enmarca el compromiso con la mejora de la eficiencia energética de nuestras tiendas. Por ello, hemos apostado por innovar en las aplicaciones frigoríficas con la finalidad de reducir su impacto ambiental. Hemos diseñado un plan de acción para sustituir el gas refrigerante por uno de menor potencial de calentamiento atmosférico (PCA), concretamente el R-450<sup>a</sup>, reduciendo su efecto en más del 50%. Hasta ahora somos los primeros supermercados que funcionan

con este nuevo modelo de refrigeración y estamos en proceso de implementarlo en todas nuestras tiendas. Aunque este cambio requiere de una inversión inicial, el ahorro energético es prácticamente inmediato, causando un retorno de la inversión también inmediato. Cabe destacar, a su vez, que el cambio de refrigerante no afecta a la cadena de frío de los alimentos, y, por tanto, su calidad no se resiente. La gestión posterior del gas rechazado se hace siguiendo el itinerario legal, ya sea vía destrucción o reutilización.



### Apuesta por la energía renovable

Con el objetivo de lograr un modelo global de crecimiento sostenible, hace tiempo que estamos desarrollando un plan estratégico de mejora del impacto medioambiental. Dentro del mismo se encuadra el contrato firmado en marzo de 2020 para establecer el **suministro de energía 100% renovable en todas las instalaciones de Grupo Veritas**, que abarca un total de casi 77 tiendas, el obrador, el almacén y las oficinas. Asimismo, hemos establecido planes de eficiencia energética para reducir nuestro consumo.

En Veritas, aseguramos que la energía que consumimos ha sido generada mediante energías renovables a través de un sistema de garantía de origen, antes gestionado por la CNE (Comisión Nacional de la Energía) y actualmente en manos de la CNMC (Comisión Nacional de Mercados de la Competencia). Dichos certificados, denominados garantías de origen (CDOS) o en inglés, Renewable Energy Certificate (REC), se pueden transferir a las comercializadoras, que pueden justificar así el carácter verde de la electricidad que venden.



**100% de consumo de energía verde**

## 7.3. Economía circular

### Veritas Textil Project

En Veritas estamos comprometidos con un consumo consciente y responsable y, por ello, ofrecemos un **servicio para recuperar y dar una segunda vida a la ropa que ya no se utiliza**, por lo que contribuimos a ahorrar recursos, proteger el medioambiente y luchar contra el cambio climático.

Aprovechando la logística inversa, los clientes pueden elegir la opción gratuita de dar su ropa en el momento que reciben la compra online. De esta manera, les ofrecemos un proceso inmediato y cómodo para incentivar el reciclaje de la ropa, y los kilos recogidos se entregan en la **Fundación Humana** para que los gestione y les dé un fin social. Este proyecto, **Veritas Textile Project**, comenzó el año pasado en colaboración con **Humana, Fecha Ambiente y Ara Vinc**, y con el apoyo de la **Agencia de Residuos de Cataluña**.

Así, lo más importante del proyecto es la trazabilidad de la ropa recogida. Solamente un 3% del total de la ropa que se recoge anualmente no se puede reciclar y el resto **se destina mayoritariamente a tiendas de segunda mano y entidades sociales**.

**1.109 kg de ropa recogida** > **3.514 kg de CO2 evitados**

**16.669 L**  
de agua ahorrados

% DE PEDIDOS ONLINE QUE HAN UTILIZADO EL SERVICIO  
**Septiembre de 2020 a diciembre de 2020: 2,8%**

### Uniformes elaborados con materiales sostenibles

La nueva vestimenta con la marca de moda **Mud Jeans**, además de modernizar nuestra imagen, cuenta con todas estas ventajas para el medioambiente:

- **Nuevos delantales:**

65% de algodón reciclado, fabricado con energía renovable y un uso menos intensivo del agua.

35% de algodón orgánico.

Cada nuevo delantal ha supuesto un ahorro de 1.600 litros de agua.

Sin tintes.

- **Nuevos polos hechos son:**

100% de algodón orgánico.

Por la compra de más de 1.000 polos nuevos hemos ahorrado más de 2.500.000 litros de agua.



## Residuos convertidos en recursos

### Autogestión del 100% de los residuos

Desde Veritas nos hemos comprometido a autogestionar el 100% de todos los residuos que generamos. A través de la logística inversa, procesamos las diferentes fracciones de residuos que generamos desde nuestra planta de Lliçà d'Amunt. Asimismo, vendemos nuestros residuos a otras empresas que puedan reutilizarlos.

#### Toneladas:



### 7.4 Uso responsable de materiales

#### Reducción de los plásticos e innovación del packaging

El impacto del plástico sobre el medioambiente puede ser muy grande si no se gestiona de forma responsable. Aunque es un material reciclable, creemos que la mejor forma de que acabe fuera del sistema circular es, directamente, no usarlo cuando no sea estrictamente necesario. La presencia del plástico en el sector alimentario es notoria, razón por la que desde Veritas decidimos **en 2010 ser pioneros del cambio** en el sector de la alimentación con la eliminación por completo de las bolsas de plástico de nuestras tiendas, y posteriormente, las de frutas y verduras. Así, ya **hemos ahorrado al medioambiente más de 5,5 millones de bolsas de plástico**, que incrementan mucho más por el uso de bolsas 100% compostables en la sección de frutas y verduras.



# Innovación en los materiales de packaging



## BANDEJA

Estrategia de bandejas de pulpa para reducir el consumo de materiales plásticos.

- 39% ahorro de material
- 87% material renovable
- 82% huella de carbono

## ENVASE DE YOGURT DE PAPEL

Estrategia de mejora continua en el uso racional y reducción de plásticos en el envasado.

- 80% renovable
- 25% reciclado
- 100% reciclable
- 35% huella de carbono



## GRANEL

Estrategia de venta a granel para reducir el consumo de envases plásticos de un solo uso.

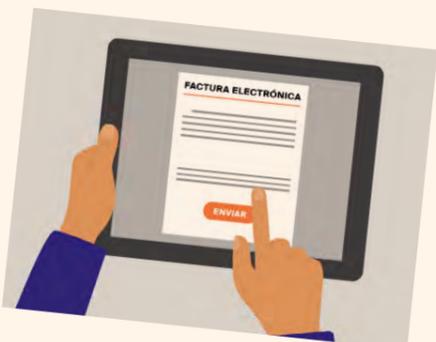
- 0% plástico
- 100% material certificado
- 27% huella de carbono



## FACTURA ELECTRÓNICA

Estrategia de desmaterialización de las facturas para eliminar el consumo de papel.

- 0% facturas de papel
- 100% energía renovable
- 84% huella de carbono



## ENVASES PARA GERMINADOS

Estrategia de mejora continua en el uso racional y consumo de plásticos para el envasado.

- 100% origen renovable
- 100% compostables
- 67% huella de carbono



## BOLSAS COMPOSTABLES EN LA SECCIÓN DE FRUTAS Y VERDURAS DESDE 2016

Estrategia de ahorro de bolsas de plástico y mejora de impacto medioambiental.

- 100% compostables
- 100% reutilizables
- 1.5 millón de bolsas de plástico en el mundo



## PORTAPRECIOS

Estrategia de mejora continua en el uso racional y consumo de plástico en tienda.

- 30% reciclado
- 100% reciclable
- 45% huella de carbono



## PAPEL ALIMENTARIO

Estrategia de mejora continua en el uso racional y reducción de plásticos para envolver carnes y pescados.

- 100% origen renovable
- 69% consumo material
- 72% huella de carbono



## 7.5. Reaprovechamiento con propósito social - Despilfarro alimentario 0,0

La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y Agricultura (FAO, por sus siglas en inglés) calcula que hasta un tercio de los alimentos a escala mundial se despilfarran o se estropean antes de ser consumidos por las personas. Para ayudar a encontrar soluciones a este problema, en Veritas nos hemos propuesto **gestionar nuestras mermas de forma responsable** y así evitar que ningún alimento sea desaprovechado.

### Fundación Pont Alimentari

Colaboramos con la Fundación Pont Alimentari para dar nuestros excedentes alimentarios a colectivos vulnerables. Nuestras 44 tiendas en Cataluña canalizan sus mermas a través de esta entidad. Las entidades receptoras están localizadas cerca de nuestros puntos de venta, como por ejemplo Formació i Treball, El Xiprer, SOM Fundació, Sud Integració o El Casal d'Infants del Raval, entre otras. Por otro lado, cada primer jueves de cada mes, la ONG Barcelona Actúa, que ayuda a personas en riesgo de exclusión de la ciudad, cocina 60 cenas con donaciones de nuestras tiendas en un espacio que cedemos expresamente para esta actividad.

## 7.6. Productos destacados

### Cerveza Segunda Vida, ejemplo de despilfarro cero y economía circular

Siempre hemos apostado por la **economía circular**, revalorizando las materias primas y dándoles otra vida. El último ejemplo es **nuestra cerveza artesanal Segunda Vida**, que se elabora con el excedente de pan de las panaderías Veritas.

Según un estudio de la Organización de las Naciones Unidas, un tercio de todos los alimentos producidos a escala mundial se pierden o se tiran. Uno de nuestros objetivos es conseguir el desperdicio alimentario cero y tenemos varios proyectos en marcha que nos ayudan a conseguirlo, aunque siempre continuamos innovando e impulsando nuevas iniciativas para llegar más lejos. Uno de ellos es nuestra cerveza artesanal ecológica.

El proceso de producción es altamente respetuoso con el medioambiente, ya que optimiza el uso de recursos, conserva la gran calidad de nuestro pan ecológico y reduce los residuos. Todo comienza con la recogida de la merma de 20 de nuestras tiendas en Cataluña. Una vez que se ha transportado el pan en el almacén, nuestro proveedor de cerveza, Lybica, lo recoge y lo lleva a su centro de producción en Llívia para elaborar, embotellar y etiquetar la cerveza Segunda Vida.

Los transportes se hacen mediante la logística inversa y el camión aprovecha el trayecto de reparto de las mercancías para transportar el pan sobrante. En total, se han **recogido más o menos 100 kg de pan y producido 2.736 unidades de 0,33 litros** cada una, es decir, 902 litros de cerveza.

# Comparte y no desperdices

El excedente de pan producido por el Obrador Veritas es una materia prima de altísima calidad que se destina a producir una cerveza artesana **Ale** y darle una **segunda vida** a un excedente tan valioso para seguir compartiendo el sabor de lo auténtico.



¡Disfruta de la  
Cerveza  
SEGUNDA VIDA!

## Artesana, la barra de pan con menor huella de carbono

La barra de pan Artesana Veritas es la barra de pan con menor contribución al calentamiento global, después de constatar que su huella de carbono es la más baja del mercado certificado. Para ello, hemos llevado a cabo un estudio de su ciclo de vida y lo hemos comparado con el de otras barras de pan similares.

Los resultados del estudio, realizado por Inèdit Innova y verificados por **OCA Global**, en el que se comparan las emisiones de CO2 de barras de pan de composición similar, muestra que nuestra barra de pan Artesana emite **únicamente 381 g de CO2 eq/kg** (frente a los 446 g de CO2 eq/kg de 2015). Este dato **la convierte en la más sostenible del mercado certificado**. Para conseguir **disminuir un 15% la huella de nuestra barra de pan Artesana** hemos bajado los kilómetros por cantidad transportada, limitando el consumo energético de la maquinaria del Obrador y apostando por energía verde procedente de fuentes renovables. Además, la envasamos en una bolsa de papel con sello FSC (Forest Stewardship Council), que garantiza que proviene de bosques gestionados de manera sostenible.

Nuestra barra de pan Artesana se hace únicamente con harina ecológica de trigo, agua, sal y menos de un 0,5% de levadura; y sus calidades nutricionales, junto con su sabor, aroma y textura, son fruto de una meticulosa elaboración basada en un proceso lento que se alarga hasta 48 horas y durante el cual respetamos de manera absoluta la normativa ecológica.

El hecho de que nuestra **barra de pan Artesana** sea la barra más sostenible nos alinea con la hoja de ruta del **Pacto Verde Europeo**, un plan que tiene por objetivo que Europa sea el primer continente climáticamente neutro en 2050.

## 7.7. Caminando juntos- Farinera Coromina



Farinera Coromina trabaja con agricultores de la región para desarrollar y potenciar la agricultura sostenible y ecológica. Esta colaboración permite elaborar **harinas ecológicas de alta calidad con una trazabilidad al 100%** fomentando los productos de proximidad y respetuosos con el medioambiente.

### 1. ¿Cómo comenzó tu relación comercial con Veritas?

*Comenzamos nuestra relación con Veritas a finales de 2018, cuando, a raíz de nuestra participación en la Fira Alimentària de Barcelona, nos encontramos con el Sr. Emilio Vila. Desde ese momento, confirmamos que ambas empresas estaban alineadas en la búsqueda de la calidad y de la sostenibilidad, y vimos que tenía sentido empezar a trabajar juntos, como una oportunidad para aunar esfuerzos para generar un impacto positivo a través de nuestros productos.*

### 2. ¿Qué destacarías de tu relación con Veritas y en qué se diferencia de otras relaciones comerciales?

*Como hecho diferencial, destacaríamos la gran capacidad de adaptación e innovación de nuestros productos con el fin de ajustarlos*

*a los sistemas de producción de Veritas. Asimismo, hay que remarcar el progreso en la calidad que ha ido experimentando nuestro producto final, a través del cual buscamos ayudar a nuestros clientes a que ofrezcan un producto diferenciado y de calidad a los consumidores finales.*

### 3. ¿Cuáles son las “calidades estrella” de la harina que producís que hacen que sea única y se diferencie de otras harinas?

*Nuestra harina es única y especial por ser ecológica, de trigos de variedades puras seleccionadas y sin aditivos, con unas características reológicas muy equilibradas y un nivel de proteína excelente.*

*Estamos orgullosos de haber conseguido extender la calidad Coromina a todas nuestras harinas ecológicas.*

## 8. Biodiversidad alimentaria

### 8.1. La biodiversidad alimentaria en Veritas

**La variedad de alimentos garantiza la salud del ecosistema.**

La naturaleza está formada por millones de organismos que viven en equilibrio. La existencia de uno garantiza la del otro. De tal manera que, si apostamos por el cultivo de diferentes variedades de alimentos, especialmente de los autóctonos, recuperamos todo el ecosistema vivo propio de la zona, que ayuda a regular ese equilibrio natural que fortalece las defensas del planeta.

**Audrey Bezaut**

E-commerce manager y equipo de preparación online

**1. Desde tu Departamento, ¿cómo se trabaja el compromiso con la Biodiversidad Alimentaria y cuáles son las palancas claves en las que se apoya?**

Desde el departamento de Ecommerce trabajamos el compromiso con la Biodiversidad alimentaria a distintos niveles. Por un lado, acercamos una mayor y mejor variedad de productos ecológicos a cada vez más familias de España ya que estamos constantemente trabajando para ampliar a más zonas nuestro surtido, como por ejemplo hemos hecho este año con el producto refrigerado en Valencia y Madrid. Y por otro lado, vamos ampliando la variedad de productos que ofrecemos. La gran ventaja del comercio online es que no tiene una limitación de espacio como en las tiendas físicas, y así hemos añadido recientemente más de 500 productos al surtido disponible online.

**2. Durante 2020, ¿cuáles fueron los retos o desafíos más importantes que has encontrado?**

Creo que el año 2020 ha sido extremadamente peculiar para todos en cualquier lugar del mundo. En nuestro caso, tuvimos que reaccionar a un incremento de la demanda online muy fuerte y repentino. De un día para otro, multiplicamos los pedidos que entraban por la web hasta casi por 20. Fue todo un desafío gestionar este aumento. Además, esto coincidió con las nuevas instalaciones previstas para la preparación online en Lliçà d'Amunt y la nueva organización del departamento, lo que



supuso un doble reto. Se suele decir que en momentos de crisis se refleja la verdadera naturaleza de las personas, pues en 2020, el equipo de Ecommerce y todos los que le han apoyado han demostrado un gran espíritu de equipo y un enorme compromiso para satisfacer a nuestros clientes.

**3. En relación a los proyectos o iniciativas de tu Departamento, ¿cuál de ellos te hace sentir más orgullosa y por qué?**

Siendo un departamento todavía joven y de reciente estructuración, me hace mucha ilusión ver crecer el trabajo del departamento y su coordinación con otros departamentos. Todo ello para poder ofrecer a nuestros clientes una experiencia de compra integrada y omnicanal. El ecommerce es una extensión de la tienda física, ofrecemos descubrir nuestra marca y sus productos antes, después e incluso cuando estés en alguna de nuestras tiendas físicas. Es difícil elegir un solo proyecto pero merece destacar el salto que hemos dado a la categoría de Fruta y Verdura incrementando su participación en la venta del 11% a 15%. Es el resultado de un gran trabajo de equipo multifuncional.

### 8.2 Amplia diversidad de referencias ecológicas

En el marco de un proceso de **innovación continua**, destinamos permanentemente recursos al desarrollo de nuevos productos con certificación de producción ecológica, que no están disponibles en el mercado, así como a la optimización de la composición de algunos productos para ofrecer a nuestros clientes la mejor calidad y las mejores propiedades alimentarias y nutricionales.

## 687 nuevas referencias

Nos esforzamos para garantizar un amplio surtido a nuestros clientes, incluyendo a aquellos que siguen dietas específicas. Creemos que la diversidad alimentaria está principalmente en los productos ya que la garantía de calidad la da la certificación ecológica.

### 8.3 Atendemos necesidades alimentarias especiales

## Desarrollo de la gama sin gluten

El trabajo en origen que hicimos en 2019 con los proveedores para incrementar la oferta de productos sin trazas de gluten resultó en más de 500 referencias aptas para celíacos, continuando dicho trabajo en **el año 2020 hasta alcanzar las 620 referencias**. Una mejora notable respecto a las 250 referencias certificadas a finales de 2016. Disponer de harinas de cereal alternativas como el teff, que no tiene gluten, nos permite hacer más productos accesibles para personas con dietas especiales.



EJEMPLOS DE VARIEDADES:



**12**  
cereales  
en copos



**16**  
tomates



**56**  
bebidas  
vegetales



**19**  
panes



**27**  
harina



**31**  
pastas

## Quincena vegana y macrobiótica



### Guía vegana

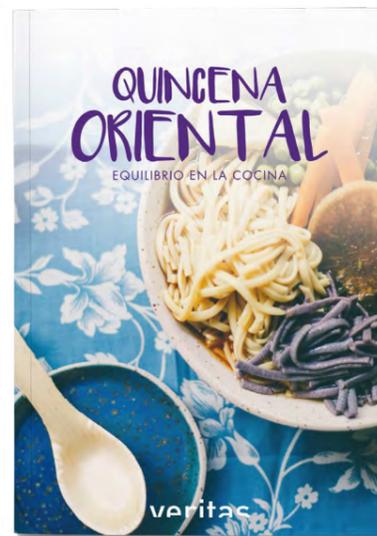
Este año celebramos la **10ª edición de la Quincena Vegana** y, con ella, nos adentramos cada vez más en el mundo vegetal.

Las proteínas de origen vegetal cada vez tienen más presencia en nuestros hogares gracias a su versatilidad en la cocina y a sus grandes beneficios para nuestro organismo. Por ello, hemos decidido elaborar una guía vegana, para que nuestros clientes conozcan la gran variedad de productos de origen vegetal que existe, sus propiedades y cómo utilizarlos en la cocina. Esta guía incluye todos los beneficios que contienen los productos de origen vegetal, diferentes exposiciones de productos disponibles en Veritas, y un conjunto de recetas prácticas y fáciles de elaborar.

### Guía Oriental

La macrobiótica es una filosofía de vida que busca el **equilibrio entre la mente y el cuerpo**, con el objetivo de ser feliz y estar sano. De esta manera, alineándonos con sus principios y para promover el bienestar y la salud de las personas, hemos elaborado una guía oriental, la cual destaca la importancia de la alimentación y considera que se deben tener en cuenta todos los aspectos de nuestra existencia para determinar una dieta beneficiosa. La estación, el clima, la situación geográfica, el tipo de actividad física, la constitución y el estado de salud son algunos ejemplos.

Esta guía explica el origen de la filosofía macrobiótica y la relación energética de los alimentos en la búsqueda del equilibrio de nuestro organismo, varias recetas y el catálogo de productos disponibles en Veritas.



## 8.4 Productos destacados

Para tener una dieta variada y equilibrada es recomendable **comer frutas y verduras muy diversas** y con muchos colores para aportar todos los nutrientes que el cuerpo necesita para funcionar y tener energía. En Veritas tenemos una gran variedad de fruta y verdura ecológica, de temporada y siempre fresca como si estuviera recién recogida del huerto o del árbol, de las cuales el topinambur y el kale son claros ejemplos.

### Topinambur

El topinambur es un tubérculo de **aspecto similar al jengibre**, con una pulpa blanca y una piel muy fina, mientras que su color varía entre rojo, violeta y marrón. Contiene un sabor muy particular, que recuerda al de la alcachofa, y es **rico en inulina**, una fibra con un excelente efecto prebiótico que ayuda a mantener un microbiota saludable, siendo apto para diabéticos porque ayuda a regular la glucosa en sangre. Sin embargo, en caso de intolerancia a la fructosa, es mejor no consumirla porque la contiene.



### Kale

La col kale es una verdura de hoja verde rica en calcio y hierro, al mismo tiempo que gracias a su contenido en fibra estimula la función intestinal. También destaca su riqueza en antioxidantes, proteínas y ácidos grasos de omega-3. Asimismo, contiene abundante vitamina C, que ayuda al organismo a absorber el hierro y K, que desempeña un papel fundamental en la prevención de procesos inflamatorios.

Pertenece a la familia de las coles de hojas verdes y carnosas, y se cosecha durante los meses de invierno, ya que el clima frío mejora su calidad. Sin ninguna duda, el sistema de producción ecológico favorece las concentraciones de nutrientes en las hortalizas como el kale. El hecho de tener menos agua implica una mayor concentración de materia seca, que es donde se concentran los minerales, las vitaminas, los compuestos fotoquímicos, etc.

Contamos con diferentes variedades de kale que ofrecemos en nuestras tiendas:

- La curly kale es la variedad más conocida, de color verde y con las hojas rizadas, posee un paladar dulce y suave.
- La lacinato kale tiene las hojas estrechas y altas de color verde oscuro.
- La redbord kale es un poco más dura que la primera y llama la atención su tonalidad lila.



### DETALLE DE PRODUCTOS ESPECÍFICAS PARA COLECTIVOS ESPECIALES

 <b>101</b>	 <b>230</b>	 <b>315</b>	 <b>620</b>
Macrobióticos	Sin lactosa	Veganos	Sin gluten

### DETALLE DE LOS COLECTIVOS ESPECIALES ENTRE LOS CLIENTES FIDELIZADOS (CLUB)

 <b>10.500</b>	 <b>9.000</b>	<b>Intolerantes a la lactosa</b> <b>8.800</b>	<b>Total clientes fidelizados</b> <b>74.000</b>
---	--	--	--

## 8.5. Caminando juntos - Josep Mestre



Es un productor de hortalizas ecológicas, en el término municipal de Benifallet (El Baix Ebre). Se trata de una explotación familiar con trabajadores y proveedores de la zona. Todas las hortalizas son producidas en la propia finca, situada en un entorno de interés natural protegido especialmente adecuado para la producción ecológica. Está especializado en pequeñas producciones y muy diversas, que crecen a su ritmo y en la estación climatológica que les corresponde.

### 1. ¿Cómo comenzó tu relación comercial con Veritas?

En 2014, dada nuestra capacidad productiva de hortalizas ecológicas y nuestro compromiso por la calidad y la innovación, empezamos a trabajar algunos productos con Veritas. Desde entonces, hemos afianzado y ampliado nuestra relación, suministrando diferentes tipos de hortalizas en todas las épocas del año. Además de hortalizas tradicionales, suministramos a Veritas hortalizas nuevas, en el mercado español, e interesantes por sus características nutricionales y por su sabor, como la col kale, el pak choi, el patisson blanc, o el tulinambo.

### 2. ¿Qué destacarías de tu relación con Veritas y en qué se diferencia de otras relaciones comerciales?

La relación con Veritas se destaca por su seriedad, profesionalidad, apuesta por la

calidad de los productos ecológicos y el compromiso de programas de planificación productiva con los productores locales.

### 3. ¿Cuáles son las “cualidades estrella” de vuestras verduras que hace que sean únicas y se diferencien de otras?

Nuestra finca, íntegramente dedicada a la producción ecológica, se encuentra en un espacio de interés natural protegido, en un pequeño valle rodeado de bosques donde los vecinos de nuestros cultivos son, únicamente, la fauna y la flora del bosque Mediterráneo de mi propiedad. El mismo día en que realizamos la recolección de las hortalizas las encajamos, enfriamos y mandamos a Veritas. De esta forma, muchas de las hortalizas son recolectadas a primera hora de la mañana para protegerlas del calor, y una vez enfriadas se envían a Veritas, garantizando todas las garantías de frescura, calidad, entorno ecológico y mantenimiento de la cadena de frío.

## 9. Consumo consciente y responsable

### 9.1 El consumo consciente y responsable en Veritas

**Ofrecemos información rigurosa para ayudar a las familias a tomar decisiones de compra consciente y responsable.**

*Creemos que la información nos empodera para que tomemos decisiones coherentes con nuestro estilo de vida y eso crea conciencias felices.*

**Anna Hernández**  
Product Marketing Manager



### 1. Desde tu Departamento, ¿cómo se trabaja el compromiso de consumo consciente y responsable y cuáles son las palancas claves en las que se apoya?

Desde nuestro departamento de marketing trabajamos a diario para comunicar y concienciar a nuestra comunidad de los beneficios directos que proporciona un consumo ecológico y responsable. Sobre todo, nos centramos en hacer una buena divulgación del impacto directo que tiene para la salud el comer ecológico, así como el beneficio que supone para la sociedad y el planeta. Para ello nos apoyamos en las diferentes herramientas y soportes que tenemos, desde medios propios como nuestra web veritas.es, nuestra revista que distribuimos mensualmente en todas las tiendas o en redes sociales, hasta colaboradores o campañas de publicidad televisivas, digitales, etc.

### 2. Durante 2020, ¿cuáles fueron los retos o desafíos más importantes que has encontrado?

Sin duda alguna, el desafío más importante durante 2020 fue actuar con rapidez justo al inicio del confinamiento para seguir la actividad de toda la empresa y acercar a todo el mundo la compra de alimentos a sus casas. Gestionar la relación con el cliente en tiempos de pandemia fue un gran aprendizaje, ya que tenías que lidiar con un estado de duda y miedo constante y somos un sector esencial. De esta manera, en nuestro departamento también tuvimos que adaptarnos rápidamente a la nueva situación, como por ejemplo, pasando los talleres de Terra Veritas de

presenciales a totalmente online, o publicando también una edición digital de nuestra revista, el cual a día de hoy mantenemos con más de 2.000 lectores mensuales.

### 3. En relación a los proyectos o iniciativas de tu Departamento, ¿cuál de ellos te hace sentir más orgullosa y por qué?

Se me ocurren muchos proyectos e iniciativas que me enorgullecen, pero, si tuviera que destacar alguna, serían dos iniciativas muy especiales.

La primera es el desodorante solidario Viridis, el cual señala que la prevención y lucha contra el cáncer de mama empieza en un acto muy sencillo como es la compra de un desodorante. En nuestro caso, donamos todo el dinero recaudado a asociaciones que precisamente trabajan en esta causa. Durante el 2020 conseguimos recaudar 20.000€

El segundo proyecto que destacaría es el de “Provoquemos Un Cambio”, a través del cual queremos cambiar situaciones que nos parecen injustas, casos como el del IVA en los pañales y en la higiene femenina, en los cuales defendemos que debería ser del 4%, o el de los celíacos que deberían poder tener algún tipo de ayuda económica como ocurre en otros países... A parte de nuestras reivindicaciones, damos ejemplo aplicando estas medidas en nuestras tiendas para nuestros clientes. Creemos firmemente que cualquier negocio, como en nuestro caso un supermercado, puede ir cambiando y mejorando la sociedad en la que vivimos.

## 9.2. Somos activistas

En Veritas tenemos una **visión transformadora** del mundo y en eso basamos nuestra razón de ser. No entendemos la alimentación ecológica como una moda sino como el camino **para lograr un mundo mejor** en el que las personas se alimentan y actúan mejor.

Por ello, impulsamos iniciativas activistas, tanto sociales como medioambientales, que contribuyen a esta mejora y con las que esperamos influenciar y transmitir nuestra visión a muchas personas.

## Provoquemos un cambio

*Provoquemos un cambio* nace de una reflexión: la ciudadanía lleva años cargando con el peso de los desafíos que plantean las sociedades actuales (reciclaje, ahorro energético, etc.), ahora es el turno de las empresas. Es una iniciativa de activismo para impulsar cambios legislativos orientados a revertir situaciones injustas, proteger el medioambiente y mejorar la salud y la calidad de vida de las personas.

En Veritas queremos ejercer un rol facilitador. Por eso, nos comprometemos a aplicar el cambio en nuestras tiendas mientras las leyes reclamadas no entren en vigor, asumiendo los costes de aquellas medidas que impliquen una prestación económica, una reducción de la fiscalidad o el precio de los productos.

- Reducir el IVA de los productos de higiene femenina y los pañales infantiles al 4%.
- Reclamar una ayuda económica para las personas celíacas.

“Provoquemos un cambio” sale a la luz trabajando codo a codo con entidades sin ánimo de lucro que conocen de primera mano y son expertas en estos temas:

- Associació Celíacs de Catalunya
- Asociación de Familias Numerosas de Cataluña
- Col·legi de Dietistes-Nutricionistes de Catalunya

Veritas anima a clientas y clientes a sumar su apoyo a aquellas causas que estos colectivos ya tienen abiertas en la plataforma de firmas [change.org](https://www.change.org). Más información en [www.veritas.es/provoquemos-un-cambio](https://www.veritas.es/provoquemos-un-cambio)



SÚMATE Y FIRMA PARA  
CAMBIAR LAS LEYES.

Ventajas a través  
de nuestra App



## 9.3. Promover una alimentación consciente, saludable y sostenible

En la **sección “Aprende” de nuestra web**, difundimos artículos de consejos nutricionales en diferentes aspectos como la belleza, la diabetes, la macrobiótica, para celíacos, veganos, deportistas, mujeres, niños y embarazadas, instrucciones para leer etiquetas de diferentes productos ecológicos, técnicas de cocina y nuestro propio diccionario de alimentos.

## Nuestros vídeos

Asimismo, a través de la sección **“Aprende con nuestros videos”** de nuestra web, proporcionamos diferentes colecciones de recetas, técnicas de cocina, upcycling, cosmética casera y muchos vídeos más realizados por los mejores profesionales para que nuestros clientes aprendan junto a nosotros.

### Vídeo recetas

Para aprender a preparar recetas deliciosas, paso a paso, de la mano de los mejores profesionales.

### Técnicas de cocina

Para aprender cómo utilizar diferentes alimentos en la cocina y disfrutar al máximo de sus propiedades y sabor, de la mano de la ecochef Mireia Anglada.

### Upcycling

El proyecto Upcycling surge como respuesta activista para darle una segunda vida a los envases. El objetivo es reducir nuestros residuos, así que, a través de estos tutoriales, pretendemos inspirar a la gente para que pueda fabricar todo aquello que necesite o desee, con sus propias manos.

### Cosmética casera

La piel es el órgano más grande del cuerpo, y por eso, también debemos alimentarla correctamente. De la mano de Elisenda Monté, de Mamita Botanical Skincare, facilitamos vídeo tutoriales de cosmética casera, como mascarillas, exfoliantes y cremas corporales, con ingredientes ecológicos.





## Revista y Newsletter

Disponibles ya sea en versión online o en formato papel, incluye artículos, entrevistas y estudios científicos sobre nutrición y estilo de vida, a la vez que una gran variedad de recetas saludables. Todos sus contenidos están desarrollados en colaboración con una sólida red de profesionales especialistas de primer nivel.

Asimismo, desarrollamos nuestra propia Newsletter, a través de la cual los suscriptores reciben en su correo electrónico y periódicamente información de calidad sobre nutrición y estilo de vida, además de promociones, novedades y convocatorias a talleres de cocina y bienestar para estar siempre al día.

## Terra Veritas

Hace años tuvimos un sueño: crear un espacio en pleno corazón de Barcelona que fuera un auténtico oasis dedicado al bienestar. Así nació en 2016 Terra Veritas.

Es un espacio enteramente dedicado a la alimentación saludable, el bienestar y el aprendizaje del equilibrio emocional. Desde aquí ofrecemos actividades para todo el mundo: cursos de cocina, talleres, recetas, degustaciones, cenas, clases de yoga, charlas, presentaciones de libros y conferencias. Este es un lugar de encuentro donde expertos en diversos ámbitos de la salud y la nutrición, como chefs, nutricionistas, apasionados de la cocina y la divulgación gastronómica, investigadores, doctores, productores, emprendedores, pioneros en desarrollar proyectos innovadores y sostenibles, entre otros, comparten su conocimiento con todos aquellos que quieren sacar el máximo partido de los ingredientes ecológicos y conseguir un estilo de vida más armónico.

En 2020, debido a la pandemia del Covid-19, tuvimos que parar todas las actividades presenciales. Sin embargo, nos adaptamos rápidamente con cursos y programación online, que realmente resultó ser un éxito, ya que acabamos cerrando el año con más asistentes que en 2019, equivalente a un crecimiento del 8%.

2020

Nº DE TALLERES

Presenciales

35

Online

71

Total

106

Nº DE ASISTENTES

Presenciales

494

Online

1.520

Total

2.014

## 9.1. Productos destacados

### Bragas menstruales y compresas de tela RRR biocosmetics

Las bragas menstruales y compresas de tela reutilizables están **hechas de algodón ecológico**, retienen el líquido perfectamente gracias a su diseño que evita las fugas y se pueden lavar hasta 100 veces.



La **diferencia** entre una compresa no ecológica y una ecológica es que, por un lado, la capa que está en contacto con la piel es habitual que sea de plástico en una compresa no ecológica y de algodón en una ecológica. Por otro lado, en caso de rasgar esa capa y frotar un poco el material interior, en la no ecológica sale un polvillo, lo que indica que no es algodón sino celulosa, es decir, madera triturada y tratada con sustancias artificiales. En cambio, en la de algodón ecológico sólo hay unas hebras que actúan a modo de tubo y dejan pasar el aire para facilitar la transpiración.

En Veritas apostamos por proyectos conscientes, que minimizan su impacto en el medioambiente y confían en un modelo de economía circular. Por eso, introducimos los productos **RRR Biocosmetics** a nuestras tiendas, una gama de higiene personal en un **envase de aluminio infinitamente reciclable y libre de plástico**. Dentro de su gama encontramos un gel de ducha, un champú, acondicionador y una loción corporal, tres opciones fantásticas con certificación Ecocert.

De venta exclusiva en nuestras tiendas, la calidad de los productos RRR es excelente, su fórmula contiene las mejores materias primas ecológicas y de proximidad, y son fabricados en España.

Asimismo, la compra de estos productos incluye los siguientes beneficios:

- Los envases utilizados una vez que el producto se haya acabado, se pueden devolver en nuestras tiendas, mientras que, por cada devolución, abonamos 0,5€ para la próxima compra con RRR Biocosmetics.
- Asimismo, hacemos llegar los botes a los centros de trabajo especiales con los que colabora RRR Biocosmetics. En esta parte del proceso se añade la vertiente más social de la marca, ya que los envases son procesados por un equipo de trabajadores y trabajadoras con diversidad funcional; ellos se encargan de seleccionar, vaciar y desinfectar el producto.
- Finalmente, se vuelven a rellenar las botellas en el laboratorio de RRR Biocosmetics, de manera que el ciclo de vida del producto vuelve a empezar volviendo a nuestras tiendas.



# Oxfam Intermón: productos conscientes para un mundo más justo

Por afinidad en valores y compromisos, desde Veritas **nos hemos unido con Oxfam Intermón** en una iniciativa inédita, innovadora y pionera, con el objetivo de promover prácticas comerciales justas y acercar a nuestros clientes productos ecológicos y de comercio justo, que ayuden a mejorar la vida de las familias productoras. Como resultado, contamos con una gama de productos conscientes Veritas, desarrollada junto a Oxfam Intermón.

## Café Mujer Uganda

Se trata de un **proyecto de género impulsado por Oxfam Intermón con ACPCU**, una cooperativa que agrupa familias productoras de café en Ankolé, Uganda. El café Mujer Uganda es un café de tostado natural, ecológico, de gran sabor y calidad. Con este producto se busca contribuir a mejorar la vida de las mujeres caficultoras de la cooperativa ACPCU de Uganda.

Estas mujeres pueden **hacer frente a la desigualdad de género** a la que están sometidas gracias a la ayuda de Oxfam Intermón, mediante el acceso a créditos a un interés muy bajo para invertir en su cafetal y otros cultivos, pagar los gastos escolares de sus hijas e hijos o poner en marcha pequeños negocios. Asimismo, se trabaja para que estas mujeres tengan acceso a formación y a un espacio seguro y de convivencia, entre otras cosas.



## Panela Comercio Justo

La panela Veritas, suministrada por Oxfam Intermón, contribuye a mejorar la vida de muchos de los pequeños productores de la región de Piura, en Perú. Las familias están agrupadas en una cooperativa y trabajan sus tierras para fomentar el desarrollo de la comunidad. Estas mujeres pueden hacer frente a la desigualdad de género a la que están sometidas gracias a la ayuda de Oxfam Intermón.

Con este producto de comercio justo se garantiza que los productores reciben un precio justo, condiciones dignas, ausencia de mano de obra infantil y no discriminación.



## UNEBOX

Además, nos hemos sumado a una propuesta de Oxfam Intermón para el 2021. Se trata de ofrecer productos de comercio justo junto con productos sostenibles de la marca Veritas a través de una suscripción a una caja solidaria, que también supone una donación solidaria.

## 9.6. Caminando juntos - Oxfam Intermón



*Oxfam Intermón está integrado por personas que forman parte de un movimiento global y luchan junto a las poblaciones desfavorecidas para erradicar la injusticia, la pobreza y las desigualdades. Su propósito es ayudar para que todas las personas puedan ejercer sus derechos y disfrutar de una vida digna. Trabajan en más de 90 países en proyectos de desarrollo, acción humanitaria, comercio justo y movilización social junto a las personas y comunidades más vulnerables.*

### 1. ¿Cómo comenzó tu relación comercial con Veritas?

*Hace tiempo que ambas entidades encontramos un compromiso común que tomó forma en 2018, cuando nos pusimos de acuerdo para emprender un co-branding – el primero que hacemos con una cadena de supermercados. Nuestra unión es casi natural. Esta relación va más allá de un fin comercial, es una alianza estratégica que comparte el valor de construir un futuro sin pobreza: más justo, igualitario y que respete el medioambiente.*

### 2. ¿Qué destacarías de tu relación con Veritas y en qué se diferencia de otras relaciones comerciales?

*Justamente el valor de nuestra relación y esta alianza que no se limita a lo meramente comercial. Por ejemplo, el café Mujer Uganda no solo es un compromiso de compra de*

*materia prima respetando los términos del comercio justo, sino que en este caso Veritas también ha apoyado el proyecto a través de una donación económica con el objetivo de empoderar a las mujeres productoras de café en Uganda.*

### 3. ¿Cuáles son las “cualidades estrella” de vuestros productos que hace que sean únicos y se diferencien de otros?

*Lo que nos hace únicos y diferentes ante otros productos es que todos nuestros productos son de comercio justo y sostenibles, que ayudan a construir un futuro más justo para las personas y el medioambiente. Desde Oxfam Intermón trabajamos directamente con familias campesinas organizadas en cooperativa, las apoyamos con la comercialización de sus productos, pre financiando las compras y realizando unos proyectos de fortalecimiento específicos para ellas.*

# 10. Personas

## 10.1. Las personas en Veritas

**La clave del éxito de nuestra empresa.**

Situamos a las personas en el centro, ya sean clientes, proveedores o empleados. Y, por ello, tomamos decisiones como la instalación de Veritas Pure Air, un sistema de limpieza del aire que tiene como objetivo contribuir a la salud de las personas.

**Yolanda Gómez**

Chief People Development Officer

**1. Desde tu Departamento, ¿cómo se trabaja el compromiso con las personas y cuáles son las palancas claves en las que se apoya?**

Trabajamos nuestro compromiso con las personas a través de la selección, formación y el cuidado de la salud. Seleccionamos personas de manera equitativa que comparten la filosofía, valores y compromisos de la compañía; fomentamos su desarrollo personal y profesional, de manera que todos los logros son compartidos, y todos participamos en lograr la misión de Veritas “acercar la mejor alimentación al mayor número de personas”; y les facilitamos el acceso a la alimentación saludable a través de beneficios exclusivos y promovemos hábitos de vida saludables como el deporte, las relaciones sociales, voluntariado y la ayuda a los demás.

**2. Durante 2020, ¿cuáles fueron los retos o desafíos más importantes que has encontrado?**

Sin duda, el reto más importante que nos hemos encontrado ha sido gestionar la situación Covid-19. Hemos podido comprobar la implicación de la mayoría de nuestros equipos que ha estado trabajando en todo momento para garantizar a la población el abastecimiento de productos alimenticios, dándoles el máximo apoyo emocional a todos los compañeros y compañeras que estaban no solo en primera línea en nuestras tiendas, sino también a los que estaban en las áreas de producción, servicios centrales, área



de almacén y abastecimiento, intentando solventar todos los problemas de logística que se han producido.

**3. En relación a los proyectos o iniciativas de tu Departamento, ¿cuál de ellos te hace sentir más orgullosa y por qué?**

Uno de los compromisos principales que caracterizan a Veritas son las personas, siendo elemento clave del éxito de nuestra empresa. Somos conscientes que debemos aportar nuestro grano de arena para provocar cambios a nivel social, y por ello, estamos orgullosos de nuestras colaboraciones con entidades y fundaciones para ayudar en la inserción laboral de personas vulnerables o con riesgo de exclusión. Algunos de nuestros compañeros de viaje son: Fundación AREP para la Salud Mental, Cruz Roja, Fundación Mercè Fontanilles, Consorcio del Barrio de la Mina i IMET (Instituto Municipal de Educación y trabajo) entre otros. Asimismo, damos oportunidades de desarrollo profesional a gente joven, a través de colaboraciones con instituciones como el Centro de Estudios Dolmen, ILERNA, IES Poblenou, IFP-Planeta Formación, Escola Pia, Instituto Mediterrànea, CEDESCA, y Mercabarna, entre otros.

## 10.2. Empleo fijo y de calidad

### Contrataciones indefinidas y jornadas completas

En Veritas destinamos recursos encaminados a fomentar el desarrollo, tanto personal como profesional, de cuantos forman parte de la empresa, intentando siempre organizar su jornada laboral en horario continuo, normalmente en jornadas completas (40 horas semanales), **priorizando siempre la contratación indefinida**, salvo contadas excepciones de contratación temporal que sirven para cubrir las bajas de maternidad, paternidad, o verano.

Asimismo, la mayoría de nuestra plantilla (más del 50%) recibe un salario fijo. Por nuestra parte, realizamos ajustes salariales de acuerdo con el costo de vida local que se equipara con los índices de inflación del país y ofrecemos bonificaciones o participación en las ganancias.

Nº total de trabajadores/as	770
-----------------------------	-----

% de mujeres	70%	% de hombres	30%
--------------	-----	--------------	-----

A tiempo completo	724	A tiempo parcial	46
-------------------	-----	------------------	----

% contratos indefinidos	86%
-------------------------	-----

Nuevos puestos de trabajo	63
---------------------------	----

Personas con discapacidad y/o riesgo de exclusión	15
---	----

### Conciliación familiar y laboral

La conciliación familiar y laboral es fundamental para nosotros. En la casa matriz de Veritas, **19 trabajadores y trabajadoras han sido madres y/o padres, y 27 trabajadores y trabajadoras han disfrutado de jornadas reducidas por motivos de conciliación**, aplicándose esta misma política en el resto de empresas del Grupo.



## Salud y seguridad laboral

**Velar por la salud y seguridad** laboral de nuestra plantilla es un objetivo permanente y esencial. Por ello, en Veritas asumimos esta responsabilidad como prioritaria y centramos la mayor parte de nuestros esfuerzos en este ámbito para dotar a todo el personal y en los diferentes puestos de trabajo y procesos productivos de la mayor seguridad y ergonomía.

Como empresa consciente y responsable, **integramos la prevención** en el desempeño diario de nuestra actividad. Para conseguir esta integración, estamos desarrollando una labor de concienciación continua y transversal, centrada en informar cómo actuar para evitar comportamientos inseguros, detectar condiciones de trabajo peligrosas y proceder en situaciones

de emergencia. Asimismo, año tras año, en Veritas reforzamos la formación en prevención de nuestra plantilla, en la que están involucrados todos y cada uno de los puestos de trabajo y en donde contemplamos, cualquier cambio que pueda generarse en los procesos.

Paralelamente a las actividades comentadas, el **servicio de prevención continúa con su labor de vigilancia de salud inicial y periódica**, la investigación de los accidentes de trabajo e incidentes graves y los estudios específicos de seguridad, ergonomía (diseño de nuevos puestos de trabajo) e higiene industrial, en combinación con el Comité de Salud de los trabajadores y trabajadoras, al que se mantiene informado en todo momento.

<b>Incidencia de accidentes de trabajo</b> (Nº de accidentes con baja por cada 1.000 trabajadores)	<b>2019</b> <b>4,5%</b>	<b>2020</b> <b>3,4%</b>
<b>Inversión en prevención de riesgos laborales</b>	<b>50.319€</b>	<b>170.442€</b>

### 10.3. Cuidando el bienestar de nuestras personas

**Nuestras personas siempre están en el centro.** En Veritas ya no tenemos Departamento de Recursos Humanos, sino de “Personas”, y este cambio ha venido a remarcar la idea de que nuestras personas y su bienestar personal y profesional están siempre en el centro de nuestra acción y son la clave del éxito de Veritas.

Desde el Departamento de Personas se organizan y gestionan diferentes **actividades de salud y bienestar**, como son por ejemplo las clases de yoga semanales y fomento de las inscripciones en la Cursa de les Empreses, una carrera que impulsa los valores del deporte, potencia el trabajo en equipo y promueve los hábitos de vida saludable, cubriendo Veritas el 50% del coste. No obstante, esta iniciativa se vio interrumpida durante el 2020 por el Covid-19.

La gestión del Covid-19 ha sido uno de los desafíos más grandes del año 2020. La aparición del virus ha sido una disrupción en todas nuestras vidas. Desde el primer momento, en Veritas tomamos todas las medidas necesarias para proteger a nuestra gente, su salud y entorno.

En los tiempos más difíciles, nuestros equipos han estado trabajando e implicados para poder abastecer a nuestra población con la mejor alimentación. Estamos orgullosos de haber tenido abiertos todos nuestros puntos de venta a disposición de nuestros clientes, en los que se ha cumplido con la normativa establecida por los organismos oficiales, para controlar y reducir la incidencia de la pandemia: requisitos de aforo, medidas higiénicas, material de protección, etc.

Nuestro foco principal respecto a la salud de nuestras personas fue su estado tanto físico como emocional. Para ello, tomamos

medidas de protección para los trabajadores y trabajadoras, clientes, y toda la gente implicada en nuestra cadena de valor. Estamos satisfechos de no haber tenido ningún contagio de grupo o de transmisión entre trabajadores/as en la parte álgida de la pandemia. Se han respetado y han funcionado todas las medidas de prevención implementadas por la empresa gracias a la responsabilidad individual de todas y todos.

Sin duda, se ha demostrado el gran equipo humano que forma parte de Veritas.

Asimismo, a pesar de las dificultades, y para contribuir a hacer la situación más

llevadera, pusimos en marcha la acción “Veritas contigo”, cuyo objetivo era ofrecer puestos de trabajo, temporales o indefinidos, a las personas cercanas de nuestros equipos (maridos, hijos y otros familiares) que atravesaban un momento difícil de desempleo, ERTes o pérdida de trabajo como autónomos, como consecuencia de la pandemia.

## Plan RESPUESTA<sup>COVID</sup>19

### 10.4. Igualdad, diversidad e inclusión

#### Plan de Igualdad

Nuestro modelo de gestión de personas defiende y fomenta valores irrenunciables que redundan en el desarrollo personal y profesional de las personas. Por ello, **propiciamos una relación de respeto y confianza** en la que la tolerancia, la igualdad y la diversidad son valores que enriquecen.

Todo ello, se refuerza con el **Plan de Igualdad de Veritas**, que parte del compromiso del desarrollo de unas relaciones laborales basadas en la igualdad, la calidad de empleo y el respeto por la diversidad y que no admiten ningún tipo de discriminación por razón de género, orientación sexual, estado civil, discapacidad, edad, raza, convicciones políticas y religiosas, afiliación sindical o de cualquier tipo.

#### Política de neutralidad

En Veritas, el desglose por clasificación profesional de la plantilla no incluye a altos directivos y consejeros. Impulsamos la diversidad, valor integrado que refuerza nuestro desarrollo y mejora nuestra competitividad. Para ello, promovemos condiciones de trabajo respetuosas con la diversidad por medio de nuestra política de neutralidad corporativa, la cual aplica de manera transversal el **principio de igualdad de trato y de oportunidades** en todos los ámbitos y a todos los efectos. La equidad es uno de los valores de Veritas por lo que la remuneración de hombres y mujeres son iguales por categoría. Esta misma equidad se aplica en todas las sociedades del Grupo Veritas, así como en los diversos territorios forales donde estamos implantados.

## 10.5. Oportunidades de desarrollo personal y profesional

Apostamos por la formación continua y destinamos importantes recursos tanto personales como económicos para fomentarla, cuyo retorno más evidente es la calidad de nuestro equipo, el crecimiento sostenido y la satisfacción de nuestros clientes.

Para hacer evolucionar nuestra empresa, ofrecemos oportunidades de desarrollo personal y profesional a nuestro equipo, **capacitando a las personas y mejorando sus competencias**, ya que para nosotros son una herramienta de cambio y mejora continuo.

### Formaciones

Nuestra política de formación diferencia fundamentalmente, la formación de las nuevas incorporaciones de aquellas formaciones realizadas para seguir desarrollando las capacidades de los trabajadores y trabajadoras. Asimismo, diferenciamos la formación transversal para todas las personas y la específica en función de la actividad desempeñada.

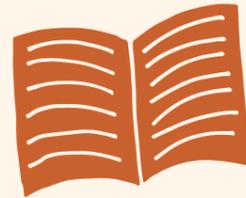
Las formaciones se inician con el **Plan de Acogida**, el primer día de incorporación a la empresa, y se mantiene durante **toda la trayectoria profesional**. Gracias a ello, los trabajadores y las trabajadoras no solo consolidan y mejoran sus habilidades, sino que reciben un marco de conducta responsable por medio de la transmisión de nuestros valores.

Posteriormente, reciben la formación basada en el Modelo de Veritas, donde se transmiten conocimientos que deben aplicar en su día a día y la formación específica donde se desarrollan las habilidades necesarias para poder realizar las tareas correspondientes al puesto que van a ocupar.

### Promociones internas

La promoción interna es **uno de los ejes principales del Departamento de Personas**, siendo el máximo exponente de la misma el hecho de que todos los regionales de operaciones del departamento de ventas son fruto de dicha promoción interna. Adicionalmente, **en 2020 un total de 44 personas han asumido nuevas y mayores responsabilidades** dentro de la empresa.

Horas de formación  
**315**



Nº de formaciones en **alimentación ecológica (nivel A y B) y en cápsulas comerciales y de procedimientos**  
**17**

Nº de alumnos formados en el curso de **complementación y suplementación alimentaria**

**145**



Programas de **prácticas no laborales**

En 2020 se consolidaron **10 programas** de fomento de la ocupación de personas con dificultades para la empleabilidad. Estos programas han consistido en acoger a jóvenes en prácticas a la finalización de su formación en el sector alimentario. Las organizaciones que han llevado a cabo estos programas han sido Mercabarna y la Cruz Roja.

## 10.6. Conductas éticas y profesionales

El comportamiento ético y la lucha contra la corrupción son principios fundamentales de nuestro modelo de gobernanza, de manera que fomentamos que nuestros trabajadores y trabajadoras **actúen con integridad e imparcialidad** en la toma de decisiones y en las relaciones con los terceros.

### Comportamiento ético

En cumplimiento del artículo 31 bis del Código Penal, hemos elaborado un **Programa de Prevención de Delitos** cuyo principal objetivo es prevenir o, en su caso, mitigar la comisión de delitos por parte de los trabajadores/as y directivos cuando actúan en nombre del grupo en el desempeño de sus actividades laborales. Para cubrir dicha responsabilidad, disponemos de diferentes seguros que cubren cualquier contingencia por la responsabilidad de la empresa.

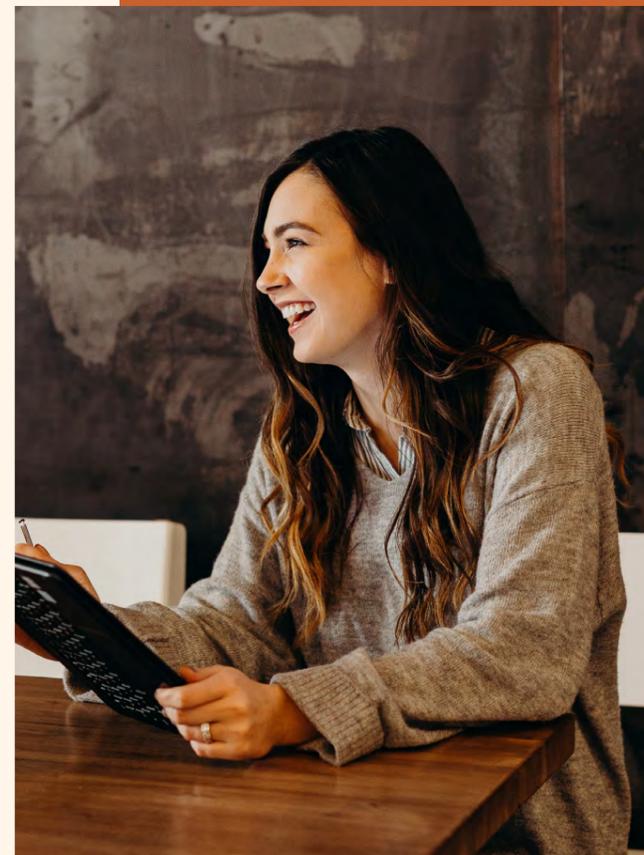
Asimismo, nos comprometemos con la aprobación de un **Código de Conducta y de unas Pautas de Conducta Ética** donde se establecen unos criterios básicos de actuación, procurando que nuestros trabajadores/as y directivos los apliquen en el desempeño de sus actividades laborales. Para ello, toda la plantilla recibe un Plan de Formación basado en el modelo de Personas de Veritas.



### Lucha contra la corrupción y el soborno

En materia de lucha contra la corrupción y el soborno, en Veritas estamos comprometidos con el cumplimiento de las normas. Nuestra voluntad es definir y promocionar una cultura de cumplimiento a través de un **modelo de ética e integridad** y de lucha contra la corrupción y otras conductas ilícitas. Nuestro objetivo es lograr que todos los directivos y trabajadores/as ejerzan sus funciones con responsabilidad, diligencia y transparencia, asegurando un adecuado sistema de control que permita prevenir y detectar riesgos de cumplimiento. En este sentido, contamos con la Política sobre Ventajas y Beneficios Económicos (política de regalos) y de Pautas de Comportamiento de las Administraciones Públicas y Particulares.

Durante el 2020, Veritas no hemos detectado casos de corrupción ni soborno, ni de discriminación o vulneración de los derechos humanos, ni incumplimientos de carácter medioambiental, ni de la Regulación General de Protección de Datos, ni de la Política de Ventajas y Beneficios Económicos y de Pautas de Comportamiento con las Administraciones Públicas y particulares.



## 10.7. Productos destacados

Nuestro compromiso por las personas va más allá de los trabajadores y trabajadoras que integra Veritas, ya que consideramos que nuestros clientes, proveedores, otros grupos de interés, también forman parte de nosotros. No seríamos posibles sin ellos. De esta manera, el lanzamiento de nuestros Risottos (TEB) muestran cómo situamos todas estas personas en el centro.

### Risottos (TEB)

Nuestra gama de risottos Veritas se elabora en Barcelona en un centro especial de trabajo.

El Grupo Cooperativo TEB es un conjunto formado por **8 cooperativas que trabajan para la inclusión de personas con discapacidad intelectual**. Su miembro TEB Barcelona es el compañero de viaje que produce los risottos de la marca Veritas y distribuye a nuestros supermercados los productos alimenticios con base de quinoa y los preparados para sorgegits de “La Despensa Más Social”, una marca impulsada con el objetivo de crear empleo y conseguir una vida inclusiva para personas con discapacidad.

La cooperativa TEB Barcelona trabaja para **potenciar los valores de economía social y generar oportunidades de empleo**. Con el proyecto “La Despensa Más Social” crean recetas deliciosas, sanas y equilibradas combinando ingredientes 100% naturales y ecológicos con semillas y especias. Un proyecto 100% social que enfatiza el compromiso de Veritas con las personas y la sociedad.



## 10.8. Caminando juntos



**Eva Tauste Palou**  
Administración y Facturación

### 1. ¿Cómo comenzó tu relación profesional en Veritas?

*Mi relación profesional con Veritas como auxiliar administrativa empezó hace 12 años, en marzo de 2009, tras mi primera experiencia laboral en la que estuve también bastantes años. Aún me acuerdo ilusionada de mi primer día cuando llegué a las oficinas de C/ Josep Balari, junto a la tienda de Mandri. Éramos un grupo bastante pequeño y hasta cierto punto familiar, donde todos trabajamos muy unidos.*

### 2. ¿Qué destacarías de tu relación con Veritas y en qué se diferencia de otras experiencias laborales?

*De mi relación con Veritas, destacaría la importancia del trabajo en equipo, ya que para llevar a cabo la mayor parte de tareas es necesaria la colaboración de varios departamentos y personas, y en nuestro caso, estamos muy unidos. Esto no quita el esfuerzo individual de cada uno de nosotros y el reconocimiento que emite Veritas hacia esa labor individual de cada trabajador.*

### 3. ¿Qué es lo que hace que Veritas sea único como empleador y se diferencie de otras empresas?

*Lo que diferencia a Veritas de otras empresas es su gran compromiso por el bienestar de sus personas; valoro mucho todos los pequeños detalles que nos ofrece la empresa, como son las sesiones de yoga de los mediodías, o la fruta que hay disponible diariamente en las oficinas.*

*Asimismo, estoy muy satisfecha de aportar mi grano de arena desempeñando mis funciones en Veritas, por ser una empresa cuyo propósito es aumentar la salud de las personas y del planeta, siendo además pionera en esta filosofía desde hace ya casi 20 años. Recuerdo con mucho cariño los primeros años en los que empezaron a funcionar los talleres de Terra, en los que participé junto a una gran diversidad de personas y profesionales de la cocina y de la salud, lo que me hace sentir especialmente orgullosa.*

# 11. Índice GRI

La siguiente tabla presenta el índice de contenidos básicos generales y específicos de la organización Global Reporting Initiative (GRI) según los estándares GRI.

Contenido de la memoria							
Bloque	Secciones	N.º del estándar GRI	Título del estándar GRI	N.º de divulgación	Título de divulgación	N.º de página	
1. Sobre la memoria	1.1. Nota descriptiva sobre la memoria	GRI 102	Información general	102-1	Nombre de la organización	3	
		GRI 102	Información general	102-46	Definición del contenido del informe y de los límites temáticos	3	
		GRI 102	Información general	102-50	Periodo del informe	3	
		GRI 102	Información general	102-52	Ciclo de elaboración de la memoria	3	
		GRI 102	Información general	102-53	Punto de contacto para preguntas sobre la memoria	3	
		GRI 102	Información general	102-54	Declaración de elaboración de la memoria de conformidad con los estándares GRI	3	
	1.2. Entrevista editorial a nuestro CEO	GRI 102	Información general	102-14	Declaración de altos/as ejecutivos/as responsables de la toma de decisiones	4-5	
		GRI 103	Enfoque de la gestión	103-1	Explicación del tema material y sus límites	4-5	
	3. Sobre Veritas	3.1. Veritas, cadena líder de supermercados ecológicos	GRI 102	Información general	102-2	Actividades, marcas, productos y servicios	10-12
			GRI 102	Información general	102-3	Localización de la sede central	10
GRI 102			Información general	102-4	Localización de las actividades	10	
GRI 102			Información general	102-5	Propiedad y forma jurídica	10	
GRI 102			Información general	102-6	Mercados servidos	10	
GRI 102			Información general	102-7	Escala de la organización	11	
3.2. La filosofía Veritas		GRI 102	Información general	102-16	Valores, principios, estándares y normas de conducta	14	
6. Proximidad	6.2. Agricultura ecológica responsable y socialmente justa	GRI 102	Información general	102-09	Cadena de suministro	30-31	
		GRI 204	Prácticas de adquisición	204-1	Proporción del gasto en proveedores locales	30-31	
	6.3. Ayudando a colectivos vulnerables	GRI 102	Información general	102-12	Iniciativas externas	32-33	
		GRI 203	Impactos económicos indirectos	203-2	Importantes impactos económicos indirectos	32-33	
		GRI 413	Comunidades locales	413-1	Operaciones con compromiso con la comunidad local, evaluaciones de impacto y programas de desarrollo	32-33	

7. Sostenibilidad	7.2. Mitigación del cambio climático	GRI 302	Energía	302-1	Consumo de energía dentro de la organización	39
		GRI 302	Energía	302-4	Reducción del consumo de energía	39
		GRI 305	Emisiones	305-1	Emisiones de GEI directas (Alcance 1)	38
		GRI 305	Emisiones	305-2	Emisiones indirectas de energía (Alcance 2) de GEI	38
		GRI 306	Emisiones	305-3	Emisiones indirectas de energía (Alcance 3) de GEI	38
		GRI 305	Emisiones	305-5	Reducción de las emisiones de GEI	38
7.3. Economía circular	GRI 301	Materiales	301-2	Materiales reciclados utilizados	40-41	
	7.4. Uso responsable de materiales	GRI 301	Materiales	301-3	Productos reciclados y sus materiales de embalaje	41-43
9. Consumo consciente y responsable	9.2. Somos activistas	GRI 102	Información general	102-12	Iniciativas externas	54
10. Personas	10.2. Empleo fijo y de calidad	GRI 102	Información general	102-8	Información sobre los/las empleados/as y otros/as trabajadores/as	61
		GRI 102	Información general	102-35	Políticas de remuneración	61
		GRI 401	Empleo	401-1	Contratación de nuevos/as empleados/as y rotación de personal	61
		GRI 401	Empleo	401-3	Baja por maternidad/paternidad	61
		GRI 403	Salud y seguridad laboral	403-1	Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	62
		GRI 403	Salud y seguridad laboral	403-3	Servicios de salud laboral	62
	10.5. Oportunidades de desarrollo personal y profesional	GRI 403	Salud y seguridad laboral	403-5	Formación de los/las trabajadores/as en materia de salud y seguridad en el trabajo	62
		GRI 403	Salud y seguridad laboral	403-9	Lesiones relacionadas con el trabajo	62
		GRI 404	Formación y capacitación	404-1	Media de horas de formación al año por empleado/a	64
		GRI 404	Formación y capacitación	404-2	Programas de mejora de las competencias de los/las empleados/as y programas de ayuda a la transición	64
10.6. Conductas éticas y profesionales	GRI 102	Información general	102-16	Valores, principios, estándares y normas de conducta	65	
	GRI 102	Información general	102-17	Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	65	
	GRI 205	Anticorrupción	205-3	Incidentes de corrupción confirmados y medidas adoptadas	65	
	GRI 206	Comportamiento anticompetitivo	206-1	Acciones legales por comportamiento anticompetitivo, antimonopolio y prácticas monopolísticas	65	
11. Índice GRI	Índice de contenidos GRI	GRI 102	Información general	102-55	Índice de contenidos GRI	68-69

Ideación y contenidos en colaboración con Roots for Sustainability (R4S).



**veritas**

MEMORIA  
INTEGRADA  
2020

**CUANDO ELIGES VERITAS,  
ELIGES EL MUNDO EN EL QUE QUIERES VIVIR**