



**KANALI, S.A. Y SOCIEDADES DEPENDIENTES. ESTADO
DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA DEL EJERCICIO
2022**

EDICIÓN: 2

FECHA DE REALIZACIÓN: 31 DE MARZO DE 2023

Índice de contenidos:

| | |
|---|----|
| INTRODUCCIÓN..... | 2 |
| 1. INFORMACION GENERAL | 4 |
| 2. MARCOS | 10 |
| 3. CUESTIONES AMBIENTALES..... | 12 |
| 3.1 Gestión medioambiental | 12 |
| 3.2 Contaminación..... | 15 |
| 3.3 Economía circular, prevención y gestión de residuos | 16 |
| 3.4 Uso sostenible de los recursos | 16 |
| 3.5 Cambio climático | 17 |
| 3.6 Biodiversidad..... | 17 |
| 4. CUESTIONES SOCIALES Y DE PERSONAL..... | 18 |
| 4.1 Empleo | 18 |
| 4.2 Organización del trabajo | 30 |
| 4.3 Seguridad y salud | 33 |
| 4.4 Relaciones sociales | 39 |
| 4.5 Formación..... | 40 |
| 4.6 Accesibilidad universal de personas con discapacidad..... | 41 |
| 4.7 Igualdad | 42 |
| 5. RESPETO A LOS DERECHOS HUMANOS..... | 45 |
| 6. LUCHA CONTRA LA CORRUPCION, SOBORNO Y EL BLANQUEO DE CAPITALES | 46 |
| 6.1 Medida adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno..... | 46 |
| 6.2 Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales | 46 |
| 6.3 Control de las aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro..... | 46 |
| 7. SOBRE LA SOCIEDAD | 48 |
| 7.1 Compromisos de la empresa con el desarrollo sostenible..... | 48 |
| 7.2 Contratación y proveedores..... | 49 |
| 7.3 Consumidores..... | 49 |
| 7.4 Información Fiscal..... | 51 |

INTRODUCCIÓN

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CORRESPONDIENTE AL EJERCICIO 2022

El presente informe recoge el **Estado de Información No Financiera** (en adelante "EINF") de la sociedad **Kanali, S.A.** (en adelante "Kanali") y **sociedades dependientes** correspondiente al ejercicio 2022.

Kanali, S.A. con CIF A38034625 y domicilio en Avda. Santiago Puig 8, Arona, Playa de las Américas, 38660 Santa Cruz de Tenerife.

A través de este documento la organización da respuesta a los requerimientos de Información no financiera y diversidad contemplados por la Ley 11/2018 de 28 de diciembre.

A lo largo del presente documento se recoge información relativa al ámbito ambiental, social, personal, de derechos humanos y de lucha contra la corrupción y el soborno de la organización. También se explica cómo se contemplan identifican y minimizan los riesgos vinculados al desarrollo de la actividad.

Kanali tiene dos actividades principales y diferenciadas:

- La gestión de establecimientos hoteleros ubicados en Tenerife y en Fuerteventura.
- Una división de alimentación con la gestión de 25 supermercados ubicados todos en la isla de Tenerife y gestionados bajo la marca Dialprix.

La información contenida en este informe cuando se haga referencia específicamente a **KN Hoteles** se estará dando cobertura a los siguientes establecimientos:

| NOMBRE | UBICACIÓN |
|-------------------|---|
| KN COLUMBUS | Hotel de 3 estrellas, situado en Playa de las Américas, Tenerife. |
| KN ARENAS DEL MAR | Hotel de 4 estrellas situado en el Médano, Tenerife. |
| KN PANORAMICA | Complejo de Apartamentos situado en Costa Adeje, Tenerife. |
| KN MATAS BLANCAS | Hotel de 4 estrellas Situado en Costa Calma, Fuerteventura. |

La información contenida en el presente informe cuando se haga referencia explícitamente a los supermercados **Dialprix** se estará dando cobertura a las siguientes tiendas:

| NOMBRE | UBICACIÓN |
|---------------------------|---|
| DIALPRIX LA CAMELLA | LA CAMELLA, ARONA |
| DIALPRIX ARENAS DEL MAR | EL MEDANO, GRANADILLA DE ABONA |
| DIALPRIX CABO BLANCO | CABO BLANCO, ARONA |
| DIALPRIX GUIA DE ISORA | GUIA DE ISORA |
| DIALPRIX COLUMBUS | PLAYA DE LAS AMERICAS, ARONA |
| DIALPRIX LAKME | TORVISCAS, ADEJE |
| DIALPRIX PASARELA | LOS CRISTIANOS, ARONA |
| DIALPRIX STARCO | PLAYA DE LAS AMERICAS, ARONA |
| DIALPRIX JUAN XXIII | LOS CRISTIANOS, ARONA |
| DIALPRIX EL FRAILE | EL FRAILE, ARONA |
| DIALPRIX SANTIAGO II | PLAYA DE LAS AMERICAS, ARONA |
| DIALPRIX PANORAMICA | TORVISCAS ALTO, ADEJE |
| DIALPRIX PLAYA SAN JUAN | PLAYA SAN JUAN, GUIA DE ISORA |
| DIALPRIX EL MEDANO | EL MEDANO, GRANADILLA DE ABONA |
| DIALPRIX LA TEJITA | LA TEJITA, GRANADILLA DE ABONA |
| DIALPRIX SAN AGUSTIN | SAN CRISTOBAL DE LA LAGUNA |
| DIALPRIX ABADES | ABADES, ARICO |
| DIALPRIX SAN MIGUEL | SAN MIGUEL DE ABONA |
| DIALPRIX LOS GIGANTES | LOS GIGANTES, SANTIAGO DEL TEIDE |
| DIALPRIX LAS ADELFA | GOLF DEL SUR, SAN MIGUEL DE ABONA |
| DIALPRIX CRISTIANOS PLAYA | LOS CRISTIANOS, ARONA |
| DIALPRIX CORAL MAR | COSTA DEL SILENCIO, ARONA |
| DIALPRIX PLAZA DEL DUQUE | COSTA ADEJE, ADEJE |
| DIALPRIX MEDANO PLAYA | EL MEDANO, GRANADILLA DE ABONA |
| ALMACEN REGULADOR | POL. IND. GRANADILLA, GRANADILLA DE ABONA |

1. INFORMACION GENERAL

El presente informe ha sido elaborado en base a la Iniciativa Mundial de Presentación de Informes de Sostenibilidad del GRI (Global Reporting Initiative) en su versión estándares. También se han aplicado los principios de comparabilidad, fiabilidad, materialidad y relevancia que recoge la Ley de Información No Financiera:

CRITERIO DE COMPARABILIDAD

La organización informante debe seleccionar, recopilar y comunicar la información de forma coherente. La información comunicada debe presentarse de una forma que permita a los grupos de interés analizar los cambios en el desempeño de la organización y que respalde el análisis relativo a otras organizaciones.

CRITERIO DE FIABILIDAD

La organización informante debe reunir, registrar, recopilar, analizar y comunicar la información y procesos utilizados para la preparación del informe, de modo que puedan ser objeto de revisión y que establezcan la calidad y la materialidad de la información.

CRITERIO DE MATERIALIDAD Y RELEVANCIA

El informante debe tratar temas que: reflejen los impactos significativos en asuntos económicos, ambientales y sociales de la organización informante cuando influyan sustancialmente en las valoraciones y decisiones de los grupos de interés.

De acuerdo con el criterio de materialidad y relevancia, se han analizado las actividades de Kanali con el objetivo de conocer la relevancia de los aspectos relacionados con la estrategia de negocio de sus divisiones.

La Entidad **Kanali**, cuya web es www.kanali.es fue creada en 1980 de la mano de su actual administrador, en sus inicios nace como una empresa dedicada a la comercialización y venta al por menor de pieles y otros artículos.

Hacia 1985 realiza sus primeras promociones inmobiliarias y se introduce en el sector turístico. Un año después nace el Apart-hotel Columbus y comienza la actividad en gestión y explotación de alojamientos hoteleros.

Kanali mantiene esta trayectoria con el sector de la hostelería hasta el año 2001, año en el que se introduce también en el sector de la alimentación con su primer supermercado.

En el año 2012 Kanali se convierte en concesora de la marca de supermercados **Dialprix** en Canarias y cuenta hoy con más de una veintena de tiendas propias, en esa estrategia de crecimiento se han desarrollado tiendas en las mejores zonas turísticas de la Isla de Tenerife, así como supermercados ubicados en los pueblos y zonas más representativas del sur de la isla, dando respuesta de esta forma a la demanda tanto del consumidor turístico como a los habitantes de la isla.

En referencia a la explotación de establecimientos hoteleros se ha centrado la actividad en el segmento de sol y playa, contamos con establecimientos de 3 y 4 estrellas ubicados todos en las Islas Canarias.

El público objetivo se basa principalmente en usuarios hoteleros que precisan alojamientos turísticos ubicados en emplazamientos de sol y playa con el fin de pasar su tiempo de ocio y descanso, principalmente operamos en los mercados de todo el continente europeo, donde nuestra mayor cuota de mercado es captada en el emisor de Reino Unido.

La situación de los mercados en los que operamos en 2022 se ha recuperado tras las restricciones de movimiento causadas por la pandemia y las recomendaciones de la OMS, la fuerte demanda latente del mercado europeo generó en muy corto espacio de tiempo el tráfico turístico suficiente para recuperar el sector en su conjunto.

La estrategia de negocio de la parte hotelera se basa en desarrollar productos diferenciados y segmentados, dentro de los distintos activos de la empresa se dispone de alojamientos en el segmento de Only adults y alojamientos muy recomendados al segmento familiar por las distintas facilidades que ofrecen, por lo tanto, cubrimos entre unos y otros establecimientos las opciones más solicitadas por nuestros principales canales de venta y tour operadores.

Nuestra visión estratégica del modelo de negocio se basa en el análisis de la experiencia de usuario con la visión de una mejora continua, así como desarrollar todas las acciones y políticas necesarias para generar el menor impacto posible en nuestro entorno a través de nuestra política medio-ambiental.

Tras la senda emprendida por las certificaciones de calidad en ejercicios anteriores implantando un sistema de gestión basado en las normas **ISO9001:2015** e **ISO 14001:2015** en **KN Columbus**, y con la óptica en la mejora continua, hemos decidido afianzar más aún la concienciación medioambiental, el respeto por las tradiciones locales y los derechos humanos. Por lo que ya hemos certificado los hoteles KN Columbus y KN Arenas del Mar por la norma internacional **Travelife**, es un standard de reconocido prestigio a nivel internacional, esta certificación es promovida por el ABTA, dando visibilidad y relevancia a los avances medioambientales que hemos realizado en el Grupo en nuestro principal mercado emisor, el Británico.

Tenemos previsto pasar la auditoría Travelife para conseguir la certificación en el hotel KN Matas Blancas de Fuerteventura para el próximo mes de septiembre. Si bien el hotel ya opera bajo el standard de dicha norma solo falta el trámite auditor que lo valide.

Entre otras cosas, seguimos dentro de nuestros programas de animación con el día medioambiental, con actividades específicas como por ejemplo talleres para los más pequeños en el mini-club donde hacemos especial énfasis en la importancia del reciclaje y el ahorro de los recursos naturales. Dado que uno de los compromisos que tenemos con la sociedad es intentar hacer labor concienciadora dentro de nuestros usuarios.

Estamos convencidos del gran valor añadido que aportamos haciendo ver a los turistas que el respeto por el medio ambiente ayuda tanto a nuestra frágil isla como a los entornos específicos de sus respectivos países de origen, en definitiva, queremos seguir aportando valores de sensibilización a la población mundial, estamos orgullosos que nuestro mensaje esté llegando a ciudadanos que viven por toda Europa, y que estos valoren muy positivamente nuestra política de calidad y medio ambiente.

Tenemos una serie de pautas a través de nuestro directorio de servicios que ayudan a los usuarios a ser turistas mejor concienciados con el medio que nos rodea, y aprovechamos para reforzar y hacer llegar las costumbres y cultura local, así como recomendar el uso de la gastronomía típica de las islas canarias.

Kanali durante el ejercicio 2022 ha tenido un promedio de empleados de 471,77 y a 31 de diciembre de 2022 era de 539 empleados, donde 280 personas trabajadoras pertenecen a la rama de la alimentación y un total de 259 en la rama hotelera.

Kanali durante el ejercicio 2021 tuvo un promedio de empleados de 355,90 y a 31 de diciembre de 2021 era de 399 empleados, donde 229 personas trabajadoras pertenecen a la rama de la alimentación y un total de 170 en la rama hotelera.

En el punto 4 del EINF se dará el detalle según el estándar GRI 102-8 y 405-1, de todo lo referente a la gestión de las personas trabajadoras donde se separarán los datos por tipo de actividad para un mejor detalle y comprensión.

Kanali quiere ser un Grupo que cumple a la perfección con las expectativas que se han generado los usuarios que nos han elegido tanto para pasar su tiempo de ocio, como para realizar el aprovisionamiento de bienes para su consumo en la rama alimentaria.

En ese camino y en la generación de nuestros procesos productivos queremos generar el menor impacto posible en nuestro medio ambiente implantando cuantas medidas nos sea posible para ello, pidiendo en todo momento la colaboración de todos nuestros clientes y consumidores que son gran parte de la cadena de valor de nuestro Grupo.

Órgano de Dirección

La composición de órgano de máximo gobierno y dirección de Kanali, S.A. está constituido por el administrador único, D. Kadim Nasser, y el director general del grupo, D. Tarek Nasser.

En la composición directiva de Kanali están los responsables de las distintas ramas.

En la rama de supermercados, está la figura de responsable de operaciones de tiendas y almacén, D. Alexis Curbelo, y la directora comercial, Doña Amina Nasser.

En la rama hotelera está la figura del director comercial, D. Hassan Yassin, quien lleva la responsabilidad de la comercialización de los establecimientos de la cadena hotelera; y el director general, D. Fermín Díaz, quien lleva la responsabilidad de la organización y funcionamiento de los 4 hoteles.

Por otro lado, se encuentra la figura de responsable de administración, Doña Lidia Díaz, y la responsable de Recursos Humanos, Doña Naira Flores.

Cuentan a su vez, con asesores externos para las cuestiones que se pudieran precisar.

Empresas del grupo

A efectos de la presentación de las Cuentas Anuales de una empresa o sociedad se entenderá que otra empresa forma parte del grupo cuando ambas estén vinculadas por una relación de control, directa o indirecta, análoga a la prevista en el artículo 42 del Código de Comercio para los grupos de sociedades o cuando las empresas estén controladas por cualquier medio por una o varias personas físicas o jurídicas, que actúen conjuntamente o se hallen bajo dirección única por acuerdos o cláusulas estatutarias.

La información sobre empresas del grupo cuando estén vinculadas por una relación de control, directa o indirecta, análoga a la prevista en el artículo 42 del Código de Comercio para los grupos de sociedades en el ejercicio se detalla en los siguientes cuadros:

Domicilio, forma jurídica y actividad desarrollada en el 2022

| Sociedad | Domicilio | Forma jurídica | Actividad |
|---|---|-------------------|---|
| KANAMER INVERSIONES, S.L.U. B38706123 | Avda. Santiago Puig (Aparthotel Columbus) Tenerife | Sociedad Limitada | Arrendamiento de inmuebles |
| PUERTOS DEPORTIVOS ALOJERA, S.L.U. B38801346 | Avda. Santiago Puig (Aparthotel Columbus) Tenerife | Sociedad Limitada | Arrendamiento y servicios de construcción |
| TAVARCO EXPORT, S.L.U. B38638052 | Avda. Santiago Puig (Aparthotel Columbus) Tenerife | Sociedad Limitada | Sin actividad |
| PARKING STARCO, SL B76643493 | Avda. Arquitecto G. Cuesta C.C. Starco, Arona - Tenerife | Sociedad Limitada | Sin actividad |
| ALQ. INMOB. STARCO, SL B76643501 | Avda. Arquitecto G. Cuesta C.C. Starco, Arona - Tenerife | Sociedad Limitada | Sin actividad |

Capital social, participación, correcciones valorativas y valor en libros

| EMPRESA | Capital | % Cap. | Nº | Valor | Correc. Valorativa | | Corrección | Valor en libros (€) | |
|---------------------------|-----------|---------|---------|---------|--------------------|------|------------|---------------------|------------------|
| | Social | Directo | Títulos | Nominal | 2012 | 2013 | Ac. | 31/12/2022 | 31/12/2021 |
| KANAMER INVERSIONES SLU | 2.524.240 | 100 | 4.000 | 631,06 | 6.033,21 | - | 21.995,71 | 2.524.240 | 2.524.240 |
| PUERTOS DEP.ALOJERA SLU | 3.010 | 100 | 100 | 30,10 | - | - | 804,49 | 16.555 | 16.555 |
| TAVARCO EXPORT SLU | 28.117 | 100 | 907 | 31,00 | | | | 40.017 | 40.017 |
| Valor de compra 15.000 | | | | | | | | | |
| PARKING STARCO SL | 565.100 | 99,96 | 3.300 | 100 | | | | 565.000 | 565.000 |
| Valor de compra 330.000 | | | | | | | | | |
| ALQ. IMOB. STARCO SL | 1.375.100 | 99,99 | 13.750 | 100 | | | | 1.375.000 | 1.375.000 |
| Valor de compra 1.200.000 | | | | | | | | | |
| Total | | | | | | | | 4.520.812 | 4.520.812 |

La sociedad KANAMER INVERSIONES, S.L.U. realizó una ampliación de capital el 30 de noviembre de 2009 por compensación de créditos de KANALI, S.A. por valor de 271.355,80 euros mediante la emisión de 430 participaciones, situando su capital social en 3.532.673,88 euros. En el ejercicio 2013 se realizó una reducción de capital por valor de 1.008.433,88 euros y KANALI, S.A. recibió a cambio de la opción de compra del "Hotel Arenas del Mar" que tenía KANAMER INVERSIONES, S.L.U., situando su capital en 2.524.240 euros.

En 2017 se amplió capital en TAVARCO EXPORT, S.L.U. por 25.017 euros que suscribe KANALI, S.A. en su totalidad, en ALQUILERES INMOBILIARIOS STARCO, S.L. por 175.000 euros que suscribe KANALI, S.A. en su totalidad y en PARKING STARCO, S.L. por 235.000 euros que también suscribe KANALI, S.A. en su totalidad.

En 2020 se realizó una ampliación de capital en PUERTOS DEPORTIVOS ALOREJA, S.L.U. por 13.545,00 euros mediante la emisión de 450 participaciones nuevas suscritas en su totalidad por KANALI, S.A.

Resumen de los fondos propios

| Empresa | Fecha EE.FF. | Capital Social | Reservas | Rtdos. Ej. Anteriores | Rtdos. Ejercicio | Total |
|--------------------------|--------------|------------------|------------|-----------------------|------------------|--------------|
| KANAMER INVERSIONES SLU | 31.12.2022 | 2.524.240 | 272.507,32 | - | 20.025,76 | 2.816.773,08 |
| PUERTOS DEP. ALOJERA SLU | 31.12.2022 | 16.555 | 29.831,08 | - | 7.051,91 | 53.437,99 |
| TAVARCO EXPORT SLU | 31.12.2022 | 28.117 | - | (17.774,03) | (448,88) | 9.897,82 |
| PARKING STARCO SL | 31.12.2022 | 565.100 | - | (71.936,56) | (32.116,63) | 461.046,81 |
| ALQ.INMOB-STARCO SL | 31.12.2022 | 1.375.100 | - | (101.460,19) | (13.261,84) | 1260.377,97 |
| TOTAL | | 4.509.112 | | | | |

2. MARCOS

2. MARCOS

Como hemos reflejado en la introducción del presente informe, Kanali S.A. basa su negocio principalmente en el alojamiento Hotelero del segmento turístico vacacional y en el sector de la alimentación.

Nuestra filosofía es ofrecer un producto de calidad y un óptimo servicio; con especial énfasis en la concienciación medioambiental, queremos generar el menor impacto medio-ambiental posible en el desarrollo de nuestros procesos productivos.

Para la elaboración del presente informe y de forma general se han tomado como guía los procesos internos en materia de prevención de riesgos laborales, Políticas de personal, Política de medioambiente, Prevención de Blanqueo de Capitales, Política de Compras y protocolo de acoso laboral y sexual.

Teniendo en cuenta el impacto de Kanali en nuestro entorno, podríamos dirimir que todo lo expuesto en este documento permite ver el compromiso adquirido con la sociedad y el medio ambiente.

Teniendo en cuenta el negocio desarrollado por Kanali se ha desarrollado un estudio tanto de requisitos como de expectativas de las distintas partes interesadas que se resume a continuación:

Comprensión de las necesidades y expectativas de las partes interesadas:

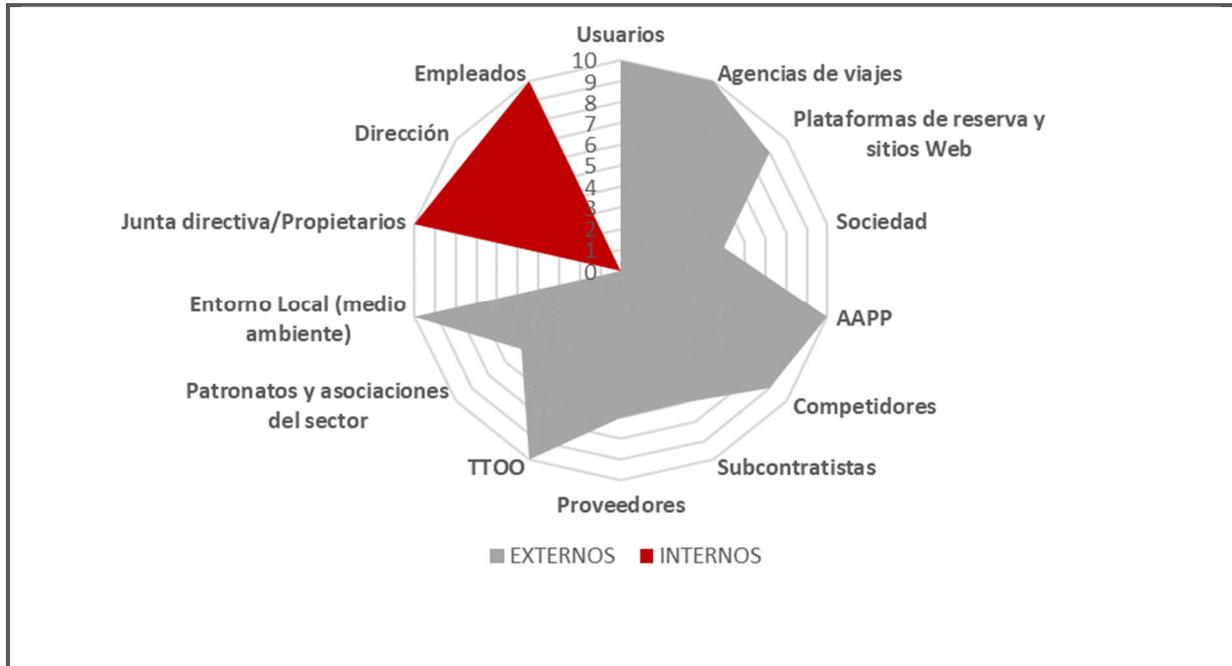
A la hora de gestionar adecuadamente las partes interesadas (Grupos de interés o stakeholders) se debe seguir una serie de pasos para realizar un correcto análisis.

Hemos distinguido entre 2 grandes grupos de partes interesadas que pasamos a exponer a continuación:

Internas: cualquier persona o grupo que forme parte o se vea afectado por la empresa, obteniendo algún beneficio o perjuicio englobado dentro de las fronteras de la organización.

Externas: persona o grupo relacionado o afectado por las actuaciones de la empresa y que no forma parte de ella.

En este gráfico radar se detalla todas las partes identificadas en el estudio realizado, así como su dependencia o interés sobre nuestra organización.



3. CUESTIONES AMBIENTALES

3.1 Gestión medioambiental

En nuestra división de alimentación el impacto medioambiental por centro lógicamente es mucho menor que en la rama hotelera, pero en el compromiso que tiene Kanali con el medioambiente y su entorno inmediato nos ha motivado a implementar una serie de medidas para ser una cadena de supermercados comprometida con esta importante causa.

Se ha realizado una reducción de envases plásticos en todos los elementos de un solo uso, se han instalado las luminarias con tecnología Led, detectores de presencia en pasillos y habitaciones, se ha pasado de cloración química a salina, y se están instalando paneles solares para que los hoteles generen parte de su necesidad eléctrica con fuentes limpias.

Las instalaciones de equipos de refrigeración que instalamos son de alta eficiencia energética.

Se ha eliminado de la venta las bolsas de plástico y se usan compostables.

Reciclamos y segregamos nuestros residuos, incluyendo todo el plástico y cartón de los embalajes que llegan con nuestro aprovisionamiento.

Kn Hoteles en su proceso productivo de “establecimientos hoteleros”, no genera residuos altamente peligrosos, pero si puede tener un gran impacto ambiental por la gran cantidad de recursos que puede consumir esta actividad a través de los usuarios que se alojan, es por ello que se han activado una serie de guías y controles en nuestros procesos específicos para; por un lado disminuir los recursos naturales consumidos sin mermar la calidad del servicio, así como concienciar a los usuarios para que hagan un uso responsable de los recursos naturales que tiene a su disposición, en materia medioambiental pedimos a todo cliente alojado su colaboración, dado que sin ella el impacto medioambiental de nuestra actividad no estaría optimizada, a título de ejemplo referenciamos que en nuestro programa de animación realizamos una labor de concienciación medio-ambiental con ciertas actividades dedicadas al ahorro de recursos naturales y el correcto reciclaje.

Para una optimización en la gestión de aspectos ambientales y que la actividad de nuestra organización afecte lo menos posible a la sociedad y su entorno específico, Kn Hoteles dispone de la siguiente operativa:

1. Procedimiento de aspectos ambientales.

El objeto del proceso es describir la sistemática que se sigue para la determinación de los aspectos e impactos ambientales de la organización desde un punto de vista del ciclo de vida del servicio prestado. Se define también la metodología de evaluación y reevaluación de aspectos ambientales.

2. Control operacional ambiental.

El objetivo del proceso es describir la sistemática por la cual nuestra organización realiza las operaciones de control de consumos y generación de residuos, así como para establecer, implementar, controlar y mantener los procesos necesarios para satisfacer los requisitos del sistema de gestión ambiental. Define la metodología utilizada por la empresa para su mejora continua en el desempeño medioambiental.

3. Protocolos e instrucciones técnicas para emergencias ambientales.

El objeto de este proceso es la identificación de posibles emergencias ambientales, así como planificar, desarrollar y comprobar la eficacia de los planes de emergencias ambientales que mitiguen posibles incidentes. Se cuenta con una guía de actuación de emergencias ambientales así como guía de instrucciones técnicas y actuación para las emergencias ambientales que se pudieran suceder.

En la evaluación de impactos ambientales que se realiza en KN Hoteles se mide tanto impacto como cantidad de cada elemento identificado en la matriz de control operacional ambiental, una vez cumplimentada esa fase de identificación se dispondrá entonces de los aspectos ambientales declarados "significativos", en caso de detectar algún aspecto evaluado como significativo se realiza un plan de acción para su estudio así como para implantar cuantas medidas correctivas para su control y/o eliminación se entiendan oportunas.

Se entiende por aspecto ambiental "Elementos de las actividades, productos o servicios de una organización que interactúa o puede interactuar con el medio ambiente".

Se entiende por impacto ambiental: "Cambio en el medio ambiente, ya sea adverso o beneficioso, como resultado total o parcial de los aspectos ambientales de su organización".

Los efectos actuales y previsibles de nuestra actividad en el medio ambiente nos arrojan datos significativos en cuanto a consumo de recursos naturales, principalmente agua, electricidad y en menor medida GLP. No generamos de forma sistemática residuos que representen una amenaza, cualquier elemento que se generara que pueda comprometer el ecosistema como por ejemplo los aceites usados de las cocinas, son debidamente gestionados por un proveedor autorizado, exigiendo por nuestra parte un comprobante del destino final del residuo recogido en nuestras instalaciones, para poder comprobar que ha sido desechado en última instancia conforme a la normativa medioambiental aplicable.

En referencia a la seguridad y salud, disponemos de un comité específico donde se reúnen en igual número de asistentes tanto la representación de la parte empresarial como de la parte social con el objeto de: identificar y prevenir riesgos, así como hacer aportaciones de mejora en materia de seguridad laboral y prevención de riesgos, en el caso que fuera preciso se analiza cualquier accidente laboral que se pudiera haber generado en el periodo de tiempo de referencia involucrando de esta forma a una representación de todos los establecimientos con un fin común, mejorar la seguridad de empleados/as usuarios/as.

Nuestro procedimiento de evaluación ambiental viene actualmente dictaminado como ya hemos comentado por la implementación de los requisitos de la norma internacional medioambiental ISO14001, reforzados por la norma travelife específica para el sector del alojamiento.

Tenemos dotados una gran cantidad de recursos humanos debidamente formados para poder hacer frente a cualquier riesgo o emergencia ambiental que se nos pudiera generar, (desde una nube tóxica a un incendio o inundación), tenemos las brigadas especialmente formadas para la prevención de este tipo de situaciones y los recursos materiales necesarios para hacerles frente si se produjeran en un futuro.

Los principales riesgos en emergencias ambientales para Kanali se han identificado como se detalla a continuación, se dispone de protocolos específicos como de recursos humanos y materiales para en primer lugar prevenirlos y en su caso hacerles frente con suficientes garantías:

1. **INCENDIOS**
2. **DERRAMES Y/O FUGAS** de productos y residuos peligrosos, con salida a la red o con infiltración al subsuelo (rotura envases de productos y residuos peligrosos, fugas de lubricantes de vehículos)
3. **INUNDACIONES**
4. **EXPLOSIONES**
5. **FUGAS DE GAS (HFCs)** de aires acondicionados

Se considera que se está en situación de emergencia cuando se haya iniciado cualquier situación anómala que por su gravedad y naturaleza pueda producir graves daños a las personas, al medio ambiente o a las instalaciones.

Pueden darse estas tres situaciones

CONATO DE EMERGENCIA: Es el accidente que se produce en alguna zona de la entidad o instalación de cliente, pero que puede ser controlado y dominado de una forma rápida y sencilla con los medios propios de la zona
(No hará falta en principio la evacuación)

EMERGENCIA PARCIAL: Es el accidente que para ser dominado necesita la intervención de equipos especiales, pero que no afecta a los sectores o zonas colindantes
(Como máximo se generará la evacuación de la zona afectada)

EMERGENCIA GENERAL: Es el accidente, ante el cual, los equipos y medios de protección propios resultan insuficientes y es imprescindible requerir el apoyo de los medios exteriores de protección (bomberos, policía, etc.).
Comportará la evacuación de las personas de determinados sectores o de toda entidad o instalaciones del cliente

Como resultado de la aplicación de nuestros protocolos medio-ambientales y la concienciación a nuestros usuarios y clientes, hemos registrado un índice de satisfacción en el año 2022 de un 95.42% en la pregunta que mide nuestra política de calidad y medio-ambiente, (índice de satisfacción obtenido a través de nuestro sistema de valoración de la calidad).

Contamos también con instalaciones de producción de energía de alto rendimiento y de fuentes naturales, con estas medidas consumimos una energía más limpia y aportamos a nuestro proceso productivo un plus en sostenibilidad.

Indicadores clave de resultados no financieros

En referencia a los indicadores clave de los resultados no financieros y más exactamente sobre los elementos que monitorizamos mensualmente con el fin de cuantificar nuestra evolución en ahorro de recursos naturales y generación de residuos peligrosos, nos encontramos que si bien ha habido un gran aumento en volumen de consumo de agua, gas y electricidad, ese dato al cruzarlo por las pernoctaciones, el descenso del consumo por persona alojada es importante, incluso si lo comparamos con los resultados de los ejercicios pre-pandemia, con lo cual constata que todas las acciones implantadas para consumir menos recursos naturales están arrojando datos muy positivos.

3.2 Contaminación

KN Hoteles no realiza una actividad laboral industrial de fabricación material, sino que producimos un servicio, es por ello que monitoreamos y gestionamos nuestro control de la contaminación tal y como hemos descrito en el punto anterior de cuestiones medio-ambientales, nuestro control operacional ambiental contempla y mide todos los residuos peligrosos generados, los consumos de recursos naturales y los residuos significativos que por volumen nuestra operativa genera con la óptica de buscar siempre la mejora continua, en este caso la generación de menor consumo o menor residuo, en definitiva; buscamos generar la menor contaminación posible en nuestro proceso productivo.

Por el clima de nuestra geolocalización, no utilizamos en ninguna estación del año calefacción, y eso ayuda en gran medida a emitir menos gases efecto invernadero que en otras latitudes.

En este ejercicio de 2022 no disponemos de la estimación de nuestra huella de carbono en su conjunto, pero por el tipo de actividad que desarrollamos realmente no producimos importantes emisiones de gas efecto invernadero, debido a lo peculiar de nuestra actividad uno de los aspectos más representativos en este sentido son las emisiones que generan las empresas externas de transporte que nos dan soporte en el aprovisionamiento o gestión de compras, siempre que podemos optar por el proveedor local más cercano, ayudando así a nuestro medioambiente con esta política de generar menos emisiones en el transporte que solicitamos.

En cuanto a contaminación acústica se ha certificado en uno de los establecimientos que cumple perfectamente con la emisión de ruidos. El resto de los establecimientos se certificarán en medio plazo para obtener los sellos de las certificaciones ambientales que se implantarán.

En nuestros apartamentos "Panorámica" y debido a su ubicación se ha establecido un estricto control lumínico de las farolas que se disponen en sus extensas zonas comunes. Todas apuntan al suelo, no proyectando luz hacia el cielo por la característica de la carcasa, así mismo el tono es luz cálida 3000K en Led, que por un lado tiene un consumo muy inferior a la tradicional lámpara de farola, y por otro lado no contamina el cielo nocturno, requisito necesario para la buena labor del observatorio internacional, (Observatorio del norte Europeo) ubicado en el parque nacional del Teide.

3.3 Economía circular, prevención y gestión de residuos

El aprovechamiento de los recursos que se adquieren en Kanali es una de nuestras prioridades, intentamos darle un final de vida útil y por la razón que fuera algún recurso no es necesario lo donamos a algún colectivo que si pudiera darle un uso eficaz.

En cuanto a la gestión de residuos que se generan en Kanali, como son el papel/cartón, cristal y restos orgánicos, son debidamente segregados; teniendo a la vez todas las facilidades para que los clientes lo realicen también, se dispone de contenedores diferenciados por colores para facilitar la correcta separación a lo largo de los establecimientos.

Estamos dados de alta como pequeño productor de residuos peligrosos, disponiendo de puntos limpios donde se identifica de forma meticulosa cada residuo clasificado por su código LER, por tanto se realiza una gestión y un control exhaustivo de los mismos para asegurarnos así que llegan a los puntos limpios finales reglamentarios.

3.4 Uso sostenible de los recursos

Dentro de nuestra obsesión por reducir el impacto ambiental en nuestra operativa se ha instalado en los complejos las luminarias de tipo LED; en las zonas comunes se ha instalado detectores de presencia para que las luces solo prendan cuando fuera necesario su uso; se han instalado cristaleras climalit para reducir el impacto del uso de los aires acondicionados; existen en funcionamiento instalaciones de placas solares y bombas de alto rendimiento para la generación de agua caliente consumiendo menor electricidad en el proceso; se han instalado desconectores de electricidad cuando no se usa la habitación; y grifos de baños y cisternas de urinarios en zonas comunes con detector de presencia.

Para el Check-in de los clientes hemos implementado un sistema de firma de parte de viajeros electrónico en estos dispositivos para reducir el consumo de papel, por lo que medioambientalmente hemos conseguido también que este proceso de entrada a los establecimientos sea eco-freindly.

En definitiva, intentamos que los recursos y/o suministros sean usados de la forma más eficaz posible en todos los procesos inherentes a las actividades desarrolladas.

Dada la peculiaridad de nuestras actividades empresariales, no consumimos materias primas para realizar una labor de fabricación.

A continuación, detallamos los consumos de agua, electricidad y gas que hemos generado en los dos últimos ejercicios:

| KANALI, S.A. | CONSUMO AGUA 2022 (m ³) | CONSUMO AGUA 2021 (m ³) |
|--------------|--|--|
| KN Hoteles | 119.853 | 57.307 |
| Dialprix | 1.618 | 1.332 |

| KANALI, S.A. | CONSUMO ELECTRICIDAD 2022 (KWH) | CONSUMO ELECTRICIDAD 2021 (KWH) |
|--------------|------------------------------------|------------------------------------|
| KN Hoteles | 5.839.044 | 3.083.494 |
| Dialprix | 4.842.249 | 3.854.153 |

| KANALI, S.A. | CONSUMO GAS 2022 (KG) | CONSUMO GAS 2021 (KG) |
|------------------|--------------------------|--------------------------|
| KN Columbus | 39.527 | 12.526 |
| KN Arenas | 14.955 | 6.668 |
| KN Panorámica | 23.833 | 10.013 |
| KN Matas Blancas | 51.962 | 24.636 |

Tal y como hemos explicado anteriormente el consumo bruto de estos recursos naturales, en la parte hotelera, se han incrementado, pero si lo cruzamos por el número de pernотaciones recibidas, constatamos que tenemos una importante reducción por cliente alojado. Dado que la ocupación de los establecimientos volvió a datos pre-pandemia y el volumen turístico en el destino se reestableció.

3.5 Cambio climático

Debido al uso responsable y eficaz que hacemos de los recursos naturales entendemos que independientemente del volumen de negocio que se pueda generar en las distintas temporadas estamos en el camino de contribuir a una menor emisión de gases, donde la apuesta por la generación de energía limpia que hemos emprendido nos sitúa en el correcto camino para ello, y es una senda que trabajaremos en los sucesivos ejercicios.

Estamos trabajando para implementar nuevas instalaciones fotovoltaicas que de cara a la finalización del ejercicio 2023 ya deberían estar a pleno rendimiento, ayudando de esta forma a una producir nuestros servicios con un menor impacto ambiental.

3.6 Biodiversidad

En cuanto a la Biodiversidad e impacto causado por las actividades u operaciones en áreas protegidas, el Grupo Kanali ha aplicado las políticas descritas en el punto anterior y que van encaminadas en generar el menor impacto medioambiental posible, tanto en la gestión de residuos como en el ya mencionado objetivo de reducir el consumo de recursos naturales vía instalaciones energéticamente eficientes y de producción de energía de fuentes renovables.

Nuestras operaciones en ninguna actividad de la empresa son realizadas en áreas protegidas, ni tenemos incidencia directa alguna en las mismas.

4. CUESTIONES SOCIALES Y DE PERSONAL

4.1 Empleo

Para una mejor comprensión de la siguiente información de KANALI, S.A., se separan las 2 áreas de negocio de Kanali (DIALPRIX – Alimentación; KN HOTELES – Alojamiento)

4.1.1. Número total y distribución de empleados por sexo, edad, país y clasificación profesional

| GRI 102-8 | | Número total de empleados por país y sexo a 31/12/2022 | |
|----------------------|-----------------|--|--|
| GÉNERO | DIALPRIX | | |
| | ESPAÑA | | |
| | Nº DE EMPLEADOS | % | |
| Mujeres | 209 | 74,64% | |
| Hombres | 71 | 25,36% | |
| Total general | 280 | 100% | |

| GRI 102-8 | | Número total de empleados por país y sexo a 31/12/2022 | |
|----------------------|-----------------|--|--|
| GÉNERO | KN HOTELES | | |
| | ESPAÑA | | |
| | Nº DE EMPLEADOS | % | |
| Mujeres | 160 | 61,78% | |
| Hombres | 99 | 38,22% | |
| Total general | 259 | 100% | |

| GRI 102-8 | | Número total de empleados por país y sexo a 31/12/2021 | |
|----------------------|-----------------|--|--|
| GÉNERO | DIALPRIX | | |
| | ESPAÑA | | |
| | Nº DE EMPLEADOS | % | |
| Mujeres | 172 | 75,11% | |
| Hombres | 57 | 24,89% | |
| Total general | 229 | 100 % | |

| GRI 102-8 | | Número total de empleados por país y sexo a 31/12/2021 | |
|----------------------|-----------------|--|--|
| GÉNERO | KN HOTELES | | |
| | ESPAÑA | | |
| | Nº DE EMPLEADOS | % | |
| Mujeres | 95 | 55,88% | |
| Hombres | 75 | 44,12% | |
| Total general | 170 | 100 % | |

GRI 102-8 *Número total y distribución de empleados por sexo, país y clasificación profesional a: 31/12/2022*

| CATEGORÍA | DIALPRIX | | | |
|---|------------|--------------|-----------|--------------|
| | ESPAÑA | | | |
| | Mujeres | % | Hombres | % |
| Grupo 1: Alta dirección | - | - % | - | - % |
| Grupo 2: Dirección | 1 | 0,48% | 1 | 1,41% |
| Grupo 3: Mandos intermedios | 26 | 12,44% | 3 | 4,23% |
| Grupo 4: Técnicos / Especialistas / Administrativos | 182 | 87,08% | 67 | 94,36% |
| TOTAL | 209 | 100 % | 71 | 100 % |

GRI 102-8 *Número total y distribución de empleados por sexo, país y clasificación profesional a 31/12/2022*

| CATEGORÍA | KN HOTELES | | | |
|---|------------|--------------|-----------|--------------|
| | ESPAÑA | | | |
| | Mujeres | % | Hombres | % |
| Grupo 1: Alta dirección | - | - % | 1 | 1,01% |
| Grupo 2: Dirección | 1 | 0,63% | 5 | 5,05% |
| Grupo 3: Mandos Intermedios | 21 | 13,13% | 10 | 10,10% |
| Grupo 4: Técnicos / Especialistas / Administrativos | 138 | 86,24% | 83 | 83,84% |
| TOTAL | 160 | 100 % | 99 | 100 % |

GRI 102-8 *Número total y distribución de empleados por sexo, país y clasificación profesional a: 31/12/2021*

| CATEGORÍA | DIALPRIX | | | |
|---|------------|--------------|-----------|--------------|
| | ESPAÑA | | | |
| | Mujeres | % | Hombres | % |
| Grupo 1: Alta dirección | - | - % | - | - % |
| Grupo 2: Dirección | 1 | 0,58% | 1 | 1,75% |
| Grupo 3: Mandos intermedios | 23 | 13,37% | 3 | 5,26% |
| Grupo 4: Técnicos / Especialistas / Administrativos | 148 | 86,05% | 53 | 92,98% |
| TOTAL | 172 | 100 % | 57 | 100 % |

GRI 102-8 *Número total y distribución de empleados por sexo, país y clasificación profesional a 31/12/2021*

| CATEGORÍA | KN HOTELES | | | |
|---|------------|--------------|-----------|--------------|
| | ESPAÑA | | | |
| | Mujeres | % | Hombres | % |
| Grupo 1: Alta dirección | - | - % | 1 | 1,33% |
| Grupo 2: Dirección | - | - % | 6 | 8% |
| Grupo 3: Mandos Intermedios | 20 | 21,05% | 11 | 14,67% |
| Grupo 4: Técnicos / Especialistas / Administrativos | 75 | 78,95% | 57 | 76% |
| TOTAL | 95 | 100 % | 75 | 100 % |

| GRI 102-8 | | <i>Número total, porcentaje y distribución de empleados por sexo, país y rango de edad a 31/12/2022</i> | | | |
|-----------------|------------|---|-----------|--------------|--|
| GRUPOS DE EDAD | DIALPRIX | | | | |
| | ESPAÑA | | | | |
| | Mujeres | % | Hombres | % | |
| Hasta 29 años | 43 | 20,58% | 17 | 23,94% | |
| de 30 a 50 años | 136 | 65,07% | 45 | 63,38% | |
| Mayores de 50 | 30 | 14,35% | 9 | 12,68% | |
| TOTAL | 209 | 100 % | 71 | 100 % | |

| GRI 102-8 | | <i>Número total, porcentaje y distribución de empleados por sexo, país y rango de edad a 31/12/2022</i> | | | |
|-----------------|------------|---|-----------|--------------|--|
| GRUPOS DE EDAD | KN HOTELES | | | | |
| | ESPAÑA | | | | |
| | Mujeres | % | Hombres | % | |
| Hasta 29 años | 21 | 13,13% | 17 | 17,17% | |
| de 30 a 50 años | 101 | 63,13% | 52 | 52,53% | |
| Mayores de 50 | 38 | 23,74% | 30 | 30,30% | |
| TOTAL | 160 | 100 % | 99 | 100 % | |

| GRI 102-8 | | <i>Número total, porcentaje y distribución de empleados por sexo, país y rango de edad a 31/12/2021</i> | | | |
|-----------------|------------|---|-----------|--------------|--|
| GRUPOS DE EDAD | DIALPRIX | | | | |
| | ESPAÑA | | | | |
| | Mujeres | % | Hombres | % | |
| Hasta 29 años | 37 | 21,51% | 12 | 21,05% | |
| de 30 a 50 años | 111 | 64,53% | 39 | 68,42% | |
| Mayores de 50 | 24 | 13,96% | 6 | 10,53% | |
| TOTAL | 172 | 100 % | 57 | 100 % | |

| GRI 102-8 | | <i>Número total, porcentaje y distribución de empleados por sexo, país y rango de edad a 31/12/2021</i> | | | |
|-----------------|------------|---|-----------|--------------|--|
| GRUPOS DE EDAD | KN HOTELES | | | | |
| | ESPAÑA | | | | |
| | Mujeres | % | Hombres | % | |
| Hasta 29 años | 11 | 11,58% | 10 | 13,33% | |
| de 30 a 50 años | 61 | 64,21% | 43 | 57,33% | |
| Mayores de 50 | 23 | 24,21% | 22 | 29,34% | |
| TOTAL | 95 | 100 % | 75 | 100 % | |

4.1.2. Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo.

| GRI 102-8 <i>Número de empleados por tipo de contrato, sexo y región a 31/12/2022</i> | | | | |
|---|------------|----------------|-----------|----------------|
| TIPO DE CONTRATO | DIALPRIX | | | |
| | ESPAÑA | | | |
| | Mujeres | % | Hombres | % |
| Indefinido | 205 | 98,09% | 70 | 98,59% |
| Temporal | 4 | 1,91% | 1 | 1,41% |
| TOTAL DE EMPLEADOS | 209 | 100,00% | 71 | 100,00% |

| GRI 102-8 <i>Número de empleados por tipo de contrato, sexo y región a 31/12/2022</i> | | | | |
|---|------------|----------------|-----------|----------------|
| TIPO DE CONTRATO | KN HOTELES | | | |
| | ESPAÑA | | | |
| | Mujeres | % | Hombres | % |
| Indefinido | 150 | 93,75% | 97 | 97,98% |
| Temporal | 10 | 6,25% | 2 | 2,02% |
| TOTAL DE EMPLEADOS | 160 | 100,00% | 99 | 100,00% |

| GRI 102-8 <i>Número de empleados por tipo de contrato, sexo y región a 31/12/2021</i> | | | | |
|---|------------|--------------|-----------|--------------|
| TIPO DE CONTRATO | DIALPRIX | | | |
| | ESPAÑA | | | |
| | Mujeres | % | Hombres | % |
| Indefinido | 117 | 68,02% | 42 | 73,68% |
| Temporal | 55 | 31,98% | 15 | 26,32% |
| TOTAL DE EMPLEADOS | 172 | 100 % | 57 | 100 % |

| GRI 102-8 <i>Número de empleados por tipo de contrato, sexo y región a 31/12/2021</i> | | | | |
|---|------------|--------------|-----------|--------------|
| TIPO DE CONTRATO | KN HOTELES | | | |
| | ESPAÑA | | | |
| | Mujeres | % | Hombres | % |
| Indefinido | 63 | 0,6327% | 55 | 0,6962% |
| Temporal | 32 | 0,3673% | 20 | 0,3038 |
| TOTAL DE EMPLEADOS | 95 | 100 % | 75 | 100 % |

Nº de empleados por tipo de jornada, región y sexo a 31/12/2022

| TIPO DE JORNADA | DIALPRIX | | | |
|------------------------|------------|--------------|-----------|--------------|
| | ESPAÑA | | | |
| | Mujeres | % | Hombres | % |
| Completa | 104 | 49.76% | 42 | 59.15% |
| Parcial | 104 | 49.76% | 29 | 40.85% |
| Reducida | 1 | 0.48 % | - | - % |
| TOTAL EMPLEADOS | 209 | 100 % | 71 | 100 % |

| KN HOTELES | | | | |
|------------------------|------------|--------------|-----------|--------------|
| TIPO DE JORNADA | ESPAÑA | | | |
| | Mujeres | % | Hombres | % |
| Completa | 155 | 96.87 % | 99 | 100% |
| Parcial | 2 | 1.25 % | - | - % |
| Reducida | 3 | 1.88% | - | - % |
| TOTAL EMPLEADOS | 160 | 100 % | 99 | 100 % |

Nº de empleados por tipo de jornada, región y sexo a 31/12/2021

| DIALPRIX | | | | |
|------------------------|------------|--------------|-----------|--------------|
| TIPO DE JORNADA | ESPAÑA | | | |
| | Mujeres | % | Hombres | % |
| Completa | 171 | 99,42% | 55 | 96,49% |
| Parcial | 1 | 0,58% | 2 | 3,51% |
| Reducida | - | - % | - | - % |
| TOTAL EMPLEADOS | 172 | 100 % | 57 | 100 % |

| KN HOTELES | | | | |
|------------------------|-----------|--------------|-----------|--------------|
| TIPO DE JORNADA | ESPAÑA | | | |
| | Mujeres | % | Hombres | % |
| Completa | 92 | 96,84% | 73 | 97,33% |
| Parcial | - | - % | 1 | 1,33% |
| Reducida | 3 | 3,16% | 1 | 1,33% |
| TOTAL EMPLEADOS | 95 | 100 % | 75 | 100 % |

4.1.3. Promedio anual de contratos indefinidos, de contratos temporales y de contratos a tiempo parcial por sexo, edad y clasificación profesional

| DIALPRIX 2022 | | | | | | | |
|---|-----------------|---------------|--------------|---|-----------------|--------------|-------------|
| TIPO DE CONTRATO INDEFINIDO | | | | TIPO DE CONTRATO TEMPORAL | | | |
| Categoría | Edad | Mujeres | Hombres | Categoría | Edad | Mujeres | Hombres |
| Grupo 2: Dirección | Hasta 29 años | - | - | Grupo 2: Dirección | Hasta 29 años | - | - |
| | de 30 a 50 años | 1 | 1 | | de 30 a 50 años | - | - |
| | Mayores de 50 | - | - | | Mayores de 50 | - | - |
| Grupo 3: Mandos Intermedios | Hasta 29 años | 1.74 | - | Grupo 3: Mandos Intermedios | Hasta 29 años | 0.21 | - |
| | de 30 a 50 años | 24.48 | 3.29 | | de 30 a 50 años | - | - |
| | Mayores de 50 | 2 | - | | Mayores de 50 | - | - |
| Grupo 4: Técnicos / Especialistas / Administrativos | Hasta 29 años | 26.69 | 11.02 | Grupo 4: Técnicos / Especialistas / Administrativos | Hasta 29 años | 6.54 | 2.21 |
| | de 30 a 50 años | 85.42 | 32.98 | | de 30 a 50 años | 8.33 | 2.03 |
| | Mayores de 50 | 25.01 | 7.29 | | Mayores de 50 | 1.16 | - |
| TOTAL | | 166.34 | 55.58 | TOTAL | | 16.24 | 4.24 |

KN HOTELES 2022

| TIPO DE CONTRATO INDEFINIDO | | | | TIPO DE CONTRATO TEMPORAL | | | |
|---|-----------------|---------------|--------------|---|-----------------|--------------|-------------|
| Categoría | Edad | Mujeres | Hombres | Categoría | Edad | Mujeres | Hombres |
| Grupo 1: Alta dirección | Hasta 29 años | - | - | Grupo 1: Alta dirección | Hasta 29 años | - | - |
| | de 30 a 50 años | - | 1 | | de 30 a 50 años | - | - |
| | Mayores de 50 | - | - | | Mayores de 50 | - | - |
| Grupo 2: Dirección | Hasta 29 años | - | - | Grupo 2: Dirección | Hasta 29 años | - | - |
| | de 30 a 50 años | 1 | 3.34 | | de 30 a 50 años | - | - |
| | Mayores de 50 | - | 2 | | Mayores de 50 | - | - |
| Grupo 3: Mandos Intermedios | Hasta 29 años | 1 | 1 | Grupo 3: Mandos Intermedios | Hasta 29 años | - | - |
| | de 30 a 50 años | 14.28 | 6.72 | | de 30 a 50 años | 1.14 | - |
| | Mayores de 50 | 3.88 | 3.66 | | Mayores de 50 | 0.12 | 0.19 |
| Grupo 4: Técnicos / Especialistas / Administrativos | Hasta 29 años | 10.62 | 9.86 | Grupo 4: Técnicos / Especialistas / Administrativos | Hasta 29 años | 3.43 | 2.35 |
| | de 30 a 50 años | 63.10 | 33.86 | | de 30 a 50 años | 7.58 | 3.94 |
| | Mayores de 50 | 28.34 | 21.10 | | Mayores de 50 | 3.37 | 3.14 |
| TOTAL | | 122.22 | 82.54 | TOTAL | | 15.64 | 9.62 |

| DIALPRIX 2021 | | | | | | | |
|---|-----------------|--------------|-----------|---|-----------------|-------------|------------|
| TIPO DE CONTRATO INDEFINIDO | | | | TIPO DE CONTRATO TEMPORAL | | | |
| Categoría | Edad | Mujeres | Hombres | Categoría | Edad | Mujeres | Hombres |
| Grupo 2: Dirección | Hasta 29 años | - | - | Grupo 2: Dirección | Hasta 29 años | - | - |
| | de 30 a 50 años | 1 | 1 | | de 30 a 50 años | - | - |
| | Mayores de 50 | - | - | | Mayores de 50 | - | - |
| Grupo 3: Mandos Intermedios | Hasta 29 años | 3 | - | Grupo 3: Mandos Intermedios | Hasta 29 años | - | - |
| | de 30 a 50 años | 19,5 | 3,5 | | de 30 a 50 años | - | - |
| | Mayores de 50 | 1 | - | | Mayores de 50 | - | - |
| Grupo 4: Técnicos / Especialistas / Administrativos | Hasta 29 años | 13,5 | 4 | Grupo 4: Técnicos / Especialistas / Administrativos | Hasta 29 años | 10,5 | 4 |
| | de 30 a 50 años | 57,5 | 27 | | de 30 a 50 años | 16 | 3,5 |
| | Mayores de 50 | 21 | 6,5 | | Mayores de 50 | 1 | - |
| TOTAL | | 116,5 | 42 | TOTAL | | 27,5 | 7,5 |

| TIPO DE CONTRATO INDEFINIDO | | | | TIPO DE CONTRATO TEMPORAL | | | |
|---|-----------------|-----------|-------------|---|-----------------|-------------|-----------|
| Categoría | Edad | Mujeres | Hombres | Categoría | Edad | Mujeres | Hombres |
| Grupo 1: Alta dirección | Hasta 29 años | - | - | Grupo 1: Alta dirección | Hasta 29 años | - | - |
| | de 30 a 50 años | - | 1 | | de 30 a 50 años | - | - |
| | Mayores de 50 | - | - | | Mayores de 50 | - | - |
| Grupo 2: Dirección | Hasta 29 años | - | - | Grupo 2: Dirección | Hasta 29 años | - | - |
| | de 30 a 50 años | - | 4 | | de 30 a 50 años | - | - |
| | Mayores de 50 | - | 2 | | Mayores de 50 | - | - |
| Grupo 3: Mandos Intermedios | Hasta 29 años | 1 | 1 | Grupo 3: Mandos Intermedios | Hasta 29 años | - | - |
| | de 30 a 50 años | 12 | 8 | | de 30 a 50 años | 2 | - |
| | Mayores de 50 | 2 | 3 | | Mayores de 50 | 0,5 | 0,5 |
| Grupo 4: Técnicos / Especialistas / Administrativos | Hasta 29 años | 5 | 4 | Grupo 4: Técnicos / Especialistas / Administrativos | Hasta 29 años | 3 | 2,5 |
| | de 30 a 50 años | 32,5 | 19,5 | | de 30 a 50 años | 5,5 | 6,5 |
| | Mayores de 50 | 10,5 | 13 | | Mayores de 50 | 1,5 | 4,5 |
| TOTAL | | 63 | 55,5 | TOTAL | | 12,5 | 14 |

4.1.3.1 Promedio anual de contratos a tiempo parcial por sexo, edad, indefinidos/temporales y clasificación profesional

| DIALPRIX 2022 | | | | | | | |
|---|-----------------|--------------|--------------|---|-----------------|-------------|-------------|
| TIPO DE CONTRATO INDEFINIDO | | | | TIPO DE CONTRATO TEMPORAL | | | |
| Categoría | Edad | Mujeres | Hombres | Categoría | Edad | Mujeres | Hombres |
| Grupo 4: Técnicos / Especialistas / Administrativos | Hasta 29 años | 15.00 | 5.96 | Grupo 4: Técnicos / Especialistas / Administrativos | Hasta 29 años | 0.81 | 0.27 |
| | de 30 a 50 años | 32.96 | 8.01 | | de 30 a 50 años | 0.20 | - |
| | Mayores de 50 | 8.08 | 0.44 | | Mayores de 50 | 0.39 | - |
| TOTAL | | 56.04 | 14.42 | TOTAL | | 1.41 | 0.27 |

| KN HOTELES 2022 | | | | | | | |
|---|-----------------|-------------|-------------|---|-----------------|-------------|-------------|
| TIPO DE CONTRATO INDEFINIDO | | | | TIPO DE CONTRATO TEMPORAL | | | |
| Categoría | Edad | Mujeres | Hombres | Categoría | Edad | Mujeres | Hombres |
| Grupo 4: Técnicos / Especialistas / Administrativos | Hasta 29 años | 0.02 | 0.13 | Grupo 4: Técnicos / Especialistas / Administrativos | Hasta 29 años | - | - |
| | de 30 a 50 años | 0.45 | 0.07 | | de 30 a 50 años | - | - |
| | Mayores de 50 | - | - | | Mayores de 50 | - | - |
| TOTAL | | 0.47 | 0.20 | TOTAL | | 0.00 | 0.00 |

| DIALPRIX 2021 | | | | | | | |
|---|-----------------|-------------|-------------|---|-----------------|-------------|-------------|
| TIPO DE CONTRATO INDEFINIDO | | | | TIPO DE CONTRATO TEMPORAL | | | |
| Categoría | Edad | Mujeres | Hombres | Categoría | Edad | Mujeres | Hombres |
| Grupo 4: Técnicos / Especialistas / Administrativos | Hasta 29 años | - | - | Grupo 4: Técnicos / Especialistas / Administrativos | Hasta 29 años | - | - |
| | de 30 a 50 años | 1 | 2 | | de 30 a 50 años | - | - |
| | Mayores de 50 | - | - | | Mayores de 50 | - | - |
| TOTAL | | 1.00 | 2.00 | TOTAL | | 0.00 | 0.00 |

| KN HOTELES 2021 | | | | | | | |
|-----------------|--|--|--|--|--|--|--|
|-----------------|--|--|--|--|--|--|--|

| TIPO DE CONTRATO INDEFINIDO | | | | TIPO DE CONTRATO TEMPORAL | | | |
|---|-----------------|-------------|-------------|---|-----------------|-------------|-------------|
| Categoría | Edad | Mujeres | Hombres | Categoría | Edad | Mujeres | Hombres |
| Grupo 3: Mandos Intermedios | Hasta 29 años | - | - | Grupo 3: Mandos Intermedios | Hasta 29 años | - | - |
| | de 30 a 50 años | 2 | - | | de 30 a 50 años | - | - |
| | Mayores de 50 | - | - | | Mayores de 50 | - | - |
| Grupo 4: Técnicos / Especialistas / Administrativos | Hasta 29 años | - | 1 | Grupo 4: Técnicos / Especialistas / Administrativos | Hasta 29 años | - | - |
| | de 30 a 50 años | - | 1 | | de 30 a 50 años | - | - |
| | Mayores de 50 | - | - | | Mayores de 50 | - | - |
| TOTAL | | 2.00 | 2.00 | TOTAL | | 0.00 | 0.00 |

4.1.4. Número de despidos por sexo, edad y categoría profesional.

GRI 103-1 *Despidos producidos durante el ejercicio 2022 desagregado por categoría profesional, sexo y región*

| CATEGORIA | DIALPRIX DESPIDOS POR CATEGORÍA | | | |
|---|---------------------------------|--------------|----------|--------------|
| | ESPAÑA | | | |
| | Mujeres | % | Hombres | % |
| Grupo 3: Mandos Intermedios | 4 | 44.44% | 1 | 11.11% |
| Grupo 4: Técnicos / Especialistas / Administrativos | 5 | 55.56% | 8 | 88.89% |
| TOTAL DESPIDOS | 9 | 100 % | 9 | 100 % |

GRI 103-1 *Despidos producidos durante el ejercicio 2022 desagregado por categoría profesional, sexo y región*

| CATEGORIA | KN HOTELES DESPIDOS POR CATEGORÍA | | | |
|---|-----------------------------------|--------------|-----------|--------------|
| | ESPAÑA | | | |
| | Mujeres | % | Hombres | % |
| Grupo 2: Dirección | - | - % | 1 | 8.33% |
| Grupo 3: Mandos Intermedios | 1 | 12.50% | 1 | 8.33% |
| Grupo 4: Técnicos / Especialistas / Administrativos | 7 | 87.50% | 10 | 83.34% |
| TOTAL DESPIDOS | 8 | 100 % | 12 | 100 % |

GRI 103-1 *Despidos producidos durante el ejercicio 2021 desagregado por categoría profesional, sexo y región*

| CATEGORIA | DIALPRIX DESPIDOS POR CATEGORÍA | | | |
|---|---------------------------------|--------------|----------|--------------|
| | ESPAÑA | | | |
| | Mujeres | % | Hombres | % |
| Grupo 3: Mandos Intermedios | 1 | 20% | 1 | 50% |
| Grupo 4: Técnicos / Especialistas / Administrativos | 4 | 80% | 1 | 50% |
| TOTAL DESPIDOS | 5 | 100 % | 2 | 100 % |

GRI 103-1 *Despidos producidos durante el ejercicio 2021 desagregado*

| <i>por categoría profesional, sexo y región</i> | | | | |
|---|-----------------------------------|--------------|----------|--------------|
| CATEGORIA | KN HOTELES DESPIDOS POR CATEGORÍA | | | |
| | ESPAÑA | | | |
| | Mujeres | % | Hombres | % |
| Grupo 3: Mandos Intermedios | 1 | 20 % | - | - % |
| Grupo 4: Técnicos / Especialistas / Administrativos | 4 | 80 % | 2 | 100 % |
| TOTAL DESPIDOS | 5 | 100 % | 2 | 100 % |

| <i>Despidos producidos durante el ejercicio 2022 desagregado por rango de edad, sexo y región</i> | | | | |
|---|-------------------------------------|--|----------|--|
| GRUPOS DE EDAD | DIALPRIX DESPIDOS POR GRUPO DE EDAD | | | |
| | ESPAÑA | | | |
| | Mujeres | | Hombres | |
| Hasta 29 años | 2 | | 3 | |
| de 30 a 50 años | 5 | | 5 | |
| Mayores de 50 | 2 | | 1 | |
| TOTAL DESPIDOS | 9 | | 9 | |

| <i>Despidos producidos durante el ejercicio 2022 desagregado por rango de edad, sexo y región</i> | | | | |
|---|---------------------------------------|--|-----------|--|
| GRUPOS DE EDAD | KN HOTELES DESPIDOS POR GRUPO DE EDAD | | | |
| | ESPAÑA | | | |
| | Mujeres | | Hombres | |
| Hasta 29 años | 1 | | 3 | |
| de 30 a 50 años | 6 | | 7 | |
| Mayores de 50 | 1 | | 2 | |
| TOTAL DESPIDOS | 8 | | 12 | |

| <i>Despidos producidos durante el ejercicio 2021 desagregado por rango de edad, sexo y región</i> | | | | |
|---|-------------------------------------|--|----------|--|
| GRUPOS DE EDAD | DIALPRIX DESPIDOS POR GRUPO DE EDAD | | | |
| | ESPAÑA | | | |
| | Mujeres | | Hombres | |
| Hasta 29 años | 2 | | - | |
| de 30 a 50 años | 3 | | 1 | |
| Mayores de 50 | - | | 1 | |
| TOTAL DESPIDOS | 5 | | 2 | |

| <i>Despidos producidos durante el ejercicio 2021 desagregado por rango de edad, sexo y región</i> | | | | |
|---|--|--|--|--|
| GRI 103-1 | | | | |

| GRUPOS DE EDAD | KN HOTELES DESPIDOS POR GRUPO DE EDAD | |
|-----------------------|---------------------------------------|----------|
| | ESPAÑA | |
| | Mujeres | Hombres |
| Hasta 29 años | 1 | 1 |
| de 30 a 50 años | 3 | 1 |
| Mayores de 50 | 1 | - |
| TOTAL DESPIDOS | 5 | 2 |

4.1.5. Remuneraciones medias y su evolución desagregados por sexo, edad y clasificación profesional o igual valor

GRI 102-38 Remuneraciones medias por edad, categoría, sexo y región

| CATEGORIA | Edad | REMUNERACIONES MEDIAS DIALPRIX 2022 | |
|---|-----------------|--|-------------|
| | | ESPAÑA | |
| | | Mujeres | Hombres |
| Grupo 2: Dirección | Hasta 29 años | - € | - € |
| | de 30 a 50 años | 38.000,04 € | 51.600,03 € |
| | Mayores de 50 | - € | - € |
| Grupo 3: Mandos Intermedios | Hasta 29 años | 14.821,88 € | - € |
| | de 30 a 50 años | 16.979,33 € | 21.102,22 € |
| | Mayores de 50 | 14.392,51 € | - € |
| Grupo 4: Técnicos / Especialistas / Administrativos | Hasta 29 años | 8.787,26 € | 7.437,55 € |
| | de 30 a 50 años | 10.57,64 € | 11.281,53 € |
| | Mayores de 50 | 11.950,33 € | 11.532,70 € |

Media basada en los empleados de la empresa a 31/12/2022 y su salario medio a lo largo del ejercicio

GRI 102-38 Remuneraciones medias por edad, categoría, sexo y región

| CATEGORIA | Edad | REMUNERACIONES MEDIAS KN HOTELES 2022 | |
|---|-----------------|--|-------------|
| | | ESPAÑA | |
| | | Mujeres | Hombres |
| Grupo 1: Alta dirección | Hasta 29 años | - € | - € |
| | de 30 a 50 años | - € | 55.908,78 € |
| | Mayores de 50 | - € | - € |
| Grupo 2: Dirección | Hasta 29 años | - € | - € |
| | de 30 a 50 años | 24.551,77 € | 34.713,47 € |
| | Mayores de 50 | - € | 38.851,24 € |
| Grupo 3: Mandos Intermedios | Hasta 29 años | 22.402,64 € | 23.874,20 € |
| | de 30 a 50 años | 21.775,97 € | 23.125,32 € |
| | Mayores de 50 | 23.073,10 € | 24.249,43 € |
| Grupo 4: Técnicos / Especialistas / Administrativos | Hasta 29 años | 9.077,37 € | 10.414,46 € |
| | de 30 a 50 años | 13.263,09 € | 13.934,35 € |
| | Mayores de 50 | 14.437,03 € | 16.086,39 € |

Media basada en los empleados de la empresa a 31/12/2022 y su salario medio a lo largo del ejercicio

GRI 102-38 Remuneraciones medias por edad, categoría, sexo y región

| CATEGORIA | Edad | REMUNERACIONES MEDIAS DIALPRIX 2021 | |
|---|-----------------|--|-------------|
| | | ESPAÑA | |
| | | Mujeres | Hombres |
| Grupo 2: Dirección | Hasta 29 años | - € | - € |
| | de 30 a 50 años | 38.000,04 € | 36.000,00 € |
| | Mayores de 50 | - € | - € |
| Grupo 3: Mandos Intermedios | Hasta 29 años | 14.548,44 € | - € |
| | de 30 a 50 años | 15.883,55 € | 20.113,82 € |
| | Mayores de 50 | 14.240,00 € | - € |
| Grupo 4: Técnicos / Especialistas / Administrativos | Hasta 29 años | 7.723,43 € | 6.781,09 € |
| | de 30 a 50 años | 10.120,34 € | 11.856,66 € |
| | Mayores de 50 | 12.977,63 € | 14.184,79 € |

Media basada en los empleados de la empresa a 31/12/2021 y su salario medio a lo largo del ejercicio

GRI 102-38 *Remuneraciones medias por edad, categoría, sexo y región*

| CATEGORIA | Edad | REMUNERACIONES MEDIAS KN HOTELES 2021 | |
|---|-----------------|--|-------------|
| | | ESPAÑA | |
| | | Mujeres | Hombres |
| Grupo 1: Alta dirección | Hasta 29 años | - € | - € |
| | de 30 a 50 años | - € | 62.000,23 € |
| | Mayores de 50 | - € | - € |
| Grupo 2: Dirección | Hasta 29 años | - € | - € |
| | de 30 a 50 años | - € | 20.028,95 € |
| | Mayores de 50 | - € | 37.913,67 € |
| Grupo 3: Mandos Intermedios | Hasta 29 años | 10.084,93 € | 19.490,41 € |
| | de 30 a 50 años | 11.546,98 € | 15.338,21 € |
| | Mayores de 50 | 13.253,30 € | 11.392,74 € |
| Grupo 4: Técnicos / Especialistas / Administrativos | Hasta 29 años | 7.141,76 € | 8.427,41 € |
| | de 30 a 50 años | 8.692,98 € | 9.058,34 € |
| | Mayores de 50 | 7.727,75 € | 9.958,59 € |

Media basada en los empleados de la empresa a 31/12/2021 y su salario medio a lo largo del ejercicio

4.1.6. Brecha salarial, remuneración de puestos de trabajos iguales o de media de la sociedad

| GRI 405-2 | | Brecha salarial entre hombres y mujeres por región 2022 |
|---|-----------------|---|
| CATEGORIA | BRECHA SALARIAL | |
| | DIALPRIX | |
| | ESPAÑA | |
| Grupo 1: Alta dirección | - % | |
| Grupo 2: Dirección | 26,36% | |
| Grupo 3: Mandos Intermedios | 21,27% | |
| Grupo 4: Técnicos / Especialistas / Administrativos | -0,38% | |

Fórmula para el cálculo de la brecha:

(Promedio de salario de hombres - Promedio de salario de mujeres) / Promedio de salario de hombres

| GRI 405-2 | | Brecha salarial entre hombres y mujeres por región 2022 |
|---|-----------------|---|
| CATEGORIA | BRECHA SALARIAL | |
| | KN HOTELES | |
| | ESPAÑA | |
| Grupo 1: Alta dirección | - % | |
| Grupo 2: Dirección | 32,00 % | |
| Grupo 3: Mandos Intermedios | 6,00% | |
| Grupo 4: Técnicos / Especialistas / Administrativos | 7,00% | |

Fórmula para el cálculo de la brecha:

(Promedio de salario de hombres - Promedio de salario de mujeres) / Promedio de salario de hombres.

| GRI 405-2 | | Brecha salarial entre hombres y mujeres por región 2021 |
|---|-----------------|---|
| CATEGORIA | BRECHA SALARIAL | |
| | DIALPRIX | |
| | ESPAÑA | |
| Grupo 1: Alta dirección | - % | |
| Grupo 2: Dirección | -5,56% | |
| Grupo 3: Mandos Intermedios | -122,10% | |
| Grupo 4: Técnicos / Especialistas / Administrativos | 6,10% | |

Fórmula para el cálculo de la brecha:

(Promedio de salario de hombres - Promedio de salario de mujeres) / Promedio de salario de hombres.

| GRI 405-2 | | Brecha salarial entre hombres y mujeres por región 2021 |
|---|-----------------|---|
| CATEGORIA | BRECHA SALARIAL | |
| | KN HOTELES | |
| | ESPAÑA | |
| Grupo 1: Alta dirección | - % | |
| Grupo 2: Dirección | - % | |
| Grupo 3: Mandos Intermedios | 24,50% | |
| Grupo 4: Técnicos / Especialistas / Administrativos | 14,14% | |

Fórmula para el cálculo de la brecha:

(Promedio de salario de hombres - Promedio de salario de mujeres) / Promedio de salario de hombres.

4.1.7. Remuneración media de puestos de los consejeros y directivos, incluyendo la retribución variable, dietas, indemnizaciones, el pago a los sistemas de previsión de ahorro a largo plazo y cualquier otra percepción desagregada por sexo.

El importe de la remuneración percibida por el administrador único en el ejercicio 2022 y 2021, fue de 80.400 euros.

4.1.8. Implantación de políticas de desconexión laboral

Para el ejercicio de 2022 el Grupo no tenía políticas ni documentos por escrito de desconexión laboral.

4.1.9. Empleados con discapacidad

| GRI 406-1 | | <i>Nº total de personas con discapacidad por región, sexo y categoría a 31/12/2022</i> | | | |
|---|--|--|---------|-------|--|
| CATEGORÍA | DIALPRIX Nº EMPLEADOS CON DISCAPACIDAD | | | | |
| | ESPAÑA | | | | |
| | Mujeres | % | Hombres | % | |
| Grupo 1: Alta dirección | - | - % | - | - % | |
| Grupo 2: Dirección | - | - % | - | - % | |
| Grupo 3: Mandos Intermedios | - | - % | - | - % | |
| Grupo 4: Técnicos/ Especialistas/ Administrativos | 2 | 100 % | 1 | 100 % | |

| GRI 406-1 | | <i>Nº total de personas con discapacidad por región, sexo y categoría a 31/12/2022</i> | | | |
|---|--|--|---------|-----|--|
| CATEGORÍA | KN HOTELES Nº EMPLEADOS CON DISCAPACIDAD | | | | |
| | ESPAÑA | | | | |
| | Mujeres | % | Hombres | % | |
| Grupo 1: Alta dirección | - | - % | - | - % | |
| Grupo 2: Dirección | - | - % | - | - % | |
| Grupo 3: Mandos Intermedios | - | - % | - | - % | |
| Grupo 4: Técnicos/ Especialistas/ Administrativos | - | - % | - | - % | |

| GRI 406-1 | | <i>Nº total de personas con discapacidad por región, sexo y categoría a 31/12/2021</i> | | | |
|---|--|--|---------|-------|--|
| CATEGORÍA | DIALPRIX Nº EMPLEADOS CON DISCAPACIDAD | | | | |
| | ESPAÑA | | | | |
| | Mujeres | % | Hombres | % | |
| Grupo 1: Alta dirección | - | - % | - | - % | |
| Grupo 2: Dirección | - | - % | - | - % | |
| Grupo 3: Mandos Intermedios | - | - % | - | - % | |
| Grupo 4: Técnicos/ Especialistas/ Administrativos | 1 | 100 % | 1 | 100 % | |

| GRI 406-1 | | <i>Nº total de personas con discapacidad por región, sexo y categoría a 31/12/2021</i> | | | |
|---|--|--|---------|-------|--|
| CATEGORÍA | KN HOTELES Nº EMPLEADOS CON DISCAPACIDAD | | | | |
| | ESPAÑA | | | | |
| | Mujeres | % | Hombres | % | |
| Grupo 1: Alta dirección | - | - % | - | - % | |
| Grupo 2: Dirección | - | - % | - | - % | |
| Grupo 3: Mandos Intermedios | - | - % | - | - % | |
| Grupo 4: Técnicos / Especialistas / Administrativos | - | - % | 1 | 100 % | |

4.2 Organización del trabajo

4.2.1. Organización del tiempo de trabajo

La duración de la jornada ordinaria de trabajo y los días de descanso son los pactados en los convenios colectivos o contratos de trabajo, dentro de los márgenes que permite la normativa.

La duración máxima de la jornada ordinaria de trabajo es de 40 horas semanales de trabajo efectivo.

En el caso del peculiar sector hostelero, debido a que los establecimientos abren las 24 horas del día los 365 días del año, los convenios establecen una serie de compensaciones para el personal que debe trabajar fines de semana, festivos y fiestas anuales representativas como lo pueden ser las navidades.

Pueden optar a un máximo de 48 días por año de vacaciones + bolsa de vacaciones que el convenio establece en varios escalones monetarios según los días de vacaciones que el empleado elija disfrutar.

4.2.2. Número de horas de absentismo

GRI 403-2 *Nº de horas de absentismo en 2022, considerando absentismo horas no justificadas y enfermedades comunes (excluidas bajas por maternidad/paternidad, excedencias, etc.).*

| DIALPRIX ÍNDICE DE ABSENTISMO | | | | |
|-------------------------------|---------|--------|---------|--------|
| ABSENTISMO | ESPAÑA | | | |
| | Mujeres | % | Hombres | % |
| Nº de horas de absentismo | 17512 | 79,00% | 4656 | 21,00% |

(*) Considerando todas las jornadas de 8 h 22.168 horas total

GRI 403-2 *Nº de horas de absentismo en 2022, considerando absentismo horas no justificadas y enfermedades comunes (excluidas bajas por maternidad/paternidad, excedencias, etc.).*

| KN HOTELES ÍNDICE DE ABSENTISMO | | | | |
|---------------------------------|---------|--------|---------|--------|
| ABSENTISMO | ESPAÑA | | | |
| | Mujeres | % | Hombres | % |
| Nº de horas de absentismo | 15952 | 73,28% | 5816 | 26,72% |

(*) Considerando todas las jornadas de 8 h 21.768 horas total

GRI 403-2 *Nº de horas de absentismo en 2021, considerando absentismo horas no justificadas y enfermedades comunes (excluidas bajas por maternidad/paternidad, excedencias, etc.).*

| DIALPRIX ÍNDICE DE ABSENTISMO | | | | |
|-------------------------------|---------|--------|---------|--------|
| ABSENTISMO | ESPAÑA | | | |
| | Mujeres | % | Hombres | % |
| Nº de horas de absentismo | 17208 | 78,91% | 4600 | 21,09% |

(*) Considerando todas las jornadas de 8 h 21.808 horas total

GRI 403-2 *Nº de horas de absentismo en 2021, considerando absentismo horas no justificadas y enfermedades comunes (excluidas bajas por maternidad/paternidad, excedencias, etc.).*

| KN HOTELES ÍNDICE DE ABSENTISMO | | | | |
|---------------------------------|--|--|--|--|
|---------------------------------|--|--|--|--|

| ABSENTISMO | ESPAÑA | | | |
|---------------------------|---------|--------|---------|--------|
| | Mujeres | % | Hombres | % |
| Nº de horas de absentismo | 7008 | 71,16% | 2840 | 28,84% |

(*) Considerando todas las jornadas de 8 h 98.48 horas total

4.2.3. Medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio corresponsable de estos por parte de ambos progenitores

GRI 401-2 y GRI 401-3 *Nº empleados y porcentaje que han tenido derecho al permiso de parental durante el 2022 por sexo y región*

| GÉNERO | DIALPRIX PERMISO PARENTAL | |
|------------------------|---------------------------|----------------------|
| | ESPAÑA | |
| | Nº empleados | Porcentaje empleados |
| Mujer | 5 | 71,43% |
| Hombre | 2 | 28,57% |
| TOTAL EMPLEADOS | 7 | 100% |

GRI 401-2 y GRI 401-3 *Nº empleados y porcentaje que han tenido derecho al permiso de parental durante el 2022 por sexo y región*

| GÉNERO | KN HOTELES PERMISO PARENTAL | |
|------------------------|-----------------------------|----------------------|
| | ESPAÑA | |
| | Nº empleados | Porcentaje empleados |
| Mujer | 3 | 50% |
| Hombre | 3 | 50% |
| TOTAL EMPLEADOS | 6 | 100% |

GRI 401-2 y GRI 401-3 *Nº empleados y porcentaje que han tenido derecho al permiso de parental durante el 2021 por sexo y región*

| GÉNERO | DIALPRIX PERMISO PARENTAL | |
|------------------------|---------------------------|----------------------|
| | ESPAÑA | |
| | Nº empleados | Porcentaje empleados |
| Mujer | 6 | 100% |
| Hombre | - | - |
| TOTAL EMPLEADOS | 6 | 100% |

GRI 401-2 y GRI 401-3 *Nº empleados y porcentaje que han tenido derecho al permiso de parental durante el 2021 por sexo y región*

| GÉNERO | KN HOTELES PERMISO PARENTAL | |
|------------------------|-----------------------------|----------------------|
| | ESPAÑA | |
| | Nº empleados | Porcentaje empleados |
| Mujer | 3 | 75% |
| Hombre | 1 | 25% |
| TOTAL EMPLEADOS | 4 | 100% |

4.3 Seguridad y salud

4.3.1. Condiciones de salud y seguridad en el trabajo

Para Kanali la seguridad y salud de los trabajadores es una preocupación constante, siendo conscientes de la importancia que las condiciones de trabajo tienen para conseguir un alto grado de bienestar y satisfacción en el trabajo. Para ello contamos con un servicio de prevención externo: PREVING CONSULTORES S.L.U.

"Con el objeto de alcanzar los niveles más altos de seguridad y salud declaramos los siguientes principios básicos de nuestra política":

Estamos al servicio de nuestros clientes, comprometidos con la sociedad, el medio ambiente y la salud de nuestras personas trabajadoras, respetando el marco legal y normativo establecido para cada caso.

Las personas constituyen el valor más importante que garantiza nuestro futuro. Por ello, deben estar cualificadas e identificadas con los objetivos de nuestra organización y sus opiniones han de ser consideradas.

Todas las actividades las realizamos sin comprometer los aspectos de seguridad y salud por consideraciones económicas o de productividad.

Para llevar a cabo estos principios, se asumen los siguientes compromisos:

Todo el personal con mando asegura unas correctas condiciones de las personas trabajadoras a su cargo. Para ello, muestra interés y da ejemplo como parte de su función.

Kanali promueve y establece los medios necesarios para que la comunicación de deficiencias y/o sugerencias de mejora sean analizadas y, de ser posible, aplicadas.

El espíritu de innovación y de mejora continua es fundamental para el futuro de nuestro Grupo.

Establecemos cauces de intercambio de información y de cooperación entre nuestro personal y también con nuestros clientes y proveedores para mejorar continuamente el modo de seleccionar nuestros suministros, de realizar nuestro trabajo, de elaborar nuestros productos y de prestar nuestros servicios.

Informamos y formamos a las personas trabajadoras sobre los riesgos inherentes a su trabajo, así como de los medios y las medidas a adoptar para su prevención.

Analizamos todos los accidentes con potencial de daño e iniciamos su corrección de inmediato.

| Ejercicio 2022 Sexo | Dialprix | Kn hoteles | Total general |
|----------------------|----------|------------|---------------|
| HOMBRE | 3 | 4 | 7 |
| MUJER | 9 | 1 | 10 |
| Total general | 12 | 5 | 17 |

Los índices de frecuencia y de gravedad para el periodo 2022 han ascendido a 19,54 y 0,33 respectivamente.

*Los accidentes de pequeña envergadura quedan excluidos. *No existen enfermedades profesionales.

| Ejercicio 2021 Sexo | Dialprix | Kn hoteles | Total general |
|----------------------|----------|------------|---------------|
| HOMBRE | 4 | 1 | 5 |
| MUJER | 1 | 3 | 4 |
| Total general | 5 | 4 | 9 |

Los índices de frecuencia y de gravedad para el periodo 2021 han ascendido a 15,77 y 0,25 respectivamente.

*Los accidentes de pequeña envergadura quedan excluidos. *No existen enfermedades profesionales.

4.3.3. Gestión de riesgos y oportunidades

Identificación del riesgo y oportunidad:

En Grupo Kanali se identifican los distintos riesgos y oportunidades de aquellos sucesos que podrían crear, mejorar, prevenir, degradar, acelerar o retrasar el logro de los objetivos planteados por la organización o cualquier desviación sobre lo planificado en el sistema de gestión, así como cualquier otro impacto tanto positivo como perjudicial para la organización y su desempeño.

Se tendrá en cuenta también el riesgo asociado a la pérdida de oportunidades que generen un impacto positivo para la organización.

Se describen las causas que generan los riesgos, sus consecuencias para la organización y el proceso asociado al riesgo identificado, dejando constancia en el registro "Plan de gestión del riesgo y oportunidades".

Asimismo, todos aquellos riesgos/oportunidades detectados y establecidos inicialmente, se deberán clasificar en función de su tipología:

| TIPO | DESCRIPCIÓN |
|--------------------|---|
| ESTRATÉGICO | Son aquellos que se asocian con toda posibilidad de que suceda algo relacionado con el cumplimiento de los objetivos estratégicos y la misión institucional, la sostenibilidad y subsistencia de la entidad en el corto, mediano y largo plazo |
| IMAGEN | Están relacionados con la percepción y la confianza por parte de las partes interesadas hacia la entidad, tiene que ver con conocimiento de malas prácticas, manejo desacertado de los medios de comunicación, insatisfacción por el mal servicio, incumplimiento de planes, programas y proyectos. |
| LEGAL | Son todos los relacionados con la capacidad de la entidad para cumplir con los requisitos, están inmersos los requisitos regulativos, legales, contractuales, políticas internas, solicitudes de información, ética, calidad, entre otros |
| OPERATIVO | Son aquellos relacionados con la parte técnica de la entidad que provienen de la operación cotidiana y específica de cada proceso. En ellos se pueden encontrar deficiencias en flujos de información y comunicación, cifras, desarticulación entre procesos, debilidades en infraestructura o mala dotación y talento humano, lo que conduce a ineficiencias e incumplimiento de los objetivos de la entidad |
| AMBIENTAL | Son aquellos generados por la exposición a factores internos y externos que afectan el medio ambiente y entorno de la entidad (la contaminación, aspectos y/o emergencias ambientales inherentes a las actividades que desarrolla la entidad en cada proceso |

1. Análisis del riesgo y oportunidad

El análisis del riesgo y oportunidad proporciona elementos de entrada para la evaluación del riesgo y para tomar decisiones acerca de si es necesario tratar los riesgos y llevar a cabo oportunidades, así como sobre las estrategias y los métodos de tratamiento del riesgo más apropiados (oportunidades). Para analizar el riesgo y la oportunidad se tiene en cuenta el impacto que puede provocar en la organización y la probabilidad de que se genere el impacto identificado.

De manera genérica, para aquellos riesgos y oportunidades que obtengan una puntuación igual o superior a 10 (nivel del riesgo y oportunidad) deben tomarse acciones para eliminar o reducir el riesgo identificado, así como para la ejecución de la oportunidad identificada.

Este análisis del riesgo también puede proporcionar elementos de entrada para tomar las decisiones apropiadas.

El análisis del riesgo y oportunidad implica la consideración de las causas y las fuentes de estos, sus consecuencias positivas y negativas, y la probabilidad de que estas consecuencias puedan ocurrir. El riesgo y oportunidad se analiza determinando las consecuencias y su probabilidad, así como las consecuencias que puede ocasionar en la organización.

Se deja constancia en el registro "Plan de gestión del riesgo y oportunidades".

2. Evaluación del riesgo y oportunidad

En función de la probabilidad de ocurrencia y el impacto que se pueda generar a la organización se cuantifica numéricamente el riesgo y la oportunidad, identificando de esta manera aquellos que representan una mayor amenaza para la organización e impacto positivo.

Se indicará dentro de la evaluación la capacidad de actuación que tiene la organización para minimizar o eliminar el riesgo identificado pudiendo categorizarse como nula, media o alta, así como para las oportunidades su implementación en el Grupo.

| CAPACIDAD DE ACTUACIÓN ANTE RIESGOS/OPORTUNIDADES | |
|---|---|
| NULA | No depende de la organización |
| MEDIA | Depende parcialmente de la organización |
| ALTA | Depende totalmente de la organización |

| PROBABILIDAD | |
|------------------------|--|
| CÓDIGO | DESCRIPCIÓN |
| RARO (1) | No ha acaecido nunca hasta la fecha |
| IMPROBABLE (2) | Ocurrencia o suceso muy improbable; no ocurre desde hace 3 años |
| POSIBLE (3) | Ocurrencia o suceso poco probable, ha estado a punto de suceder en alguna ocasión |
| PROBABLE (4) | Se ha producido en alguna ocasión en la historia del Grupo |
| CASI SEGURO (5) | Suceso muy probable, se ha producido con frecuencia o a punto de producirse |

| IMPACTO | | |
|-------------|--------------------|--|
| TIPO | CÓDIGO | DESCRIPCIÓN |
| ESTRATÉGICO | INSIGNIFICANTE (1) | Afecta a una persona en particular |
| | MENOR (2) | Afecta a un grupo de trabajo interno del proceso |
| | MODERADO (3) | Afecta a todo el proceso |
| | MAYOR (4) | La afectación se da a nivel departamental y sus procesos |
| | CRÍTICO (5) | La afectación se da a nivel estratégico y toma de decisiones |
| IMAGEN | INSIGNIFICANTE (1) | Afecta al responsable del proceso |
| | MENOR (2) | Afecta a todo el equipo y responsable del proceso |
| | MODERADO (3) | Afecta a los usuarios de la Sede Central de la entidad |
| | MAYOR (4) | Afecta a la Sede Central y deteriora su imagen exterior |
| | CRÍTICO (5) | Afecta a la Sede Central y se pierden relaciones comerciales |
| LEGAL | INSIGNIFICANTE (1) | Se producen multas para la entidad |
| | MENOR (2) | Se producen demandas para la entidad |
| | MODERADO (3) | Se producen investigaciones disciplinarias |
| | MAYOR (4) | Se producen investigaciones fiscales |
| | CRÍTICO (5) | Se producen intervenciones y/o sanciones para la entidad |
| OPERATIVO | INSIGNIFICANTE (1) | Se tendría que ajustar una responsabilidad en una actividad |
| | MENOR (2) | Se tendrían que realizar ajustes a una actividad del proceso |
| | MODERADO (3) | Se tendrían que realizar ajustes en la interacción de procesos |
| | MAYOR (4) | Se presentarían dificultades en la operación del proceso |
| | CRÍTICO (5) | Se presentarían parones parciales o no operación del proceso |
| AMBIENTAL | INSIGNIFICANTE (1) | Resultado negativo despreciable que afecta al entorno |
| | MENOR (2) | Leve resultado negativo controlado que afecta al entorno |
| | MODERADO (3) | Emisión y/o residuo peligroso generado superior a la media |
| | MAYOR (4) | Impacto ambiental significativo que afecta al entorno cercano |
| | CRÍTICO (5) | Emergencia ambiental con daño irreparable en el entorno |

Se deja constancia en el registro **“Plan de gestión del riesgo y oportunidades”**.

3. Tratamiento del riesgo y oportunidades

Una vez priorizados los riesgos y oportunidades identificados se deberán plantear el plan de contingencias para minimizarlo, eliminarlo, o bien llevarlo a cabo, estableciendo para ello la planificación que va a servir de referencia para su correcto seguimiento, la periodicidad de dicho seguimiento y los responsables de acometer el plan de acción.

Las posibles acciones pueden ir encaminadas a evitar el riesgo, aceptarlo para aprovecharlo como una oportunidad, eliminar la fuente del riesgo, alterar su probabilidad de ocurrencia y su impacto, compartir el riesgo con otras partes interesadas o una combinación de las opciones anteriores.

| ZONA DE RIESGO | OPCIONES DE MANEJO DEL RIESGO | |
|----------------|-------------------------------|---|
| BAJO | 1, 2, 3, 4 | Asumir el riesgo |
| MODERADO | 5, 6, 8, 9, 10 | Asumir el riesgo o Reducir el riesgo |
| ALTO | 12, 15 | Reducir el riesgo, Evitar el riesgo o Compartir el riesgo |
| EXTREMO | 16, 20, 25 | Reducir el riesgo, Evitar el riesgo o Compartir el riesgo |

| | |
|-------------------------|---|
| ASUMIR RIESGO | Implica que se ACEPTAN las consecuencias o efectos del riesgo; en este caso no es necesario tomar medidas para seguir disminuyendo la probabilidad e impacto del riesgo. |
| REDUCIR RIESGO | Implica tomar medidas encaminadas a DISMINUIR tanto la PROBABILIDAD , como el IMPACTO . La reducción del riesgo es probablemente el método más sencillo y económico para superar las debilidades antes de aplicar medidas más costosas y difíciles. Por ejemplo: mejora de los procedimientos, implementación de acertados controles y/o acciones de manejo complementarias |
| EVITAR RIESGO | Implica tomar medidas encaminadas a PREVENIR que el riesgo se materialice, evitar la materialización del riesgo es la primera alternativa a considerar, y esto se logra cuando al interior del proceso se generan CAMBIOS SUSTANCIALES . Por ejemplo: el control de calidad, manejo de los insumos, mantenimiento preventivo de los equipos, desarrollo tecnológico, etc. |
| COMPARTIR RIESGO | Implica tomar medidas que REDUZCAN EL IMPACTO del riesgo, a través del COMPARTIR de las pérdidas potenciales a otras organizaciones o entidades, como en el caso de los contratos de seguros (Pólizas) o a través de otros medios que permiten distribuir una porción del riesgo con otra entidad. Por ejemplo, la información de gran importancia se puede duplicar y almacenar en un lugar distante y de ubicación segura, en vez de dejarla concentrada en un solo lugar. |

Se deja constancia en el registro "**Plan de gestión del riesgo y oportunidades**".

4. Seguimiento del riesgo y oportunidades

Con la periodicidad descrita se realizará el seguimiento de los distintos hitos/etapas planteadas en el plan de contingencias de cada riesgo y/u oportunidad para ver la evolución de estos, teniendo especial atención a modificar el plan de contingencias establecido en el caso de que los riesgos/oportunidades aumenten su puntuación, o bien las oportunidades no se hayan podido ejecutar según lo establecido.

5. Comunicación y consulta

En todas las etapas del proceso de gestión del riesgo y oportunidades se tendrán en cuenta la comunicación a los responsables de llevar a cabo el proceso y a las partes interesadas que pudieran verse afectadas, dejando evidencia de las acciones llevadas a cabo en el "Plan de Comunicación".

Las consultas pertinentes a los implicados proporcionarán mejor información para el análisis del riesgo y oportunidades y la toma de acciones.

4.4 Relaciones sociales

Dentro de las relaciones sociales en el seno del Grupo Kanali existen diversos convenios colectivos de aplicación: el de **Alimentación** y por otro lado el de **Hostelería**, independientemente del cumplimiento de los convenios sectoriales, se dispone de distintos protocolos para el personal, también un horario de atención al empleado por parte de la oficina de recursos humanos para las cuestiones que se pudieran precisar por parte de los empleados.

En cuanto a la comunicación, independientemente de cualquier instrucción técnica, formación o cambio de actuación, se dispone de un software para el empleado donde puede consultar entre otras cosas sus vacaciones, realizar petición de permisos y por parte de la empresa entre otras cosas enviar comunicados a los empleados del ámbito que fueran, por ejemplo un cambio de protocolo, de esta manera nos aseguramos que cada empleado tiene acceso a la información y por otro preservamos el medio ambiente, dado que se prescinde del tradicional papel y el consumo de recursos naturales que conlleva.

4.4.1. Organización del diálogo social

| Empleados cubiertos por convenio colectivo 2022 | ESPAÑA |
|---|-------------|
| CONVENIO DE HOSTELERIA DE LA PROVINCIA DE S/C DE TENERIFE | 40,26% |
| CONVENIO DE HOSTELERIA DE LA PROVINCIA DE LAS PALMAS | 7,79% |
| CONVENIO DE ALIMENTACION DE LA PROVINCIA DE S/C DE TENERIFE | 51,95% |
| Porcentaje de empleados (%) | 100% |

| TIPO DE CONVENIO | ESPAÑA | | | |
|---------------------------|------------|-------------|------------|-------------|
| | Mujeres | % | Hombres | % |
| Hostelería S/C TENERIFE | 144 | 39,02% | 73 | 42,95% |
| Hostelería LAS PALMAS | 16 | 4,34% | 26 | 15,29% |
| Alimentación S/C TENERIFE | 209 | 56,64% | 71 | 41,76% |
| TOTAL DE EMPLEADOS | 369 | 100% | 170 | 100% |

| Empleados cubiertos por convenio colectivo 2021 | ESPAÑA |
|---|-------------|
| CONVENIO DE HOSTELERIA DE LA PROVINCIA DE S/C DE TENERIFE | 32,83% |
| CONVENIO DE HOSTELERIA DE LA PROVINCIA DE LAS PALMAS | 9,78% |
| CONVENIO DE ALIMENTACION DE LA PROVINCIA DE S/C DE TENERIFE | 57,39% |
| Porcentaje de empleados (%) | 100% |

| TIPO DE CONVENIO | ESPAÑA | | | |
|---------------------------|------------|-------------|------------|-------------|
| | Mujeres | % | Hombres | % |
| Hostelería S/C TENERIFE | 81 | 30,34% | 50 | 37,88% |
| Hostelería LAS PALMAS | 14 | 5,25% | 25 | 18,94% |
| Alimentación S/C TENERIFE | 172 | 64,41% | 57 | 43,18% |
| TOTAL DE EMPLEADOS | 267 | 100% | 132 | 100% |

4.4.2. Balance de los convenios colectivos particularmente en el campo de la salud y seguridad en el trabajo:

CONVENIO DE HOSTELERIA DE LA PROVINCIA DE S/C DE TENERIFE ART. 38.

CONVENIO DE HOSTELERIA DE LA PROVINCIA DE LAS PALMAS ART 35.

CONVENIO DE ALIMENTACION DE LA PROVINCIA DE S/C DE TENERIFE. ART.

4.5 Formación

4.5.1. Políticas implementadas en el campo de la formación

Kanali desarrolla de forma anual un plan de formación, cuyas principales líneas de actuación en este ejercicio de 2022 han sido las siguientes:

- Sostenibilidad en la empresa.
- Puesta en marcha del plan de autoprotección. Simulacro de incendio.
- Contraincendios nivel 1, nivel 2 y primeros auxilios.
- Mantenimiento de piscinas y otras actividades acuáticas.

4.5.2. Cantidad total de horas de formación por categorías profesionales

| GRI 404-1 Cantidad total de horas formación por región, sexo y categoría profesional | | | | |
|--|----------|------------|----------|------------|
| DIALPRIX CANTIDAD TOTAL DE HORAS FORMACIÓN 2022 | | | | |
| CATEGORÍA | ESPAÑA | | | |
| | Mujeres | % | Hombres | % |
| Grupo 1: Alta dirección | - | -% | - | -% |
| Grupo 2: Dirección | - | -% | - | -% |
| Grupo 3: Mandos Intermedios | - | -% | - | -% |
| Grupo 4 : Técnicos/ Especialistas/ Administrativos | - | -% | - | -% |
| TOTAL | 0 | 0 % | 0 | 0 % |

GRI 404-1 *Cantidad total de horas formación por región, sexo y categoría profesional*

KN HOTELES CANTIDAD TOTAL DE HORAS FORMACIÓN 2022

| CATEGORÍA | ESPAÑA | | | |
|---|------------|--------------|------------|--------------|
| | Mujeres | % | Hombres | % |
| Grupo 1: Alta dirección | - | -% | - | -% |
| Grupo 2: Dirección | 17 | 5.14% | 36 | 6.49% |
| Grupo 3: Mandos Intermedios | 102 | 30.82% | 109 | 19,64% |
| Grupo 4: Técnicos / Especialistas/Administrativos | 212 | 64.04% | 410 | 73,87% |
| TOTAL | 331 | 100 % | 555 | 100 % |

GRI 404-1 *Cantidad total de horas formación por región, sexo y categoría profesional*

DIALPRIX CANTIDAD TOTAL DE HORAS FORMACIÓN 2021

| CATEGORÍA | ESPAÑA | | | |
|---|------------|--------------|------------|--------------|
| | Mujeres | % | Hombres | % |
| Grupo 1: Alta dirección | - | -% | - | -% |
| Grupo 2: Dirección | - | -% | 40 | 33,33% |
| Grupo 3: Mandos Intermedios | 400 | 100% | 40 | 33,33% |
| Grupo 4: Técnicos / Especialistas/Administrativos | - | -% | 40 | 33,33% |
| TOTAL | 400 | 100 % | 120 | 100 % |

GRI 404-1 *Cantidad total de horas formación por región, sexo y categoría profesional*

KN HOTELES CANTIDAD TOTAL DE HORAS FORMACIÓN GRUPO 2021

| CATEGORÍA | ESPAÑA | | | |
|---|------------|--------------|------------|------------|
| | Mujeres | % | Hombres | % |
| Grupo 1: Alta dirección | - | -% | 26 | 4,66% |
| Grupo 2: Dirección | - | -% | 220 | 39,43% |
| Grupo 3: Mandos Intermedios | 306 | 68,61% | 88 | 15,77% |
| Grupo 4: Técnicos / Especialistas / Administrativos | 140 | 31,39% | 224 | 40,14% |
| TOTAL | 446 | 100 % | 558 | 100 |

4.6 Accesibilidad universal de personas con discapacidad.

Kanali es un Grupo comprometido con la integración de las personas con discapacidad.

En el ejercicio de 2022 contamos con un promedio de 2.78 de plantilla con una discapacidad superior al 33%.

En el ejercicio 2021 el promedio fue de 4,85 de plantilla con una discapacidad superior al 33%.

4.7 Igualdad

4.7.1. Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres:

Kanali dispone de un **PLAN DE IGUALDAD DE OPORTUNIDADES ENTRE MUJERES Y HOMBRES** donde se establecen distintas medidas para promover la igualdad de trato y oportunidades, entre ellas:

- En los procesos de selección se establece como principio general que, en condiciones equivalentes de idoneidad, accederá al puesto la persona del sexo menos representado en esa categoría profesional y puesto de trabajo, incluidos puestos de responsabilidad.
- Favorecer la igualdad de oportunidades de desarrollo profesional entre mujeres y hombres.
- Aplicar la perspectiva de género al sistema o plan formativo de la empresa.
- Aplicación de la perspectiva de género a la evaluación de riesgos de todos los puestos de trabajo.
- Revisión y actualización con el uso de lenguaje e imágenes no sexistas todos los canales de comunicación del Grupo y los mensajes que envía a nivel interno y externo.

4.7.2. Planes de igualdad (Capítulo III de la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres):

El PLAN DE IGUALDAD DE OPORTUNIDADES ENTRE MUJERES Y HOMBRES de Kanali estudia el diagnóstico de la empresa, se establecen distintas medidas para garantizar la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres, y además, recoge el siguiente compromiso:

En Kanali somos conscientes que nuestra gestión empresarial tiene que estar en consonancia con las necesidades y demandas de la sociedad, y por ello hemos asumido el compromiso para la elaboración del PLAN DE IGUALDAD DE OPORTUNIDADES ENTRE MUJERES Y HOMBRES en Kanali, siguiendo las directrices que marca la legislación en la materia y por tanto con sujeción absoluta a la integración del principio de igualdad de trato y de oportunidades tal y como se recoge en la Ley Orgánica 3/2007, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres.

Está previsto la constitución de la Comisión Negociadora del Plan de Igualdad, Diagnóstico y diseño de nuestro Plan de Igualdad.

Compartimos la ilusión e intereses tanto la dirección de Kanali, como la representación de las trabajadoras y trabajadores del Grupo, y os instamos a que seáis parte activa en todo el proceso de elaboración, para lo cual os indicaremos más adelante los medios y mecanismos para participar, ya que el resultado de esta primera fase marcará la política de recursos humanos, la comunicación interna y externa del Grupo durante los próximos cuatro años.

Afrontamos la implantación del Plan de Igualdad como una modernización de nuestro sistema de gestión empresarial que producirá sin lugar a duda una estructura interna y unas relaciones con la sociedad en la que nuestras acciones estén libres de discriminaciones por razón de sexo, contribuyendo al avance hacia una sociedad en la que la igualdad sea real y efectiva”.

4.7.3. Medidas adoptadas para promover el empleo:

En Kanali colaboramos con organizaciones formativas para la realización de las prácticas en nuestros centros. Dando la oportunidad a las personas para que se incorporen al mercado laboral.

En los procesos de selección solicitamos también colaboración con entidades que promuevan el empleo, como por ejemplo los ayuntamientos municipales y fundaciones de inserción laboral, para el envío de perfiles de candidatos.

4.7.4. Protocolos contra el acoso sexual y por razón de sexo:

Kanali dispone de un protocolo contra el acoso sexual y por razón de sexo en el que se recogen las siguientes medidas:

- Se promueve un entorno de respeto y corrección en el ambiente de trabajo, inculcando a todos los trabajadores/as los valores de igualdad de trato, respeto, dignidad y libre desarrollo de la personalidad.
- Se procura la integración del personal de nuevo ingreso, evitando situaciones de aislamiento mediante un seguimiento del trabajador/a no sólo en su proceso de acogida inicial, sino con posterioridad al mismo.
- Se facilita información a los trabajadores/as sobre los principios y valores que deben respetarse en la empresa y sobre las conductas que no se admiten. Asimismo se facilita a cada trabajador un código de conducta sobre las medidas para combatir el acoso sexual.
- Se prohíbe las insinuaciones o manifestaciones que sean contrarias a los principios reseñados, tanto en el lenguaje, como en las comunicaciones y en las actitudes.
- Cuando se detecten conductas no admitidas en un determinado colectivo o equipo de trabajo, la Dirección de Kanali se dirigirá inmediatamente al responsable del mismo, a fin de informarle sobre la situación detectada, las obligaciones que deben respetarse y las consecuencias que se derivan de su incumplimiento, llevándose a cabo las reuniones que, en su caso, procedan, para analizar lo ocurrido y normalizar las conductas.
- Kanali mantendrá una actividad constante en la adopción de nuevas medidas o mejora de las existentes, que permitan alcanzar una óptima convivencia en el trabajo, salvaguardando los derechos de los trabajadores/as.

4.7.5. Política contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad:

Como se recoge tanto en nuestro Protocolo para la prevención del de acoso en el trabajo, del acoso sexual y por razón de sexo, así como en el Plan de Igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres:

- Kanali promoverá un entorno de respeto y corrección en el ambiente de trabajo, inculcando a todos los trabajadores/as los valores de igualdad de trato, respeto, dignidad y libre desarrollo de la personalidad.
- Kanali prohíbe las insinuaciones o manifestaciones que sean contrarias a los principios reseñados, tanto en el lenguaje, como en las comunicaciones y en las actitudes.

Cuando se detecten conductas no admitidas de discriminación la Dirección de Kanali tomará las medidas oportunas según la gravedad de cada caso.

5. RESPETO A LOS DERECHOS HUMANOS

Kanali considera que dada la actividad y geografía en la que opera (España), no existe riesgo alto de vulneración en derechos humanos. Y en línea con la Normativa de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) sobre el trabajo forzoso y los Principios 1, 2, 4 y 5 del Pacto Mundial de las Naciones Unidas en materia de respeto y defensa de los Derechos Humanos, trabajo forzoso y trabajo infantil, la Sociedad se halla comprometida con la eliminación del trabajo forzoso u obligatorio y la abolición efectiva del trabajo infantil en cada uno de los países en los que opera.

De igual manera, el Grupo garantiza que no existe ningún caso de explotación infantil en sus centros de trabajo y que no se han identificado proveedores significativos en situación de riesgo.

Creemos importante destacar que para nuestra empresa es muy importante prevenir cualquier conducta que pueda generar un entorno intimidatorio, ofensivo o de violación de los derechos de las personas. Se velará para que los trabajadores de nuestro Grupo traten a los integrantes de su entorno laboral, independientemente de su nivel jerárquico, con respeto, propiciando un entorno de trabajo agradable, saludable y seguro.

Por todo ello, KANALI no efectúa, ni favorece ningún tipo de discriminación por razón de raza, origen, nacionalidad, religión, discapacidad, sexo, orientación sexual, participación sindical, orientación política, ideológica, categoría laboral o edad.

La organización no permite comportamientos, gestos y lenguaje que atenten a la dignidad o integridad de las personas.

6. LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN, SOBORNO Y EL BLANQUEO DE CAPITALES

6.1 Medida adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno

Kanali en el seno de su funcionamiento no tiene una política específica por escrito para este punto, no obstante, en su política de calidad y medio ambiente deja bien definido que una de nuestras premisas fundamentales es cumplir todas las medidas legales aplicables a nuestra actividad, abarcando ese compromiso prevenir la corrupción y el soborno.

Es por ello que a todas las personas que tienen puestos de responsabilidad en la empresa se le ha indicado de forma clara que no se deben aceptar/ofrecer cualquier tipo de regalo cuyo valor sea superior a los 150 €; y/o aceptar cualquier trato de favor de la índole que sea que pudiera comprometer la normal relación entre las partes.

6.2 Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales

En cuanto a las medidas de lucha contra el blanqueo de capitales, KANALI es una entidad obligada al control de blanqueo de capitales dentro del procedimiento legalmente establecido por el Servicio de Prevención de blanqueo de Capitales (SEPBLAC) desde el año 2012, en cuyo seno se da estricto cumplimiento a las medidas de control interno y cumplimiento legal.

Kanali en referencia a la transparencia para luchar contra el blanqueo de capitales es una entidad que es auditada anualmente conforme a la normativa fiscal aplicable, además dentro de las auditorías internas se aplica el procedimiento legalmente establecido por el Servicio de Prevención de blanqueo de Capitales (SEPBLAC) desde el año 2012, existe un control tanto externo como interno que constituyen las medidas idóneas para este fin.

6.3 Control de las aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro

Control de las aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro, en Kanali colaboramos con ciertas aportaciones a entidades sin ánimo de lucro, además de pasar los antedichos controles y auditorías legalmente exigibles, se hacen, como no puede ser de otra manera, a entidades que estén legalmente inscritas en sus correspondientes registros y que su trayectoria sea pública y notoria para los fines correspondientes.

En el ejercicio de 2022 se ha colaborado con las siguientes organizaciones:

- **Asociación Terapias Ecuestres**, una donación de 4.000 euros. Es una asociación que realiza terapia con caballos para personas con discapacidad intelectual.
- Para la asociación **Afín**, una donación de 210 euros.
- **Asociación GAVI**, a través de la fundación la Caixa, una donación de 1.000 euros para la ayuda de la vacunación infantil.
- **Asociación Autismo Sur**, con una donación de 2.000 euros, para la formación y la asistencia todos los niños y jóvenes con autismo de Tenerife Sur.

En el ejercicio de 2021 se ha colaborado con las siguientes organizaciones:

- **Asociación Terapias Ecuestres**, una donación de 3.000 euros. Es una asociación que realiza terapia con caballos para personas con discapacidad intelectual.
- Para la asociación **Afín**, una donación de 250 euros.
- **Inclúyeme**: Entidad que ayuda a personas con discapacidad intelectual, una donación de 742,92 euros.
- A través de la fundación la Caixa para la **Asociación GAVI** (Alianza para la vacunación infantil), una donación de 1.000 euros.

7. SOBRE LA SOCIEDAD

7.1 *Compromisos de la empresa con el desarrollo sostenible*

En su estrategia de desarrollo Kanali ha apostado fuertemente por concienciar tanto a sus empleados como a sus clientes de la necesidad de generar el menor impacto posible en el medio ambiente.

Es por ello que para reforzar este camino emprendido se ha certificado bajo una norma de calidad internacional medioambiental, el establecimiento más emblemático de Kanali, que ha servido como proyecto base para seguir esa senda en el resto de activos, con la óptica de certificar el resto de activos hoteleros para ser lo más respetuoso con el medio ambiente que podamos, la clave fundamental para poder conseguir el menor impacto posible es concienciar a los usuarios que alojamos cada noche en nuestros establecimientos, queriendo ir un paso más allá, nos gustaría inculcar cultura medioambiental a todos los niveles para que una vez llegados a sus países de origen sean conscientes que el ahorro de recursos naturales debe ser el camino.

El aprovechamiento de los recursos que se adquieren en Kanali es una de nuestras prioridades, intentamos darle un final de vida útil y por la razón que fuera algún recurso no es necesario o se va a estropear antes de ser necesitado, lo donamos a algún colectivo que si pudiera darle un uso eficaz.

En supermercados Dialprix apostamos por los productos locales. Reforzando nuestro compromiso con los productores y proveedores locales para contribuir de esta forma al desarrollo económico, social y laboral.

Entre otras acciones queremos destacar por su alta eficacia que aplicamos un descuento del 50% a última hora del día de los artículos de la sección de bollería fresca con el fin de evitar que sea un alimento desechado.

En nuestra rama de supermercados abarcamos el segmento turístico, pero también tenemos una muy buena distribución de locales en las zonas no turísticas que son predominantemente los núcleos poblacionales de los residentes de la isla, en estos centros damos prioridad a los empleados locales y realizamos colaboraciones activas con las bolsas de empleo de los distintos ayuntamientos, para así dar valor añadido a la sociedad de nuestro entorno inmediato.

En cuanto al patrocinio; Kanali colaboró en el ejercicio de 2022 con las siguientes entidades:

- **U.D. Ibarra**, apoyando al fútbol base de la isla, aportando fondos para material deportivo. Insertando nuestra marca Dialprix en sus equipaciones.
- **CD Marino**, colaborando en el torneo Memorial de Veteranos.
- **Club de fútbol Sala Costa Sur Arona.**
- Patrocinio en la Revista, cartelería y Publicidad del **XXX Rallye Villa de Granadilla de Abona.**

En cuanto al patrocinio; Kanali colaboró en el ejercicio de 2021 con las siguientes entidades:

- **U.D. Ibarra**, apoyando al fútbol base de la isla, aportando fondos para material deportivo. Insertando nuestra marca Dialprix en sus equipaciones.

7.2 Contratación y proveedores

En KN Hoteles dentro de nuestra política de colaboración con los proveedores seleccionamos aquellos que nos aportan mayor valor añadido en nuestro proceso productivo, para ello se realiza una evaluación a través de un cuestionario que posteriormente se tabula y analiza, dicho cuestionario se divide en tres áreas, proveedores alimentarios, no alimentarios y de servicios, por un lado comprobamos que se cumple con todos los requisitos legales aplicables a la actividad y por otro lado premiamos y damos prioridad a aquellos proveedores que tengan políticas medioambientales implantadas en el desarrollo de sus procesos productivos, en igualdad de condiciones optamos por proveedores cercanos entendiendo que un menor desplazamiento de la mercancía deja menor huella de carbono en nuestro planeta.

Tras la certificación inicial realizamos una reevaluación anual de seguimiento de la actividad.

Así mismo La Política de Compras contempla con especial atención evitar cualquier tipo de relación de negocio con personas físicas o jurídicas que pudieran estar implicadas en conductas o comportamientos poco éticos o íntegros

7.3 Consumidores

Nuestros consumidores en el área de la alimentación los podríamos englobar en dos grandes categorías, consumidores locales y consumidor turístico, en gran medida la segmentación viene por la ubicación de la tienda y su entorno inmediato.

Dotamos a las distintas tiendas de productos diferenciados según el target de clientes de su localización, para así dar una oferta más acorde a las necesidades de cada consumidor. Nuestro compromiso con la frescura de los alimentos y el excelente servicio de nuestros empleados hace que los clientes que nos visitan repitan la experiencia.

En cuanto a la rama de alojamiento, dada la complejidad de una instalación hotelera hay varios actores que pueden influir en el mantenimiento anual de una misma instalación o servicio, por un lado, tenemos brigadas de técnicos propias que realizan una parte importante de este trabajo, y por otro lado según la normativa aplicable o la peculiaridad de la instalación se subcontrata la totalidad o parte del mantenimiento o supervisión a una empresa externa especializada en la materia.

A continuación, detallamos el proceder sobre las cuestiones más importantes de cara al usuario:

Se dispone por un lado de un planning de mantenimiento preventivo de las instalaciones para garantizar la seguridad de las mismas, también se han editado libros de autocontrol para todas las operaciones de seguimiento de parámetros de aguas ya sea de consumo como de uso recreativo.

En materia de seguridad de incendios se mantiene un libro de autocontrol complementario a las operaciones que realiza la empresa mantenedora de instalaciones anti-incendios que revisa y certifica la perfección de estas instalaciones anualmente.

En cuanto a la legionelosis se realizan una serie de operaciones internamente según nuestro libro de autocontrol, contando también con una empresa externa especializada que realiza todas las desinfecciones y toma de muestras que marca la actual normativa. De esta forma garantizamos que no hay exposiciones accidentales a la legionela en nuestras instalaciones.

En cuanto a los ascensores se lleva un estricto mantenimiento mensual con una empresa externa especialista en aparatos elevadores.

El mantenimiento de instalaciones de frío, ya sea de climatización o de conservación de alimentos, está subcontratado a una empresa externa que realiza todas las operaciones de mantenimiento y desinfección con una programación preventiva anual.

En cuanto a la seguridad para los usuarios con nuestras instalaciones de Gas, se tiene subcontratado una empresa externa especializada en este tipo de instalaciones con un mantenimiento anual que garantiza la seguridad de los usuarios.

En cuanto a las instalaciones eléctricas, por un lado, tenemos implantado un mantenimiento interno de las mejoras o incidencias que se pudieran generar, y por otro lado contamos con una empresa externa que nos hace un mantenimiento e informe anual de las áreas de actuación, también se lleva un contrato de mantenimiento con los centros de transformación de la media tensión.

En cuanto a la seguridad alimentaria, garantizamos a través de un laboratorio externo se lleva un riguroso control appcc mediante auditoría mensual, donde se realizan toma de muestras de alimentos, aguas y superficies.

En cuanto al sistema de reclamaciones que se pudieran presentar se procede con la siguiente operativa:

En un lugar visible dentro de las instalaciones se informa al usuario que dispone de hojas de reclamación, en caso de que algún cliente deseara rellenarla se le ofrece el documento y nuestra ayuda para cumplimentarla. Tras rellenarla se le dejan dos copias al reclamante, una para efectos de constancia y otra para que sea remitida a las administraciones públicas en el plazo máximo de 1 mes. Nosotros por nuestra parte remitimos nuestra copia a las administraciones con el mismo plazo para hacerlo que el reclamante.

Resultado de las **reclamaciones del año 2022:**

- KN Columbus Generó 0 hoja de reclamaciones.
- KN Panoramica: Generó 0 hojas de reclamaciones.
- KN Arenas del Mar Generó 0 Hojas de reclamaciones.
- KN Matas Blancas Generó 0 Hojas de reclamaciones.

Resultado de las **reclamaciones del año 2021:**

- KN Columbus no generó hoja de reclamaciones.
- KN Panoramica: Generó 2 hojas de reclamaciones, 1 fue archivada, 1 generó visita de inspección y tras comprobar el expediente se archivó.

- KN Arenas del Mar Generó 4 Hojas de reclamaciones, todas fueron archivadas sin recibir inspección.
- KN Matas Blancas Generó 3 Hojas de reclamaciones, 2 fueron archivadas sobre la marcha, y la tercera generó inspección turística y tras comprobar in situ se archivó el expediente.

7.4 Información Fiscal

En relación a la información fiscal del ejercicio 2022, a continuación, se recogen los resultados obtenidos y los impuestos sobre beneficios de la entidad **KANALI, S.A.**

En la tabla también se muestra las subvenciones públicas recibidas.

En el ejercicio 2022 KANALI ha recibido 9.141,00 euros de subvenciones de explotación, incorporadas en la cuenta de Pérdidas y Ganancias en el capítulo "Subvenciones de explotación incorporadas al resultado del ejercicio".

Este importe se corresponde con el siguiente detalle:

Subvención cursos de formación empleados.....9.141,00 euros

El cálculo del impuesto de sociedades agregado del grupo Kanali en el ejercicio 2022 y 2021 es el siguiente:

| Cuenta de Pérdidas y Ganancias | 2022 | 2021 |
|---------------------------------------|---------------------|--------------------|
| Resultado contable agregado | 6.985.329,22 | 716.815,92 |
| Impuesto sociedades | 1.194.654,66 | 27.766,28 |
| Aumentos | 1.194.654,66 | 27.766,28 |
| Disminuciones | - | - |
| Diferencias permanentes | 7.401,80 | 6.876,00 |
| Aumentos | 7.401,80 | 6.876,00 |
| Disminuciones | - | - |
| Ajustes consolidación | - | - |
| Diferencias temporarias | (34.090,70) | (34.090,70) |
| Aumentos | 147.952,42 | 147.952,42 |
| Disminuciones | (182.043,12) | (182.043,12) |
| Base Imponible Previa | 8.153.294,98 | 717.367,50 |
| Compensación BINS grupo consolidación | (1.680.401,29) | (690.521,51) |
| Base Imponible Consolidada | 6.472.893,69 | 26.845,99 |

En relación a la información fiscal del ejercicio 2021, a continuación, se recogen los resultados obtenidos y los impuestos sobre beneficios de la entidad **KANALI, S.A.**

En la tabla también se muestra las subvenciones públicas recibidas.

En el ejercicio 2021 KANALI ha recibido 675.649,06 euros de subvenciones de explotación, incorporadas en la cuenta de Pérdidas y Ganancias en el capítulo "Subvenciones de explotación incorporadas al resultado del ejercicio".

Este importe se corresponde con el siguiente detalle, en euros:

Subvención S.S. por ERTE.....409.630,29

Subvención Impuesto Bienes Inmuebles de Hostelería.....254.146,92

Subvención cursos de formación empleados.....11.871,85

El 60,63 %, 409.630,29 euros, corresponden a medidas adoptadas por el gobierno para hacer frente al impacto económico y social del COVID-19 en sus distintas modalidades y la exoneración a la entidad del pago de la totalidad o parte de la aportación empresarial a la Seguridad Social.

El 37,62 %, 254.146,92 euros, % corresponde a la subvención recibida del Decreto-ley 10/2021, de 22 de julio, por el que se regula la concesión directa de subvenciones dirigidas a cubrir el coste del Impuesto de Bienes Inmuebles soportado por empresas titulares de la explotación de establecimientos turísticos de alojamiento de Canarias, afectadas por la crisis derivada de la pandemia de la COVID-19 en Canarias.

El resto, 1,75 por importe de y 11.871,85 euros corresponden a cursos de formación.

La subvención ERTE, aun estando exoneradas de pago, han sido registradas en el ejercicio 2021 como gastos de personal, dada su naturaleza.

INDICE DE CONTENIDOS

| Contenidos ley 11/2018 información no financiera y diversidad | | GRI | Materialidad | Página |
|---|--|---|--------------|----------|
| Identificación empresa | | | | |
| Descripción del modelo de negocio | Entorno empresarial. | GRI 2-1 Y 2-6 | Material | PG 2-11 |
| | Mercados en los que opera. | GRI 2-1 Y 2-6 | Material | PG 2-11 |
| | Objetivos y estrategias. | GRI 2-1 Y 2-6 | Material | PG 2-11 |
| | Principales factores y tendencias que pueden afectar a su evolución. | GRI 2-1 Y 2-6 | Material | PG 2-11 |
| | Organización y estructura. | GRI 2-1 Y 2-6 | Material | PG 2-11 |
| Descripción de las políticas | Procedimientos para la identificación, evaluación prevención y atenuación de los riesgos. | GRI 3-3 y 2-25 | Material | PG 2-11 |
| Resultados de las políticas | Indicadores clave de resultados no financieros (GRI). | GRI 3-3 y 2-25 | Material | PG 2-11 |
| Principales riesgos vinculados a las actividades del grupo | Relaciones comerciales. | GRI 2-6 | Material | PG 2-11 |
| | Productos o servicios que puedan tener efectos negativos. | GRI 2-6 | Material | PG 2-11 |
| | Gestión de dichos riesgos. | GRI 2-6 | Material | PG 2-11 |
| | Información sobre los impactos detectados, y horizonte temporal. | GRI 2-6 | Material | PG 2-11 |
| Enfoque de gestión | Efectos actuales y previsibles de las actividades de la empresa en el medio ambiente. Procedimientos de evaluación o certificación ambiental. Recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales. | GRI 3-3: Dimensión ambiental, 2-23, 2-27 | Material | PG 12-15 |
| | los Procedimientos de evaluación o certificación ambiental | GRI 3-3: Dimensión ambiental, 2-23, 2-27 | | PG 12-15 |
| | Los recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales | GRI 3-3: Dimensión ambiental, 2-23, 2-27 | | PG 12-15 |
| | La aplicación del principio de precaución, la cantidad de provisiones y garantías para riesgos ambientales | GRI 3-3: Dimensión ambiental, 2-23, 2-27 | | PG 12-15 |
| Contaminación | Las medidas para prevenir, reducir o reparar las emisiones de carbono que afectan gravemente al medioambiente | GRI 3-3: Enfoque de gestión emisiones, 305-1, 305-2, 305-5, 305-6 | | PG 15 |
| | Medidas para prevenir, reducir o reparar emisiones de carbono, ruido y contaminación lumínica. | GRI 3-3: Enfoque de gestión emisiones, 305-1, 305-2, 305-5, 305-6 | | PG 15 |
| Economía circular y prevención y gestión de residuos | Medidas de prevención, reciclaje, reutilización, recuperación y eliminación de desechos. | GRI 3-3: Enfoque de gestión residuos, GRI 306-2 | | PG 16 |
| | Acciones para combatir el desperdicio de alimentos | GRI 3-3: Enfoque de gestión residuos, GRI 306-2 | | PG 16 |
| Uso sostenible de recursos | Consumo de agua y suministro de agua. | GRI 303-1 al 303-3 | | PG 16 |

| Contenidos ley 11/2018 información no financiera y diversidad | | GRI | Materialidad | Página |
|---|---|---|--------------|----------|
| Identificación empresa | | | | |
| | Consumo de materias primas y las medidas adoptadas para mejorar la eficiencia de su uso | GRI 301-1 | | PG 16-17 |
| | Consumo directo e indirecto de energía. | GRI 301-1 | | PG 16-17 |
| | Medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética | GRI 301-1 | | PG 16 |
| | Uso de energías renovables. | GRI 3-3: Enfoque de gestión Energía, 302-1 | | PG 16 |
| Cambio climático | Elementos importantes de emisiones de GEIs. | GRI 305-1 al 305-4 | | PG 17 |
| | Medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático. | GRI 3-3: Enfoque de gestión emisiones y energía | | PG 17 |
| | Metas de reducción de GEIs a medio y largo plazo y medios. | GRI 305-5 | | PG 17 |
| Biodiversidad | Medidas tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad. | GRI 3-3: Enfoque de gestión Biodiversidad y GRI 304 | | PG 17 |
| | Impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas. | GRI 3-3: Enfoque de gestión Biodiversidad y GRI 304 | | PG 17 |
| Material | | | | |
| Empleo | Nº total y distribución de empleados. | GRI 2-8 Y GRI 405-1 | PG 18-20 | |
| | Nº total y distribución de modalidades de contrato de trabajo. | GRI 2-8 | PG 21-22 | |
| | Promedio anual de contratos indefinidos, temporales, tiempo parcial. | GRI 2-8 | PG 22-25 | |
| | Nº despidos. | GRI 401-1 | PG 25-27 | |
| | Remuneraciones medias y evolución. | GRI 405-2 | PG 27-28 | |
| | Brecha salarial. | GRI 405-2 | PG 29 | |
| | Remuneración media de los consejeros y directivos. | GRI 3-3: Enfoque de gestión Diversidad e igualdad | PG 30 | |
| | Políticas de desconexión laboral. | GRI 3-3 | PG 30 | |
| | Empleados con discapacidad. | GRI 405-1 | PG 30-31 | |
| Organización del trabajo | Organización del tiempo de trabajo. | GRI 3-3: Enfoque de Gestión de Empleo | PG 31 | |
| | Número de horas de absentismo. | GRI 403-2 | PG 31-32 | |
| | Medidas de conciliación. | GRI 3-3: Enfoque de Gestión de Empleo | PG 32-33 | |
| Salud y seguridad | Condiciones de salud y seguridad en el trabajo. | GRI 3-3: Enfoque de gestión Salud y seguridad en el trabajo | PG 33-39 | |
| | Accidentes de trabajo, frecuencia y gravedad. | GRI 403-2 y 403-3 | PG 33-34 | |
| | Enfermedades profesionales. | GRI 403-2 y 403-3 | PG 34 | |
| Relaciones sociales | Organización del diálogo social. | GRI 3-3: Enfoque de gestión Empleo | PG 39 | |
| | Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo. | GRI 2-30 | PG 39-40 | |

| Contenidos ley 11/2018 información no financiera y diversidad | | GRI | Materialidad | Página |
|--|---|--|--------------|----------|
| Identificación empresa | | | | |
| | Balance de los convenios colectivos, salud y la seguridad en el trabajo. | GRI 403-4 | | PG 40 |
| Formación | Políticas implementadas en el campo de la formación. | GRI 3-3: Enfoque de gestión Formación | | PG 40 |
| | Cantidad total de horas de formación. | GRI 404-1 | | PG 40-41 |
| Accesibilidad | Accesibilidad universal de las personas con discapacidad. | GRI 405-1 | | PG 41 |
| Igualdad | Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades. | GRI 405-1 y GRI 405-2 | | PG 41 |
| | Planes de igualdad. | GRI 3-3: Enfoque de gestión Diversidad e igualdad de oportunidades | | PG 42 |
| | Medidas adoptadas para promover el empleo. | GRI 3-3: Enfoque de gestión Diversidad e igualdad de oportunidades | | PG 42 |
| | Protocolos contra el acoso sexual y por razón de sexo. | GRI 406-1 | | PG 42 |
| | Integración y la accesibilidad universal de las personas con discapacidad. | GRI 3-3: Enfoque de gestión Diversidad e igualdad de oportunidades | | PG 43 |
| | Política contra todo tipo de discriminación. | GRI 3-3: Enfoque de gestión Diversidad e igualdad de oportunidades | | PG 44 |
| Información sobre el respeto de los derechos humanos | Procedimientos de diligencia debida en materia de derechos humanos. | GRI 3-3: Enfoque de gestión No discriminación, Trabajo infantil, Trabajo forzoso | | PG 45 |
| | Prevención de los riesgos de vulneración de derechos humanos. | GRI 3-3: Enfoque de gestión No discriminación, Trabajo infantil, Trabajo forzoso | | PG 45 |
| | Denuncias por casos de vulneración de derechos humanos. | 406-1, 2-23, 2-26 y 2-30 | | PG 45 |
| | Promoción y cumplimiento de las disposiciones de los convenios fundamentales de la OIT relacionadas con el respeto por la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva. | 406-1, 2-23, 2-26 y 2-30 | | PG 45 |
| | Eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación. | 406-1, 2-23, 2-26 y 2-30 | | PG 45 |
| | Eliminación del trabajo forzoso u obligatorio. | GRI 409-1, 2-23 y 2-26 | | PG 45 |
| | Abolición efectiva del trabajo infantil. | GRI 408-1, 2-23 y 2-26 | | PG 45 |
| Información relativa a la lucha contra la corrupción y el soborno | Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno. | GRI 3-3: Enfoque de gestión Anticorrupción, GRI 205-1 a 205-3 | | PG 46-47 |
| | Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales. | GRI 205-2 | Material | PG 46-47 |
| | Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro. | GRI 2-28 | | PG 46-49 |

| Contenidos ley 11/2018 información no financiera y diversidad | | GRI | Materialidad | Página |
|---|---|--|--------------|----------|
| Identificación empresa | | | | |
| Compromisos de la empresa con el desarrollo sostenible | Impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local. | GRI 3-3: Enfoque de gestión Cumplimiento socioeconómico, Prácticas de adquisición, 2-27 y 204-1 | Material | PG 49-50 |
| | Impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio. | GRI 3-3: Enfoque de gestión Cumplimiento socioeconómico, Prácticas de adquisición, 2-27 y 204-1 | | PG 49-50 |
| | Relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales. | GRI 2-29 | | PG 49-50 |
| | Acciones de asociación o patrocinio. | GRI 2-28 | | PG 48-49 |
| Consumidores | Medidas para la salud y la seguridad de los consumidores. | GRI 3-3: Enfoque de gestión Salud y seguridad de los clientes | | PG 48-49 |
| | Sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de las mismas. | GRI 416-1 y 416-2 | | PG 50-51 |
| Subcontratación y proveedores | Inclusión en la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales. | GRI 3-3: Enfoque de gestión Evaluación ambiental de proveedores y GRI 2-6, 308-1, 414-1 | | PG 49-50 |
| | Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental. | GRI 3-3: Enfoque de gestión Evaluación ambiental de proveedores y GRI 2-6, 308-1, 414-1 | | PG 49-50 |
| | Sistemas de supervisión y auditorías y resultados de las mismas. | GRI 3-3: Enfoque de gestión Evaluación ambiental de proveedores y GRI 2-6, 308-1, 414-1 | | PG 50 |
| Información fiscal | Beneficios obtenidos país por país. | GRI 3-3: Enfoque de gestión Desempeño Económico | | PG 51-52 |
| | Impuestos sobre beneficios pagados. | GRI 3-3: Enfoque de gestión Desempeño Económico | | PG 51-52 |
| | Subvenciones públicas recibidas. | GRI 201-4 | | PG 51-52 |

| | |
|--|-------------------------------------|
| <p>Este informe ha sido aprobado por el administrador único de KANALI, S.A.</p> | <p>D. Kadim Nasser Eddin</p> |
|--|-------------------------------------|