



**DAG** DOMINGO  
ALONSO  
GROUP

ESTADO DE  
INFORMACIÓN  
NO FINANCIERO  
2021



# CONTENIDO

<b>Acerca de este capítulo .....</b>	<b>5</b>
<b>Aspectos generales .....</b>	<b>6</b>
Modelo de negocio.....	6
<b>Entorno .....</b>	<b>10</b>
Aspectos macro .....	10
Aspectos financieros .....	11
Transformación digital   Aceleración de negocios. Definición de la figura de cliente, consumidor o usuario final.....	12
<b>Información sobre cuestiones medioambientales .....</b>	<b>14</b>
Gestión medioambiental.....	14
DoGood .....	17
Información de engagement y uso de la aplicación.....	24
Retos por día de la semana (promedio) .....	24
Retos hora(promedio).....	24
Metodología de estimación del impacto .....	24
Alineamiento con estándares normativos.....	27
Cambio climático.....	35
Consumo Eléctrico.....	36
Placas Fotovoltaicas.....	39
Vertido a RED.....	39
Autoconsumo.....	40
Economía circular y prevención y gestión de residuos .....	41
Uso sostenible de los recursos .....	42
Consumo de agua.....	42
Papel ahorrado.....	43
Contaminación .....	44
Emisiones Alcance 1 y 2.....	44
Movilidad eléctrica.....	45
Lovesharing (Movilidad Eléctrica) .....	48
<b>Protección de la biodiversidad .....</b>	<b>50</b>
<b>Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal .....</b>	<b>52</b>
Equipo humano .....	52
Empleo.....	52
Detalle de la plantilla por países.....	52
Contratación:.....	53
Plantilla por modalidad de contratos.....	55
Promedio anual de contratos por sexo, edad y categoría profesional .....	56
Detalle de despidos del ejercicio.....	58
Remuneración de empresas DAG en España .....	59
Implantación de políticas de desconexión laboral .....	61
Organización del Tiempo de Trabajo.....	61
Número de horas de absentismo.....	62
Conciliación.....	63
Otras acciones .....	64



Salud y Seguridad .....	68
Relaciones Sociales.....	71
Comunicación .....	71
Balance de los Convenios Colectivos en el campo de la Salud y la Seguridad.....	72
Estrategia y Plan de Actuación .....	72
Onboarding Domingo Alonso Group (DAG).....	73
Plan Individual de Desarrollo .....	74
Clima Laboral .....	75
Feedback .....	75
Formación.....	76
Plan de Formación .....	78
Horas de formación.....	78
Colaboración con otras entidades u organismos .....	79
Accesibilidad universal de las personas con discapacidad.....	81
Igualdad y diversidad.....	81
<b>Información sobre el respeto de los derechos humanos .....</b>	<b>84</b>
<b>Información relativa a la lucha contra la corrupción y el soborno.....</b>	<b>86</b>
Ética y el cumplimiento .....	86
Ciberseguridad.....	88
Misión, visión y valores .....	88
Misión .....	89
Visión .....	89
Valores .....	90
Donaciones .....	90
<b>Información sobre la sociedad.....</b>	<b>92</b>
Acciones realizadas en el año 2020.....	94
Acciones realizadas en el año 2021 .....	94
Compromiso con el desarrollo sostenible .....	97
Análisis de materialidad .....	101
ODS 4. Educación de calidad.....	103
ODS 6. Agua limpia y saneamiento .....	105
ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico .....	107
ODS 9. Industria, innovación e infraestructura .....	109
ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles .....	112
ODS 12. Modalidades de consumo y producción sostenibles .....	114
ODS 13. Acción por el clima .....	116
ODS 17. Alianzas para lograr los objetivos .....	119
Consumidores.....	121
Sistemas de reclamación.....	121
Subcontratación y proveedores .....	124
Información fiscal.....	126
Estrategia y Política Fiscal .....	126
Información Fiscal País por País .....	127
<b>Índice de contenidos requeridos por la Ley 11/2018, de 28 de diciembre, en materia de Información no financiera y diversidad.....</b>	<b>129</b>

IT IS NOT ABOUT

BEING THE BEST

*it's about*

BEING BETTER

THAN YOU  
*were yesterday*

**DAG** DOMINGO  
ALONSO  
GROUP

## ACERCA DE ESTE CAPÍTULO

El presente estado de información no financiera se ha elaborado en línea con los requisitos establecidos en la Ley 11/2018 de 28 de diciembre de 2018 de información no financiera y Diversidad aprobada el 13 de diciembre de 2018 por el Congreso de los Diputados por la que se modifican el Código de Comercio, el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, y la Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas, en materia de información no financiera y diversidad (procedente del Real Decreto-ley 18/2017, de 24 de noviembre).

En su elaboración también se han considerado las directrices sobre la presentación de informes no financieros de la Comisión Europea (2017/C 215/01) derivadas de la Directiva 2014/95/UE.

Asimismo, se ha tenido en cuenta lo establecido en la Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad de Global Reporting Initiative (Estándares GRI), mediante GRI seleccionados.

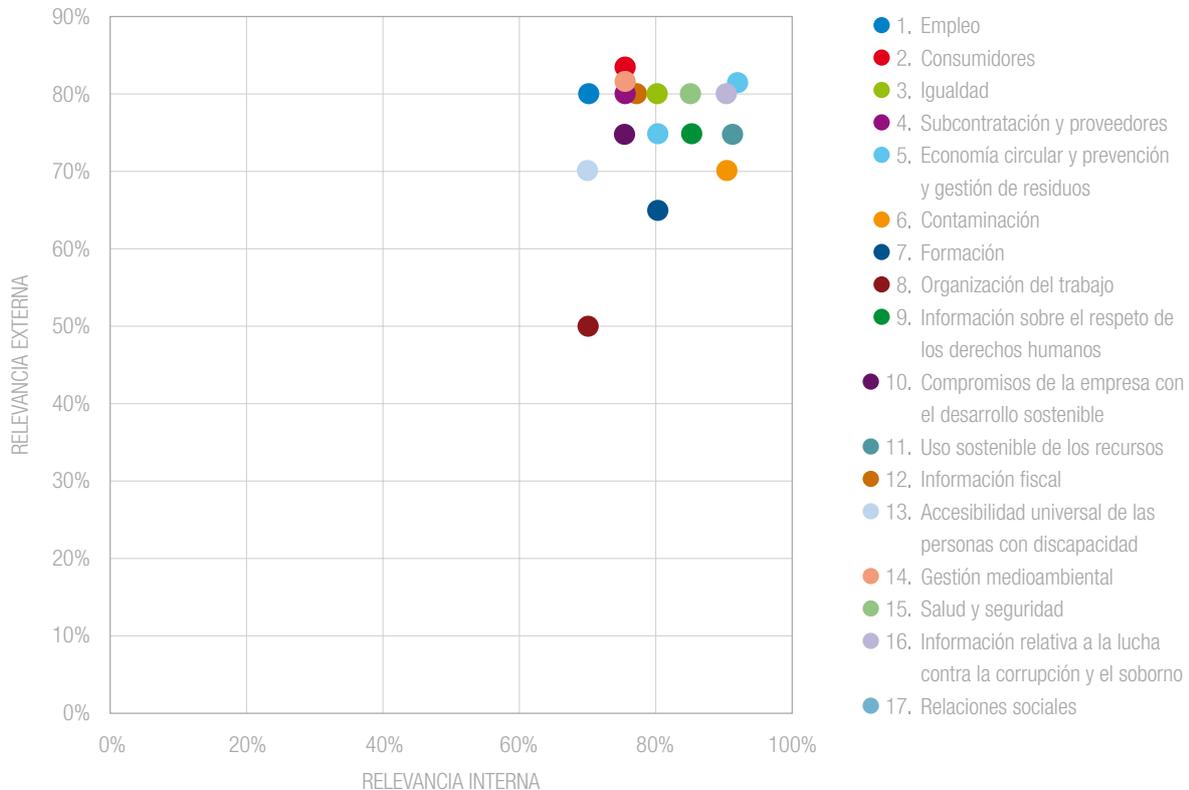
En este contexto, a través del estado de información no financiera Domingo Alonso Group, S.L. y sociedades dependientes, tiene el objetivo de informar sobre cuestiones ambientales, sociales y relativas al personal y en relación a los derechos humanos relevantes para la compañía en la ejecución de sus actividades propias del negocio en el periodo comprendido entre el 1 de enero de 2021 y 31 de diciembre de 2021.

En la elaboración de este informe y selección de sus contenidos se ha mantenido el análisis de materialidad de 2020. Este análisis se ha llevado a cabo a partir del siguiente proceso:



Del resultado del proceso anteriormente descrito surgieron 17 asuntos representados en la siguiente matriz de prioridad:

## MATRIZ DE PRIORIZACIÓN



El presente estado de información no financiera ha sido sometido a un proceso de revisión externa independiente. El informe de aseguramiento independiente donde se incluyen los objetivos y alcance del proceso, así como los procedimientos de revisión utilizados y sus conclusiones, se incluye al final de este documento.

## ASPECTOS GENERALES

### Modelo de negocio

Domingo Alonso Group (en adelante DAG) tiene, como actividad principal, la distribución de vehículos y recambios, al por mayor y detalle, en áreas geográficas concretas, cuyo ámbito es regulado por los contratos de importación firmados entre los fabricantes de automoción y diferentes empresas del grupo.

Junto con la actividad principal de distribución mayorista, el grupo ha desarrollado una red propia de distribución minorista, bajo los diferentes concesionarios, en cada uno de los mercados. Los mayoristas firman contratos de concesionario con diferentes empresas vinculadas y no vinculadas ofreciendo idénticas condiciones a cada uno de los concesionarios.

Además de este negocio principal, el grupo ha ido desarrollando otros negocios que han buscado dos objetivos.



1. La diversificación del negocio, como es el caso de las inversiones en empresas turísticas.
2. La integración vertical de negocios generados alrededor de la industria de la automoción (publicidad, logística, informática...).

Actualmente el grupo tiene diferenciado cinco grandes unidades de negocio y seis unidades transversales (Backoffice Financiero, Talento & Cultura, Servicios Logísticos, Contact Center, Agencia de Marketing & Publicidad, Digital Transformation Office) que dan servicios a las principales unidades de negocio y un portfolio variado de inversiones minoritarias en las que el grupo diversifica nuevos negocios con participaciones minoritarias en otras empresas.



Donde:

WHOLESALE	Importación de vehículos y su posterior venta a los concesionarios.
RETAIL	Venta final a consumidores o empresas no re-vendedoras de vehículos nuevos, usados, recambios y servicios de taller.
MOBILITY	Ofrecer al cliente todas las opciones de movilidad que mejor satisfagan sus necesidades y se adapten a las nuevas formas de uso.
TECH	Empresas tecnológicas para la creación, implantación y desarrollo de software aplicable a los negocios de automoción gestionados por el grupo. Estos productos son escalados en todas las filiales del grupo.
INTERNACIONAL	Establecimiento de nuevos negocios internacionales, buscando la exportación de los modelos de negocio que el grupo explota en sus diferentes mercados.

El grupo, ha desarrollado una red de distribución construida bajo diferentes concesionarios que actúan como minorista, ofreciéndoles como productos y/o servicios los siguientes outputs:

 <p>1. VENTA DE VEHÍCULOS NUEVOS</p>	 <p>2. VENTA DE VEHÍCULOS USADOS</p>	 <p>3. VENTA DE RECAMBIOS</p>	 <p>4. SERVICIOS DE TALLER Y REPARACIÓN DE VEHÍCULOS</p>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

El grupo está inmerso en pleno proceso de transformación digital que impacta, de manera especial, en el sector de la automoción. Además de estos negocios, el grupo, poniendo al cliente en el centro de todas sus decisiones, ha ido desarrollando opciones de movilidad que buscan satisfacer las necesidades de los clientes (renting, seguros, motosharing, rent a car, etc.)

El grupo está formado por 31 sociedades españolas, cuatro más que en el año 2020. Las incorporaciones en 2021 han sido Chapín Canarias, S.L.U., Domingo Alonso Fuerteventura, S.L.U., Domingo Alonso Lanzarote, S.L.U. y Car Prining, S.L.. Cada Sociedad opera un negocio concreto (importación, retail, movilidad etc.) y todas pertenecen a la Sociedad matriz del grupo, Domingo Alonso Group, S.L.

Esta estructura permite un control más directo y limita el impacto en el grupo de los posibles riesgos que se generen en alguna de las filiales.





**DAG** DOMINGO  
ALONSO  
GROUP

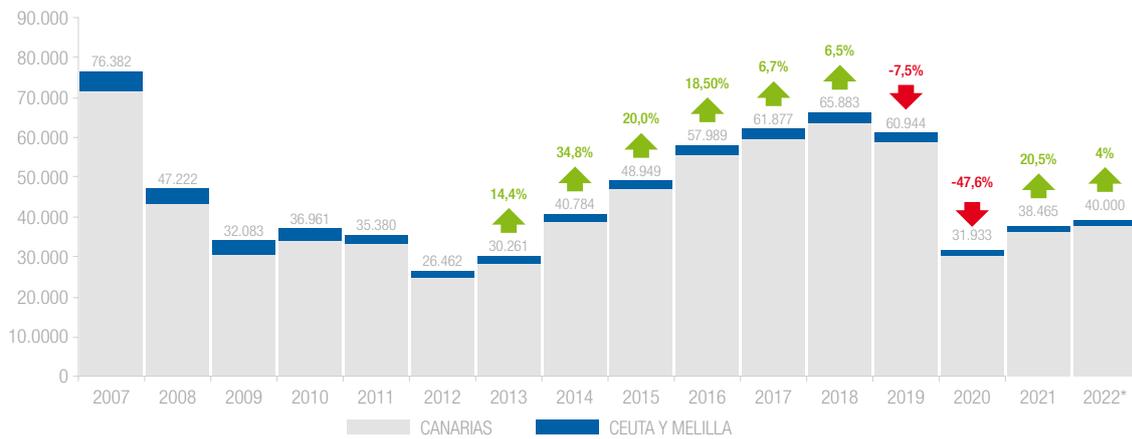


## ENTORNO

### Aspectos macro

El sector de la automoción es una industria importante dentro del total que conforma la economía de un país o región y su comportamiento tiene una correlación directa entre las variables macroeconómicas que miden la evolución de la economía, como el PIB nacional o regional, y la evolución de la cifra de negocio de la Sociedad.

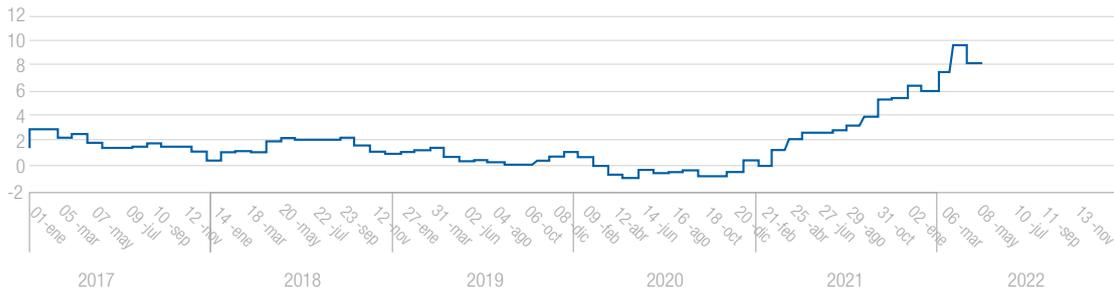
El grupo, para realizar las estimaciones de sus diferentes unidades de negocio ha utilizado como premisa las estimaciones de matriculaciones en cada uno de los mercados en los que opera. Durante el ejercicio 2020, debido al impacto del COVID-19 en todas las economías del mundo, el mercado experimentó una fuerte reducción. En 2021 la reactivación de la economía ha permitido una recuperación del mercado de automoción del 20% y para el año 2022 las estimaciones son positivas por el mantenimiento de la actividad turística y la mejora económica. Sin embargo el grupo estima que se recuperarán niveles pre-covid en un plazo de 4 años.



Además el grupo monitoriza la evolución de los tipos de interés, especialmente en aquellas sociedades del grupo que operan dentro de la unidad de negocio de la movilidad. Esta variable macroeconómica tiene un impacto relevante en esta línea de negocio dado el nivel de activación de flotas que estas sociedades tienen.



La tendencia alcista de esta variable podrá tener un impacto en la rentabilidad del grupo a corto plazo, además el grupo analiza la evolución del consumo y el posible impacto que en dicha variable tendrá el incremento en la inflación. La tendencia alcista del IPC, alcanzando sus niveles máximos de los últimos años, es un riesgo económico que el grupo vigilará.



## Aspectos financieros

El grupo, a nivel control financiero, se construye en dos grandes pilares:

1. Centralización financiera y no concentración de las decisiones conjuntas de operación y financiación.
2. Explotación de cada negocio por una Sociedad y bajo la dirección y responsabilidad de un Director Gerente.

Este modelo permite limitar los riesgos de conflictos de interés entre la visión comercial y la visión financiera de la compañía y establece barreras de seguridad entre una empresa y otra. De esta manera, el grupo busca mejorar la rentabilidad, de manera individual, en cada una de las filiales que componen el grupo.

Esta búsqueda de la rentabilidad individual junto con la existencia de sinergias y mejora en los procesos que te permite alcanzar el tener un grupo grande de empresas, son factores que favorecen la maximización de la rentabilidad del grupo.

## DAG DOMINGO ALONSO GROUP

La Sociedad matriz, como accionista del grupo de empresas, opera también como empresa distribuidora de la riqueza generada por las filiales recibéndola a través de dividendos anuales y reinvirtiéndola en nuevos negocios o en sociedades que puedan requerir ampliaciones de capital por el crecimiento experimentado.

La política financiera del grupo se basa en la consideración de las entidades financieras como socios estratégicos del negocio. Por ello, la Sociedad:

1. Establece límites de apalancamiento máximos para cada sociedad en función del sector en el que operen.
2. Trimestralmente presenta toda la información financiera sobre los cierres mensuales y estimaciones anuales a todas las entidades bancarias.
3. Aplica una política de transparencia total hacia las entidades bancarias.
4. El holding aporta fondos en aquellas sociedades cuyo apalancamiento exceda del fijado por el grupo acorde a su actividad.

El grupo de sociedades opera en los siguientes mercados:

ESPAÑA	Distribución y retail, movilidad y tecnología.
USA	Tecnología.
VENEZUELA	Distribución.

Transformación digital | Aceleración de negocios.  
Definición de la figura de cliente, consumidor o usuario final.



La Transformación Empresarial Digital requiere un enfoque multidisciplinario por naturaleza: procesos, personas, organización, datos y tecnologías. La comunicación entre el negocio y las TI, es cada vez más necesaria para el éxito de los proyectos. Son necesarios puntos de referencia y agentes de cambio dentro de la organización que posibiliten que las organizaciones alcancen sus objetivos.

En 2017, DAG crea la Digital Transformation Office (DTO) con el objetivo de trazar la línea de actuación que separaba la situación ese año del objetivo a lograr: ser una empresa digital master o digerati, centrada en el cliente e inteligente, basando toda la toma de decisiones en el dato, además de apoyar los proyectos de transformación y un portfolio continuo de iniciativas relacionadas con la transformación digital.



Así, la Digital Transformation Office, se convierte en la principal palanca interna en DAG para impulsar el cambio. Compuesta por un equipo multifuncional y diverso, para desarrollar capacidades digitales e impulsar la innovación para crear valor comercial en el grupo. Se trata de un centro de competencias interno transversal que da servicio a toda la organización a través de su Oficina de Gestión de Proyectos Digitales (PMO), a través de la definición de la estrategia para ser una empresa customer centric, a través de la explotación del dato y el análisis y en general, de la estrategia digital del grupo.

Los datos y las tecnologías digitales son el activo transversal más importante de las organizaciones modernas porque permiten la orientación e innovación de los datos en todos los procesos de la empresa. En definitiva, DTO es el departamento transversal que se encarga de administrar estos activos digitales accesibles para toda la organización.



**DAG** DOMINGO  
ALONSO  
GROUP





## INFORMACIÓN SOBRE CUESTIONES MEDIOAMBIENTALES.

### Gestión medioambiental.

La necesidad de hacer compatible el desarrollo del sector del transporte con la conservación del entorno precisa de un modelo de actuación basado en el equilibrio entre los factores económicos, sociales y ambientales, que permita a DAG alcanzar un modelo sostenible de desarrollo.

Debido a la actividad de la compañía, DAG actúa en diferentes aspectos para llevar a cabo la conciliación de desarrollo del negocio en un modelo sostenible con los siguientes proyectos.

			
Consumo energético.	Reciclaje de materiales.	Acciones de educación, reforestación e innovación.	Neutralizar su Huella de Carbono y cómo reducir la Huella Hídrica.

### OBJETIVOS 2022 DAG

EFICIENCIA ENERGÉTICA	CONSUMO DE AGUA	ECONOMÍA CIRCULAR - RESIDUOS
Instalación en todas las sedes mejoras de eficiencia energética; y no aumentar un 20% interanual.	Reducción del consumo de agua en un 3%	Implantación de medidas de todos los residuos generados.

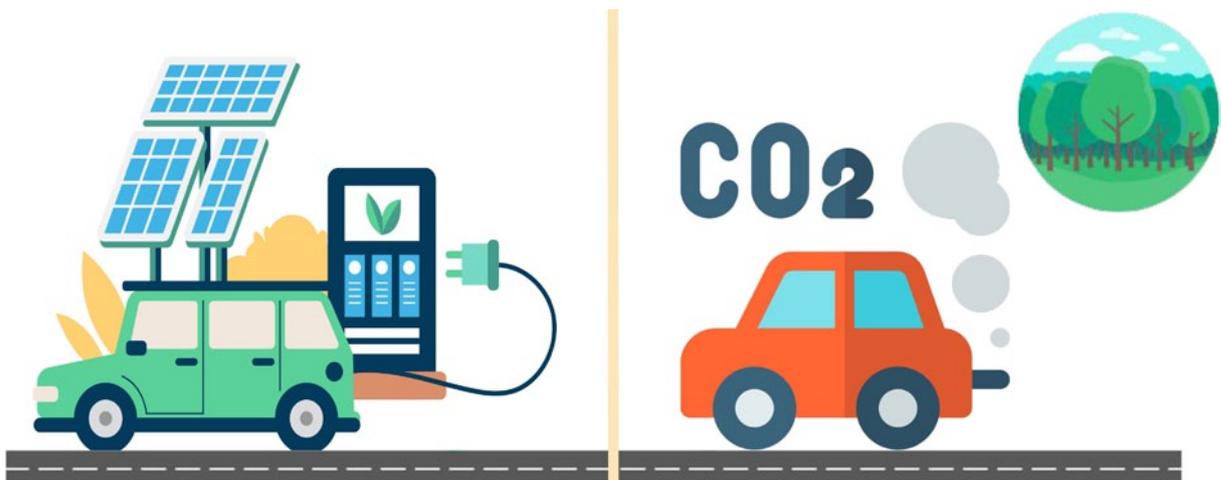
Es por ello que en 2020 empieza un proyecto de neutralización de Huella de Carbono junto con un partner estratégico, Canaragua.



La huella de carbono es la herramienta para conocer cuál es nuestro impacto medioambiental. Siendo la cantidad de emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI) que son producidas o liberadas a la atmósfera de forma directa, o indirecta como consecuencia del desarrollo de una actividad, medido en toneladas de CO2 equivalente.

A nivel individual podemos reducirla, pero las empresas y organizaciones tienen un papel esencial, por responsabilidad y por capacidad de acción y es por ello que DAG se compromete a trabajar en ser una empresa Neutra en Carbono.

Por lo tanto, su cálculo nos va a ayudar en este viaje y en la definición de nuestro plan estratégico de sostenibilidad. Seremos capaces de conocer el impacto de nuestra actividad y sobre todo poder reducirlo. Identificando, además, posibilidades de ahorro de costes.



DAG también está trabajando en concienciar a toda la empresa de nuestra responsabilidad con el cambio climático, y juntos con Talento y Cultura trabajaremos tips que trasladaremos a los empleados para ser más sostenibles con el planeta en el que vivimos.

Referente a las certificaciones en una de las empresas del grupo disponemos de la certificación 14001, y trabajamos en todas las empresas que conforman el grupo para convertirnos en empresas sostenibles que cuiden el medio ambiente en el impacto de sus actividades.

Además durante 2021, hemos comenzado el proceso de certificación de un sistema de gestión ambiental en base a los requisitos de la norma ISO 14001:2015 para las empresas de la división tecnológica del grupo, como proyecto piloto de forma que podamos después replicarlo al resto. Este sistema se encuentra implantado y a la espera de realización de auditoría por entidad acreditada para certificación.



A su vez, paralelamente a la implantación del sistema de gestión ambiental, se ha realizado el cálculo de la huella de carbono de estas empresas del grupo y se espera poder verificarlo y registrarlo en los próximos meses.

A través de una iniciativa del grupo VW, el 22 de abril de 2021, “Día mundial de la Tierra”, los importadores de DAG dedicaron una hora de la jornada laboral a la concienciación por el medio ambiente y el cambio climático, #Project1Hour. El grupo no dudó en sumarse al movimiento y compartió con sus empleados los detalles del compromiso que tanto el Grupo Volkswagen como su importador en el archipiélago mantienen por la descarbonización de su actividad y en aras de un futuro más sostenible.

La campaña medioambiental, una de las mayores de la historia del grupo alemán, trasladó a más de 660.000 colaboradores repartidos por todo el mundo un mensaje de fuerza y unión frente a la crisis climática.



DAG con su concesionario Hyundai iTenerife han sido galardonados en la categoría “Sostenibilidad y Medioambiente” de la última edición de los IX Premios Faconauto. El XXX Congreso & Expo Faconauto, celebrado el 6 de julio en Madrid, ha sido testigo de este reconocimiento y ha servido como reencuentro para los profesionales del sector tras la pandemia.

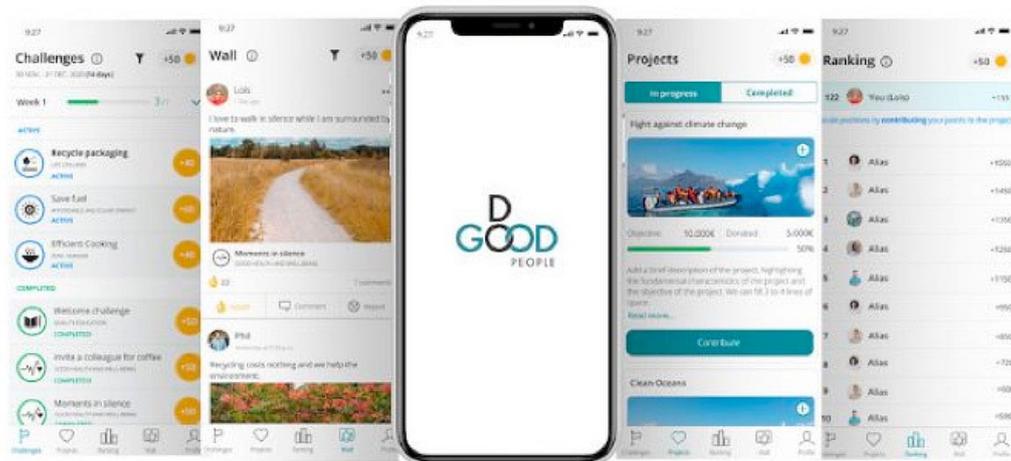
DAG también se ha unido durante 2021 a la iniciativa “La Graciosa una isla sin humo”, un proyecto liderado por el Ayuntamiento de Teguiise en colaboración con Philip Morris International cuyo objetivo es conseguir la certificación “Smoke Free” que otorga la consultora independiente TÜV Austria y que convierte a esta isla en el primer territorio certificado español y el segundo de Europa como libre de humo.



## DoGood.

DAG también está trabajando en concienciar a toda la empresa de nuestra responsabilidad con el cambio climático, y juntos con Talento y Cultura trabajaremos tips que trasladaremos a los empleados para ser más sostenibles con el planeta en el que vivimos.

Este año hemos introducido una nueva herramienta en el grupo para hacer participe a todos los empleados de DAG, esta app se llama DoGood y el objetivo de la misma es: incluir el valor humano a través de pequeñas acciones dentro del Grupo, en formato de retos que han sido puestos a disposición de los empleados durante un tiempo determinado.



En este contexto, resulta fundamental comenzar a trabajar en una visión común de los valores y desafíos sostenibles, y que esta visión sea compartida por todos los empleados, creando una verdadera cultura sostenible, dentro del grupo y que a su vez pueda ser compartido con su entorno.

Por este motivo potenciar esta cultura y hacer participe de esta visión y de estos desafíos a todo el grupo y a su ámbito de influencia, y poner así su esfuerzo al servicio del bien común que se persigue con todos estos pactos y agendas sostenibles.

En el presente informe, se detallan los esfuerzos realizados por el grupo para materializar la estrategia sostenible corporativa en la cultura sostenible corporativa, sobre la base de la activación de las acciones sostenibles por parte de sus empleados, a través de la formación, la comunicación y el trabajo de cada uno de los conceptos que se detallarán en los siguientes apartados.

Este programa se ha realizado durante el segundo semestre del año, del 21 de junio de 2021 al 12 de diciembre de 2021. La idea es realizar este tipo de programas de forma anual.

El informe presenta una relación de los retos realizados por los empleados que participan en el programa y el impacto obtenido gracias a ello. También se proporcionará información adicional sobre cada reto para permitir la comprensión de las acciones realizadas y contextualizar el impacto obtenido.

La metodología que sustenta la información facilitada se ha basado en la utilización de la herramienta DoGood, donde se ha quedado registrada la actividad de cada empleado, a modo de autodeclaración a través de los retos realizados, así como a través de la obtención de los tiempos de conexión, y la

realización de cada una de las acciones reportadas junto con las evidencias que se han solicitado para cada tipo de reto, tanto en el muro social, a la vista del resto de participantes, como en el motor interno de la herramienta.

La implantación del programa DoGood en el grupo ha sido diseñada con el objetivo principal de:

Transmitir a los empleados los Objetivos de Desarrollo Sostenible	Reducir su huella de CO2 y su huella hídrica fuera del alcance de sus procesos de actividad	Difundir buenas prácticas medioambientales
Generar hábitos sostenibles entre los empleados	Ofrecer experiencias sociales para los empleados	Tener tracción del impacto de sus empleados y traducir sus impactos a preguntas GRI



Durante el desarrollo del programa DoGood, el grupo ha logrado alcanzar los siguientes hitos:

HITO	NÚMERO	SIGNIFICADO
Registros	141	Empleados registrados en la plataforma DoGood.
Acciones (Retos sostenibles)	1.199	Retos sostenibles realizados por los empleados.
Acciones (Autoretos sostenibles)	283	Acciones sostenibles proactivas realizadas y propuestas por los usuarios.
Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)	11	Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) impactados a través de los empleados.
Estimación horas sostenibles totales	205,7 h	Estimación de horas dedicadas a la realización de acciones sostenibles, basado en una estimación de minutos de realización de acción (Ver cuadro siguiente).
Estimación horas sostenibles por usuario	1,5 h / pers	Estimación de horas dedicadas a la realización de acciones sostenibles, prorrrateando el número total de horas entre los empleados registrados.



A continuación, se recoge el detalle de cada acción realizada por los empleados durante la duración del programa abarcada por este reporte, tanto desde el punto de vista del impacto estimado logrado, como desde el punto de vista de su vinculación a los estándares de reporting en materia de sostenibilidad.

Acciones sostenibles realizadas por los empleados (retos).

Identificación del reto	Enunciado	Instrucción	Nº veces realizado	Estimación minutos / reto	Horas acumuladas
Mascarillas reutilizables	La pandemia de la COVID-19 está dejando graves consecuencias tanto de salud como medioambientales. Las mascarillas de un solo uso se amontonan en las basuras e incluso en las calles, ensuciando nuestro entorno. ¿Has visto cuánta variedad de mascarillas reutilizables hay?	Hazte una foto con tu mascarilla reutilizable y súbela al muro.	78	3 min.	3,9 h.
Alimentación Kilómetro 0	La globalización alimentaria genera muchas emisiones de CO2 y puede terminar reduciendo la identidad cultural y patrimonial de una zona. Para apoyar el producto local y a las personas que se encargan de producirlo, la mejor opción es comprar alimentos de kilómetro cero.	Compra productos de kilómetro cero y sube una foto de estos.	76	15 min.	19 h.
¿Me conoces?	Escribe cuatro frases sobre ti, tres verdaderas y una falsa. Comenta en las publicaciones de tus compañeros para ver si les conoces y ellos comentarán en la tuya.	¿Conoces a tus compañeros? ¿Y te conocen a ti? Una forma divertida de hacerlo es a través de frases de verdadero o falso. ¡Que comience el juego!	75	5 min.	6,3 h.
Bolsas reutilizables	Nuestra mala cultura de usar y tirar ha provocado que cada año vertemos en el mar unos 8 millones de toneladas de residuos plásticos. Casi nada, ¿verdad? El plástico no es imprescindible en nuestras vidas y hoy en día es muy fácil combinar la sostenibilidad con la moda.	Adquiere bolsas reutilizables y sube una foto haciendo tus compras en ellas.	74	15 min.	19 h.
Conocimiento de los ODS	No todo el mundo conoce los Objetivos de Desarrollo Sostenible ni la Agenda 2030. Para poder lograr estos objetivos es importante que las personas sepan de qué se tratan. Háblale a un grupo de amigos o familiares sobre los ODS, ¿los conocían?	Comparte con un grupo cercano tu conocimiento de los ODS y comenta en el muro lo que hayáis sacado de la conversación.	65	5 min.	5,4 h.
Apoya el comercio local	Cada vez son más los comercios locales que se ven en situación de peligro a causa de la crisis sanitaria. Los pequeños comercios suponen una fuente de riqueza tanto económica como cultural para un país, por lo que es muy importante apoyarlos para que puedan seguir en pie.	Sube una foto haciendo tus compras en un comercio local.	49	15 min.	12,3 h.
Reciclemos el aceite	¿Sabías que tirar el aceite usado por el desagüe contamina 1000 L de agua por cada litro vertido? Además encarece el tratamiento de aguas residuales y obstruye las cañerías. El aceite usado puede aprovecharse para muchas cosas, sólo necesita depositarse en el lugar indicado.	Deposita tu aceite usado en un recipiente para llevarlo al punto limpio y sube una foto.	52	4 min.	3,5 h.



Identificación del reto	Enunciado	Instrucción	Nº veces realizado	Estimación minutos / reto	Horas acumuladas
¡Primer mes completado!	Durante este último mes os hemos propuesto realizar 8 acciones sostenibles. Pero recordemos que para generar un mayor impacto y conseguir ser embajadores sostenible de Domingo Alonso Group, es importante reflexionar y convertir estas acciones en hábitos.	Comenta qué retos de junio y julio has incorporado en tu día a día en forma de hábito y cuántas veces lo has realizado.	45	5 min.	3,8 h.
El planeta es cosa de todos	No hace falta más que dar un paseo por la naturaleza para darte cuenta de la cantidad de basura que depositan algunas personas sin ningún tipo de remordimiento sobre su impacto medioambiental. ¿Y si organizas un grupo y convocas una excursión de limpieza?	Reuní un grupo de personas en una zona natural para recoger basura y subir una foto con todo lo recolectado.	41	30 min.	21 h.
El WC no es papelera	Muchas de las cosas que tiramos por el retrete son objetos que pueden perjudicar los sistemas de saneamiento y son muy contaminantes. Pon una papelera al lado del WC para tirar los papeles, toallitas, compresas y demás objetos que no se deshacen en el agua.	Pon una papelera al lado del WC y sube una foto.	48	3 min.	2,4 h.
Ricos y ecológicos	Debido al consumo masivo y a la demanda inmediata, los productos alimenticios han ido adquiriendo cada vez más químicos y conservantes. No hay que olvidar la existencia de los productos ecológicos, una alternativa mucho más saludable e igualmente accesible en cualquier supermercado.	Sube una foto de un alimento ecológico que hayas comprado.	40	15 min.	10 h.
Transporte público y ECO	Las emisiones mundiales de CO2 han aumentado un 50% en los últimos 30 años. Pese a los grandes avances por reducir estas cifras, en última instancia dependerá de nosotros. ¡Apuesta por el transporte público o ECO de tu ciudad y difúndelo!	Utiliza el transporte público o ECO y sube una foto.	32	20 min.	11 h.
El valor de nuestro equipo	El valor de las personas es uno de los factores fundamentales para una cultura empresarial, pero no siempre reconocemos abiertamente el valor de nuestros compañeros. ¿Y si le dedicamos unas palabras a un compañero para resaltar entre todos el valor de las personas que integran la empresa?	Sube una foto de un compañero y resalta los valores que aporta a la empresa.	37	5 min.	3,1 h.
¡Otro mes sostenible completado!	¡Enhorabuena! Has conseguido completar un mes más de retos sostenibles. Pero no olvidemos que para generar un mayor impacto y conseguir ser embajadores sostenible de Domingo Alonso Group, es importante reflexionar y convertir estas acciones en hábitos.	Comenta qué retos de julio y agosto has incorporado en tu día a día en forma de hábito y cuántas veces lo has realizado.	31	5 min.	2,6 h.
La carne en su justa medida	La explotación ganadera genera más emisiones de CO2, consumo de agua y superficies que el cultivo agrícola. ¿Sabías que reduciendo nuestro consumo de carne ayudamos a combatir el impacto medioambiental de las ganaderías y damos más espacio para un cultivo más sostenible?	Elabora un plato sin carne y sube una foto.	35	10 min.	5,8 h.



Identificación del reto	Enunciado	Instrucción	Nº veces realizado	Estimación minutos / reto	Horas acumuladas
Pescado sostenible	¿Sabías que un 40% de las capturas mundiales son no deseadas y se tiran? La pesca de arrastre es en gran medida culpable de esta cifra, pero por suerte tú puedes ayudar a combatirla consumiendo pescados y mariscos sostenibles.	Compra pescado sostenible y sube una foto de la etiqueta donde aparece su origen y forma de captura.	25	15 min.	6,3 h.
Agua para las plantas	¿Quién no ha abierto alguna vez el grifo de la ducha esperando a que se caliente antes de meterse? Pese a lo habitual que esto pueda considerarse, es un desperdicio inmenso de agua. ¿Y si aprovechas ese agua para regar tus plantas?	Utiliza el agua fría inicial de las duchas para regar las plantas de tu casa y sube una foto.	28	6 min.	2,8 h.
Conexión con la naturaleza	La tierra es nuestro hogar y la conexión que tenemos con ella es asombrosa. Sin embargo, demasiadas veces la damos por hecho, ignorando realmente esa unión entre nuestra persona y la naturaleza. Relájate, deja que tus pies se mezclen con la arena y respira profundamente.	Acércate a una zona natural para conectar con la naturaleza y comenta tu experiencia.	32	30 min.	16 h.
Botellas y termos	Una botella de plástico puede llegar a tardar 1000 años en desaparecer. Llevar siempre una botella reutilizable o un termo para tus bebidas es una forma ideal de reducir plásticos y ahorrarnos dinero. Además, ¡hay diseños y modelos para todos los gustos!	Sube una foto de tu termo y/o botella reutilizable.	28	3 min.	1,4 h.
¿Cómo van esos hábitos?	¡Ya ha pasado otro mes! Y aunque las vacaciones de verano lleguen a su fin, los pequeños gestos por la sostenibilidad no lo hacen. Te animamos a contarnos qué retos has convertido en hábitos y cómo ha sido la experiencia.	Comenta qué retos de agosto y septiembre has incorporado en tu día a día en forma de hábito y cuántas veces lo has realizado.	21	5 min.	1,8 h.
¿Qué hacen mis compañeros?	Muchas veces pensamos que un compañero de otra área lo tiene más fácil que nosotros. Esto se da principalmente por el desconocimiento de sus tareas. ¿Y si nos enseñamos mutuamente y nos metemos en su piel por un día para mejorar el trabajo en equipo?	Aprende a realizar una tarea de un compañero de otro departamento y comparte una foto de tu experiencia.	18	15 min.	4,5 h.
Nunca dejes de aprender	La rutina puede hacer que nos sintamos desmotivados, lo cual puede terminar causando graves problemas mentales si no hacemos nada para evitarlo. Una buena forma de romper la rutina es aprendiendo cosas nuevas, como un idioma, un deporte o simplemente a través de la lectura.	Comparte una foto en el muro de lo nuevo que has aprendido.	22	3 min.	1,1 h.
Recicla sin límites	Bueno sí, reciclar una botella de plástico está genial, pero...¿algo más podrás hacer no? No vayamos solo a lo típico. Sabes que además de botellas hay otros miles de envases que podemos reciclar y que van a alegrarte el bolsillo y harán que sientas que contribuyes a evitar la producción masiva de plásticos... Cúrratelo un poco y enséñanos una foto reciclando algo distinto.	Recicla algo que no sea una botella (tópicos no!)	23	3 min.	1 h.



Identificación del reto	Enunciado	Instrucción	Nº veces realizado	Estimación minutos / reto	Horas acumuladas
Dona un libro a tu escuela	Muchas veces vamos a la biblioteca del colegio y no tienen el libro que queremos. A lo mejor lo tienes tú en casa y no quieres volver a leerlo. ¡Dale más vida y dónalo a tu escuela para que otros compañerxs puedan disfrutar de su lectura y adquirir los mismos conocimientos!	Sube una foto del libro que vas a donar y comenta por qué lo recomiendas.	20	3 min.	1 h.
¿Dónde estoy?	¿Cuántas veces te ha dado la impresión de que un turista conoce mejor tu ciudad que tú? Una buena forma de mitigar esa sensación es informándote sobre el patrimonio natural y cultural de tu zona y visitándolo. Seguro que aprendes mucho de tu entorno.	Infórmate sobre el patrimonio natural o cultural de tu ciudad, visítalo y comparte una foto.	23	50 min.	19 h.
Recapitulemos	¡Enhorabuena! Has conseguido completar un mes más de retos sostenibles. Pero no olvidemos que para generar un mayor impacto y conseguir ser embajadores sostenible de Domingo Alonso Group, es importante reflexionar y convertir estas acciones en hábitos.	Comenta qué retos entre septiembre y octubre has incorporado en tu día a día en forma de hábito y cuántas veces lo has realizado.	21	5 min.	1,8 h.
Iluminación LED	¿Sabías que hasta un 90% de la energía consumida por una bombilla incandescente es convertida en calor, dejando solo un 10% de energía para la luz? En cambio, las bombillas LED transforman hasta el 90% de la energía consumida en luz.	Seguro que tienes alguna bombilla LED en casa. Trata de usar esa luz en vez de las bombillas normales y publica una foto. ¡Ahorrarás una barbaridad!	18	5 min.	1,5 h.
La fruta y verdura de temporada	Debido a la globalización y al consumo masivo, el concepto de "fruta de temporada" se está perdiendo. Esto implica mayores emisiones de CO2 y menos nutrientes para nosotros. El consumo de temporada promueve el desarrollo sostenible y, aunque no lo creas, ¡es más económico!	Sube una foto de las frutas y verduras de temporada que hayas comprado en tu tienda local más cercana.	17	15 min.	4,3 h.
Signaturit	En Domingo Alonso Group sabemos que los recursos naturales son cada vez más escasos, por ello comentamos un consumo responsable de estos. Entre otras, hemos implementado la firma electrónica en nuestro día a día a través de Signatur, para que no tengamos que gastar más papel del realmente necesario.	Firma tu documento con Signatur y sube una foto.	15	4 min.	1 h.
Conexión con la sociedad	Mantenernos conectados con el mundo es algo imprescindible a día de hoy. Para mejorar como sociedad tenemos que apoyarnos unos a otros y aportar nuestro granito de arena para que este desarrollo sea posible. Puede ser a través de un voluntariado, el apoyo a la cultura, participación en algún evento concreto, etc.	Comparte cómo colaboras tú al desarrollo de la sociedad, cómo conectas con el resto y sube una foto de tu aportación.	17	5 min.	1,4 h.
Fíjate en los detalles	Las ciudades suponen la mayor parte del consumo de energía mundial. Por lo que su implementación de infraestructuras y energías sostenibles es un factor clave para su desarrollo. ¿Te has fijado en tu propia ciudad?	Sube una foto de infraestructuras o recursos sostenibles de tu ciudad.	14	3 min.	0,7 h.

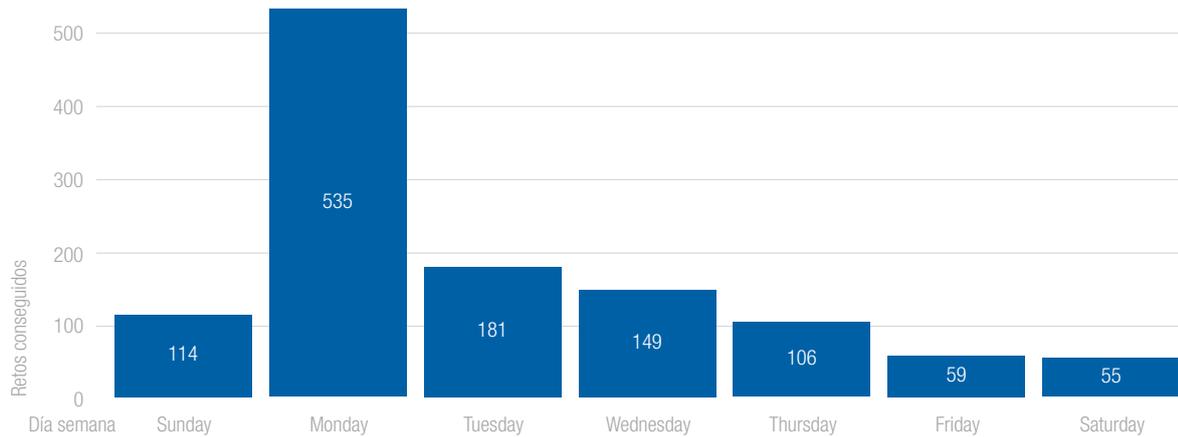


Identificación del reto	Enunciado	Instrucción	Nº veces realizado	Estimación minutos / reto	Horas acumuladas
¡Un otoño verde!	¡Enhorabuena! Has conseguido completar un mes más de retos sostenibles. Pero no olvidemos que para generar un mayor impacto y conseguir ser embajadores sostenible de Domingo Alonso Group, es importante reflexionar y convertir estas acciones en hábitos.	Comenta qué retos entre octubre y noviembre has incorporado en tu día a día en forma de hábito y cuántas veces lo has realizado.	15	5 min.	1,3 h.
Regala una planta	Hacer un regalo es siempre una buena opción para cuidar a las personas. A veces basta con un detalle. Regalar una planta es un buen ejemplo, que además de aportar vida y color a un espacio, contribuye al consumo de CO2 generado por la sociedad.	Regala una planta a un compañero para ponerle un poco de color y de vida a su espacio de trabajo.	14	5 min.	1,2 h.
Envasado sostenible	Casi la mitad de los plásticos usados se destina al empaquetado de alimentos y productos manufacturados, teniendo un solo uso antes de tirarlo. Por eso es muy importante llevar tus propios envases cuando vas a comprar carne, pescado u otros productos al peso o a granel.	Comparte una foto de tus compras en un envase sostenible.	13	15 min.	3,3 h.
Hoy por ti, mañana por mí	Todos tenemos asignaturas que nos cuestan más que otras. Esto puede llevar a la frustración y al rechazo de ciertas materias. Si se te da especialmente bien un ámbito, échale un cable a ese compañero con mayores dificultades en el mismo. ¡Igual él te puede ayudar en otras asignaturas!	Ayuda a un compañero con una tarea y comenta en qué le ha ayudado a él y en qué te ha ayudado a ti.	11	10 min.	1,8 h.
Carsharing	A día de hoy, el flujo de tráfico entre distintos puntos del país es muy alto y habitual, especialmente en temporada de vacaciones. Sin embargo, no siempre utilizamos el coche una vez llegados al destino. ¿Has probado a compartir coche alguna vez? ¿Te gustaría hacerlo?	Comparte vehículo con alguien de tu entorno para disminuir las emisiones de CO2 en cada trayecto y sube una foto.	12	20 min.	4 h.
Apaga antes de salir	Un ordenador puede llegar a consumir hasta 38g de CO2 si lo dejamos toda la noche encendido. ¿Porque no lo apagas y tratas de reducir huella, y así, tus gastos?	Sube una foto apagando tu ordenador antes de salir de la oficina. Si trabajas desde casa, apágalo igual.	9	3 min.	0,5 h.
Esto no se queda aquí	¡Enhorabuena! Has conseguido completar un mes más de retos sostenibles. Pero no olvidemos que para generar un mayor impacto y conseguir ser embajadores sostenible de Domingo Alonso Group, es importante reflexionar y convertir estas acciones en hábitos.	Comenta qué retos has incorporado en tu día a día en forma de hábito y cómo planteas continuar realizándolos de aquí en adelante.	5	5 min.	0,4 h.

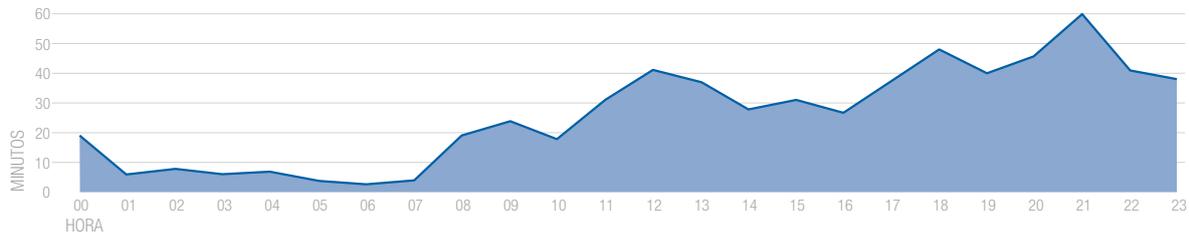
### Información de engagement y uso de la aplicación.

Durante el desarrollo del programa DoGood, los empleados han utilizado la aplicación durante las franjas horarias y semanales que se indican a continuación:

#### Retos por día de la semana (promedio)



#### Retos hora (promedio)



#### Estimación de Impacto positivo acumulado

Durante el desarrollo del programa DoGood, el grupo ha logrado a través de sus empleados obtener un impacto positivo sobre las materias fundamentales de la sostenibilidad:

TIPO DE IMPACTO	NÚMERO	UNIDAD	CONCEPTO
Agua	3.219	Litros	Agua ahorrada
CO2	1724,95	KG	CO2 ahorrado
Energía	0,792	KW	Kw ahorrados
Residuos	267,42	KG	Residuos reciclados
Residuos	2,186	KG	Residuos ahorrados

#### Metodología de estimación del impacto.

La medición del impacto ha consistido en la suma del impacto individualizado de todos los retos, multiplicado por el número de usuarios que han declarado haber realizado cada reto, a través de la app. Para la estimación del impacto individualizado de cada reto, DoGood ha acudido a terceras fuentes de referencia para asignar a cada uno el tiempo promedio de realización, y el impacto promedio logrado



tras cada ejecución de cada acción, conformando una media del impacto real que se lograría si se procediera a una medición individual más detallada.

Estos cálculos han permitido estimar un resultado tangible y objetivo del conjunto de acciones de concienciación y formación impartidas a los empleados durante el periodo de 2021, materializadas a través del planteamiento de los retos sostenibles del programa DoGood, puestos a disposición de los empleados a través de la app.

Gracias a esta estimación, el grupo puede comenzar a calcular el resultado real de sus esfuerzos en sostenibilidad, y aportar a sus inversores, accionistas y grupos de interés, una dimensión del impacto que hasta ahora tradicionalmente se había quedado fuera del alcance de los reportes de sostenibilidad.

El objetivo final del grupo como entidad empresarial, no es otro que aumentar la influencia positiva sobre la sostenibilidad en sentido amplio, a través de toda su cadena de valor y todos sus empleados, miembros y colaboradores, para lograr de forma conjunta un mayor impacto positivo.

A continuación se presentan las cifras del impacto positivo estimadas para cada acción realizada durante el programa. En este listado no se recogen los retos que no tienen asociado un impacto:

Reto	Enunciado	Instrucción	Nº veces realizado	Impacto individual	Impacto total
Bolsas reutilizables	Nuestra mala cultura de usar y tirar ha provocado que cada año vertamos en el mar unos 8 millones de toneladas de residuos plásticos. Casi nada, ¿verdad? El plástico no es imprescindible en nuestras vidas y hoy en día es muy fácil combinar la sostenibilidad con la moda.	Adquiere bolsas reutilizables y sube una foto haciendo tus compras en ellas.	74	0,005 kg de residuos ahorrados	0,37 kg de residuos ahorrados
Alimentación Kilómetro 0	La globalización alimentaria genera muchas emisiones de CO2 y puede terminar reduciendo la identidad cultural y patrimonial de una zona. Para apoyar el producto local y a las personas que se encargan de producirlo, la mejor opción es comprar alimentos de kilómetro cero.	Compra productos de kilómetro cero y sube una foto de estos.	76	0,08 kg de CO2 ahorrados	6,08 kg de CO2 ahorrados
Mascarillas reutilizables	La pandemia de la COVID-19 está dejando graves consecuencias tanto de salud como medioambientales. Las mascarillas de un solo uso se amontonan en las basuras e incluso en las calles, ensuciando nuestro entorno. ¿Has visto cuánta variedad de mascarillas reutilizables hay?	Hazte una foto con tu mascarilla reutilizable y súbela al muro.	78	0,013 kg de residuos ahorrados	1,014 kg de residuos ahorrados
Apoya el comercio local	Cada vez son más los comercios locales que se ven en situación de peligro a causa de la crisis sanitaria. Los pequeños comercios suponen una fuente de riqueza tanto económica como cultural para un país, por lo que es muy importante apoyarlos para que puedan seguir en pie.	Sube una foto haciendo tus compras en un comercio local.	49	0,08 kg de CO2 ahorrados	3,92 kg de CO2 ahorrados
Reciclemos aceite	¿Sabías que tirar el aceite usado por el desagüe contamina 1000L de agua por cada litro vertido? Además encarece el tratamiento de aguas residuales y obstruye las cañerías. El aceite usado puede aprovecharse para muchas cosas, sólo necesita depositarse en el lugar indicado.	Deposita tu aceite usado en un recipiente para llevarlo al punto limpio y sube una foto.	52	30 litros de agua ahorrada	1560 litros de agua ahorrada



Reto	Enunciado	Instrucción	Nº veces realizado	Impacto individual	Impacto total
El planeta es cosa de todos	No hace falta más que dar un paseo por la naturaleza para darte cuenta de la cantidad de basura que depositan algunas personas sin ningún tipo de remordimiento sobre su impacto medioambiental. ¿Y si organizas un grupo y convocas una excursión de limpieza?	Reuníos un grupo de personas en una zona natural para recoger basura y subid una foto con todo lo recolectado.	41	6,5 kg de residuos reciclados	266,5 kg de residuos reciclados
El WC no es papelera	Muchas de las cosas que tiramos por el retrete son objetos que pueden perjudicar los sistemas de saneamiento y son muy contaminantes. Pon una papelera al lado del WC para tirar los papeles, toallitas, compresas y demás objetos que no se deshacen en el agua.	Pon una papelera al lado del WC y sube una foto.	48	0,01 kg de residuos ahorrados	0,48 kg de residuos ahorrados
Transporte público y ECO	Las emisiones mundiales de CO2 han aumentado un 50% en los últimos 30 años. Pese a los grandes avances por reducir estas cifras, en última instancia dependerá de nosotros. ¡Apuesta por el transporte público o ECO de tu ciudad y difúndelo!	Utiliza el transporte público o ECO y sube una foto.	32	2,28 kg de CO2 ahorrados	72,96 kg de CO2 ahorrados
La carne en su justa medida	La explotación ganadera genera más emisiones de CO2, consumo de agua y superficies que el cultivo agrícola. ¿Sabías que reduciendo nuestro consumo de carne ayudamos a combatir el impacto medioambiental de las ganaderías y damos más espacio para un cultivo más sostenible?	Elabora un plato sin carne y sube una foto.	35	46,2 kg de CO2 ahorrados 15,4 litros de agua ahorrados	1.617 kg de CO2 ahorrados 539 litros de agua ahorrados
Agua para las plantas	¿Quién no ha abierto alguna vez el grifo de la ducha esperando a que se caliente antes de meterse? Pese a lo habitual que esto pueda considerarse, es un desperdicio inmenso de agua. ¿Y si aprovechas ese agua para regar tus plantas?	Utiliza el agua fría inicial de las duchas para regar las plantas de tu casa y sube una foto.	28	40 litros de agua ahorrados	1.120 litros de agua ahorrados
Botellas y termos	Una botella de plástico puede llegar a tardar 1000 años en desaparecer. Llevar siempre una botella reutilizable o un termo para tus bebidas es una forma ideal de reducir plásticos y ahorrarnos dinero. Además, ¡hay diseños y modelos para todos los gustos!	Sube una foto de tu termo y/o botella reutilizable.	28	0,009 kg de residuos ahorrados 0,03 kg de CO2 ahorrado	0,252 kg de residuos ahorrados 0,84 kg de CO2 ahorrado
Iluminación LED	¿Sabías que hasta un 90% de la energía consumida por una bombilla incandescente es convertida en calor, dejando solo un 10% de energía para la luz? En cambio, las bombillas LED transforman hasta el 90% de la energía consumida en luz.	Seguro que tienes alguna bombilla LED en casa. Trata de usar esa luz en vez de las bombillas normales y publica una foto. ¡Ahorrarás una barbaridad!	18	0,044 kw de energía ahorrados	0,792 kw de energía ahorrados
La fruta y verdura de temporada	Debido a la globalización y al consumo masivo, el concepto de "fruta de temporada" se está perdiendo. Esto implica mayores emisiones de CO2 y menos nutrientes para nosotros. El consumo de temporada promueve el desarrollo sostenible y, aunque no lo creas, ¡es más económico!	Sube una foto de las frutas y verduras de temporada que hayas comprado en tu tienda local más cercana.	17	0,08 kg de CO2 ahorrados	1,36 kg de CO2 ahorrados



Reto	Enunciado	Instrucción	Nº veces realizado	Impacto individual	Impacto total
Signatur	En Domingo Alonso Group sabemos que los recursos naturales son cada vez más escasos, por ello comentamos un consumo responsable de estos. Entre otras, hemos implementado la firma electrónica en nuestro día a día a través de Signatur, para que no tengamos que gastar más papel del realmente necesario.	Firma tu documento con Signatur y sube una foto.	15	0,0118 kg de CO2 ahorrados 0,00036 kg de residuos ahorrados	0,177 kg de CO2 ahorrados 0,0054 kg de residuos ahorrados
Envasado sostenible	Casi la mitad de los plásticos usados se destina al empaquetado de alimentos y productos manufacturados, teniendo un solo uso antes de tirarlo. Por eso es muy importante llevar tus propios envases cuando vas a comprar carne, pescado u otros productos al peso o a granel.	Comparte una foto de tus compras en un envase sostenible.	13	0,005 kg de residuos ahorrados	0,065 kg de residuos ahorrados
Carsharing	A día de hoy, el flujo de tráfico entre distintos puntos del país es muy alto y habitual, especialmente en temporada de vacaciones. Sin embargo, no siempre utilizamos el coche una vez llegados al destino. ¿Has probado compartir coche alguna vez? ¿Te gustaría hacerlo?	Comparte vehículo con alguien de tu entorno para disminuir las emisiones de CO2 en cada trayecto y sube una foto.	12	1,6 kg de CO2 ahorrados	19,2 kg de CO2 ahorrados
Apaga antes de salir	Un ordenador puede llegar a consumir hasta 38g de CO2 si lo dejamos toda la noche encendido. ¿Porque no lo apagas y tratas de reducir huella, y así, tus gastos?	Sube una foto apagando tu ordenador antes de salir de la oficina. Si trabajas desde casa, apágalo igual.	9	0,38 kg de CO2 ahorrados	3,42 kg de CO2 ahorrados
Recicla sin límites	Bueno sí, reciclar una botella de plástico está genial, pero...¿algo más podrías hacer no? No vayamos solo a lo típico. Sabes que además de botellas hay otros miles de envases que podemos reciclar y que van a alegrarte el bolsillo y harán que sientas que contribuyes a evitar la producción masiva de plásticos...Cúrratelo un poco y enséñanos una foto reciclando algo distinto.	Recicla algo que no sea una botella (tópicos no!)	23	0,04 kg de residuos reciclados	0,92 kg de residuos reciclados

### Alineamiento con estándares normativos.

De manera adicional a la obtención de un impacto sostenible positivo, a través de la realización del programa DoGood, el grupo obtiene la capacidad de añadir a sus Estados de Información No Financiera (EINF) y a sus informes y reportes de sostenibilidad, una dimensión adicional de impacto hasta ahora intangibilizada y no calculada, como es el impacto de sus empleados, tanto en el ámbito laboral, como en el ámbito doméstico.

Para facilitar la inclusión de esta información en los Estados, informes y reportes, a continuación, se presenta la relación entre los retos realizados por el programa, y dos de los estándares y protocolos más reconocidos a nivel internacional en esta materia: Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), y el protocolo o estándar GRI.



- **ODS asociado:** La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, es un plan de acción a favor de las personas, el planeta y la prosperidad, que también tiene la intención de fortalecer la paz universal y el acceso a la justicia. 193 Estados Miembros de las Naciones Unidas aprobaron una resolución en la que reconocen que el mayor desafío del mundo actual es la erradicación de la pobreza y afirman que sin lograrla no puede haber desarrollo sostenible. La Agenda plantea 17 Objetivos con 169 metas de carácter integrado e indivisible que abarcan las esferas económica, social y ambiental. Al adoptarla, los Estados se comprometieron a movilizar los medios necesarios para su implementación mediante alianzas centradas especialmente en las necesidades de los más pobres y vulnerables.
- **GRI asociado:** Los Estándares GRI permiten a cualquier organización comprender e informar sobre sus impactos en la economía, el medio ambiente y las personas de forma comparable y creíble, aumentando así la transparencia sobre su contribución al desarrollo sostenible. Los estándares están proporcionados por GRI (Global Reporting Initiative), una organización internacional independiente que ayuda a las empresas y otras organizaciones a responsabilizarse de sus impactos, proporcionándoles el lenguaje común global para comunicarlos.

Retos del programa	Nº ODS	Nombre ODS	Enunciado ODS	GRI asociado
Bolsas reutilizables	12	Producción y consumo responsables	El consumo y la producción sostenibles consisten en hacer más y mejor con menos. También se trata de desvincular el crecimiento económico de la degradación medioambiental, aumentar la eficiencia de recursos y promover estilos de vida sostenibles. El consumo y la producción sostenibles también pueden contribuir de manera sustancial a la mitigación de la pobreza y a la transición hacia economías verdes y con bajas emisiones de carbono. Fuente: <a href="https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sustainable-consumption-production/">https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sustainable-consumption-production/</a>	301 302 303 305 306 417
¿Me conoces?	8	Trabajo decente y crecimiento económico	Un crecimiento económico inclusivo y sostenido puede impulsar el progreso, crear empleos decentes para todos y mejorar los estándares de vida. La COVID-19 ha alterado miles de millones de vidas y ha puesto en peligro la economía mundial. El Fondo Monetario Internacional (FMI) prevé una recesión mundial tan mala o peor que la de 2009. A medida que se intensifica la pérdida de empleo, la Organización Internacional del Trabajo estima que cerca de la mitad de todos los trabajadores a nivel mundial se encuentra en riesgo de perder sus medios de subsistencia. Fuente: <a href="https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/economic-growth/">https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/economic-growth/</a>	201 203 404 204 301 302 306 102 202 401 405 408 409 402 403 406 407 414
Conocimiento de los ODS	17	Alianzas para lograr los objetivos	Los ODS solo se pueden conseguir con asociaciones mundiales sólidas y cooperación. Para que un programa de desarrollo se cumpla satisfactoriamente, es necesario establecer asociaciones inclusivas (a nivel mundial, regional, nacional y local) sobre principios y valores, así como sobre una visión y unos objetivos compartidos que se centren primero en las personas y el planeta. Ahora más que nunca es necesaria una sólida cooperación internacional con el fin de garantizar que los países que poseen los medios para recuperarse de la pandemia reconstruyan mejor y consigan los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Fuente: <a href="https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/globalpartnerships/">https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/globalpartnerships/</a>	207



Retos del programa	Nº ODS	Nombre ODS	Enunciado ODS	GRI asociado
Alimentación Kilómetro 0	13	Acción por el clima	Es necesario tomar medidas urgentes para abordar tanto la pandemia como la emergencia climática con el fin de salvar vidas y medios de subsistencia. El Acuerdo de París, aprobado en 2015, aspira a reforzar la respuesta mundial a la amenaza del cambio climático manteniendo el aumento global de la temperatura durante este siglo muy por debajo de 2 grados Celsius con respecto a los niveles preindustriales. El acuerdo también aspira a reforzar la capacidad de los países para lidiar con los efectos del cambio climático mediante flujos financieros apropiados, un nuevo marco tecnológico y un marco de desarrollo de la capacidad mejorado. Fuente: <a href="https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/climate-change-2/">https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/climate-change-2/</a>	201 302 305
Mascarillas reutilizables	12	Producción y consumo responsables	El consumo y la producción sostenibles consisten en hacer más y mejor con menos. También se trata de desvincular el crecimiento económico de la degradación medioambiental, aumentar la eficiencia de recursos y promover estilos de vida sostenibles. El consumo y la producción sostenibles también pueden contribuir de manera sustancial a la mitigación de la pobreza y a la transición hacia economías verdes y con bajas emisiones de carbono. Fuente: <a href="https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sustainable-consumption-production/">https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sustainable-consumption-production/</a>	301 302 303 305 306 417
Apoya el comercio local	11	Ciudades y comunidades sostenibles	Las ciudades y las áreas metropolitanas son centros neurálgicos del crecimiento económico, ya que contribuyen al 60% aproximadamente del PIB mundial. Sin embargo, también representan alrededor del 70% de las emisiones de carbono mundiales y más del 60% del uso de recursos. La rápida urbanización está dando como resultado un número creciente de habitantes en barrios pobres, infraestructuras y servicios inadecuados y sobrecargados (como la recogida de residuos y los sistemas de agua y saneamiento, carreteras y transporte), lo cual está empeorando la contaminación del aire y el crecimiento urbano incontrolado. Fuente: <a href="https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/cities/">https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/cities/</a>	203 306
Reciclemos el aceite	6	Agua limpia y saneamiento	Si bien se ha conseguido progresar de manera sustancial a la hora de ampliar el acceso a agua potable y saneamiento, existen miles de millones de personas (principalmente en áreas rurales) que aún carecen de estos servicios básicos. En todo el mundo, una de cada tres personas no tiene acceso a agua potable salubre, dos de cada cinco personas no disponen de una instalación básica destinada a lavarse las manos con agua y jabón, y más de 673 millones de personas aún defecan al aire libre. Fuente: <a href="https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/water-and-sanitation/">https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/water-and-sanitation/</a>	303 304 306
El planeta es cosa de todos	13	Acción por el clima	Es necesario tomar medidas urgentes para abordar tanto la pandemia como la emergencia climática con el fin de salvar vidas y medios de subsistencia. El Acuerdo de París, aprobado en 2015, aspira a reforzar la respuesta mundial a la amenaza del cambio climático manteniendo el aumento global de la temperatura durante este siglo muy por debajo de 2 grados Celsius con respecto a los niveles preindustriales. El acuerdo también aspira a reforzar la capacidad de los países para lidiar con los efectos del cambio climático mediante flujos financieros apropiados, un nuevo marco tecnológico y un marco de desarrollo de la capacidad mejorado. Fuente: <a href="https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/climate-change-2/">https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/climate-change-2/</a>	201 302 305



Retos del programa	Nº ODS	Nombre ODS	Enunciado ODS	GRI asociado
El WC no es papelera	6	Agua limpia y saneamiento	Si bien se ha conseguido progresar de manera sustancial a la hora de ampliar el acceso a agua potable y saneamiento, existen miles de millones de personas (principalmente en áreas rurales) que aún carecen de estos servicios básicos. En todo el mundo, una de cada tres personas no tiene acceso a agua potable salubre, dos de cada cinco personas no disponen de una instalación básica destinada a lavarse las manos con agua y jabón, y más de 673 millones de personas aún defecan al aire libre. Fuente: <a href="https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/water-and-sanitation/">https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/water-and-sanitation/</a>	303 304 306
Ricos y ecológicos	12	Producción y consumo responsables	El consumo y la producción sostenibles consisten en hacer más y mejor con menos. También se trata de desvincular el crecimiento económico de la degradación medioambiental, aumentar la eficiencia de recursos y promover estilos de vida sostenibles. El consumo y la producción sostenibles también pueden contribuir de manera sustancial a la mitigación de la pobreza y a la transición hacia economías verdes y con bajas emisiones de carbono. Fuente: <a href="https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sustainable-consumption-production/">https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sustainable-consumption-production/</a>	301 302 303 305 306 417
Transporte público y ECO	11	Ciudades y comunidades sostenibles	Las ciudades y las áreas metropolitanas son centros neurálgicos del crecimiento económico, ya que contribuyen al 60 % aproximadamente del PIB mundial. Sin embargo, también representan alrededor del 70 % de las emisiones de carbono mundiales y más del 60 % del uso de recursos. La rápida urbanización está dando como resultado un número creciente de habitantes en barrios pobres, infraestructuras y servicios inadecuados y sobrecargados (como la recogida de residuos y los sistemas de agua y saneamiento, carreteras y transporte), lo cual está empeorando la contaminación del aire y el crecimiento urbano incontrolado. Fuente: <a href="https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/cities/">https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/cities/</a>	203 306
El valor de nuestro equipo	8	Trabajo decente y crecimiento económico	Un crecimiento económico inclusivo y sostenido puede impulsar el progreso, crear empleos decentes para todos y mejorar los estándares de vida. La COVID-19 ha alterado miles de millones de vidas y ha puesto en peligro la economía mundial. El Fondo Monetario Internacional (FMI) prevé una recesión mundial tan mala o peor que la de 2009. A medida que se intensifica la pérdida de empleo, la Organización Internacional del Trabajo estima que cerca de la mitad de todos los trabajadores a nivel mundial se encuentra en riesgo de perder sus medios de subsistencia. Fuente: <a href="https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/economic-growth/">https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/economic-growth/</a>	201 203 404 204 301 302 306 102 202 401 405 408 409 402 403 406 407 414
La carne en su justa medida	13	Acción por el clima	Es necesario tomar medidas urgentes para abordar tanto la pandemia como la emergencia climática con el fin de salvar vidas y medios de subsistencia. El Acuerdo de París, aprobado en 2015, aspira a reforzar la respuesta mundial a la amenaza del cambio climático manteniendo el aumento global de la temperatura durante este siglo muy por debajo de 2 grados Celsius con respecto a los niveles preindustriales. El acuerdo también aspira a reforzar la capacidad de los países para lidiar con los efectos del cambio climático mediante flujos financieros apropiados, un nuevo marco tecnológico y un marco de desarrollo de la capacidad mejorado. Fuente: <a href="https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/climate-change-2/">https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/climate-change-2/</a>	201 302 305



Retos del programa	Nº ODS	Nombre ODS	Enunciado ODS	GRI asociado
Pescado sostenible	14	Vida submarina	El océano impulsa los sistemas mundiales que hacen de la Tierra un lugar habitable para el ser humano. Nuestra lluvia, el agua potable, el tiempo, el clima, los litorales, gran parte de nuestra comida e incluso el oxígeno del aire que respiramos los proporciona y regula el mar. Una gestión cuidadosa de este recurso mundial esencial es una característica clave de un futuro sostenible. No obstante, en la actualidad, existe un deterioro continuo de las aguas costeras debido a la contaminación y a la acidificación de los océanos que está teniendo un efecto adverso sobre el funcionamiento de los ecosistemas y la biodiversidad. Asimismo, también está teniendo un impacto perjudicial sobre las pesquerías de pequeña escala. Proteger nuestros océanos debe seguir siendo una prioridad. La biodiversidad marina es vital para la salud de las personas y de nuestro planeta. Las áreas marinas protegidas se deben gestionar de manera efectiva, al igual que sus recursos, y se deben poner en marcha reglamentos que reduzcan la sobrepesca, la contaminación marina y la acidificación de los océanos. Fuente: <a href="https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/oceans/">https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/oceans/</a>	304 305
Agua para las plantas	6	Agua limpia y saneamiento	Si bien se ha conseguido progresar de manera sustancial a la hora de ampliar el acceso a agua potable y saneamiento, existen miles de millones de personas (principalmente en áreas rurales) que aún carecen de estos servicios básicos. En todo el mundo, una de cada tres personas no tiene acceso a agua potable salubre, dos de cada cinco personas no disponen de una instalación básica destinada a lavarse las manos con agua y jabón, y más de 673 millones de personas aún defecan al aire libre. Fuente: <a href="https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/water-and-sanitation/">https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/water-and-sanitation/</a>	303 304 306
Conexión con la naturaleza	13	Acción por el clima	Es necesario tomar medidas urgentes para abordar tanto la pandemia como la emergencia climática con el fin de salvar vidas y medios de subsistencia. El Acuerdo de París, aprobado en 2015, aspira a reforzar la respuesta mundial a la amenaza del cambio climático manteniendo el aumento global de la temperatura durante este siglo muy por debajo de 2 grados Celsius con respecto a los niveles preindustriales. El acuerdo también aspira a reforzar la capacidad de los países para lidiar con los efectos del cambio climático mediante flujos financieros apropiados, un nuevo marco tecnológico y un marco de desarrollo de la capacidad mejorado. Fuente: <a href="https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/climate-change-2/">https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/climate-change-2/</a>	201 302 305
Botellas y termos	11	Ciudades y comunidades sostenibles	Las ciudades y las áreas metropolitanas son centros neurálgicos del crecimiento económico, ya que contribuyen al 60 % aproximadamente del PIB mundial. Sin embargo, también representan alrededor del 70 % de las emisiones de carbono mundiales y más del 60 % del uso de recursos. La rápida urbanización está dando como resultado un número creciente de habitantes en barrios pobres, infraestructuras y servicios inadecuados y sobrecargados (como la recogida de residuos y los sistemas de agua y saneamiento, carreteras y transporte), lo cual está empeorando la contaminación del aire y el crecimiento urbano incontrolado. Fuente: <a href="https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/cities/">https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/cities/</a>	203 306



Retos del programa	Nº ODS	Nombre ODS	Enunciado ODS	GRI asociado
¿Qué hacen mis compañeros?	8	Trabajo decente y crecimiento económico	Un crecimiento económico inclusivo y sostenido puede impulsar el progreso, crear empleos decentes para todos y mejorar los estándares de vida. La COVID-19 ha alterado miles de millones de vidas y ha puesto en peligro la economía mundial. El Fondo Monetario Internacional (FMI) prevé una recesión mundial tan mala o peor que la de 2009. A medida que se intensifica la pérdida de empleo, la Organización Internacional del Trabajo estima que cerca de la mitad de todos los trabajadores a nivel mundial se encuentra en riesgo de perder sus medios de subsistencia. Fuente: <a href="https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/economic-growth/">https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/economic-growth/</a>	201 203 404 204 301 302 306 102 202 401 405 408 409 402 403 406 407 414
Nunca dejes de aprender	4	Educación de calidad	La educación permite la movilidad socioeconómica ascendente y es clave para salir de la pobreza. Durante la última década, se consiguieron grandes avances a la hora de ampliar el acceso a la educación y las tasas de matriculación en las escuelas en todos los niveles, especialmente para las niñas. No obstante, alrededor de 260 millones de niños aún estaban fuera de la escuela en 2018; cerca de una quinta parte de la población mundial de ese grupo de edad. Además, más de la mitad de todos los niños y adolescentes de todo el mundo no están alcanzando los estándares mínimos de competencia en lectura y matemáticas. Fuente: <a href="https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/education/">https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/education/</a>	404
Recicla sin límites	13	Acción por el clima	Es necesario tomar medidas urgentes para abordar tanto la pandemia como la emergencia climática con el fin de salvar vidas y medios de subsistencia. El Acuerdo de París, aprobado en 2015, aspira a reforzar la respuesta mundial a la amenaza del cambio climático manteniendo el aumento global de la temperatura durante este siglo muy por debajo de 2 grados Celsius con respecto a los niveles preindustriales. El acuerdo también aspira a reforzar la capacidad de los países para lidiar con los efectos del cambio climático mediante flujos financieros apropiados, un nuevo marco tecnológico y un marco de desarrollo de la capacidad mejorado. Fuente: <a href="https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/climate-change-2/">https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/climate-change-2/</a>	201 302 305
Dona un libro a tu escuela	4	Educación de calidad	La educación permite la movilidad socioeconómica ascendente y es clave para salir de la pobreza. Durante la última década, se consiguieron grandes avances a la hora de ampliar el acceso a la educación y las tasas de matriculación en las escuelas en todos los niveles, especialmente para las niñas. No obstante, alrededor de 260 millones de niños aún estaban fuera de la escuela en 2018; cerca de una quinta parte de la población mundial de ese grupo de edad. Además, más de la mitad de todos los niños y adolescentes de todo el mundo no están alcanzando los estándares mínimos de competencia en lectura y matemáticas. Fuente: <a href="https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/education/">https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/education/</a>	404



Retos del programa	Nº ODS	Nombre ODS	Enunciado ODS	GRI asociado
¿Dónde estoy?	11	Ciudades y comunidades sostenibles	Las ciudades y las áreas metropolitanas son centros neurálgicos del crecimiento económico, ya que contribuyen al 60 % aproximadamente del PIB mundial. Sin embargo, también representan alrededor del 70 % de las emisiones de carbono mundiales y más del 60 % del uso de recursos. La rápida urbanización está dando como resultado un número creciente de habitantes en barrios pobres, infraestructuras y servicios inadecuados y sobrecargados (como la recogida de residuos y los sistemas de agua y saneamiento, carreteras y transporte), lo cual está empeorando la contaminación del aire y el crecimiento urbano incontrolado. Fuente: <a href="https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/cities/">https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/cities/</a>	203 306
Iluminación LED	12	Producción y consumo responsables	El consumo y la producción sostenibles consisten en hacer más y mejor con menos. También se trata de desvincular el crecimiento económico de la degradación medioambiental, aumentar la eficiencia de recursos y promover estilos de vida sostenibles. El consumo y la producción sostenibles también pueden contribuir de manera sustancial a la mitigación de la pobreza y a la transición hacia economías verdes y con bajas emisiones de carbono. Fuente: <a href="https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sustainable-consumption-production/">https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sustainable-consumption-production/</a>	301 302 303 305 306 417
La fruta y verdura de temporada	13	Acción por el clima	Es necesario tomar medidas urgentes para abordar tanto la pandemia como la emergencia climática con el fin de salvar vidas y medios de subsistencia. El Acuerdo de París, aprobado en 2015, aspira a reforzar la respuesta mundial a la amenaza del cambio climático manteniendo el aumento global de la temperatura durante este siglo muy por debajo de 2 grados Celsius con respecto a los niveles preindustriales. El acuerdo también aspira a reforzar la capacidad de los países para lidiar con los efectos del cambio climático mediante flujos financieros apropiados, un nuevo marco tecnológico y un marco de desarrollo de la capacidad mejorado. Fuente: <a href="https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/climate-change-2/">https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/climate-change-2/</a>	201 302 305
Signatur	13	Acción por el clima	Es necesario tomar medidas urgentes para abordar tanto la pandemia como la emergencia climática con el fin de salvar vidas y medios de subsistencia. El Acuerdo de París, aprobado en 2015, aspira a reforzar la respuesta mundial a la amenaza del cambio climático manteniendo el aumento global de la temperatura durante este siglo muy por debajo de 2 grados Celsius con respecto a los niveles preindustriales. El acuerdo también aspira a reforzar la capacidad de los países para lidiar con los efectos del cambio climático mediante flujos financieros apropiados, un nuevo marco tecnológico y un marco de desarrollo de la capacidad mejorado. Fuente: <a href="https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/climate-change-2/">https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/climate-change-2/</a>	201 302 305



Retos del programa	Nº ODS	Nombre ODS	Enunciado ODS	GRI asociado
Conexión con la sociedad	17	Alianzas para lograr los objetivos	Los ODS solo se pueden conseguir con asociaciones mundiales sólidas y cooperación. Para que un programa de desarrollo se cumpla satisfactoriamente, es necesario establecer asociaciones inclusivas (a nivel mundial, regional, nacional y local) sobre principios y valores, así como sobre una visión y unos objetivos compartidos que se centren primero en las personas y el planeta. Ahora más que nunca es necesaria una sólida cooperación internacional con el fin de garantizar que los países que poseen los medios para recuperarse de la pandemia reconstruyan mejor y consigan los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Fuente: <a href="https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/globalpartnerships/">https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/globalpartnerships/</a>	207
Fíjate en los detalles	11	Ciudades y comunidades sostenibles	Las ciudades y las áreas metropolitanas son centros neurálgicos del crecimiento económico, ya que contribuyen al 60 % aproximadamente del PIB mundial. Sin embargo, también representan alrededor del 70 % de las emisiones de carbono mundiales y más del 60 % del uso de recursos. La rápida urbanización está dando como resultado un número creciente de habitantes en barrios pobres, infraestructuras y servicios inadecuados y sobrecargados (como la recogida de residuos y los sistemas de agua y saneamiento, carreteras y transporte), lo cual está empeorando la contaminación del aire y el crecimiento urbano incontrolado. Fuente: <a href="https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/cities/">https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/cities/</a>	203 306
Regala una planta	13	Acción por el clima	Es necesario tomar medidas urgentes para abordar tanto la pandemia como la emergencia climática con el fin de salvar vidas y medios de subsistencia. El Acuerdo de París, aprobado en 2015, aspira a reforzar la respuesta mundial a la amenaza del cambio climático manteniendo el aumento global de la temperatura durante este siglo muy por debajo de 2 grados Celsius con respecto a los niveles preindustriales. El acuerdo también aspira a reforzar la capacidad de los países para lidiar con los efectos del cambio climático mediante flujos financieros apropiados, un nuevo marco tecnológico y un marco de desarrollo de la capacidad mejorado. Fuente: <a href="https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/climate-change-2/">https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/climate-change-2/</a>	201 302 305
Envasado sostenible	12	Producción y consumo responsables	El consumo y la producción sostenibles consisten en hacer más y mejor con menos. También se trata de desvincular el crecimiento económico de la degradación medioambiental, aumentar la eficiencia de recursos y promover estilos de vida sostenibles. El consumo y la producción sostenibles también pueden contribuir de manera sustancial a la mitigación de la pobreza y a la transición hacia economías verdes y con bajas emisiones de carbono. Fuente: <a href="https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sustainable-consumption-production/">https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sustainable-consumption-production/</a>	301 302 303 305 306 417



Retos del programa	Nº ODS	Nombre ODS	Enunciado ODS	GRI asociado
Hoy por ti, mañana por mí	4	Educación de calidad	La educación permite la movilidad socioeconómica ascendente y es clave para salir de la pobreza. Durante la última década, se consiguieron grandes avances a la hora de ampliar el acceso a la educación y las tasas de matriculación en las escuelas en todos los niveles, especialmente para las niñas. No obstante, alrededor de 260 millones de niños aún estaban fuera de la escuela en 2018; cerca de una quinta parte de la población mundial de ese grupo de edad. Además, más de la mitad de todos los niños y adolescentes de todo el mundo no están alcanzando los estándares mínimos de competencia en lectura y matemáticas. Fuente: <a href="https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/education/">https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/education/</a>	404
Carsharing	13	Acción por el clima	Es necesario tomar medidas urgentes para abordar tanto la pandemia como la emergencia climática con el fin de salvar vidas y medios de subsistencia. El Acuerdo de París, aprobado en 2015, aspira a reforzar la respuesta mundial a la amenaza del cambio climático manteniendo el aumento global de la temperatura durante este siglo muy por debajo de 2 grados Celsius con respecto a los niveles preindustriales. El acuerdo también aspira a reforzar la capacidad de los países para lidiar con los efectos del cambio climático mediante flujos financieros apropiados, un nuevo marco tecnológico y un marco de desarrollo de la capacidad mejorado. Fuente: <a href="https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/climate-change-2/">https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/climate-change-2/</a>	201 302 305
Apaga antes de salir	13	Acción por el clima	Es necesario tomar medidas urgentes para abordar tanto la pandemia como la emergencia climática con el fin de salvar vidas y medios de subsistencia. El Acuerdo de París, aprobado en 2015, aspira a reforzar la respuesta mundial a la amenaza del cambio climático manteniendo el aumento global de la temperatura durante este siglo muy por debajo de 2 grados Celsius con respecto a los niveles preindustriales. El acuerdo también aspira a reforzar la capacidad de los países para lidiar con los efectos del cambio climático mediante flujos financieros apropiados, un nuevo marco tecnológico y un marco de desarrollo de la capacidad mejorado. Fuente: <a href="https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/climate-change-2/">https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/climate-change-2/</a>	201 302 305

## Cambio climático.

Las emisiones de DAG vienen referidas, por las emisiones de alcance 1 y 2 generadas en su mayoría por las flotas y por el consumo eléctrico de las instalaciones del grupo. Debido a este tipo de emisiones el grupo no dispone de ninguna provisión para riesgos ambientales. Pero sí trabaja en reducir estas emisiones siempre con el objetivo de ser una empresa neutra en Carbono.

Las medidas llevadas a cabo en las instalaciones de DAG para optimizar el consumo energético y conseguir logros de eficiencia energética son varias.

La mejora de carácter tecnológico en iluminación e informática, adecuando el consumo a la operativa de cada empleado y necesidades de cada cliente.

Dentro de las actuaciones relacionadas en 2018, destacamos la renovación de la sede principal de DAG, utilizando un sistema de iluminación y un sistema de climatización más eficientes.

En el mismo sentido, se ha realizado una actualización del concesionario situado en la carretera la Cuesta, con un aprovechamiento en las instalaciones de la iluminación natural y modificando el sistema de iluminación.

Es en Junio de 2020 cuando Domingo Alonso Group inaugura su nuevo concesionario en la capital grancanaria con más de 4.000 metros cuadrados de exposición y servicio oficial. Un monumental proyecto con el edificio más innovador, moderno y tecnológico del sector para ofrecer a sus clientes una experiencia 360°, pionera en las islas. Las nuevas instalaciones acogen a las marcas Hyundai, Honda con sus dos divisiones, Automóviles y Motocicletas, y Carplus, nueva firma de vehículos de ocasión del grupo.

Debido a la actividad del grupo, no realizamos valoraciones de la contaminación lumínica y por ruidos, ya que no es un aspecto relevante.

El compromiso por el medio ambiente viene a través de una gestión eficiente de la energía eléctrica y una gestión sostenible del agua.



### Consumo Eléctrico

En el ejercicio 2021 se han seguido aplicando las medidas llevadas a cabo en 2020.

Haciendo referencias al cálculo de las emisiones del consumo eléctrico, observamos que el consumo de 2021 es prácticamente igual al de 2020. Destacar que en 2021 nuestras instalaciones han estado abiertas y funcionando todo el año, más el crecimiento de la venta de vehículos eléctricos con su respectivo consumo de energía a la hora de su carga, esto se debe a varios factores:

DAG	2021	2020 (Covid)
Consumo eléctrico Energía Verde (kWh)	2.397.223	2.372.606
Autoconsumo (kWh)	232.198	15.295
Energía NO Verde (kWh)	125.583	186.272

1. Durante el 2021 las instalaciones de DAG han estado abiertas al 100%, y gracias a las medidas tomadas hemos podido no aumentar nuestro consumo de energía que proviene de la red incluso teniendo más actividad, esto es gracias a los proyectos fotovoltaicos en los que trabaja el grupo, Viendo el cuadro, el consumo energético total en 2021 ha sido mayor que en 2020. La demanda de la red es prácticamente igual, pero sí ha aumentado el autoconsumo de energía, en un 90% con respecto a 2020 y el consumo de energía no verde es menor, siendo nuestro objetivo que este consumo sea 0 en la medida de lo posible y continuar aumentando el autoconsumo.



2. Los concesionarios de DAG han aumentado el número de cargadores para sus vehículos eléctricos, y gracias a las plantas fotovoltaicas, nuestros vehículos en algunos concesionarios se cargan a través de autoconsumo.

Red de Centros y cargadores DAG



Distribución de cargadores por isla.

Gran Canaria

ISLA	CENTRO	ESTADO ACTUAL				
		P. instalada (kW)	Exposición	Parking	Taller	Zona de entrega
GC	DA	50		4 (7 kW)		
	DAL Arinaga	100		2 (25 kW)		
	DAL La Pardilla	15,1				
	DAL Autoterminal	651				2 (11 kW)
	DAGC Miller	240	1 (11 kW)	2 (11 kW)	5 (11 kW)	1 (3,7 kW)
	DEL Taller / Chevion	85	2 (22 kW)	1 (50 kW)	1 (20 kW)	1 (22 kW)
	DEL Ventas	10,5	1 (11 kW)		2 (22 kW)	
	DA Telde	15	1 (Dummy)			
	DA Maspalomas	27	1 (Dummy)			
	DA Maspalomas	58		1 (22 kW)		1 (11 kW)
	iGC (Maspalomas)	29		1 (22 kW)		
	DA Vecindario	155	1 (Dummy)	1 (3,7 kW)		1 (20 kW)
	iGC (Suco)	7		2 (22 kW)	2 (22 kW)	
	iGC (Vecindario)	65	2 (22 kW)			1 (3,7 kW)
	Genial Auto				1 (22 kW)	
	Autos Yáñez					

## Lanzarote y Fuerteventura

ISLA	CENTRO	ESTADO ACTUAL				
		P. instalada (kW)	Exposición	Parking	Taller	Zona de entrega
LNZ	Lanzawagen	60	1 (11 kW)	1 (22 kW)	1 (3,6 kW)	
	Lanzawagen Audi	27				
	iLanza	60	1 (7 kW)			
	Volaudi	50		1 (3,6 kW)	1 (11kW)	
FUE	Fuertwagen	13	1 dummy		-	1 (11 kW)
	Fuertwagen Audi	20		1 (22 kW) +	1 (11 kW)	
	iFuert	13		1 (22 kW)	1 (7 kW)	

## Tenerife y La Palma

ISLA	CENTRO	ESTADO ACTUAL				
		P. instalada (kW)	Exposición	Parking	Taller	Zona de entrega
TNF	DAT	110	2 (Dummy)	2 (11 kW) 1 (50 kW) 1 (22 kW)	1 (50 kW)	2 (11 kW)
	DA Icod			1 (11 kW)		1 (11 kW)
	iTFE (Icod)					
	Hatusa	60		1 (22 kW)	1 (11 kW)	1 (11 kW)
	DA Trompo	30	1 (11 kW)			
	iTFE (El Trompo)	15				
	iTFE (La Cuesta)	68	1 (Dummy)	1 (11 kW)	1 (7 kW)	
	iTFE (Las Chafiras)	162		1 (22 kW)	1 (22 kW)	
	DWA Guamasá	7		1 (22 kW)	1 (7 kW)	
	Ángel Bello	55	1 (Dummy)		1 (7 kW)	
	Cano Cano		1 (Dummy)	1 (11 kW)		
LP	DALP	15	1 (11 kW)	1 (22 kW)	1 (11 kW)	
	DALP Skoda	17	1 dummy	1 (11 kW)		
	iLa Palma	14		1 (22 kW)	1 (7 kW)	

3. El grupo sigue trabajando en las instalaciones, estudiando las potencias contratadas y demandas haciendo los ajustes necesarios para no tener consumos en exceso. Además de las auditorías energéticas realizadas en las instalaciones durante 2020. Esto nos ha aportado:
  - a. Conocer la Situación Energética de las instalaciones, para determinar con la mayor exactitud los consumos reales.
  - b. Obtener el balance energético global de los equipos e instalaciones en consumos de energía para su cuantificación.
  - c. Identificar las áreas de oportunidad que ofrecen potencial de ahorro de energía.
  - d. Determinar y evaluar económicamente los volúmenes de ahorro alcanzables y medidas técnicamente aplicables para lograrlo.
  - e. Analizar las relaciones entre los costos y los beneficios de las diferentes oportunidades dentro del contexto financiero y gerencial, para poder priorizar su implementación.
  - f. Usar la energía de forma racional, lo cual conducirá a ahorros de energía sin apenas inversión.



Desde 2020 nuestras instalaciones cuentan con contratos de energía verde, esto significa que las emisiones de 2021 serán equivalente a 0 Tn en el 95% de las instalaciones de DAG.

Al tener instalaciones alquiladas no podemos tener el control de la energía contratada en estas ubicaciones, internamente vamos a intentar cambiar estos contratos a energía verde. Por lo tanto el grupo tendrá emisiones alcance 2 en 2021 debido a la electricidad por el valor de 125.176KWh, que es el 5% de nuestra energía consumida. Observamos como la energía no verde consumida hemos conseguido reducirla un 3% con respecto al año anterior.

DAG	2021	2020 (Covid)
Consumo eléctrico Energía Verde (kWh)	2.397.223	2.372.606
Autoconsumo (kWh)	232.198	15.295
Energía NO Verde (kWh)	125.583	186.272
Energía total consumida en (kWh)	2.755.004	2.574.173

Gracias a las medidas obtenidas durante 2021, así el grupo consumiendo más energía somos más verdes, ya que esa energía de más proviene del propio autoconsumo de nuestras instalaciones, además hemos podido trabajar en seguir sumando el consumo verde a través de nuestra comercializadora en aquellas instalaciones del grupo donde no teníamos contratos verdes. Seguimos trabajando en términos de llegar a cero emisiones en el consumo de energía.

Somos conscientes del consumo de nuestras flotas y lo que ocasiona al medio ambiente, por lo que con la llegada del vehículo eléctrico podremos tener un menor efecto, además de trabajar en proyectos más responsables con el medio ambiente como es el caso de nuestra autoterminal, proyecto con el cual podremos ahorrar alrededor de 2.500 Tn de CO2 a la atmósfera. También trabajamos con la optimización de todas nuestras rutas de reparto, lo cual hace que seamos más eficientes.

### Placas Fotovoltaicas

#### 1. Vertido a RED

DAG pone en valor la integración de energías renovables a través de módulos fotovoltaicos en el Centro Logístico de Arinaga con el objetivo de minimizar las emisiones de Alcance 2. Esta instalación fotovoltaica de 100KW ha generado la siguiente potencia en los últimos dos años, el 100% de esta energía se vierte a red al no poder consumirla en el grupo:

PRODUCCIÓN FOTVOLTAICA DAG 2020	150.889 kWh
PRODUCCIÓN FOTVOLTAICA DAG 2021	167.619 kWh



## 2. Autoconsumo

Finalmente durante 2021 se pusieron en marcha tres proyectos de autoconsumo fotovoltaico, dos de 100 kW de potencia respectivamente y se hizo una ampliación en la instalación de Domingo Alonso Tenerife de 70kW.

En 2021, gracias a los proyectos de autoconsumo, nuestras plantas han generado 227.833 kWh, con el objetivo de minimizar las emisiones de Alcance 2, es decir un 90% más con respecto a 2020.

Los resultados de autoconsumo obtenidos de estas plantas son los siguientes, en la misma podemos observar el autoconsumo, emisiones ahorradas y su equivalente en árboles durante 2020 vs 2021.

FOTOVOLTAICA AUTOCONSUMO (KWH)		AHORRO EMISIONES (TN CO2)		EQUIVALENTE ÁRBOLES	
2020	2021	2020	2021	2020	2021
15.295	232.198	12	180	3750	56900

\*Nota:

2020: 130kW de potencia      2021: 500kW de potencia

Durante 2022 al estar las 5 plantas funcionando al 100% se estima que con una potencia instalada total de 500 kW, que permitirá al grupo un ahorro energético anual de 750.000 kWh/año potencia, además estamos trabajando para poder compensar la energía que no somos capaces de consumir en tiempo real. Estos proyectos permitirán un autobastecimiento de hasta el 60% en algunos centros y un ahorro anual de 582 toneladas de CO2 anual, lo que equivale a casi 184.00 árboles que hubiésemos tenido que plantar, en nuestro camino de ser una empresa neutra en carbono.

POTENCIA (KW)	Ahorro Energético Anual (KWh)	Ahorro emisiones (Tn CO2)	Equivalente árboles
2022	2022	2022	2022
500	750.000	582	184.000



Durante 2021 se han estudiado dos proyectos nuevos de autoconsumo en Lanzarote y Fuerteventura que sumaran 150kw de potencia en régimen de autoconsumo.

También se ha estudiado durante este año la acumulación de energía, donde se tiene pensado que durante 2022 se pongan baterías en las instalaciones del grupo de forma que podamos aprovechar la energía sobrante en horas donde no hay sol.

Durante los siguientes años se plantean más proyectos de fotovoltaica en el grupo, con una instalación total superior a 2,7MW, que, junto a los proyectos previos, permitirán cubrir la demanda del 100% del consumo total del grupo durante ese periodo y un ahorro de 3.150Tn de CO2 anuales, lo que equivale a casi 990.000 árboles.

### Economía circular y prevención y gestión de residuos

La gestión adecuada de los residuos es una parte fundamental en el desarrollo de una economía sostenible, en la que lo importante no es sólo la reducción de los residuos generados sino su transformación en materia prima para generar nuevos recursos.

Es por ello que DAG tiene acuerdos con diversos gestores de recogida de residuos en todas sus sedes para su posterior reciclaje y/o valorización, cuyas cantidades de residuos recogidas se detallan a continuación:

RESIDUOS NO PELIGROSOS (KG)	2021	2020	2019
Metales féreos	48.585	26.535	33.201
Madera	38.615	11.660	38.818
Papel y cartón	27.643	11.598	1.191
Otros: Plásticos, vidrio, metales no féreos, etc.	42.505	23.427	18.918
<b>TOTAL</b>	<b>157.348</b>	<b>73.220</b>	<b>92.128</b>

RESIDUOS PELIGROSOS (KG)	2021	2020	2019
Residuos de aceites de motor, de transmisión mecánica y lubricantes	81.684	84.313	105.219
Baterías de plomo	16.575	24.081	14.510
Filtros de aceite	13.745	10.073	11.547
Otros: Envases contaminados, mezclas de combustible, etc.	40.272	17.341	29.685
<b>TOTAL</b>	<b>152.276</b>	<b>135.808</b>	<b>160.961</b>

Con el fin de realizar una comparativa entre años equivalentes hemos incluido en el análisis los datos de 2019, dado que en el año 2020 las instalaciones estuvieron cerradas durante varios meses.

La variación significativa de los datos reportados de la retirada de residuos de madera, papel y cartón es debido a que la empresa encargada hacía una planificación de rutas en multipuntos, este tipo de servicio presenta dificultad a la hora de recabar la información con exactitud, por lo que los datos reportados para el año 2019 son estimados. En el año 2020 se ha mejorado el detalle de la información debido a que el servicio se ha realizado asociando a cada empresa un código que permite mejorar la trazabilidad. El aumento del mismo durante el 2021, es debido a que estamos haciendo el estudio de año completo por lo que comparar con 2020 no nos da una referencia real, el 2022 seremos capaces de comparar con año completo.



En el caso de los residuos peligrosos observamos claramente como los residuos de aceites de motor, de transmisión mecánica y lubricantes se reducen en un 22% con respecto a 2019 y como las baterías de plomo aumentan un 10%, datos que reflejan la clara influencia del vehículos eléctricos en el grupo, donde además la venta de filtros de aceite tiene también una reducción del 15%.

Durante 2021, hemos conseguido una reducción del 6% de los residuos peligrosos.

Seguimos trabajando internamente para mejorar la gestión de los residuos en el grupo, además de tener un mayor control de los mismos, siendo cada vez más sostenible y eficientes.

Por otro lado, estamos trabajando para prevenir residuos. Para producir menos basura de plástico, estamos fomentando formatos grandes en los líquidos que usamos. Por ejemplo el AdBlue, hemos cambiado el consumo de DAG de garrafas de 10 litros con manguera incluida en cada garrafa, al bidón de 200 litros. Con un bidón ahorramos 20 garrafas pequeñas de 10 litros que pesan unos 500gr de plástico cada una, 10kg por bidón que consumimos en vez de garrafas. Una vez que se consume el producto, estos bidones se reutilizan para diferentes usos, en fincas por ejemplo.

Evolución de litros consumidos en bidón sobre el total de litros consumidos:

REFERENCIA	FORMATO ml	LITROS 2015	LITROS 2016	LITROS 2017	LITROS 2018	LITROS 2019	LITROS 2020	LITROS 2021
G 052910A2	1890	196,56	223,02	39,69	181,44	206,01	5,67	1,89
G 052910M3	5000	130	500	1155	655	815	160	45
G 052910M4, -A4	10000	4.550	17.750	26.130	26.420	30.630	16.070	14.190
G 052910M9, -D9 (bidón)	200000	400	2.600	4.400	6.200	6.200	5.400	6.200
Consumo Total litros		5.277	21.073	31.725	33.456	37.851	21.636	20.437
% de litros consumidos en bidón		<b>8%</b>	<b>12%</b>	<b>14%</b>	<b>19%</b>	<b>16%</b>	<b>25%</b>	<b>30%</b>

Hemos cambiado a envases más grandes también para el líquido limpiaparabrisas y líquido refrigerante. Cambiamos también los cubreasientos que vendemos como protección contra suciedad, de los interiores de los vehículos dentro del taller, por cubreasientos de 50% de material reciclado, empezamos a venderlo en diciembre.

#### Uso sostenible de los recursos

Debido a la actividad de la organización, no hacemos consumo directo de materias primas.

#### Consumo de agua

El consumo de agua es totalmente de la red y el agua residual, va al sistema de alcantarillado.

DAG	2021	2020	2019
Consumo agua en (m3)	18.879	15.120	20.433



DAG tiene también como objetivo reducir su consumo de agua en los próximos años, para ello se empiezan a estudiar durante 2021 diferentes acciones en cada una de nuestras instalaciones, como:

- Implantación de sistemas de control automáticos de consumo de agua de manera que se pueda realizar un seguimiento de las variaciones diarias/mensuales en el consumo, siendo así capaz el grupo de percibir posibles ineficiencias.
- Poner perlizadores en los grifos de nuestras instalaciones, de forma que podamos reducir el caudal entre un 40% y 60% del agua del grifo.
- Crear concienciación interna, contándoles a nuestros empleados cómo afecta nuestro consumo a la empresa y cómo podemos tomar papel a modo personal. Haciendo a toda la empresa líderes hacia un camino más ecológico y sostenible.

Siguiendo estas medidas hemos conseguido reducir el consumo de agua con respecto a 2019 en un 12% pero el dato real lo veremos en 2022 ya que durante este año ya no tendremos restricciones de aforo en las oficinas del grupo.

### Papel ahorrado

En 2020 DAG empezó a utilizar tres software nuevos “Portal de Matriculación” “Esker” y “Signaturit”, con el objetivo de convertirnos en una empresa “paperless”. Desde entonces estamos trabajando en que todas las acciones del grupo tanto internas como externas a nosotros se puedan realizar, modificar y conservar en formato digital

#### Interno:

El portal de matriculación se utiliza para digitalizar la gestión de la matriculación y el traspaso de los vehículos. Toda la documentación se genera en formato digital y se firma a través de la plataforma Signaturit. Gracias al portal de matriculaciones en los concesionarios y la implantación de Signaturit, el grupo ha conseguido ahorrar un 70% de papel.

SIGNATURIT & PORTAL DE MATRICULACIONES	2020	2021
Documentos firmados al año	40.255	45.953
Folios al año	241.530	275.718
Folios al año añadidos solo de idocCar sumados a las firmas digitales	113.216	367.004
Folios al año de Esker	98.861	359.592
<b>Total</b>	<b>453.607</b>	<b>1.002.314</b>

SOSTENIBILIDAD CONSUMO PAPEL	2020	2021
Papel salvado (folios)	453.607	1.002.314
Papel salvado (toneladas)	2	5
Árboles salvados (árboles)	54	120
Ahorro de agua (litros)	1.360.875	3.007.062
Ahorro de energía (KW de electricidad)	6.596	14.574



### Externo:

El proyecto del portal de proveedores surge de la necesidad de establecer un punto de contacto online con los proveedores donde se intercambian las facturas, la información de los pagos y se automatizan tareas manuales. Hemos conseguido reducir prácticamente en su totalidad las facturas recibidas en papel aportando valor también al proveedor. En el 2021 hemos conseguido a través de nuestros proveedores un ahorro de papel del 80%.

PORTAL DE PROVEEDORES	2020	2021
Nº facturas registradas	59.224	89.898
Nº de papel ahorrados	98.861	539.388

SOSTENIBILIDAD PORTAL DE PROVEEDORES	2020	2021
Papel salvado (folios)	98.861	539.388
Papel salvado (toneladas)	0,4943	2,6970
Árboles salvados (árboles)	11,8638	64,7291
Ahorro de agua (litros)	296.595	1.618.229
Ahorro de energía (KW de electricidad)	1.437	7.843

Seguimos trabajando en el grupo para conseguir nuestro objetivo de ser una empresa paperless. Por otro lado, hemos cambiado el papel existente por papel reciclado en agosto del 2021. Entre agosto y diciembre, hemos podido sustituir 852 paquetes de folio por la versión reciclada.

## Contaminación

### Emisiones Alcance 1 y 2

El factor de mayor incidencia en el cálculo de la huella de carbono del grupo son las emisiones directas de Alcance 1 asociadas al consumo de nuestras flotas y las emisiones indirectas del Alcance 2 asociadas al consumo eléctrico. Por ello, trabajamos en un control del uso de nuestras flotas (ejemplo de ello nuestro proyecto en marcha de la autoterminal, trabajamos en la optimización de las rutas de nuestros comerciales) y del consumo eléctrico para reducir los consumos energéticos.

	2021	2020
Emisiones Alcance 1	1.080 Tn CO2	0,826 Tn CO2
Emisiones Alcance 2	54Tn CO2	80 Tn CO2

El factor de emisión utilizado en el Alcance 2 ha sido obtenido por elaboración propia de nuestro proveedor de servicios ambientales (Canaragua) a partir del informe de REE sobre el sistema eléctrico español de 2018. Los factores de emisión de Gasolina, Diésel y Gas utilizados en el cálculo de Alcance 1 se han obtenido del documento "Guía Práctica para el cálculo de emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI), versión 2019, de la Oficina Catalana de Cambio Climático (OCCC).

El consumo de diésel, gas y gasolina del grupo fue el siguiente:

AÑO	COMBUSTIBLE DAG (LITROS)	EMISIONES (CO2)
2021	490.548	1.080 Tn
2020	368.001	0,826 Tn

AÑO	RETAIL	MOVILIDAD
2021	42%	51%
2020	41%	56%

Donde se aprecia claramente que el mayor porcentaje de dicho consumo lo tienen nuestras unidades de Movilidad y Retail.

### Movilidad eléctrica

Desde DAG se potenciará el uso de movilidad eléctrica, a través de la venta en todos sus canales de distintas alternativas eléctricas de bajo impacto medioambiental (EV, PHEV, FCEV o BEV). En 2021 las marcas de DAG vendieron 654 vehículos BEV, (Battery Electric Vehicle, Vehículo Eléctrico de Batería) alcanzando el 44% de ventas de vehículos eléctricos en el mercado de Canarias. Esta cifra supone un aumento del 100% frente al año anterior y un ahorro de más de 450.000 litros de combustible de origen fósil entre nuestros clientes. Durante 2022, con el crecimiento previsto de la electromovilidad en España, la apuesta se multiplica, con un incremento de las unidades vendidas a 900 unidades con una gama compuesta por más de 25 vehículos eléctricos puros y 20 híbridos enchufables, que permitirán un ahorro de más de 675.000 litros de combustible. En 2024 estimamos que esta cifra supere los 2.700 vehículos, con un ahorro anual de más de 2.000.000 litros de combustible.

Para poder potenciar esta transición de movilidad eléctrica, se facilitará a nuestros clientes la venta e instalación de puntos de carga domésticos, además del suministro de contratos de suministro energético con garantías de origen renovable (GdO). Para ello se estableció en 2019 un contrato de importación con la empresa Elli, que proporciona soluciones energéticas de origen renovable para clientes B2B/ B2C, además de un acuerdo que se firmó en 2020 con la empresa instaladora local, Fenie Energía y con el proveedor de puntos de carga Wallbox, a través de su sede EAVE en Canarias. Otros acuerdos



de colaboración se establecerán durante 2022 con empresas suministradoras de productos energéticos, como puntos de carga y gestión energética, a fin de mejorar la competitividad de los productos ofrecidos a nuestros clientes.

En paralelo, se gestionan proyectos de colaboración con instituciones privadas o públicas para fomentar el desarrollo e implementación de la movilidad eléctrica, tanto desde la generación de las fuentes de energía para la carga como para potenciar el uso de dichas alternativas de movilidad.

A fin de concienciar los beneficios de la movilidad eléctrica a la sociedad, desde 2019 se han potenciado diversas acciones, entre las que destacan las siguientes:

- Uso de vehículos BEV de sustitución en talleres, a fin de que nuestros clientes tengan la oportunidad de probar un vehículo eléctrico.
- Participación de los ElectroTours; eventos celebrados en varias islas donde se realizan competiciones de eficiencia entre varios BEV. Las marcas del grupo ponen a disposición de cualquier ciudadano vehículos eléctricos para participar en dichas pruebas de manera gratuita.

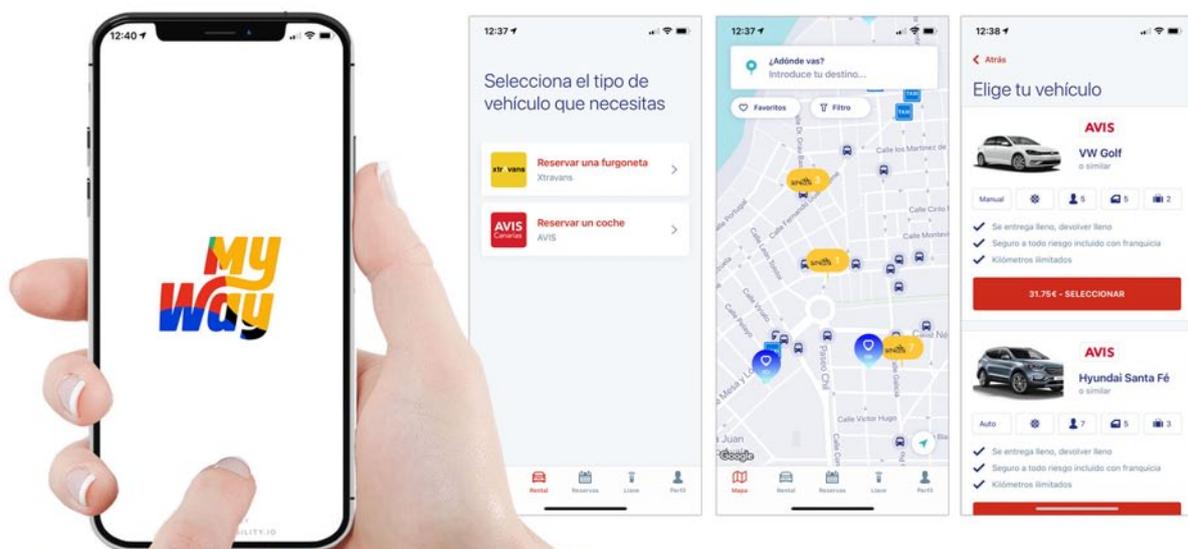




- Charlas y formación en colegios y centros de formación profesional y otros foros, sobre distintas temáticas de electromovilidad.
- Participación en eventos de electromovilidad: Cesión de vehículos y participación en jornadas de concienciación organizadas por instituciones privadas/públicas, salones de automoción de movilidad eléctrica u otros foros.
- Cesión de vehículos BEV de la empresa a empleados del grupo, sustituyendo la antigua flota de vehículos de combustión.
- Participación en programas de radio y televisión de diversos medios, con fines divulgativos, llevando las ventajas de la movilidad eléctrica al público general.
- Experiencias de divulgación con todos los empleados del grupo, cediendo temporalmente vehículos eléctricos a todos los trabajadores que quieran probar la experiencia en primera persona y realizando píldoras formativas.
- Instalación de una estructura de carga rápida en toda la red de concesionarios del grupo. Con más de 20 puntos de carga en toda la isla instalados en 2020, accesible para todos los clientes de cualquier marca del grupo.



- Desarrollamos MyWay, una app que tiene como objetivo convertirse en el Ecosistema Único de Movilidad de Canarias, que entre otras funciones, permite a los ciudadanos conocer la disponibilidad de los diferentes servicios de movilidad de las islas así como poder contratar desde la misma app el servicio que mejor se adapte a las necesidades del ciudadano. Entre estos servicios podemos encontrar, las motos compartidas lovesharing, bicicletas compartidas, servicio de carsharing station based en aeropuertos, alquilar un vehículo, pedir un taxi, o consultar las soluciones de carga cercanas o los horarios y paradas de las diferentes compañías de guagua. Otra de sus funcionalidades consiste en ofrecer una comparación en precio y tiempo de llegada de todas las opciones disponibles para un viaje concreto entre dos puntos.



## Lovesharing (Movilidad Eléctrica)

En 2019 llega a Canarias el primer motorsharing de la mano de Lovesharing, dando a las dos capitales de las islas canarias un paso hacia el futuro de la movilidad urbana sostenible con la acogida de este primer servicio compartido, ecológico y eficiente. Con una flota activa en 2021 de 350 motos 100% eléctricas. Durante 2022 se ampliará la flota hasta las 450 motos, ampliando sus zonas de servicio en Las Palmas de Gran Canaria, Santa Cruz de Tenerife y La Laguna, a fin de acercar sus servicios a un mayor número de usuarios.

La flota de vehículos de Lovesharing es 100% eléctrica, y la carga de sus baterías se gestiona a través de placas solares ubicadas en los centros logísticos de ambas islas. Con ello, se garantiza que la huella de carbono del servicio es cero.

El impacto medioambiental y el alcance de sus servicios, viene descrito en la siguiente tabla:

LOVESHARING	2020	2021
Usuarios	9.160	11.560
Vajes	114.731	172.684
Ahorro CO2	31,4 Ton	57,3 Ton

Acciones realizadas durante 2020.

- Sanitarios: Ofrecimos movilidad gratuita (bono de 100 minutos) a todos el personal sanitario, farmacias, cuerpos de seguridad y supermercados que necesitaban un medio de transporte durante el confinamiento.
- Bono solidario AECC: Con motivo del Día Internacional Contra el Cáncer de Mama, cada usuario donó 1€ y nosotros le regalamos 10 minutos de uso de las motos.



Durante 2021 se realizaron varias acciones a fin de mejorar el alcance social del proyecto. Entre otros:

- Participación en distintos webinars de empresas con impacto social y medioambiental en territorio regional.
- Participación en jornadas de movilidad eléctrica, como Movelec, el evento de movilidad eléctrica más importante de Canarias.
- Convenios de colaboración con empresas e instituciones de interés estratégico en Canarias, facilitando planes de movilidad para sus clientes y empleados, como Decathlon, Infecar o la ULPGC.
- Aumento del horario del servicio hasta la 1:00 e incorporación de barrios periféricos, como La Cuesta, Laguna, Somosierra, Tamaraceite, Escalerita y Schamann.



## PROTECCIÓN DE LA BIODIVERSIDAD

La protección a la biodiversidad es un aspecto prioritario en DAG. Por ello, ninguna de sus instalaciones se encuentra ubicadas en zonas de posibles afecciones a los hábitats o especies para minimizar este impacto.

Así mismo, DAG apuesta por la mejora de la biodiversidad, que persigue la compensación de posibles impactos.

DAG colabora con Foresta desde 1999, FORESTA en sus ya casi 23 años de vida tiene 570 mil árboles plantados en Canarias (99% en GC) sobre unas 640 hectáreas de terreno.

Destaca la colaboración con la Administración y organizaciones no gubernamentales para la conservación de bosques. En 2018, se encuentra el proyecto del Bosque Sergio Alonso, para recuperación de la zona de Osorio, en una parcela de 2 hectáreas con 2.000 árboles plantados.

La aportación de DAG en 2020 a FORESTA fue de 32.950 €.

De esta aportación una parte va destinada a la gestión de la Fundación (26%) y la otra directamente o indirectamente a árboles (74%), lo que representa 2.500 árboles.

La aportación de DAG en 2021 a FORESTA fue de 13.000€.

DAG en su colaboración con Foresta, durante 2021 ha calculado que este apoyo se traduce en unos 3.000 nuevos árboles para la isla. La participación también conlleva el riego con unos 90 m<sup>3</sup> de agua (90.000 litros) y la limpieza de estas 3/4 hectáreas de terreno restaurado.

DAG	2021	2020
Cuota de Patrono	12.000 €	12.000 €
Mantenimiento bosque Sergio Alonso	1.000 €	950 €
Campaña Reforestación VW		20.000 €
<b>Total Inversión</b>	<b>36.756 €</b>	<b>32.950 €</b>

DAG	2021	2020
Árboles plantados	3.000	2.500





**DAG** DOMINGO  
ALONSO  
GROUP



## INFORMACIÓN SOBRE CUESTIONES SOCIALES Y RELATIVAS AL PERSONAL

### Equipo humano

Detectar los cambios necesarios y vencer las resistencias dentro de la propia compañía son aspectos fundamentales del éxito en la evolución, donde las nuevas tecnologías y la gestión de personas son indispensables para la transformación y el progreso de las empresas. Es por ello que, la adaptación, adquisición y desarrollo de nuevas habilidades digitales del personal, han sido la clave para lograr el cambio Cultural y la Transformación Digital de DAG (DAG).

### Empleo

La apuesta por la estabilidad, la formación y la movilidad quedan reflejadas en los datos que se exponen a continuación.

### Detalle de la plantilla por países

A finales de 2021 y a cierre de ejercicio, la plantilla de DAG estaba integrada por 1.042 profesionales.

ESPAÑA	MUJERES			HOMBRES			TOTAL
	Menor 30 años	Entre 30-50 años	Mayor 50 años	Menor 30 años	Entre 30-50 años	Mayor 50 años	
DIRECTORES	0	6	0	0	6	6	19
GERENTES	0	18	4	0	43	25	90
COLABORADORES	81	240	25	93	417	64	920
Total	374			654			<b>1.028</b>

VENEZUELA	MUJERES			HOMBRES			TOTAL
	Menor 30 años	Entre 30-50 años	Mayor 50 años	Menor 30 años	Entre 30-50 años	Mayor 50 años	
DIRECTORES	0	0	1	0	0	0	1
GERENTES	0	2	0	0	1	0	3
COLABORADORES	1	0	0	1	5	0	7
Total	4			7			<b>11</b>

USA	MUJERES			HOMBRES			TOTAL
	Menor 30 años	Entre 30-50 años	Mayor 50 años	Menor 30 años	Entre 30-50 años	Mayor 50 años	
DIRECTORES	0	0	0	0	1	0	1
GERENTES	0	0	1	0	0	0	1
COLABORADORES	0	1	0	0	0	0	1
Total	2			1			<b>3</b>

El resultado de 2021 muestra un dato inferior al que obtuvimos en 2020 puesto que en este estudio 2021, no se incluyen en el perímetro del informe las sociedades de Colombia. Se ha decidido que permanezca dicha información con respecto a 2020 puesto que el año anterior si se consideró.

ESPAÑA	MUJERES			HOMBRES			TOTAL
	Menor 30 años	Entre 30-50 años	Mayor 50 años	Menor 30 años	Entre 30-50 años	Mayor 50 años	
DIRECTORES	0	6	0	0	8	5	19
GERENTES	0	18	2	0	49	12	81
COLABORADORES	97	231	12	117	378	49	884
Total	366			618			<b>984</b>



VENEZUELA	MUJERES			HOMBRES			TOTAL
	Menor 30 años	Entre 30-50 años	Mayor 50 años	Menor 30 años	Entre 30-50 años	Mayor 50 años	
DIRECTORES	0	0	1	0	0	0	1
GERENTES	0	2	0	0	1	0	3
COLABORADORES	1	0	0	0	5	0	6
Total	4			6			<b>10</b>

USA	MUJERES			HOMBRES			TOTAL
	Menor 30 años	Entre 30-50 años	Mayor 50 años	Menor 30 años	Entre 30-50 años	Mayor 50 años	
DIRECTORES	0	0	0	0	1	0	1
GERENTES	0	0	1	0	0	0	1
COLABORADORES	0	1	0	0	0	0	1
Total	2			1			<b>3</b>

COLOMBIA	MUJERES			HOMBRES			TOTAL
	Menor 30 años	Entre 30-50 años	Mayor 50 años	Menor 30 años	Entre 30-50 años	Mayor 50 años	
DIRECTORES	0	0	0	0	2	1	3
GERENTES	0	4	0	1	9	1	15
COLABORADORES	30	54	3	45	92	17	241
Total	91			168			<b>259</b>

## Contratación

Según modalidad de contratos, la plantilla a 2021 se distribuye como sigue:

### España

CONTRATOS INDEFINIDOS A TIEMPO COMPLETO	MUJERES			HOMBRES			TOTAL
	Menor 30 años	Entre 30-50 años	Mayor 50 años	Menor 30 años	Entre 30-50 años	Mayor 50 años	
DIRECTORES	0	6	0	0	2	1	10
GERENTES	0	18	4	0	38	23	83
COLABORADORES	71	229	25	78	400	62	865
Total	353			605			<b>958</b>

CONTRATOS INDEFINIDOS A TIEMPO PARCIAL	MUJERES			HOMBRES			TOTAL
	Menor 30 años	Entre 30-50 años	Mayor 50 años	Menor 30 años	Entre 30-50 años	Mayor 50 años	
DIRECTORES	0	0	0	0	4	4	8
GERENTES	0	0	0	0	5	2	7
COLABORADORES	0	3	0	0	2	1	6
Total	3			18			<b>21</b>

CONTRATOS TEMPORALES A TIEMPO COMPLETO	MUJERES			HOMBRES			TOTAL
	Menor 30 años	Entre 30-50 años	Mayor 50 años	Menor 30 años	Entre 30-50 años	Mayor 50 años	
DIRECTORES	0	0	0	0	0	0	0
GERENTES	0	0	0	0	0	0	0
COLABORADORES	10	8	1	14	16	1	49
Total	18			31			<b>49</b>

CONTRATOS TEMPORALES A TIEMPO PARCIAL	MUJERES			HOMBRES			TOTAL
	Menor 30 años	Entre 30-50 años	Mayor 50 años	Menor 30 años	Entre 30-50 años	Mayor 50 años	
DIRECTORES	0	0	0	0	0	0	0
GERENTES	0	0	0	0	0	0	0
COLABORADORES	0	0	0	0	0	0	0
Total	0			0			<b>0</b>

## Venezuela

CONTRATOS INDEFINIDOS A TIEMPO COMPLETO	MUJERES			HOMBRES			TOTAL
	Menor 30 años	Entre 30-50 años	Mayor 50 años	Menor 30 años	Entre 30-50 años	Mayor 50 años	
DIRECTORES	0	0	1	0	0	0	1
GERENTES	0	2	0	0	1	0	3
COLABORADORES	0	1	0	0	4	0	5
Total	4			5			<b>9</b>

CONTRATOS TEMPORALES A TIEMPO COMPLETO	MUJERES			HOMBRES			TOTAL
	Menor 30 años	Entre 30-50 años	Mayor 50 años	Menor 30 años	Entre 30-50 años	Mayor 50 años	
DIRECTORES	0	0	0	0	0	0	0
GERENTES	0	0	0	0	0	0	0
COLABORADORES	0	0	0	2	0	0	2
Total	0			2			<b>2</b>

## USA

CONTRATOS INDEFINIDOS A TIEMPO COMPLETO	MUJERES			HOMBRES			TOTAL
	Menor 30 años	Entre 30-50 años	Mayor 50 años	Menor 30 años	Entre 30-50 años	Mayor 50 años	
DIRECTORES	0	0	0	0	1	0	1
GERENTES	0	0	1	0	0	0	1
COLABORADORES	0	0	1	0	0	0	1
Total	2			1			<b>3</b>

En 2020 el reparto de la plantilla según los tipos de contratos era la siguiente:

## España

CONTRATOS INDEFINIDOS A TIEMPO COMPLETO	MUJERES			HOMBRES			TOTAL
	Menor 30 años	Entre 30-50 años	Mayor 50 años	Menor 30 años	Entre 30-50 años	Mayor 50 años	
DIRECTORES	0	6	0	0	4	1	11
GERENTES	0	18	2	0	45	10	75
COLABORADORES	88	220	11	104	359	46	828
Total	345			569			<b>914</b>

CONTRATOS INDEFINIDOS A TIEMPO PARCIAL	MUJERES			HOMBRES			TOTAL
	Menor 30 años	Entre 30-50 años	Mayor 50 años	Menor 30 años	Entre 30-50 años	Mayor 50 años	
DIRECTORES	0	0	0	0	4	4	8
GERENTES	0	0	0	0	4	2	6
COLABORADORES	1	4	0	0	6	1	12
Total	5			21			<b>26</b>

CONTRATOS TEMPORALES A TIEMPO COMPLETO	MUJERES			HOMBRES			TOTAL
	Menor 30 años	Entre 30-50 años	Mayor 50 años	Menor 30 años	Entre 30-50 años	Mayor 50 años	
DIRECTORES	0	0	0	0	0	0	0
GERENTES	0	0	0	0	0	0	1
COLABORADORES	7	6	1	13	13	2	42
Total	14			28			<b>42</b>

CONTRATOS TEMPORALES A TIEMPO PARCIAL	MUJERES			HOMBRES			TOTAL
	Menor 30 años	Entre 30-50 años	Mayor 50 años	Menor 30 años	Entre 30-50 años	Mayor 50 años	
DIRECTORES	0	0	0	0	0	0	0
GERENTES	0	0	0	0	0	0	0
COLABORADORES	1	1	0	0	0	0	2
Total	2			0			<b>2</b>



## Venezuela

CONTRATOS INDEFINIDOS A TIEMPO COMPLETO	MUJERES			HOMBRES			TOTAL
	Menor 30 años	Entre 30-50 años	Mayor 50 años	Menor 30 años	Entre 30-50 años	Mayor 50 años	
DIRECTORES	0	0	1	0	0	0	1
GERENTES	0	2	0	0	1	0	3
COLABORADORES	0	0	0	0	4	0	4
Total	3			5			<b>8</b>

CONTRATOS TEMPORALES A TIEMPO COMPLETO	MUJERES			HOMBRES			TOTAL
	Menor 30 años	Entre 30-50 años	Mayor 50 años	Menor 30 años	Entre 30-50 años	Mayor 50 años	
DIRECTORES	0	0	0	0	0	0	0
GERENTES	0	0	0	0	0	0	0
COLABORADORES	1	0	0	1	0	0	2
Total	1			1			<b>2</b>

## USA

CONTRATOS INDEFINIDOS A TIEMPO COMPLETO	MUJERES			HOMBRES			TOTAL
	Menor 30 años	Entre 30-50 años	Mayor 50 años	Menor 30 años	Entre 30-50 años	Mayor 50 años	
DIRECTORES	0	0	0	0	1	0	1
GERENTES	0	0	1	0	0	0	1
COLABORADORES	0	1	0	0	0	0	1
Total	2			1			<b>3</b>

## Colombia

CONTRATOS INDEFINIDOS A TIEMPO COMPLETO	MUJERES			HOMBRES			TOTAL
	Menor 30 años	Entre 30-50 años	Mayor 50 años	Menor 30 años	Entre 30-50 años	Mayor 50 años	
DIRECTORES	0	0	1	0	2	0	3
GERENTES	0	4	0	1	9	0	15
COLABORADORES	27	53	3	41	89	0	230
Total	87			161			<b>248</b>

CONTRATOS TEMPORALES A TIEMPO COMPLETO	MUJERES			HOMBRES			TOTAL
	Menor 30 años	Entre 30-50 años	Mayor 50 años	Menor 30 años	Entre 30-50 años	Mayor 50 años	
DIRECTORES	0	0	0	0	0	0	0
GERENTES	0	0	0	0	0	0	0
COLABORADORES	3	1	4	3	0	0	11
Total	8			3			<b>11</b>

- Resalta la estabilidad de la relación laboral con un 95% de la plantilla con contrato indefinido, en ambos ejercicios 2020 y 2021.
- La temporalidad en 2021 se mantiene con respecto al 2020.
- La parte Internacional continúa sin recurrir a la variante del tiempo parcial, tampoco la temporalidad en el caso de USA.
- Con respecto a la parcialidad de los contratos, en el caso de España, suele coincidir con personas en pluriempleo, en su mayoría Directores que gestionan varias compañías, sumando el 100% de sus jornadas en DAG.

## Promedio anual de contratos por sexo, edad y categoría profesional

Ejercicio 2021

España

PROMEDIO ANUAL DE CONTRATOS POR SEXO		CONTRATO INDEFINIDO		CONTRATO TEMPORAL	
		A tiempo completo	A tiempo parcial	A tiempo completo	A tiempo parcial
MUJER	34%	288	1,09	6,33	0,04
HOMBRE	66%	547,6	18,67	13,98	0

PROMEDIO ANUAL DE CONTRATOS POR EDAD		CONTRATO INDEFINIDO		CONTRATO TEMPORAL	
		A tiempo completo	A tiempo parcial	A tiempo completo	A tiempo parcial
MENOR DE 30 AÑOS	16%	126,76	0	11,38	0
ENTRE 30-50 AÑOS	73%	619,73	14,6	8,44	0,04
MAYOR DE 50 AÑOS	11%	89,11	5,16	0,48	0

PROMEDIO ANUAL DE CONTRATOS POR CATEGORÍA PROFESIONAL		CONTRATO INDEFINIDO		CONTRATO TEMPORAL	
		A tiempo completo	A tiempo parcial	A tiempo completo	A tiempo parcial
DIRECTORES	2%	10,19	7,68	0	0
GERENTES	10%	82,57	7,16	0	0
COLABORADORES	88%	742,85	4,92	20,31	0,04

Venezuela

PROMEDIO ANUAL DE CONTRATOS POR SEXO		CONTRATO INDEFINIDO		CONTRATO TEMPORAL	
		A tiempo completo	A tiempo parcial	A tiempo completo	A tiempo parcial
MUJER	36%	4	0	0	0
HOMBRE	64%	5	0	2	0

PROMEDIO ANUAL DE CONTRATOS POR EDAD		CONTRATO INDEFINIDO		CONTRATO TEMPORAL	
		A tiempo completo	A tiempo parcial	A tiempo completo	A tiempo parcial
MENOR DE 30 AÑOS	18%	1	0	1	0
ENTRE 30-50 AÑOS	73%	7	0	1	0
MAYOR DE 50 AÑOS	9%	1	0	0	0

PROMEDIO ANUAL DE CONTRATOS POR CATEGORÍA PROFESIONAL		CONTRATO INDEFINIDO		CONTRATO TEMPORAL	
		A tiempo completo	A tiempo parcial	A tiempo completo	A tiempo parcial
DIRECTORES	9%	1	0	0	0
GERENTES	27%	3	0	0	0
COLABORADORES	64%	5	0	2	0

USA

PROMEDIO ANUAL DE CONTRATOS POR SEXO		CONTRATO INDEFINIDO		CONTRATO TEMPORAL	
		A tiempo completo	A tiempo parcial	A tiempo completo	A tiempo parcial
MUJER	67%	2	0	0	0
HOMBRE	33%	1	0	0	0

PROMEDIO ANUAL DE CONTRATOS POR EDAD		CONTRATO INDEFINIDO		CONTRATO TEMPORAL	
		A tiempo completo	A tiempo parcial	A tiempo completo	A tiempo parcial
MENOR DE 30 AÑOS	0%	0	0	0	0
ENTRE 30-50 AÑOS	33%	1	0	0	0
MAYOR DE 50 AÑOS	67%	2	0	0	0



PROMEDIO ANUAL DE CONTRATOS POR CATEGORÍA PROFESIONAL		CONTRATO INDEFINIDO		CONTRATO TEMPORAL	
		A tiempo completo	A tiempo parcial	A tiempo completo	A tiempo parcial
DIRECTORES	33%	1	0	0	0
GERENTES	33%	1	0	0	0
COLABORADORES	33%	1	0	0	0

En 2020 teníamos las siguientes cifras:

### España

PROMEDIO ANUAL DE CONTRATOS POR SEXO		CONTRATO INDEFINIDO		CONTRATO TEMPORAL	
		A tiempo completo	A tiempo parcial	A tiempo completo	A tiempo parcial
MUJER	34%	246,66	1,63	9,88	0,32
HOMBRE	66%	463,38	17,78	17,64	0

PROMEDIO ANUAL DE CONTRATOS POR EDAD		CONTRATO INDEFINIDO		CONTRATO TEMPORAL	
		A tiempo completo	A tiempo parcial	A tiempo completo	A tiempo parcial
MENOR DE 30 AÑOS	20%	136,39	0,2	12,4	0,27
ENTRE 30-50 AÑOS	72%	522,34	12,5	13,34	0,05
MAYOR DE 50 AÑOS	8%	51,32	6,7	1,77	0

PROMEDIO ANUAL DE CONTRATOS POR CATEGORÍA PROFESIONAL		CONTRATO INDEFINIDO		CONTRATO TEMPORAL	
		A tiempo completo	A tiempo parcial	A tiempo completo	A tiempo parcial
DIRECTORES	2%	2	8	0	0
GERENTES	10%	16	5,16	0	0
COLABORADORES	88%	274	6,25	27,52	0,32

### Venezuela

PROMEDIO ANUAL DE CONTRATOS POR SEXO		CONTRATO INDEFINIDO		CONTRATO TEMPORAL	
		A tiempo completo	A tiempo parcial	A tiempo completo	A tiempo parcial
MUJER	38%	3	0	1	0
HOMBRE	62%	5,42	0	1	0

PROMEDIO ANUAL DE CONTRATOS POR EDAD		CONTRATO INDEFINIDO		CONTRATO TEMPORAL	
		A tiempo completo	A tiempo parcial	A tiempo completo	A tiempo parcial
MENOR DE 30 AÑOS	23%	0,42	0	2	0
ENTRE 30-50 AÑOS	67%	7	0	0	0
MAYOR DE 50 AÑOS	10%	1	0	0	0

PROMEDIO ANUAL DE CONTRATOS POR CATEGORÍA PROFESIONAL		CONTRATO INDEFINIDO		CONTRATO TEMPORAL	
		A tiempo completo	A tiempo parcial	A tiempo completo	A tiempo parcial
DIRECTORES	10%	1	0	0	0
GERENTES	29%	3	0	0	0
COLABORADORES	62%	4,42	0	2	0

### USA

PROMEDIO ANUAL DE CONTRATOS POR SEXO		CONTRATO INDEFINIDO		CONTRATO TEMPORAL	
		A tiempo completo	A tiempo parcial	A tiempo completo	A tiempo parcial
MUJER	53%	2	0	0	0
HOMBRE	47%	1,75	0	0	0

PROMEDIO ANUAL DE CONTRATOS POR EDAD		CONTRATO INDEFINIDO		CONTRATO TEMPORAL	
		A tiempo completo	A tiempo parcial	A tiempo completo	A tiempo parcial
MENOR DE 30 AÑOS	0%	0	0	0	0
ENTRE 30-50 AÑOS	53%	2	0	0	0
MAYOR DE 50 AÑOS	47%	1,75	0	0	0

PROMEDIO ANUAL DE CONTRATOS POR CATEGORÍA PROFESIONAL		CONTRATO INDEFINIDO		CONTRATO TEMPORAL	
		A tiempo completo	A tiempo parcial	A tiempo completo	A tiempo parcial
DIRECTORES	47%	1,75	0	0	0
GERENTES	27%	1	0	0	0
COLABORADORES	27%	1	0	0	0

## Colombia

PROMEDIO ANUAL DE CONTRATOS POR SEXO		CONTRATO INDEFINIDO		CONTRATO TEMPORAL	
		A tiempo completo	A tiempo parcial	A tiempo completo	A tiempo parcial
MUJER	34%	88	0	3	0
HOMBRE	66%	177	0	3	0

PROMEDIO ANUAL DE CONTRATOS POR EDAD		CONTRATO INDEFINIDO		CONTRATO TEMPORAL	
		A tiempo completo	A tiempo parcial	A tiempo completo	A tiempo parcial
MENOR DE 30 AÑOS	32%	83	0	5	0
ENTRE 30-50 AÑOS	62%	169	0	2	0
MAYOR DE 50 AÑOS	6%	22	0	0	0

PROMEDIO ANUAL DE CONTRATOS POR CATEGORÍA PROFESIONAL		CONTRATO INDEFINIDO		CONTRATO TEMPORAL	
		A tiempo completo	A tiempo parcial	A tiempo completo	A tiempo parcial
DIRECTORES	1%	2	0	0	0
GERENTES	6%	16	0	0	0
COLABORADORES	93%	274	0	7	0

Conforme a los datos expuestos en el apartado anterior y en cuanto a la plantilla nacional, resalta lo siguiente:

- Estabilidad en el empleo con un 95% de contratos indefinidos.
- La temporalidad disminuye en 2021 un punto con respecto a 2020, al pasar de un 3% al 2%.
- Temporalidad y parcialidad no guardan relación con el género.
- La temporalidad afecta en su mayoría al colectivo de Colaboradores y menores de 30 años.

## Detalle de despidos del ejercicio

El porcentaje de despidos llevados a cabo durante 2021 ha aumentado con respecto al año anterior casi un 20%, incremento que se origina por la vuelta a la normalidad, es decir, reiniciar la actividad e incorporar la plantilla que durante 2020 estuvo en ERTE.

En el territorio Internacional y a diferencia del año 2020 en el que no hubieron salidas por este concepto, en 2021 si se gestiona un despido en Venezuela mientras que USA se mantiene con 0 expedientes.



## España

DESPIDOS	MUJERES			HOMBRES			TOTAL
	Menor 30 años	Entre 30-50 años	Mayor 50 años	Menor 30 años	Entre 30-50 años	Mayor 50 años	
DIRECTORES	0	0	0	0	0	1	1
GERENTES	0	0	0	0	0	0	0
COLABORADORES	4	5	0	1	13	1	24
Total	9			16			<b>25</b>

## Venezuela

DESPIDOS	MUJERES			HOMBRES			TOTAL
	Menor 30 años	Entre 30-50 años	Mayor 50 años	Menor 30 años	Entre 30-50 años	Mayor 50 años	
DIRECTORES	0	0	0	0	0	0	0
GERENTES	0	0	0	0	0	0	0
COLABORADORES	0	0	0	0	0	0	0
Total	0			0			<b>0</b>

## USA

DESPIDOS	MUJERES			HOMBRES			TOTAL
	Menor 30 años	Entre 30-50 años	Mayor 50 años	Menor 30 años	Entre 30-50 años	Mayor 50 años	
DIRECTORES	0	0	0	0	0	0	0
GERENTES	0	0	0	0	0	0	0
COLABORADORES	0	0	0	0	0	0	0
Total	0			0			<b>0</b>

## Colombia

DESPIDOS	MUJERES			HOMBRES			TOTAL
	Menor 30 años	Entre 30-50 años	Mayor 50 años	Menor 30 años	Entre 30-50 años	Mayor 50 años	
DIRECTORES	0	1	0	0	3	1	5
GERENTES	0	0	0	0	3	0	3
COLABORADORES	9	21	2	22	49	9	112
Total	33			87			<b>120</b>

A rasgos generales y volviendo al territorio nacional:

- El mayor volumen de salidas se encuentra en el nivel de Colaboradores entre 30-50 años, colectivo que representa además, el mayor número de personas contratadas.
- De los 31 despidos llevados a cabo en el ejercicio 2021, 30 han sido disciplinarios mientras que 1 por causas objetivas.

## Remuneración de empresas DAG en España

PROMEDIO SALARIO (€) 2021	MUJERES			HOMBRES		
	Menor 30 años	Entre 30-50 años	Mayor 50 años	Menor 30 años	Entre 30-50 años	Mayor 50 años
DIRECTORES	0,00	88.666,66	0,00	0,00	62.494,38	86.976,19
GERENTES	0,00	40.619,90	39.135,64	0,00	43.410,15	42.838,72
COLABORADORES	18.356,81	21.146,40	22.763,99	21.156,03	24.238,92	24.874,78
<b>TOTAL</b>	<b>230.689,40</b>			<b>305.989,17</b>		



PROMEDIO SALARIO (€) 2020	MUJERES			HOMBRES		
	Menor 30 años	Entre 30-50 años	Mayor 50 años	Menor 30 años	Entre 30-50 años	Mayor 50 años
DIRECTORES	0,00	118.851,91	0,00	0,00	86.454,44	94.000,02
GERENTES	0,00	45.175,90	40.801,99	0,00	47.567,24	40.335,88
COLABORADORES	19.242,83	22.209,09	25.278,09	21.258,47	24.612,63	27.085,81
<b>TOTAL</b>		<b>230.689,40</b>			<b>341.314,49</b>	

\*Se reporta la remuneración media de España.

### 1.- Incluye retribución fija y variable.

La retribución variable está compuesta por los siguientes conceptos: bonus, comisiones, incentivos variables, gratificaciones voluntarias, pluses varios (disponibilidad, nocturnidad, quebranto de moneda...)

Se ha considerado la retribución dineraria y no retribución en especie (seguro médico).

- La Dirección al igual que en 2020, representa el 2% de la plantilla y su salario el 6% del total, 3 puntos menos que en 2020, donde alcanzó la cifra del 9%.
- La Gerencia representa el 10% de la plantilla y su salario el 17% del total.

Único colectivo que si comparamos con el ejercicio anterior, ha tenido una ligera diferencia al alza, dado que en 2020, este grupo representaba un 9,7% de la plantilla total y un 16% del salario total.

- Los colaboradores representan el 87,7% de la plantilla y su salario el 77% del total, una proporción inferior a la de 2020 donde se situaban en el 88% de la plantilla y el 75% del salario.

El conjunto de la masa salarial de 2021 con respecto a 2020 es inferior y esto se debe a que en 2021 no se practicó revisión salarial ni pago de bonus.

### 2.- La relación entre salario de hombres con respecto a mujeres apenas cambia de un año a otro, salvo en el caso de USA.

Año 2021:

España	2020	2021	Venezuela	2020	2021
HOMBRE - MUJER	0,9	0,87	HOMBRE - MUJER	1	1

USA	2020	2021
HOMBRE - MUJER	0,32	0,19

\* Fórmula utilizada: salario medio de mujeres 2020-2021 / salario medio de hombres 2020-2021.

3.- Todos los miembros del Consejo de Administración reciben el mismo importe en concepto de dietas.

	Importe en €	
	2020	2021
RETRIBUCIÓN MEDIA DE MUJERES CONSEJERAS	74.999,98	74.999,98
RETRIBUCIÓN MEDIA DE HOMBRES CONSEJEROS	125.107,12	107.999,99

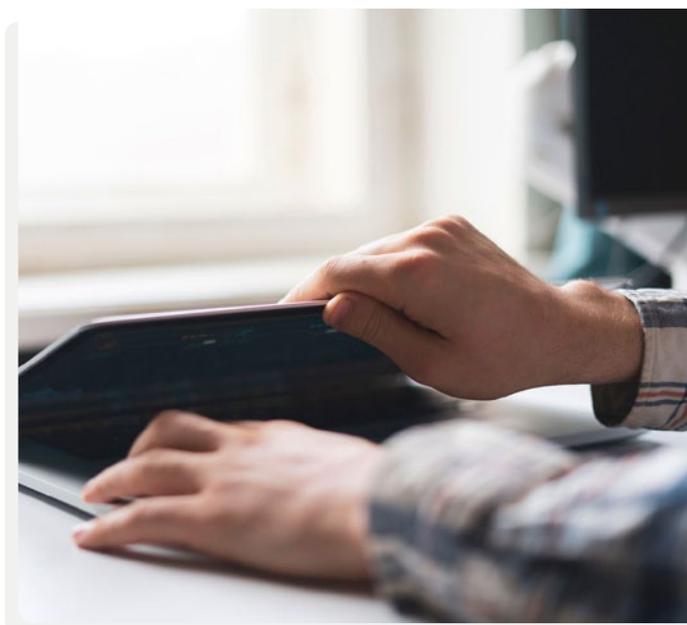
En la retribución media se incluyen los salarios que perciben los miembros del Consejo por ocupar cargos de Dirección y por las dietas del Consejo.

Todos, independientemente del género, cobran las mismas dietas. De manera que, de haber diferencias entre géneros, se encuentran únicamente en el salario que se percibe por ejercer funciones de Dirección.

### Implantación de políticas de desconexión laboral

Desde 2019 se desarrollaron diferentes acciones para potenciar el derecho a la conciliación de la vida laboral, personal y familiar de todas las personas que trabajan en DAG, tales como, encuestas, campañas de formación, sensibilización sobre un uso razonable de las herramientas tecnológicas, etc.

Una vez identificados los focos de posibles interrupciones durante el tiempo de descanso, con esta información, se desarrollaron las pautas concretas para actuar sobre las mismas. De esta manera, y con la participación de los Representantes Legales de los Trabajadores, tenemos desde el año 2019 el [Protocolo de Desconexión Digital](#) en el ámbito laboral, que traspasa a todos los niveles de la Organización, incluida la Dirección. Protocolo que sigue estando vigente, adaptándolo a la nueva situación originada por la actual crisis sanitaria.



En 2020 pusimos en marcha el programa *#DAGDesdeCasa*, creando un espacio que nos permitiera seguir conectados, apoyarnos y compartir nuestras experiencias trabajando desde casa.

También hemos mejorado el uso de nuestras herramientas y foros para que el entorno virtual se convierta en una oportunidad de cara a seguir fomentando la flexibilidad laboral y el teletrabajo, como Google Workspace.

Seguimos trabajando internamente y potenciando acciones para mejorar las políticas de desconexión laboral a disposición de todos los empleados y empleadas del Grupo.

### Organización del Tiempo de Trabajo

La jornada real y efectiva de trabajo de las empresas de DAG, en cómputo anual varía, no sólo en función de la actividad, sino también por la que establecen los Convenios Colectivos de aplicación en cada una de ellas.



Actualmente trabajamos con 6 convenios colectivos en España:

CONVENIOS	Plantilla afectada	Jornada laboral - 2021
LAUDO ALQUILER DE VEHICULOS CON Y SIN CONDUCTOR	14,59%	1.826,5 horas
IMPORTADORES Y VENDEDORES AUTOMÓVILES, CAMIONES, MOTOCICLETAS (LAS PALMAS)	47,98%	1.782 horas
ASISTENCIA Y EDUCACIÓN INFANTIL	0,58%	Maestro = 1.398 h/año, Educador infantil = 1.661h/año, Resto del personal = 1.704 h/año.
SIDEROMETALÚGIA (LAS PALMAS)	13,82%	1.765 horas
SIDEROMETALÚGIA (SANTA CRUZ DE TENERIFE)	9,79%	1.768 horas
COMERCIO AUTOMÓVILES, CAMIONES, MOTOCICLETAS (SANTA CRUZ DE TENERIFE)	11,90%	1.730 horas
VENEZUELA	0,29%	(No aplica convenio)
USA	1,06%	(No aplica convenio)

Sin embargo, el peso de la plantilla afectada por los mismos convenios de un año a otro, varía al no contar con las mismas empresas objeto de estudio, tal y como se muestra a continuación:

CONVENIOS	Plantilla afectada	Jornada laboral - 2020
LAUDO ALQUILER DE VEHICULOS CON Y SIN CONDUCTOR	13,54%	1.826,5 horas
IMPORTADORES Y VENDEDORES AUTOMÓVILES, CAMIONES, MOTOCICLETAS (LAS PALMAS)	38,30%	1.782 horas
ASISTENCIA Y EDUCACIÓN INFANTIL	0,56%	Maestro = 1.398 h/año, Educador infantil = 1.661h/año, Resto del personal = 1.704 h/año.
SIDEROMETALÚGIA (LAS PALMAS)	7,88%	1.768 horas
SIDEROMETALÚGIA (SANTA CRUZ DE TENERIFE)	7,17%	1.768 horas
COMERCIO AUTOMÓVILES, CAMIONES, MOTOCICLETAS (SANTA CRUZ DE TENERIFE)	10,91%	1.730 horas
VENEZUELA	0,80%	(No aplica convenio)
USA	0,24%	(No aplica convenio)
COLOMBIA: JORNADA DE LEY	20,62%	2.304 horas (Comercial & Postventa) 2.040 horas (Administración)

## Número de horas de absentismo

	2020			2021		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
NACIONAL (1)						
Horas perdidas por accidentes (2)	1.432	1.960	3.392	568	696	1.264

(1) Empresas del Grupo en España.

(2) Se contabilizan 6.000 jornadas de 8h por cada accidente mortal y 4.500 jornadas de 8h por incapacidad permanente total.

## Conciliación

Una de las funciones de Talento y Cultura es poner a disposición de las personas trabajadoras servicios y productos que fomenten la conciliación personal y laboral, además de facilitar momentos de ocio y desconexión en la esfera personal.



En este sentido destacamos la constitución de la Escuela Infantil DAG que data de 2008. Surgió por iniciativa empresarial con el objeto de facilitar la conciliación laboral y familiar en respuesta a las necesidades de las personas que trabajan en el grupo y la sociedad en general. El equipo educativo de la “Escuelita” está formado por tres educadoras, una persona de apoyo y una maestra de educación infantil que asume la responsabilidad del centro. La oferta educativa del centro, atiende al primer ciclo de educación infantil, es decir, de 0-3 años, con una ratio total de 32 plazas que quedan agrupadas de la siguiente manera:

- Aula (0-1 año): 8 alumnos
- Aula (1-2 años): 12 alumnos
- Aula (2-3 años): 12 alumnos

El Proyecto Educativo de Centro (PEC) se basa en los siguientes pilares:

- Proyecto de Inmersión Lingüística.
- Tecnologías de la Información y Comunicación.
- Estructura organizativa del centro.
- Señas de identidad (integración, relaciones con el entorno, formación y metodología).
- Recursos metodológicos.

Cauces de comunicación:

- Reuniones con las familias.
- Tutoría.
- BABY control (app de seguimiento).

Señas de identidad:

- Coeducación
- Integración
- Individualización
- Atención a la diversidad

## Escuela Infantil Domingo Alonso



- Transmisión de valores: solidaridad, respeto.
- Convivencia, tolerancia.

Nuestra metodología:

- Perspectiva Globalizadora
- Aprendizaje significativo
- Activa, manipulativa, experimental y vivencial
- Juego como herramienta de aprendizaje

Actividades del centro:

- Períodos de adaptación, agrupación de los alumnos y rutinas diarias.
- Clases de piscina, excursiones.

2020 fue un año cuanto menos diferente y en especial para el sistema educativo.

La crisis sanitaria que originó el “Coronavirus”, nos llevó a poner en práctica un nuevo modelo de gestión, comunicación, relación y seguimiento de las familias al tener que parar la actividad por imposición legal, desarrollamos otras acciones y actividades, de manera voluntaria, para los pequeños/as de esta gran familia.

En el año 2021 continuamos con las mismas medidas sanitarias, incluso añadiendo alguna más por los elevados contagios que se estaban produciendo a nivel general, todo ello bajo la supervisión de la Consejería de Educación.

## Otras acciones

- **Seguro de Asistencia Sanitaria privado**, para las personas trabajadoras, así como para sus familiares, si así lo desean.



- Bienvenida a los nuevos miembros de la familia con **Canastillas para el Bebé** que hacemos llegar en los primeros días de su vida.



- Catálogo **Ofertas de Empleados**, negociando descuentos con otras empresas para obtener un buen surtido de actividades de ocio, cultura, banca, combustible, salud y bienestar.



- En aras de mantener un grupo saludable fomentamos el deporte y participamos en **Eventos Deportivos** como carreras de empresas, torneos de pádel, etc. Organizamos **Talleres formativos** con una amplitud de temas, principalmente relacionados con la salud, el bienestar físico y mental, comida sana y equilibrada, etc.



- Servicio de Fisioterapia, ubicado en las Oficinas Corporativas de España.



- Organización de acciones de RSC en las que participan las personas que trabajan en DAG, ligadas a concienciar y trabajar en aspectos educativos, medioambientales y de generación de empleo para colectivos de difícil inserción laboral, entre otros.
- Otras, senderismo, campaña contra el cáncer, día de la mujer, navidad.

### Senderismo, contacto con la naturaleza



### Campaña de Lucha contra el cáncer





### Día de la mujer trabajadora



### NaviDAG



## Salud y Seguridad

Nuestra estrategia se basa en el modelo de Organización Preventiva integrada en todos los niveles jerárquicos, diseñando un plan de actuación que promueve la cultura preventiva y buenas prácticas en seguridad, salud y bienestar en el trabajo.

Nuestra finalidad es ir más allá de los requisitos mínimos legales, para obtener un clima laboral sobresaliente y una satisfacción del personal óptima. Por ello, se impulsan medidas de promoción de la salud y priorización de la seguridad, desde la fase de diseño o planificación, en todas las tareas y proyectos de las empresas de DAG, desde los Servicios de Prevención, Recursos Humanos y la propia Estructura Orgánica de cada entidad.

Para la eliminación, minimización y control de los riesgos relacionados con las actividades propias del grupo, se ha realizado un importante esfuerzo en formación, información, consulta y participación de los trabajadores, además de la dotación de medios personales y materiales necesarios. De este modo en DAG, se han llevado a cabo 265 meetings, en su mayoría telemáticas, de planificación con los responsables de PRL de cada empresa, se ha mantenido y promovido la utilización por las empresas de la plataforma de coordinación de actividades empresariales, con la que se revisa y valora la documentación y accesos de 171 empresas colaboradoras y 179 usuarios externos, fomentando la PRL entre sus colaboradores.

El uso de metodologías ágiles y el sistema SCRUM en particular, y en este año la utilización de las tecnologías y la colaboración online aún más que el año anterior, ha permitido una participación directa del personal de DAG en todas las acciones y actividades que les afectan, mediante más de 27 reuniones Retrospectivas, 159 Daily's.

Durante 2021 la Formación de Prevención de Riesgos Laborales, supuso un total de 4.594 horas, casi el doble que el año anterior, en 33 acciones formativas on-line y 10 acciones presenciales, manteniendo y aumentando el número de inscripciones del año anterior, en total 884 personas formadas con los cursos finalizados y más de 1900 inscripciones a cursos de PRL online.

Todo ello junto con acciones de promoción de vida saludable y activa por medio del deporte, cuidado personal, alimentación, fomento del teletrabajo y conciliación de la vida personal y familiar con un impulso de las nuevas tecnologías han promovido, no sólo la seguridad y salud en el puesto de trabajo, sino el bienestar personal de la plantilla de DAG en muchos sentidos.





NACIONAL (1)	2020			2021		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Enfermedad profesional	0	0	0	0	0	0
Accidentes con baja	8	1	9	1	2	3
Accidentes mortales	0	0	0	0	0	0
<b>HORAS PERDIDAS POR ACCIDENTE (2)</b>	<b>1.432</b>	<b>1.960</b>	<b>3.392</b>	<b>568</b>	<b>696</b>	<b>1.264</b>
Índice de frecuencia (3)	8,81	1,11	4,97	0,85	3,38	1,67
Índice de gravedad (4)	0,20	0,27	0,23	0,06	0,14	0,09
Índice de incidencia (5)	1,61%	0,20%	0,91%	0,15%	0,60%	0,31%

- (1) Empresas DAG en España: \*Se reporta los datos de España.  
 (2) Se contabilizan 6.000 jornadas de 8 horas por cada accidente mortal y 4.500 jornadas de 8 horas por incapacidad permanente total.  
 Accidente grave: Los calificados como graves por cada facultativo que emitió el parte de baja.  
 No se contabilizan accidentes In Itinere a efectos de índices. Las recaídas se contabilizan en horas perdidas pero no como accidente adicional.

- (3) Índice de frecuencia: Número de accidentes laborales con baja por cada millón de horas trabajadas.

$$I.F. = \frac{N^{\circ} \text{ Accidentes}}{N^{\circ} \text{ de horas trabajadas}} \times 10^6$$

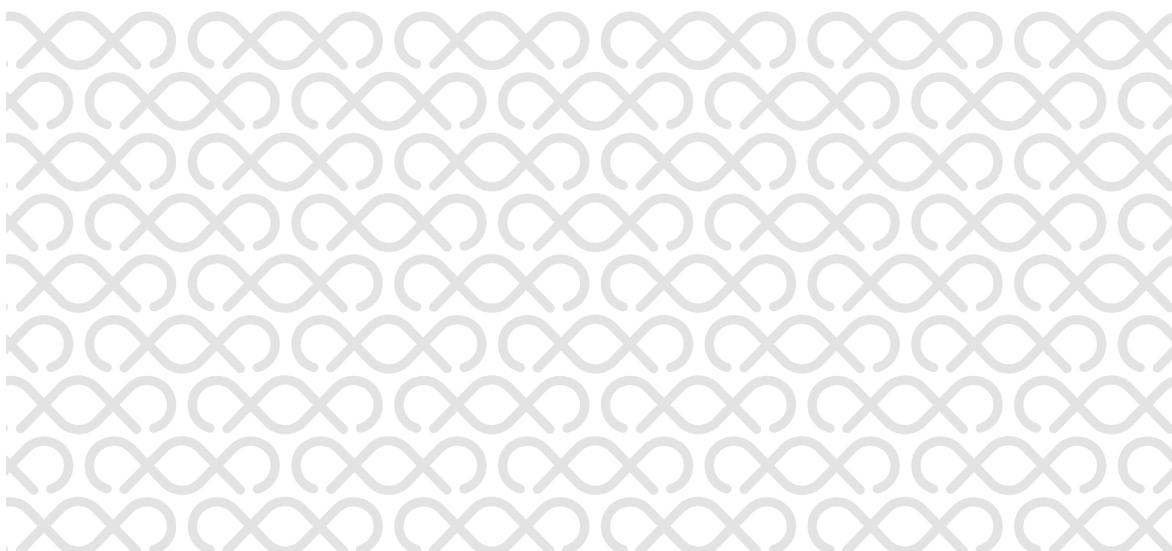
- (4) Índice de gravedad: Número de jornadas perdidas por accidentes laborales + baremo por incapacidades, por cada millar de horas trabajadas. Según INSST.

$$(N^{\circ} \text{ total de días de trabajo perdidos} + \text{Baremo}) \times 1.000 / (N^{\circ} \text{ total de horas} - \text{hombre trabajadas})$$

- (5) Índice de Incidencia: Es el porcentaje que los accidentes de trabajo representan sobre la plantilla de la empresa. Se calcula como cociente entre los accidentes extrapolados a diciembre y la media de trabajadores en el periodo de cálculo: (Número de accidentes con baja x 100/plantilla media).

$$I.I. = \frac{N^{\circ} \text{ total de accidentes} \times 1,00}{N^{\circ} \text{ medio de personas expuestas}}$$

DAG mantiene de forma continua un control preventivo del estado de salud de sus empleados en relación a sus puestos de trabajo y tareas concretas, habiéndose llevado a cabo **712 reconocimientos médicos** entre revisiones iniciales, periódicas, de personal especialmente sensible y de vuelta al trabajo, entre otras.





**DAG** DOMINGO  
ALONSO  
GROUP

# RELACIONES SOCIALES

## Comunicación

Uno de los pilares básicos en Domingo Alonso Group, en todas sus vertientes de negocio, es la comunicación.

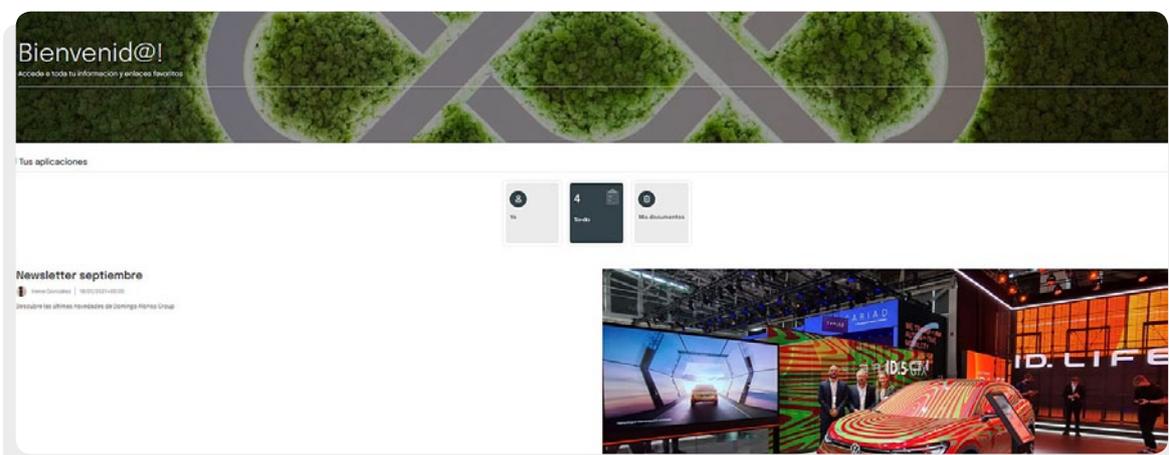
Trabajamos de manera continua en mejorar los canales que utilizamos y facilitar las herramientas adecuadas para que la comunicación sea fluida a todos los niveles y en todas las direcciones.

Por ello, y desde 2017, hemos trabajado para consolidar **DAGital** como plataforma digital de comunicación interna mediante la cual, centralizamos toda la información de los distintos departamentos de la compañía, compartimos todas las novedades y pedimos feedback para seguir mejorando.



Además, y durante 2020, hemos trabajado en:

- **Newsletter:** Una nueva herramienta de comunicación interna a través de la cual compartimos las últimas novedades del grupo, difundimos comunicados internos, noticias y promociones que puedan resultar de interés para las personas que forman parte del grupo. Su envío es quincenal, mediante correo electrónico y se ha convertido en una fórmula para reforzar los canales de comunicación interna.
- Un nuevo entorno de trabajo integrado para todas las personas que forman parte de DAG, **T&C by DAG**, en el que gestionamos, de manera colaborativa, toda la información a través de tecnología como Business Intelligence y que nos sirve de apoyo entre otros, para seguir trabajando y mejorando la comunicación en DAG. En la sección *Estrategia y Plan de Actuación* ampliaremos esta información.



- **Redes sociales:** A lo largo de 2021 hemos intensificado la comunicación en nuestros perfiles de redes sociales (Facebook, Twitter, Youtube, Instagram y LinkedIn). Gracias a estas plataformas sociales hemos podido dar visibilidad a numerosas acciones puestas en marcha por el grupo y sus marcas en materia de sostenibilidad, responsabilidad social corporativa, resultados y acciones, etc... Además, las redes sociales también se han convertido en una ventana más donde poner en valor el papel de las personas que trabajan diariamente en Domingo Alonso Group compartiendo iniciativas y éxitos que han logrado con su labor en el grupo.



## Balance de los Convenios Colectivos en el campo de la Salud y la Seguridad

En las empresas españolas donde hay Representación Legal de los Trabajadores, suele coincidir, Delegado de Personal con Delegado de Prevención y no existen Comités de Seguridad y Salud dado que las empresas no cuentan con el número mínimo de Delegados de Prevención que exige la legislación vigente para su constitución.

### Estrategia y Plan de Actuación

Durante el año 2020, hemos trabajado en la implantación de un nuevo entorno de trabajo, **T&C by DAG**, que integra todas las herramientas del departamento de Talento y Cultura, centrándonos fundamentalmente en dos vertientes:

- Facilitar la experiencia de las personas que forman parte de DAG, generando un entorno de trabajo colaborativo, centralizado y de fácil acceso a todas las herramientas y recursos necesarios del departamento.
- Facilitar la información y el seguimiento de los equipos de trabajo, dando lugar a una toma de decisiones más ágil.

Con esta nueva forma de trabajar, pretendemos generar un cambio a nivel cultural que nos permita en cierta manera automatizar aquellas tareas y procesos más repetitivos para dar paso a las que aporten un valor añadido en nuestro negocio.

Esta nueva herramienta nos permite entre otros, consultar KPIs a tiempo real de los distintos perfiles del grupo, detectar necesidades formativas, elaborar planes de formación y hacer seguimiento de los mismos, establecer y valorar objetivos, competencias y comportamientos.

En 2021, seguimos desarrollando mejoras en la herramienta, con el objetivo de tener el dato centralizado, tanto para facilitar el trabajo interno y a nivel de todas las áreas del departamento como para

seguir generando un cambio cultural bajo el lema de People Centric, implementando nuevas acciones y procesos en T&C by DAG.

Soportes fundamentales de nuestra gestión:

### Onboarding Domingo Alonso Group (DAG)

Con el objetivo de facilitar el comienzo de las personas que se incorporan por primera vez en la Organización, llevamos a cabo un programa de bienvenida e integración al que llamamos **Onboarding DAG**. Con él conseguimos acelerar el proceso de adaptación de las nuevas incorporaciones a la vez de lograr una mayor eficiencia a corto plazo.

En 2019 nos centramos en generar su contenido en formato online, a saber;

- Contenido común para todos los puestos.
- Específico según funciones y tareas relacionadas con los distintos puestos.
- Procedimientos y manuales de uso de herramientas tales como SIMA, Nadin, etc.

Con todo ello hemos logrado agilizar el proceso de acogida en DAG.

Es un proceso que requiere de mejora continua y seguimos perfilando con periodicidad, adaptándonos a los nuevos contenidos y actualizándolos, principalmente en formato digital, mejorando la identidad corporativa con nuevos formatos de mailing, mini píldoras formativas, etc.

## RECIENTEMENTE SE HAN INCORPORADO A ESTA GRAN FAMILIA



**Gabriel Lozano Angee**  
Se incorpora en GEN como vendedor



**María Mora Domínguez**  
Se incorpora en DA como Marketing Assistant

Formación común:

- Manual de bienvenida: Misión, visión y valores de DAG, comunicación interna y Metodología Agile, herramienta de RRHH (Portal del Empleado), apps (Weengo) y la relevancia de la digitalización en el grupo.
- Training: Portal e-learning, registro en la plataforma, manejo y utilidad.

**¡BIENVENID@S!**

## Plan Individual de Desarrollo

El Plan Individual de Desarrollo (PID) es una herramienta de medición y analítica del desempeño dirigida, con una periodicidad semestral, a todas las personas trabajadoras del grupo, que nos permite fomentar la conversación entre Responsables y Colaboradores y que su objetivo principal viene a ser, valorar competencias generales ligadas a la misión, visión y valores de DAG, así como las competencias específicas, definidas según perfiles de puestos de trabajo.

Permite a su vez fijar y valorar objetivos individuales y de equipo, cubrir las expectativas de rotación que puedan tener las personas al querer cambiar a otros puestos, o empresas en DAG, y detectar necesidades formativas. Matiz este último de gran importancia puesto que la información que recibimos aquí nos permite elaborar una oferta formativa ligada a las competencias generales y con ello, potenciar el desarrollo de todas las personas que conforman DAG.

El Plan de Desarrollo Individual es un elemento vivo, ya que irá cambiando conforme varíen las necesidades y la estrategia del grupo.

En el último cuatrimestre del año 2021, incluimos en la herramienta un módulo para valorar y fijar objetivos, facilitando así la comunicación y seguimiento de los mismos para responsables y colaboradores/as.

Comunicación interna del PID:



## Clima Laboral

La encuesta de clima laboral nos permite obtener resultados centrados en satisfacer las necesidades de las personas que trabajan en DAG, aprovechar sus fortalezas y como método preventivo frente a posibles problemas que puedan surgir a futuro.

Realizar este análisis da lugar a que podamos recopilar la información necesaria para detectar áreas de mejoras y trabajar distintos planes de acción.

Al igual que el PID, es un elemento vivo que cambia según la necesidad del grupo.

Trata de una batería de cincuenta y tres ítems, organizada en bloques temáticos que a su vez se subdividen en grupos, con preguntas sobre:

- Cultura organizativa
- Entorno Laboral
- Puesto de trabajo
- Objetivos y Roles
- Imagen adecuada de la empresa
- Satisfacción General

Esta herramienta está disponible para todas las personas del grupo, garantizándoles su anonimato. La analítica está segmentada por empresas, presentando conclusiones y propuestas para cada una de ellas, atendiendo las áreas de mejora y llevando a cabo acciones que nos permitan reforzar y trabajarlas, además de hacer un seguimiento en base a la necesidad detectada en cada caso. Siguiendo la estrategia corporativa, también se fijan y persiguen planes de acción comunes a todas las empresas de DAG.

Debemos resaltar, además, que durante 2019 hemos mejorado la analítica del dato, haciendo uso de una herramienta de Power BI que nos ha permitido a su vez, segmentar la información que genera el Clima Laboral, por unidad de negocio y por empresas para hacer comparativas, fijar puntos de trabajo y planes de acción en común.

Seguimos trabajando en conseguir un dato fiable y transparente para todas las personas implicadas en nuestros procesos. Desde que comenzamos a trabajar en 2019 en un entorno integrado de gestión, hemos conseguido generar informes de departamento de manera más ágil y con mayor contenido. La herramienta que utilizamos para ello requiere de desarrollo continuo.

## Feedback

*Entrevistas de seguimiento*, pasados los tres primeros meses desde la incorporación de cualquier persona en DAG, nos ayudará a ver cómo ha sido su proceso de adaptación en la compañía y cómo está siendo su evolución.

Utilizamos para ello un cuestionario tipo que debe ser cumplimentado tanto por el Colaborador como por el Responsable, basado en ítems que miden los siguientes aspectos:

- Integración en el departamento.
- Calidad del trabajo realizado.
- Capacidad de aprendizaje.
- Iniciativa y Proactividad.
- Responsabilidad y Compromiso.
- Trabajo en Equipo.
- Necesidades formativas detectadas.
- Puntos fuertes del colaborador.
- Puntos a mejorar.

*Encuestas de salida*, además de entrevista personal compartimos un cuestionario a las personas que finalizan su relación laboral en el grupo para medir aspectos como:

- Motivos de las salidas.
- Percepción y expectativas con el puesto de trabajo.
- Formación adecuada para desarrollar las funciones del puesto de trabajo.
- Reconocimiento por parte del Responsable.
- Aspectos que agradan y aspectos a mejorar por parte de la empresa.
- Recomendación por parte de los colaboradores para trabajar en nuestro grupo.

El análisis de estos datos nos permite detectar necesidades por áreas / departamentos y establecer mejoras dentro de las empresas del grupo.

Se convierte en un dato muy valioso en nuestro día a día, pues en algunas ocasiones nos permite obtener evidencias, tanto por parte de los colaboradores y colaboradoras, como por parte de los Responsables, para retener talento o llevar a cabo procesos de rotación interna.

## Formación

Teniendo en cuenta que el Capital Humano es considerado parte del Patrimonio del grupo, en DAG formamos y desarrollamos al equipo con el mayor conocimiento posible.

Si valores como la honestidad, humildad, superación, agilidad, pasión, colaboración, responsabilidad y lealtad están presentes en nuestro día a día, y que la transformación digital más allá de lo puramente tecnológico y desde un punto de vista cultural y de organización, es un reto presente en nuestra filosofía, **es lógico pensar que la formación y mejora continua de las personas**, tienen un gran papel en el éxito de los proyectos llevados a cabo.



En **DAG Academy**, nos ocupamos de la formación de todos nuestros colaboradores desde dos vertientes:



- La formación de red: que se organiza desde el área de Formación y que está focalizada en alinear el aprendizaje de los colaboradores con los estándares de fábrica de todas las marcas con las que trabajamos.
- La formación general: que se organiza desde el área de Selección y Desarrollo y que está centrada en las habilidades sociales del empleado, fomentando el desarrollo profesional y personal.

Ambas vertientes tienen como objetivo común, ofrecer el mejor conocimiento alineado a la estrategia del grupo.

DAG Academy, está compuesta por siete formadores que pertenecen a la plantilla del grupo y que dan servicio en sus diversas áreas.

Este equipo de formación está en contacto permanente con los diferentes fabricantes de las marcas de automoción que representamos, lo que nos permite estar a la última en cuanto a tecnología y metodología didáctica para dotar de mejor cualificación a todo el personal.

DAG Academy cuenta con su propio centro donde los alumnos reciben formación teórica y práctica. Un centro que está en continua modernización, incorporando materiales y medios que permiten ofrecer la mejor calidad formativa.

Contamos también con un portal de formación **e-learning**, cuyo empleo es clave en nuestros procesos de formación. Nuestra plataforma da soporte a todos los empleados del grupo realizando una apuesta constante por la innovación y mejora de contenidos multimedia que facilitan el aprendizaje del participante. Todo ello de una manera muy cómoda y flexible.



## Plan de Formación

Analizamos las necesidades de formación de nuestro personal de forma periódica. De esta manera podemos ofrecer un “Training Plan” con una oferta formativa 100% adaptada a las necesidades de las empresas.

En DAG Academy proporcionamos nuestras propias certificaciones y cumplimos con los rigurosos estándares de las marcas líderes en automoción. Todos nuestros perfiles, tanto del área comercial como el de postventa, participan en un proceso formativo que en aquellos casos que lo requieran, culmina con un título oficial que avala la calidad en el servicio al cliente.

Un exigente proceso que cuenta con las siguientes fases y que está presente en todas las áreas propias del concesionario que lo requiera:

- Onboarding
- Formación Básica
- Formación Avanzada
- e-Mobility
- Certificaciones Comerciales
- Certificaciones de Postventa
- Formación de Producto
- Habilidades Comerciales

## Horas de formación

Durante el 2021 se han desarrollado un total de **168 acciones formativas**, sumando un total de **32.760 horas** distribuidas entre formación en PRL, habilidades transversales y las específicas de las marcas a las que representamos, esto supone un aumento del 68% respecto al año anterior.

Teniendo en cuenta estos datos y acotando por áreas, tenemos que el **65%** pertenecen a acciones de **Technical Skills**, el **15% de PRL** y un **20% de Soft Skills**. Este año hemos mantenido el modelo de formación digital y recuperamos las acciones presenciales en la red pasando del **5%** en el 2020 al **56%** en el 2021.

En el 2021 se han podido formar un total de **13.499 personas**, que corresponde a un **+130%** respecto al 2020, todo ello gracias al aprovechamiento de las herramientas digitales disponibles en el grupo con las que se han desarrollado aulas virtuales, webinars y contenidos de micro elearning online a través de la plataforma de formación del departamento, complementándose con acciones presenciales, “roads-hows” de producto y tutorías de acompañamiento in situ en el propio puesto de trabajo.

## España

Nº DE PERSONAS	HOMBRES		MUJERES		TOTAL		vs2020
	2020	2021	2020	2021	2020	2021	
DIRECTIVOS	9	5	7	0	16	5	-74%
GERENTES	452	437	194	188	646	625	-3%
COLABORADORES	3.726	8.798	1.466	4.071	5.192	12.869	+148%
TOTAL	4.187	9.240	1.670	4.259	5.857	13.499	+130%

Nº DE HORAS	HOMBRES		MUJERES		TOTAL		vs2020
	2020	2021	2020	2021	2020	2021	
DIRECTIVOS	613	35	19	0	632	35	-94%
GERENTES	1.376	1.454	646	554	2.022	2.008	-1%
COLABORADORES	8.953	21.499	2.723	9.218	11.676	30.717	-163%
TOTAL	10.942	22.988	3.388	9.772	14.330	32.780	-129%

(No disponemos de datos de la Formación en USA, ni Venezuela)

## Colaboración con otras entidades u organismos

Desde hace más de 20 años DAG colabora activamente con la Formación Profesional de Canarias a través de convenios y acuerdos mediante los cuales, desarrolla una serie de acciones con el fin de mejorar y actualizar los contenidos formativos que se aplican en los centros de estudios.

Formamos a alumnos como posibles y potenciales candidatos a insertar en el futuro en las empresas de la familia de la automoción.



Dichas acciones comprenden desde la impartición de formación de nuevas tecnologías en el automóvil para el alumnado, cursos de reciclaje para el cuerpo docente, cesión de material formativo, “vehículos maqueta” con averías específicas para el aprendizaje de los alumnos, así como las visitas a nuestros talleres con guías tutoriales.

Aparte de las acciones indicadas en el apartado anterior, en 2021 y de la mano de la Fundación Sergio Alonso, Se han desarrollado un programa formativo complementario a la formación reglada para mejorar las habilidades transversales y técnicas que reciben los alumnos del Ciclo Medio de la Rama de Electromecánica de Canarias. Dicho proyecto se extendió además al profesorado, a quienes se les programó 2 sesiones de formación en nuevas tecnologías.



En base a esto último, destacamos que durante 2021 se han impartido 9 cursos de nuevas tecnologías, 7 para el alumnado y 2 para el profesorado, lo que ha supuesto más de 200 horas de formación y más de 150 asistentes entre profesores y alumnos.



Después de las experiencias y conclusiones obtenidas del proyecto 2021-2022, DAG ya está trabajando en el proyecto del 2022-2023 de la mano con la FSA donde se va a ampliar el alcance del proyecto de formación al alumnado de toda Canarias (antes solo era a los IES de Gran Canaria) donde se imparte el Ciclo de grado superior de la rama de electromecánica.



### Accesibilidad universal de las personas con discapacidad

En DAG llevamos a la práctica un plan de acción para la incorporación de personas con diversidad funcional que comprende, desde nuestras propias fuentes de reclutamiento a través de la Web corporativa, así como con las habituales como puede ser infojobs.net, LinkedIn o redes sociales, a la colaboración directa con Asociaciones o Fundaciones tales como Fundación ADEPSI, Fundación MeSumaría, Asociación Síndrome de Down Las Palmas e Inserta Empleo Las Palmas, COCEMFE, Sinpromi, Eurofirms, SCE.



Dichas colaboraciones van desde el acogimiento de alumnos con diversidad funcional para realizar sus prácticas formativas en el grupo, hasta la contratación en plantilla de los mismos.

Todas las contrataciones realizadas a personas con diversidad funcional en el grupo durante los ejercicios 2021, han sido mediante contratación directa a través de las fuentes de reclutamiento mencionadas anteriormente.

En ocasiones, y según el perfil, la contratación tendrá que ir acompañada del apoyo por parte de la Fundación/Asociación hasta la completa adaptación de la persona al puesto de trabajo.

Destacamos que el impulso realizado en los últimos años para la inclusión de personas con diversidad funcional en el grupo, ha marcado una nueva línea de apoyo a la diversidad, la cual seguiremos potenciando en los próximos años para que exista una completa igualdad en el acceso al empleo de todas las personas, sea cual sea su discapacidad.

PERSONAS CON DIVERSIDAD FUNCIONAL	
EJERCICIO 2020	EJERCICIO 2021
14	14

### Igualdad y diversidad

En DAG se han establecido medidas específicas para fomentar la diversidad, la inclusión y la no discriminación de las personas que trabajan en él.

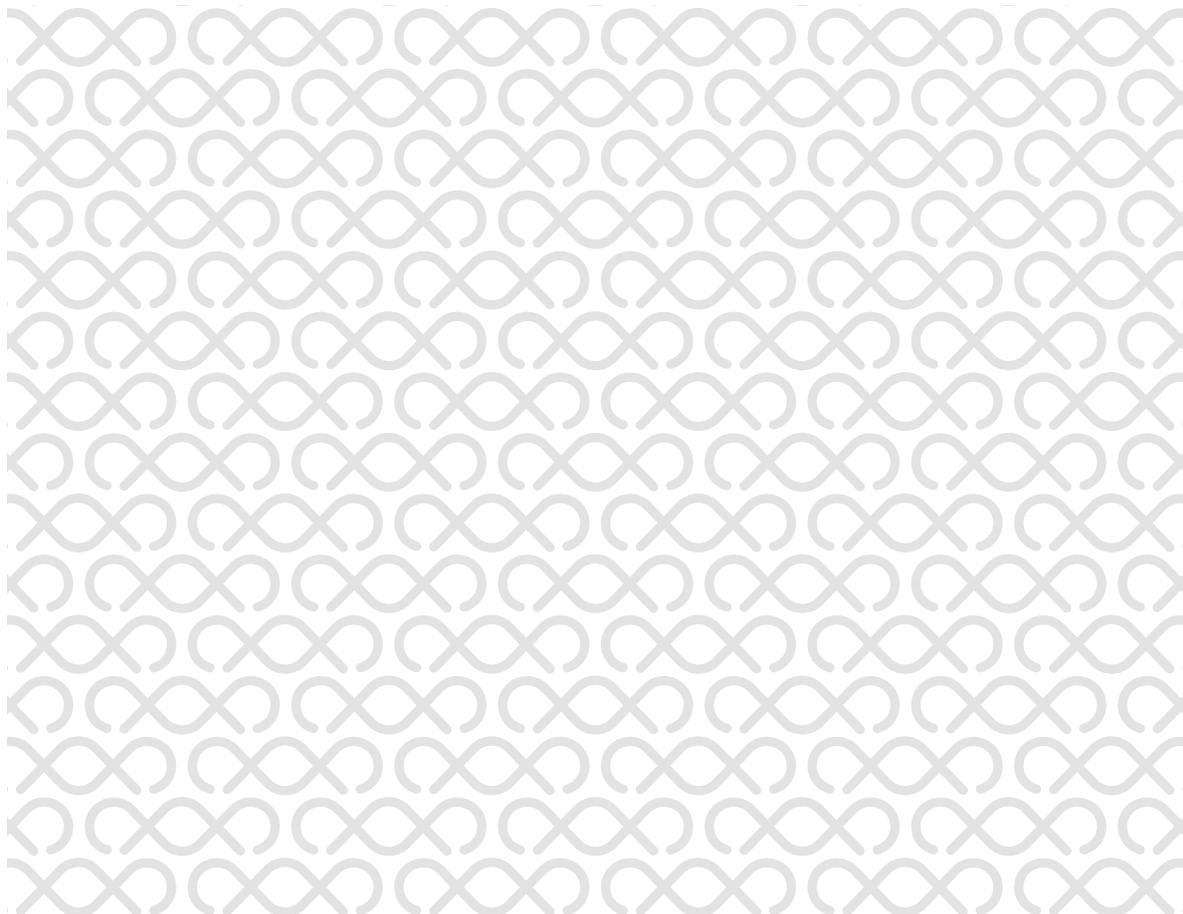
En este sentido y a iniciativa del equipo de Talento y Cultura se desarrolló un protocolo de aplicación a todo el personal, propio o ajeno que prestara sus servicios en cualquiera de las instalaciones de DAG dentro de territorio español, para prevenir el acoso laboral, sexual y por razón de sexo, atendiendo a diferentes referencias legales, en las que destacamos las siguientes:

- Artículos 10, 14 y 18 de la Constitución Española de 1978
- Artículos 2, 14 y 22 de la Ley 31/1995 de 8 de noviembre de Prevención de Riesgos Laborales
- Nota técnica 507 de la Ley de Prevención de Riesgos Laborales
- Artículos 7, 27 y 48 de la Ley Orgánica 3/2007 de 22 de marzo, para la Igualdad efectiva de mujeres y hombres.

En base a esta última, la Ley Orgánica 3/2007, la cual modificó el reciente Real Decreto Ley 6/2019 de 1 de marzo de medidas urgentes para garantía de la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres en el empleo y la ocupación, destacamos que actualmente nos encontramos en la puesta en marcha del Plan de Igualdad efectiva de hombres y mujeres de las empresas de DAG que han de tener implantado y registrado su Plan antes del 6 de marzo de 2021.

El 2020 no fue un año propicio para promover e impulsar acciones de este tipo, por lo que el Plan de Igualdad se pospuso quedando suspendido al menos temporalmente, por la extrema y urgente necesidad de hacer frente al panorama extraordinario ante el que nos encontramos con la declaración del Estado de Alarma. Todo un año gestionando de forma incierta, confusa y casi caótica.

En julio de 2021 retomamos el trabajo en el Plan de Igualdad, en el que nos encontramos inmersos. El propósito no es otro que garantizar y seguir incorporando comportamientos e intenciones responsables en el Grupo. Es por ello que son parte activa en este proyecto la Dirección, la Representación Legal de los Trabajadores y en definitiva, todas las personas que conformamos Domingo Alonso Group.





**DAG** DOMINGO  
ALONSO  
GROUP



## INFORMACIÓN SOBRE EL RESPETO DE LOS DERECHOS HUMANOS

DAG mantiene un compromiso firme con los derechos humanos, es un principio y valor fundamental de DAG el trato respetuoso a todos los empleados, la prohibición categórica de violencia y comportamientos agresivos y garantizar un trato igual y no discriminatorio. Del mismo modo, respeta los derechos fundamentales de todos los seres humanos, así como su libertad sexual, de religión y especialmente los derechos de las mujeres.

En lo que se refiere a la protección de la salud y de la integridad física, DAG concede la máxima importancia a la protección de la integridad física y de la salud de las personas y a la prevención de cualquier tipo de riesgo para ellas en el lugar de trabajo.

DAG respeta la libertad de representación y asociación de sus empleados, constituyendo para ello en cada una de sus entidades legales el correspondiente comité de representantes de los trabajadores dando cumplimiento a la legislación socio laboral española y de los países donde el grupo está presente.

En DAG se promueve la igualdad y la no discriminación en los procesos de contratación donde prima la imparcialidad y se ponen en valor los distintos orígenes, habilidades, experiencias y perspectivas de las personas de cualquier parte del mundo. En este sentido el grupo cumple con la legislación española vigente y de los países donde el grupo está presente, adecuando la contratación laboral al marco legislativo actual.

En la actualidad, no están previstas medidas para la eliminación del trabajo forzoso, obligatorio o infantil, dado que el grupo no incurre en estas situaciones en la organización del trabajo y actividades desempeñadas en todas y cada una de las sociedades integrantes. Todos los trabajadores de DAG cuentan con contrato de trabajo y estos se realizan con personas mayores de 18 años, bajo la libre voluntad de las partes y de acuerdo con la legislación laboral vigente de aplicación a cada situación contractual.



**DAG** DOMINGO  
ALONSO  
GROUP



## INFORMACIÓN RELATIVA A LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN Y EL SOBORNO

### Ética y el cumplimiento

La humildad como parte esencial en la actuación de todos y cada uno de los integrantes del grupo manteniendo siempre absoluto respeto a las leyes, al medio ambiente y con un comportamiento ético irreprochable, sin perder de vista el compromiso de obtener la mayor rentabilidad para los socios.

La defensa de valores como la honestidad, el cumplimiento de la legalidad y la transparencia en la administración de nuestros recursos, será siempre el marco de desarrollo del objeto de las funciones de directivos y colaboradores. DAG, en ningún caso tolerará actuaciones que pongan en peligro el cumplimiento de sus valores o principios, o cuya finalidad pueda llegar a ser considerada dudosa, ilícita o no sea transparente.

La ética y el cumplimiento, son para el grupo pilares fundamentales para el buen funcionamiento de la actividad empresarial. Esto supone actuar con la máxima integridad en el desempeño de las obligaciones y compromisos que el grupo tiene encomendados, así como en las relaciones y colaboración con sus grupos de interés.

**El Modelo de Cumplimiento y Prevención de Riesgos Penales es una parte estratégica de la cultura corporativa de DAG**, dejando constancia expresa del compromiso absoluto de evitar cualquier tipo de comportamiento, no sólo ilegal, sino también contrario a sus principios éticos que derivan de los valores clave de su cultura empresarial.

Durante el año 2019, se llevó a cabo un proyecto de Modelo de Cumplimiento y Prevención de Riesgos Penales con asesoramiento de un tercero experto para su implantación en DAG. Dentro de ese Modelo se incluye un análisis de riesgos como corrupción pública incluso corrupción en los negocios y tráfico de influencias, así como blanqueo de capitales entre otros.

En el año 2020, el Consejo de DAG ratificó el reglamento y las normas internas del Compliance que fueron trabajadas y redactadas con el asesoramiento técnico de los expertos de Deloitte, habiéndose emitido en el año 2020 un comunicado desde Talento & Cultura a todos los empleados de que Domingo Alonso Group ha implantado un Modelo de Compliance, el cual es una parte estratégica de su cultura corporativa por lo que todos los empleados deben asumir, estudiar y hacer propia esta política, publicando en la web de los empleados del grupo tanto el Código Ético como la Política de Cumplimiento y Prevención de Riesgos Penales de DAG. Si bien el Código Ético ya se había distribuido entre



los empleados del grupo a lo largo del año 2020, este también está publicado en la web corporativa de DAG. Durante el año 2021, con el objetivo de seguir reforzando la transmisión del Cumplimiento Normativo, en todas las pantallas de las instalaciones de DAG se visualizó el Código Ético.

Desde principios del año 2020, en DAG, se viene trabajando en la implantación del Modelo de Cumplimiento y Prevención de Riesgos Penales. Se trata de profundizar y ratificar las medidas de control que nos lleven a la certeza de que en DAG estamos haciendo todo lo posible para que nuestros compañeros, socios, desarrollen su trabajo, con absoluto respeto a las normas: penales, fiscales, laborales. Queremos llamar la atención a todos los empleados, de que nuestra obligación moral es conseguir los mejores resultados para el grupo, ello es esencial, pero que desde el Órgano de Administración del grupo, no se admiten ni atajos ni soluciones fáciles. Se trata de desarrollar el trabajo con la mayor rentabilidad para DAG, ser eficaces y productivos teniendo un comportamiento irreprochable.

En la Convención de DAG de marzo del año 2020, se ratificó la necesidad de la implantación del Compliance con una ponencia presencial a todos los asistentes a la misma (Directivos y principales cargos intermedios de DAG). La cual consistió en volver a transmitir el significado del Compliance y su implementación en DAG, ya que al tratarse de líderes de equipos, se trata de que transmitan en todo momento y a toda la Organización que no se hacen en DAG trabajos y actuaciones quebrantando la ley y las normas ética.

Al mismo tiempo, diferenciando según perfiles y áreas de trabajo, se han ido y están realizando unos cursos de formación en materia de Compliance a los empleados de DAG. Todos estos cursos, están siendo supervisados por el Comité de Compliance de DAG, el cual está integrado por las personas en las que se confía la supervisión del funcionamiento y del cumplimiento del Modelo de Prevención de Riesgos Penales de DAG. Dicho Comité, entre otros, se encarga de:

Resolver las dudas de legalidad de la actuación de los empleados así como de establecer cursos de formación para no olvidar nunca el cumplimiento de las leyes y conocer las leyes a cumplir (el Comité cuenta con un presupuesto), todo ello con el objetivo de no cometer delitos. Comité que se reúne y se seguirá reuniendo. Además de la formación ya iniciada y dentro de un grupo tan diverso como es el nuestro, el Comité irá viendo cómo ir realizando cursos a lo largo del tiempo, para que todos sepamos qué es lo que no se debe hacer de una forma “más específica”.

En el primer semestre del año 2020, DAG puso a disposición de todos sus profesionales un Canal de Denuncias de Cumplimiento. El Comité de Cumplimiento es el que da cauce a las denuncias y comunicaciones recibidas según el procedimiento interno establecido para la gestión, análisis y propuesta de actuación según las circunstancias de cada caso. Por tanto, dicho Canal de Denuncias de Cumplimiento forma parte del Modelo de Cumplimiento y Prevención de Riesgos Penales de DAG. Hasta la fecha de emisión de este informe, no se han recibido denuncias a través de dicho canal. Se ha acreditado que los protocolos funcionan adecuadamente, lo cual ha permitido tomar decisiones sobre determinadas conductas que no son consideradas correctas por parte de la dirección.

## Ciberseguridad

En DAG hemos enmarcado la estrategia de ciberseguridad dentro del contexto actual, donde la transformación digital y la hiperconectividad muestran diariamente nuevos riesgos de negocio, para ello nos resulta esencial contar con medidas de ciberseguridad y accesibilidad de la información. Evitar ataques a la seguridad de la información, como pueden ser las técnicas de malware, ransomware, o phishing entre otros, para el robo de información estratégica o credenciales, se ha convertido en una de las principales prioridades para DAG en la actualidad.

Nuestra estrategia de ciberseguridad, busca proteger la información en general del negocio frente a los riesgos que puedan afectar a su sostenibilidad, bien sea en el entorno físico o digital. También busca la protección de la información procesada, almacenada y transportada por los sistemas de información que se encuentran interconectados dentro de DAG y por tanto más vulnerables a ciberataques. Principalmente se centra en: gestionar las amenazas internas y externas; establecer mecanismos de confianza dentro de nuestro ecosistema y en toda nuestra organización; y cumplir con los requisitos legales y estándares de seguridad (con ISO 27001 como línea de base).



## Misión, visión y valores

Como se ha expuesto, el grupo cuenta con una serie de normas de conducta corporativas que establecen los valores y pautas de comportamiento que deben ser asumidos por todas las personas que lo integran en el desempeño de sus actividades profesionales.

La ética, visión y valores del grupo tienen por objetivo proporcionar una guía deontológica a los administradores y empleados del grupo, estableciendo los valores y compromisos que deben regir su actividad. El respeto a la ética y a las leyes con diligencia y buena fe inspirará la actuación de administradores, directivos y empleados del grupo. Los criterios rectores de su conducta estarán basados en la integridad y profesionalidad de su actuación, sin que les guíe otro propósito que una gestión eficaz, humana y responsable de DAG.

Los valores principales del grupo destacados en su código ético son:

- A. Honestidad.** La honestidad, como condición previa y absoluta en cualquier actuación que implica un comportamiento sincero y coherente, respetando los valores de la justicia y la verdad. Propugnamos que la honestidad, es un valor absoluto que implica la autoestima y el respeto a sus semejantes, dentro de un comportamiento presidido por la franqueza y la verdad.



**B. Humanidad y Humildad.** Capacidad de respetar, comprender y sentir solidaridad hacia las demás personas, actuando con modestia y ausencia de soberbia. La humildad para saber escuchar y aprender de los demás es un valor fundamental preconizado por DAG.

La humanidad, como capacidad de llevar a cabo nuestra actuación profesional persiguiendo siempre el entendimiento, desde el diálogo y la comprensión, en aras de hacer mejorable la convivencia.

**C. Profesionalidad.** Nuestro compromiso parte del desempeño del trabajo con pericia, aplicación, seriedad, honradez y eficacia. Dominar nuestro trabajo y expresarnos siempre con propiedad y rigor, desarrollando la labor encomendada con seriedad, realismo y el mayor respeto a la sociedad y al medio ambiente.

**D. Eficacia y Eficiencia.** La eficacia, como capacidad de alcanzar el resultado que se desea en la realización de un proyecto empresarial. La eficiencia, como uso racional de los medios para alcanzar el objetivo. Cumplir el objetivo con la menor cantidad de recursos y tiempo.

La adecuada combinación entre eficacia y eficiencia, componen el ideal empresarial.

**E. Transparencia.** Transparencia, como capacidad de transmitir una actuación siempre coherente con nuestros valores, sin zonas oscuras difíciles de justificar.

**F. Respeto al medio ambiente.** Asumimos el compromiso de respetar el entorno natural, el cuidado del medio ambiente es hoy en día una exigencia ineludible.

Dentro de nuestro concepto de excelencia empresarial se configura el cuidado al medio ambiente como un valor esencial para DAG, pues entendemos que el respeto al medio ambiente es una actitud ética fundamental.

Asimismo, cabe destacar la misión, visión y valores del grupo que se encuentran presentes en todas las facetas de actividad del mismo y que se detallan a continuación:

### Misión

Ofrecer la mejor y más innovadora experiencia de movilidad a nuestros clientes a nivel internacional maximizando el uso de soluciones tecnológicas, siendo pioneros e innovadores.

Ser una empresa socialmente comprometida asegurando el cumplimiento de los requisitos legales y medioambientales, velando por el cuidado de nuestro planeta.

### Visión

Ser considerados por nuestros clientes y partners como la opción más atractiva e innovadora para ofrecer soluciones de movilidad adaptadas a sus necesidades en cada momento, asumiendo el reto permanente de superar siempre sus expectativas.

Ser el mejor lugar para trabajar, donde las personas disfruten de las mejores condiciones para sentirse inspirados a dar la mejor versión de sí mismos con el ánimo de lograr desarrollar una empresa eficiente y rentable que acepte y supere el desafío que supone competir y crecer internacionalmente.

Ser el mejor lugar para trabajar, donde las personas disfruten de las mejores condiciones para sentirse inspirados a dar la mejor versión de sí mismos con el ánimo de lograr desarrollar una empresa eficiente y rentable que acepte y supere el desafío que supone competir y crecer internacionalmente.

## Valores

- Somos **honestos** con nosotros mismos. La confianza, transparencia y coherencia forman parte de nuestros principios.
- Somos conscientes que la **humildad** y aprender algo nuevo cada día nos proporciona nuevas oportunidades de éxito.
- Somos nuestra mejor versión en todo momento. La **superación** constante en busca de la excelencia es nuestra guía para marcarnos nuevos retos.
- Somos **positivos y proactivos**. Con la agilidad necesaria para adaptarnos al cambio.
- Somos **pasión** y tenemos un secreto: amamos lo que hacemos.
- Somos un equipo y apostamos por un entorno de **colaboración** fomentando el talento colectivo y el trabajo en equipo.
- Somos **sensatos**. Asumimos con responsabilidad los compromisos y aceptamos las consecuencias de nuestros actos.
- Somos **fieles** a nuestra empresa y a la sociedad. La lealtad nos caracteriza.
- Somos **esfuerzo**. Con constancia y perseverancia convertimos cada problema en un desafío y en una nueva oportunidad.

## Donaciones

DAG ha realizado durante el ejercicio 2020 y 2021 las siguientes donaciones a fundaciones y organizaciones sin ánimo de lucro:



AÑO	ENTIDAD PATROCINADA	IMPORTE
2021	ASOCIACIÓN BANCO DE ALIMENTOS DE LAS PALMAS	12.000,00 €
	ASOCIACIÓN DE PARKINSON DE GRAN CANARIA	10.000,00 €
	ASOCIACIÓN ESPAÑOLA CONTRA EL CÁNCER	1.000,00 €
	ASOCIACIÓN PARA EL DESARROLLO Y LA GESTIÓN BNI	3.000,00 €
	FUNDACIÓN CANARIA GRUPO CANARIO CÁNCER DE PULMÓN	6.000,00 €
	FUNDACIÓN CANARIA PARA LA REFORESTACIÓN	13.000,00 €
	CÁRITAS DIOCESANA DE CANARIAS	333,33 €
	CRUZ ROJA ESPAÑOLA	333,33 €
	<b>TOTAL 2021</b>	<b>45.666,66 €</b>
2020	FUNDACIÓN CANARIA PARA LA REFORESTACIÓN	32.950,00 €
	FUNDACIÓN HUMANITARIA DE LOS ROTARIOS ESPAÑOLES	9.619,00 €
	FUNDACIÓN LUCAS 18	15.000,00 €
	FUNDACIÓN ONCOLÓGICA IOR	25.000,00 €
	MELINPU - ASOCIACIÓN CANARIA PARA LA INVESTIGACIÓN CLÍNICA EN MELANOMA	4.000,00 €
	UNIVERSIDAD FRANCISCO MARROQUÍN	25.000,00 €
	ASOCIACIÓN RELIGIOSA CÁRITAS DIOCESANA DE CANARIAS	17.912,50 €
	CRUZ ROJA ESPAÑOLA	17.912,50 €
	FUNDACIÓN ALEJANDRO DA SILVA	1.990,28 €
	ASOCIACIÓN HOGAR NIÑOS NUEVO FUTURO	1.990,28 €
	ASOCIACIÓN ESPAÑOLA CONTRA EL CÁNCER	1.990,28 €
	FUNDACIÓN CANARIA YRICHEN	9.951,39 €
	<b>TOTAL 2020</b>	<b>163.316,23 €</b>



**DAG** DOMINGO  
ALONSO  
GROUP



## INFORMACIÓN SOBRE LA SOCIEDAD

En 2017, nace la Fundación Sergio Alonso, a partir de ahora FSA con el objetivo de contribuir al desarrollo de proyectos educativos y formativos, la investigación científica y tecnológica, al desarrollo de la sociedad de la información, y al fomento de los valores cívicos y éticos a través tres ejes principales de actuación:



• **Compromiso Social. Colaborando y aportando fondos a organizaciones.**

FSA a través de su programa de Compromiso Social, contribuye al desarrollo de proyectos sociales mediante convenios de colaboración con otras entidades, concediendo una aportación económica y realizando un seguimiento de los mismos. La selección de proyectos se realiza mediante una convocatoria pública desde la web de la Fundación Sergio Alonso.

• **Educación. Impulsando acciones de innovación y calidad educativa**

Siendo conscientes de que abordar la mejora de la educación es un tema complejo que requiere el compromiso y la responsabilidad de muchos actores: gobiernos, comunidad educativa (profesorado, alumnado, familias, agentes sociales), medios de comunicación, fundaciones, etc, FSA apuesta por la creación de espacios de confluencias, impulsando acciones de innovación y calidad educativa desde la responsabilidad social generando marcos de colaboración público/privado. analizando y diseñando proyectos de actuación en el ámbito de la Primaria, Secundaria y Formación Profesional.

• **Calidad. Fomentando procesos de evaluación y certificación.**

FSA aborda su programa de Calidad proponiendo procedimientos de evaluación que aporten análisis y reflexión a las organizaciones que permitan responder ante los siguientes interrogantes: ¿Cómo se mide el impacto de un proyecto social?, ¿qué aspectos cuantitativos y cualitativos hay



que tener en cuenta?, ¿cómo se mide “lo intangible”, la mejora de la calidad de vida de las personas, o la mejora del medio ambiente?. El objetivo es contribuir a la generación de procesos de cambio y mejora continua en las organizaciones.

• **Sensibilización. Un altavoz para los proyectos propios y entidades colaboradoras.**

FSA ha incorporado este año 2021 un eje de sensibilización con el que queremos trabajar en hacer llegar el impacto de nuestros proyectos propios, así como el que realizan las entidades sociales con las que colaboramos. En este sentido, nos parece de vital importancia que la ciudadanía conozca qué se está haciendo, el impacto social de los proyectos, sus destinatarios y beneficios para el conjunto de la sociedad. Este eje se articula a través de un trabajo más intenso de acercamiento a los medios de comunicación, medios propios como la web o redes sociales, así como la articulación de alianzas con entidades públicas y privadas que reconozcan la labor que realizamos.

FSA cumpliendo las normas de transparencia y calidad a través de su página web publica los proyectos realizados y datos económicos.

Domingo Alonso Group ha destinado de forma anual en los dos últimos años 414.169,11€ a proyectos sociales y educativos que se realizan a través de la Fundación Sergio Alonso.

## Acciones realizadas en el año 2020

### Durante el 2020 se desarrollaron dos Programas:

#### · Compromiso Social:

- Se ha colaborado con 20 organizaciones sin ánimo de lucro mediante ayudas económicas con un valor total de 118.586,71€. Los proyectos con los que hemos colaborado se han desarrollado en dos ámbitos: bienestar social e intervención socio-educativa.

LA INVERSIÓN TOTAL EN COMPROMISO SOCIAL HA SIDO DE: **145.971,49€**

#### · Educación:

- En el ámbito de la Formación Profesional se ha iniciado un nuevo proyecto denominado FP Plus, en el que se imparte formación complementaria a alumnado y profesorado en dos familias profesionales: Informática y Electromecánica mediante colaboración con empresas del sector. Esta edición abarcará dos cursos escolares 2020-2022.
- En el ámbito de Primaria, se ha continuado con el Proyecto “La Escuela que Queremos”, ampliando el plazo de ejecución a 2021 por las restricciones covid-19. Además, se ha firmado una colaboración con la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, para el desarrollo conjunto de una de las líneas de trabajo “Espacios Educativos Creativos”, mediante una investigación multidisciplinar.
- Se abrió una nueva línea de actividades que se ha denominado Sostenibilidad, con el objetivo de contribuir al cumplimiento de la Agenda 2030 impulsando proyectos educativos transversales que aborden planteamientos sostenibles. En este sentido FSA colaboró en la organización del evento internacional Smart Green Island Makeathon, donde estudiantes de todo el mundo resuelven retos medioambientales desarrollando prototipos tecnológicos innovadores, inteligentes y sostenibles.

LA INVERSIÓN TOTAL EN EDUCACIÓN HA SIDO DE: **68.850,98€**

FSA en el año 2020 ha realizado una inversión total de: **232.856,83€**, de las cuales 214.726,26€ han sido realizadas en actividades de la Fundación y 18.130,57€ en estructura.

## Acciones realizadas en el año 2021

### Durante el 2021 desarrolló tres Programas:

#### · Compromiso Social:

- Se ha colaborado con 14 organizaciones sin ánimo de lucro mediante ayudas económicas con un valor total de 101.072 euros. Los proyectos con los que hemos colaborado se han desarrollado en dos ámbitos: bienestar social e intervención socio-educativa. Adicionalmente, y de forma extraordinaria, se concedió una ayuda de urgencia por valor de 3.000 euros al colectivo de Escuelas Rurales del Valle de Aridane (La Palma), afectadas por la erupción volcánica acontecida en la isla.



**LA INVERSIÓN TOTAL EN COMPROMISO SOCIAL HA SIDO DE: 123.243,87€**

· Educación:

- En el año 2021 se desarrolló el proyecto FP Plus proyecto de innovación educativa enfocado a la Formación Profesional e impulsado por la Fundación Sergio Alonso. Una iniciativa con la que tratamos complementar a la formación reglada, desarrollando programas formativos de excelencia dirigidos al alumnado, en colaboración con los centros educativos de Formación Profesional y del tejido empresarial. La formación se ofertó a alumnado de Grado Medio de Electromecánica de Vehículos y a los de los Grados Superiores de la rama de Informática.
- Se puso en marcha el proyecto ‘Formación para la Excelencia’ con el objetivo de contribuir a la innovación en sectores tructores de la economía en Canarias. En este sentido, impulsamos colaboraciones público-privadas para el desarrollo de programas formativos innovadores dirigidos a profesionales. En esta primera edición, nos hemos centrado en uno de los sectores estratégicos del Turismo: la Hostelería diseñando un curso de especialización innovador “Embajador de Sala” dirigido a profesionales del sector. Dentro de este proyecto, también se otorgaron dos Becas BID-Fundación Sergio Alonso para cursar el programa BID: Business Innovation Design que desarrolla el Instituto de Desarrollo Directivo del Atlántico.
- En el ámbito de Primaria, se continuó desarrollando “La Escuela que Queremos” con la participación de cinco centros educativos de Gran Canaria y cuyo objetivo es la mejora de la calidad educativa y su transferencia a otros centros.
- Se abrió una nueva línea de trabajo en el ámbito de la Sensibilización a través de la puesta en marcha, en colaboración con la Radio Autónoma de Canarias, de ‘Enfócate’, una sección radiofónica en la que hablamos de formación, de proyectos de innovación educativa, de Formación Profesional, empleabilidad y de sectores en los que la juventud canaria pueda tener oportunidades de futuro.

**LA INVERSIÓN TOTAL EN EDUCACIÓN HA SIDO DE: 76.198,98€**

· Calidad:

- En el ámbito de Calidad no se realizaron proyectos, centrándose la Fundación en los ámbitos de Compromiso Social y Educación.

FSA en el año 2021 ha realizado una inversión total de: 226.146,81€, de las cuales 199.442,85€ han sido realizadas en actividades de la Fundación y 26.703,96€ en estructura.

ACCIONES REALIZADAS FSA		
	2021	2020
COMPROMISO SOCIAL	123.243,87€	145.875,28€
EDUCACIÓN	76.198,98€	68.850,98€
ESTRUCTURA	26.703,96€	18.130,57€
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	<b>226.146,81€</b>	<b>232.856,83€</b>



**DAG** DOMINGO  
ALONSO  
GROUP

## COMPROMISO CON EL DESARROLLO SOSTENIBLE

DAG es plenamente consciente que el planeta tiene una capacidad limitada de generar recursos por lo que es tarea importante no abusar de tales recursos. En consecuencia, la presión sobre los recursos limitados del planeta y el reto del cambio climático requieren de una acción rápida, inmediata y coordinada entre todos. Es por ello que, las empresas como motores de desarrollo económico tienen una responsabilidad enorme con las comunidades donde están inmersas y dentro de sus metas, no solo debe encontrarse la referente a la creación de empleo y riqueza, sino también a la protección del medio ambiente y colaborar en el adecuado desarrollo del entorno social que impactan. Nuestras decisiones de gestión del negocio, afectan a otras personas y, asimismo, son importantes porque condicionan el futuro de las sociedades que producen lo que se consume en nuestro día a día.

La huella ambiental de una empresa no se puede tomar a la ligera y debe ser parte de la estrategia competitiva del negocio. El uso intensivo de recursos naturales no sólo como materias primas, sino para la generación de energía, incrementa día a día y, por lo tanto, las empresas deben diseñar acciones que persiguen una reducción efectiva del consumo energético y compensación de las emisiones por uso de energía que no se puede dejar de consumir.



Es por esto que a una empresa como DAG, le preocupa el impacto que puede causarse al medio ambiente por el impacto de su actividad y consumo energético necesarias para el desarrollo del negocio de la compañía. Trabajamos en el cálculo de nuestra huella de carbono, para poder tomar medidas de reducción y posteriormente compensación. El objetivo de DAG es ser una empresa Neutra en carbono en los próximos años.

Esta visión del mundo tiene que ver con cuatro factores muy importantes: el económico, el social, el político y el medioambiental. Dejar a las generaciones venideras un mundo igual o mejor que el que nos hemos encontrado es para DAG un objetivo innegociable, por ello nos enfocamos en los siguientes aspectos fundamentales: Las personas y la sociedad, en el Económico y en la Salud del planeta.

DAG quiere hacer frente a los nuevos retos que depara el mundo sin dejar de ofrecer el mejor servicio a sus clientes, siendo consciente de su obligación de hacerlo con el menor impacto posible para el territorio. Por eso, en DAG estamos decididos a convertir la sostenibilidad en uno de los ejes de nuestra estrategia. Un movimiento que se traduce en una nueva forma de entender el negocio y una nueva política de desarrollo sostenible, así como diversas líneas de actuación para garantizar que reducimos nuestra huella hídrica y de carbono, reducción del plástico y del papel, catering saludables intentando reducir el consumo de comidas procesadas, control de residuos, control de emisiones, cumpliendo así con las recomendaciones que para el Desarrollo Sostenible que proclama la ONU.

La decisión de llevar a cabo un proyecto de sostenibilidad empresarial tiene, además, efectos colaterales positivos, pues genera conciencia entre los empleados y en la sociedad al promover hábitos de vida saludables y un continuo prestigio empresarial que impulsa, entre los trabajadores, orgullo por pertenecer a una empresa innovadora y con valores sostenibles tanto éticos como físicos.

Por ello, DAG ha decidido apostar por el eje de la sostenibilidad y la contribución activa a los Objetivos de Desarrollo Sostenible y la lucha contra el cambio climático. Para ello cuenta desde finales de 2019 con Canaragua como partner medioambiental, empresa que trabaja firmemente en la economía circular a través de la gestión inteligente, eficiente y sostenible de los recursos hídricos y que le permitirá al grupo contribuir activamente a los objetivos de desarrollo sostenible y a la lucha contra el cambio climático, promoviendo e implementando acciones como la generación de autoconsumo renovable, la reducción de la huella de carbono o la naturalización de sus infraestructuras. De ahí la decisión del



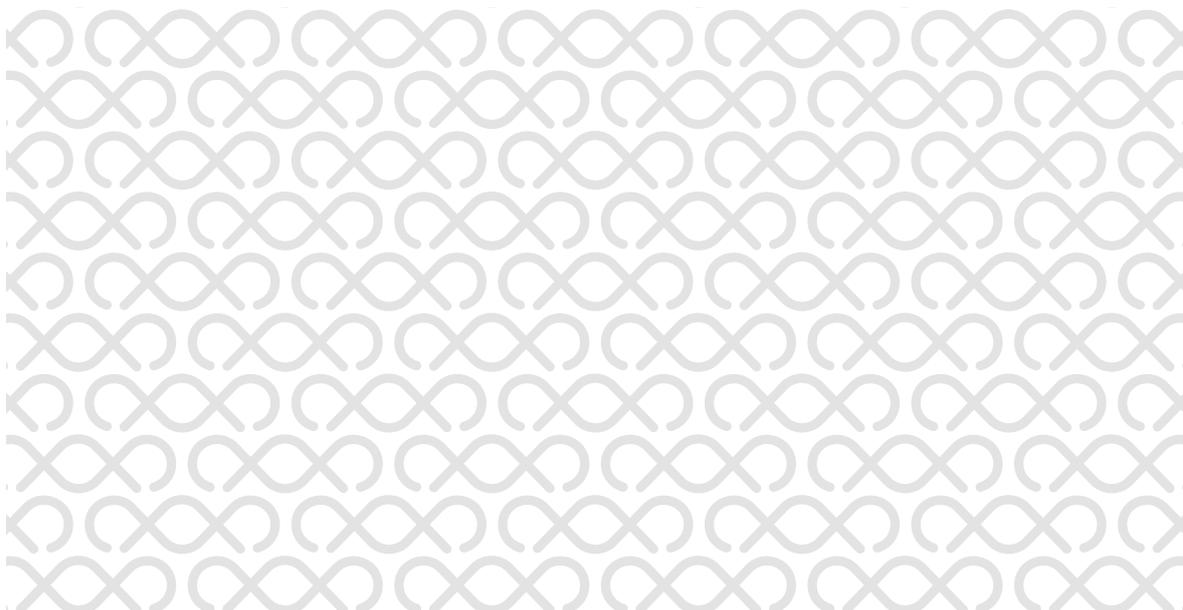


grupo de aplicar medidas multidisciplinarias para proteger la biodiversidad y reducir el impacto de todo el grupo en el cambio climático, en la huella hídrica, compensación de huella de carbono y en el uso de recursos productivos y energéticos.

También trabajamos con Canaragua para estar alineados con la agenda 2030 de la ONU, donde tenemos que contribuir con los 17 Objetivos de desarrollo Sostenible, priorizando inicialmente el cumplimiento de 8 de ellos.



Se presentan a continuación las propuestas desarrolladas desde 2019 para implantar un Plan Estratégico de Desarrollo Sostenible alineado con la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas.





Space  
to  
Create

**DAG** DOMINGO  
ALONSO  
GROUP

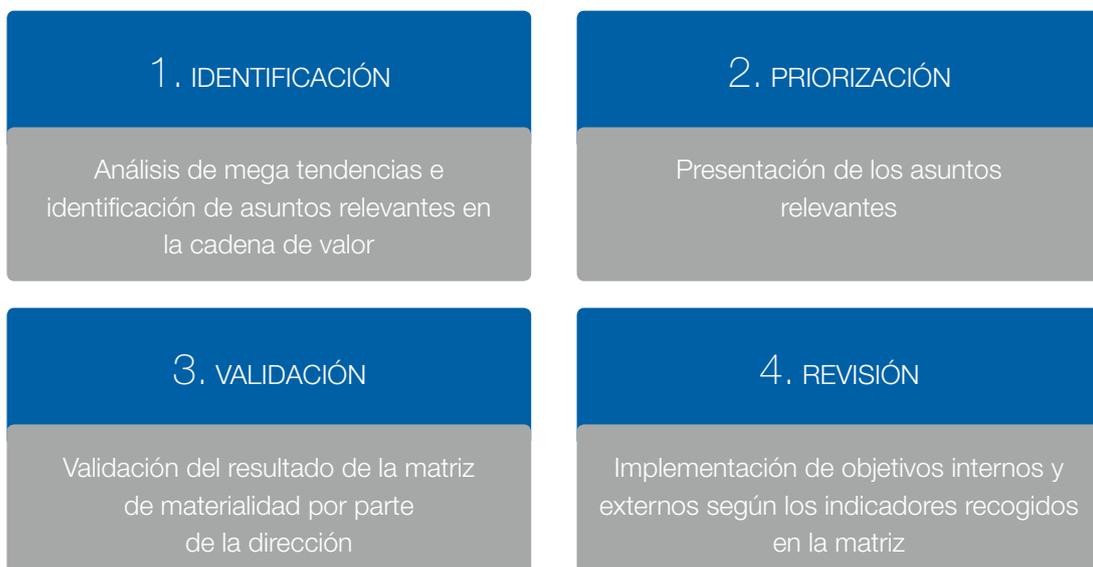


## ANÁLISIS DE MATERIALIDAD

Es necesario que desde DAG se establezcan las prioridades para avanzar en la creación de valor económico, social y medioambiental, y asegurar que se cubren las necesidades de los grupos de interés, a la vez que el negocio del grupo se desarrolla y genera valor.

La mejor herramienta para establecer estas prioridades es el análisis de materialidad, que permite realizar un estudio sobre los asuntos que se consideran más relevantes tanto para los grupos de interés (parte externa) como para los empleados de la empresa (parte interna). De esta manera se determinan las prioridades para asegurar la sostenibilidad de la estrategia de DAG.

Pasos a seguir:





**DAG** DOMINGO  
ALONSO  
GROUP



## ODS 4. EDUCACIÓN DE CALIDAD

En DAG trabajamos para garantizar la calidad, la satisfacción y la productividad en el trabajo y para ello es preciso contar con un equipo humano capacitado, diverso e inclusivo.

Por ello, la contribución del grupo en este objetivo se materializa en el compromiso de implementar planes de formación y desarrollo del talento para todos nuestros equipos de trabajo y en el impulso de proyectos educativos que contribuyan a mejorar la calidad de la formación que se en canarias.

ACCIÓN	INDICADOR
Personal en prácticas	- Porcentaje del personal de prácticas que no cuenta con experiencia - Número de trabajadores en prácticas sobre el total de empleados de la empresa
Formación al personal	- Número de empleados que han recibido formación - Aumento de las competencias y la satisfacción de los empleados
Establecer alianzas con centros educativos	- Número de proyectos realizados - Número de alianzas - Número de personas beneficiarias
Ofrecer la realización de másteres especializados	- Número de personas beneficiarias - Aumento de la competitividad de la plantilla y la empresa

### Compromiso de DAG: Formar es invertir en satisfacción y productividad

- Continuar desarrollando a los empleados del grupo con nuestra propia academia “DAG Academy”.
- Continuar desarrollando iniciativas como la Fundación Sergio Alonso (incluyendo sus programas y proyectos), que contribuyen al desarrollo de proyectos educativos y formativos mediante el apoyo del I+D.
- Desarrollar programas de prácticas con impacto para estudiantes fomentando los conocimientos STEM: ciencias, tecnología, ingeniería y matemáticas, muy importantes para el desarrollo del negocio de DAG.
- Ofrecer oportunidades de formación continua a empleados para mejorar sus competencias, así como becas de movilidad para jóvenes y estudiantes.



**DAG** DOMINGO  
ALONSO  
GROUP



## ODS 6. AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO

El crecimiento demográfico y urbano, el calentamiento global y la escasez de recursos naturales han impulsado un movimiento mundial hacia un modelo de crecimiento que consume menos recursos. En el contexto en el que vive Canarias, donde sabemos que el agua es un bien escaso, desde Canaragua nos comprometemos a ir de la mano con DAG para hacer un uso eficiente del agua, reducir su consumo, reutilizarla y a preservar su calidad tras el uso industrial.

ACCIÓN	INDICADOR
Difundir buenas prácticas ambientales	- Personas que han cambiado sus hábitos de consumo de agua
Evitar pérdida de agua por fugas	- Reducción del consumo de agua por el control de las fugas - Inversión en la revisión de fugas de agua (€)
Reducir la huella hídrica	- Variación de la huella hídrica en el último año - Medidas implementadas
Estrategias para el ahorro y uso eficiente del agua	- Medidas tomadas para mejorar la eficiencia de las instalaciones
Solicitar a proveedores productos de baja huella hídrica	- Trabajar con proveedores conscientes de la particularidad de las islas y la importancia de un uso responsable del agua - Inversión realizada en productos de baja huella hídrica

### Compromiso: DAG consciente de las particularidades y necesidades de las islas

- Objetivos de reducción del consumo de agua en las instalaciones: Iniciativas para la reducción del consumo de agua, mejorando la eficiencia de las instalaciones. Control de las instalaciones que más consumen y búsqueda de mejoras en su uso.
- Implantación de sistemas de control automáticos de consumo de agua de manera que se pueda realizar un seguimiento de las variaciones diarias/mensuales en el consumo, siendo así capaz el grupo de percibir posibles ineficiencias.
- Realizar proyectos de colaboración y apoyo a iniciativas que permitan aumentar la accesibilidad al agua potable.
- Medir y calcular la huella hídrica de todas las instalaciones del grupo.
- Introducir objetivos de reducción del consumo en todas las instalaciones del grupo.



**DAG** DOMINGO  
ALONSO  
GROUP



## ODS 8. TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO

Desde DAG, somos totalmente conscientes de la evolución que está viviendo nuestro sector y la sociedad en general, de ahí, nuestra apuesta clara por la innovación. En los últimos 10 años DAG ha invertido más de 10M€ en tecnología, y actualmente estamos trabajando en cerca de 50 proyectos relacionados con la digitalización, robotización, automatización, nuevas formas de movilidad, es decir innovación en general. Estos datos confirman la mentalidad del grupo, que no es otra que seguir siendo innovadores, ya que es eso lo que nos permitirá seguir siendo una empresa de referencia.

ACCIÓN	INDICADOR
Términos de contratación	- Iniciativas realizadas para la mejora de las condiciones laborales - Porcentaje de contratos indefinidos
Apoyo a emprendedores	- Número de emprendedores con los que se colabora.
Entorno de trabajo seguro	- Número de accidentes laborales y cálculo de los índices de gravedad, frecuencia y absentismo.
Consumo eficiente	- Número de proveedores “sostenibles” con los que se opera.

### Compromiso: Promovemos el crecimiento económico inclusivo y sostenible:

- Impulsar acciones de innovación enfocadas en proyectos educativos y formativos, así como el desarrollo de proyectos dirigidos a personas en situación de vulnerabilidad social: **Fundación Sergio Alonso**.
- Apuesta por el empleo joven: empleados de DAG con una experiencia menor a los 3-5 años, así como aumentar, en la medida de lo posible, la contratación de personas sin experiencia laboral.
- Fomentar alianzas con PYMES y empresas locales: Porcentaje de empresas con las que el grupo trabaja que son canarias o pymes, así como el número de estas compañías que son social y medioambientalmente responsables.



**DAG** DOMINGO  
ALONSO  
GROUP



## ODS 9. INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA

Las empresas tienen que trabajar en construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización sostenible y fomentar la innovación. La industrialización inclusiva y sostenible, junto con la innovación y la infraestructura, pueden dar rienda suelta a las fuerzas económicas dinámicas y competitivas que generan el empleo y los ingresos. Estas desempeñan un papel clave a la hora de introducir y promover nuevas tecnologías, facilitar el comercio internacional y permitir el uso eficiente de los recursos.

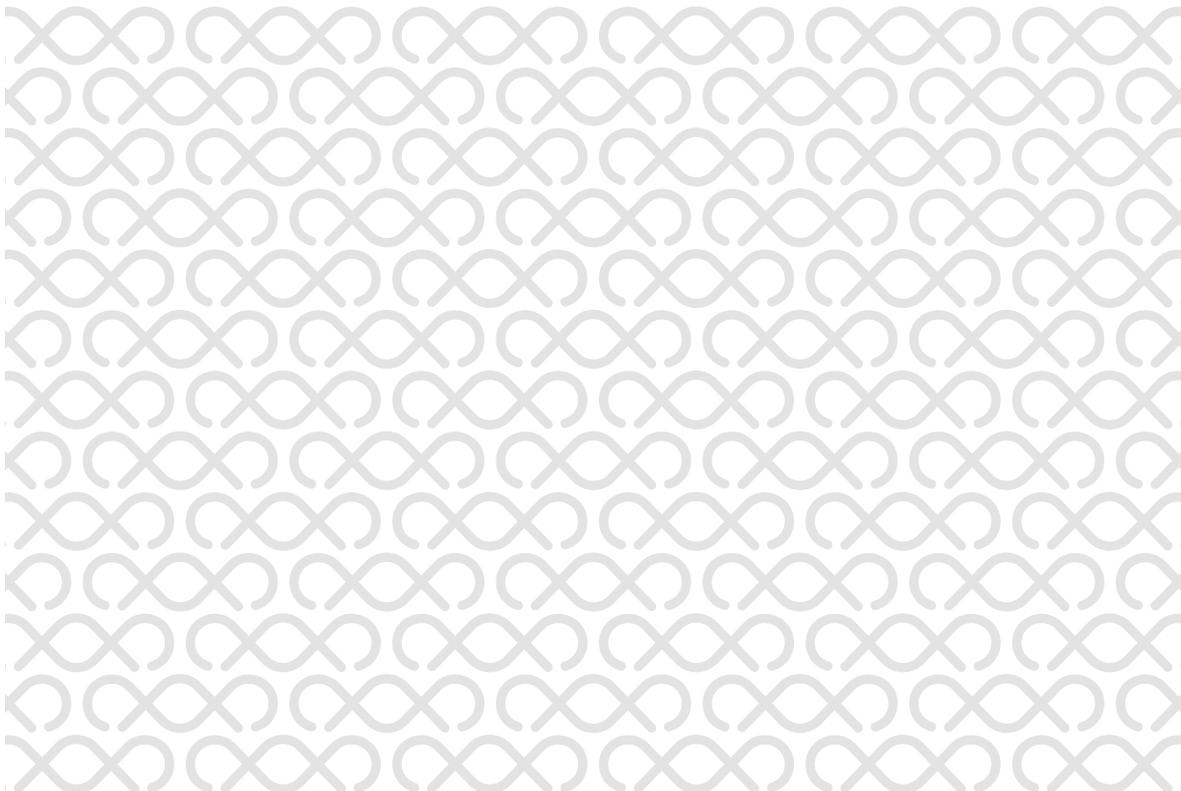
Sin embargo, todavía queda un largo camino que recorrer para que el mundo pueda aprovechar al máximo este potencial. En especial, los países menos desarrollados necesitan acelerar el desarrollo de sus sectores manufactureros si desean conseguir la meta de 2030 y aumentar la inversión en investigación e innovación científicas.

ACCIÓN	INDICADOR
Difusión de buenas prácticas en innovación = generación de empleo	- % de personas formada - % de personas contratadas
Digitalización de los procesos	- Número de procesos - Transformación digital de la empresa
Inversiones en energías renovables (Placas Fotovoltaicas)	- Inversión realizada en paneles - Reducción de emisiones de CO2 al medioambiente - Creación de infraestructuras sostenibles, fiables y de calidad.
Inversión de I+D+i	-Inversión a anual de 1M€
Archipelago Next	-Cofundador del fondo de inversión canario para apoyar a las startups.
Plan de Movilidad Sostenible	-Vehículo eléctrico -Pago por uso, como ejemplo de esto tenemos Lovesharing y MyCarflix

### Compromiso: Promovemos el crecimiento económico inclusivo y sostenible:

- Ser una empresa innovadora, apostando por la generación de innovación interna, formando personas internamente y generando la contratación de personas en este ámbito.

- Llevar a cabo los procesos en base a tecnologías digitales y gestionar los datos de manera digital, con el fin de optimizar resultados gracias al uso de la información digital.
- Generar nuestra propia energía a través de proyectos de energía renovable donde la energía generada sea procedente de fuentes renovables. Además de tener contratos verdes con las comercializadoras con las que trabajamos.
- Seguir invirtiendo anualmente en I+D+i, estamos comprometidos con la innovación desde hace más de 10 años. En 2021, la compañía invirtió aproximadamente 1M€ en I+D+i, lo que supone una inversión acumulada de más de 10 millones de euros en la última década.
- En seguir apoyando a las start-ups en Europa (y África Occidental), a través del Fondo de Inversión de Capital Riesgo Canario Archipelago Next, dotado con 10 millones de euros entre las más de 19 empresas canarias que lo forman.  
Asimismo, ayudar al ecosistema emprendedor innovador del Archipiélago Canario mediante la creación de nuevas startups en las islas, dentro de su programa de Venture Builder.
- A liderar la movilidad sostenible, liderando proyectos en canarias hacia la movilidad sostenible, con ejemplos como que 1 de cada dos vehículos eléctrico vendidos en las islas pertenece al grupo, lanzado la plataforma myCarflix, la nueva forma de adquirir un vehículo sin comprarlo, a través de un modelo de suscripción y nuestro servicio de movilidad compartida, Lovesharing, donde más de 12.000 ciudadanos se desplazan actualmente cualquier día del año con una flota de 450 motos 100% eléctrica por las principales núcleos urbanos.





**DAG** DOMINGO  
ALONSO  
GROUP



## ODS 11. CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES

Apostamos y trabajamos en un cambio hacia una movilidad eficiente y no contaminante, iniciativa de ello son nuestros servicios de Lovesharing Motos a través de motos 100% eléctricas Silence, lo que nos ayudará a reducir en 2020 alrededor de las 50 Toneladas de CO2. Además de soluciones como Chipi, vehículos eléctricos, que no solo facilitan la movilidad de los ciudadanos, sino que hacen de esta una movilidad más sostenible.

ACCIÓN	INDICADOR
Difusión de buenas prácticas ambientales	- % de personas que han cambiado sus hábitos de movilidad
Iniciativas fomentadas por el grupo en movilidad	- Porcentaje de la plantilla que acude al centro de trabajo caminando, en bicicleta, en transporte público o mediante vehículos eléctricos/híbridos o compartidos - Personal propio que ha participado o asistido a foros o eventos
Invertir en zonas verdes y espacios comunes para el personal de la empresa	- Inversión realizada - Economía circular: volumen de agua reutilizada gracias a la inclusión de zonas verdes

### Compromiso: Somos agentes activos de la concienciación ciudadana sobre el uso racional del vehículo privado

- **Impulsar la visibilidad y el uso de la aplicación MyWay, que demuestra la concienciación de DAG en lograr comunidades sostenibles, facilitando el acceso a distintos métodos de transporte:** Realización de campañas de concienciación y sensibilización sobre la importancia de una movilidad más sostenible. Incorporaremos los kg de CO2 provenientes de las diferentes opciones de movilidad del grupo, de manera que el ciudadano sea consciente del impacto que tiene una movilidad responsable.
- Continuar invirtiendo en I+D y en proyectos como lovesharing, que no sólo facilitan la movilidad de los ciudadanos, sino que hacen de esta una movilidad sostenible. Además, impulsar la start-up de logística y gestión de flotas con la que se está trabajando, que no sólo facilita la movilidad, sino que además la hace más eficiente. Un ejemplo de esto es nuestro proyecto en desarrollo de la autoterminar con el cual estaremos ahorrando más de 30 Tn de CO2 anuales.
- Realizar formaciones o cursos que destaquen la importancia de una conducción responsable y eficiente, tanto en la mejora de la movilidad en las islas como en la reducción de las emisiones. Gamificación.





## ODS 12. MODALIDADES DE CONSUMO Y PRODUCCIÓN SOSTENIBLES

Promovemos el reciclaje y la reutilización, primer objetivo convertir en los próximos años a nuestros concesionarios 100% eco, consiguiendo reducir nuestras emisiones de CO<sub>2</sub>, estaremos continuamente midiendo y mejorando para convertirnos en un ejemplo a seguir.

Este objetivo es el que integra el concepto de economía circular, clave desde el punto de vista empresarial y con un importante impulso por parte de las administraciones públicas.

ACCIÓN	INDICADOR
Uso sostenible de los productos en todos los procesos de la empresa	- Reducción de los materiales consumidos y los residuos generados
Fabricar productos sostenibles, elaborados con recursos de cercanía y que tengan el menor impacto negativo posible	- Reducción de la huella de carbono e hídrica de los productos utilizados

### Compromiso: Trabajamos con el objetivo de hacer de nuestros centros, instalaciones sostenibles

- Reducir la producción de residuos e intentar integrar los que se generen en la cadena de valor de otra empresa.
- Inclusión de zonas verdes en las instalaciones del grupo para fomentar la economía circular y evitar la generación de residuos. Por ejemplo, en el nuevo concesionario de La Loza, instalar una planta de tratamiento de aguas para el lavadero de la cubierta, y utilizar esa agua para zonas ajardinadas.
- Economía + Personas + Planeta → % Reducción del consumo de papel, del consumo energético, del consumo de agua y de la generación de residuos.
- Implantación de un plan de mejora continua reduciendo el impacto medioambiental y una potencial reducción de costes. Un ejemplo de ello es nuestra firma digital con “Signatur” lo que hará que el grupo en los próximos años reduzca de forma considerable las impresiones.



**DAG** DOMINGO  
ALONSO  
GROUP



## ODS 13. ACCIÓN POR EL CLIMA

Ante un escenario en el que el consumo energético del grupo va en auge por la diversificación y electrificación de las áreas de negocio, el grupo apuesta por una transición energética limpia, a través de proyectos de autoconsumo fotovoltaico que nos permitirán dentro de dos años poder generar más del 60% de nuestro consumo global, además, a través de contratos de suministro de energía verde podremos asegurar que el consumo energético del grupo es plenamente limpio.

Por último, el despliegue de un plan de auditorías energéticas permitirá identificar puntos débiles y planificar acciones de mejora de eficiencia energética.

Somos conscientes que el sector privado juega un papel protagonista en este sentido, debiendo establecer estrategias para reducir sus emisiones de CO2 a la atmósfera, impulsando las energías renovables en detrimento de las fósiles en sus actividades, invirtiendo en I+D+i para desarrollar innovaciones medioambientales y tecnologías ecológicas y trabajando coordinadamente con la comunidad internacional en alcanzar los compromisos mundiales en materia de cambio climático.

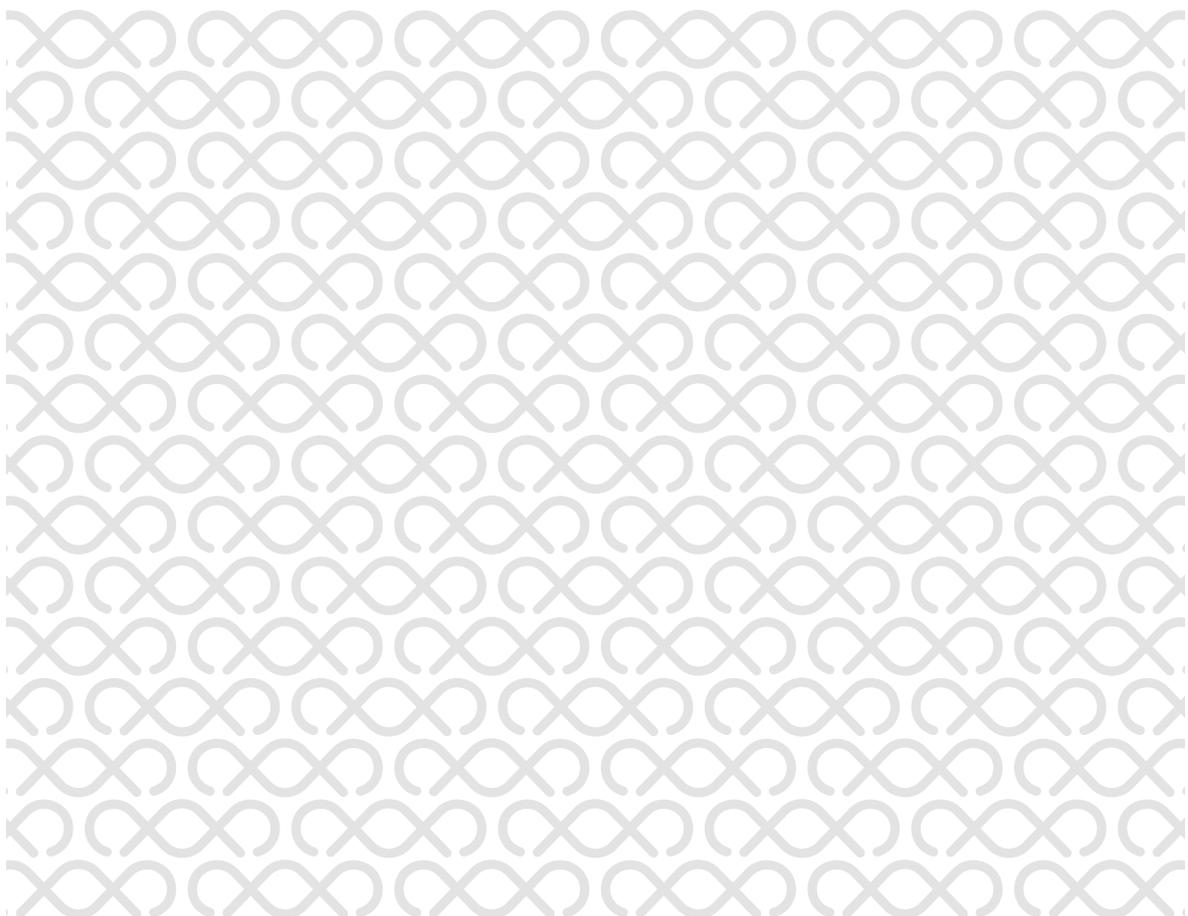
Al sector del automóvil se le atribuye un papel relativamente relevante en la emisión de gases de efecto invernadero y, consecuentemente, se ha visto obligado a implementar medidas para la reducción de emisiones.

ACCIÓN	INDICADOR
Reducir la huella de carbono	- Medidas implementadas para reducir la huella de carbono - Variación de las emisiones de CO2 en el último año
Implantación de sistemas de gestión ambiental certificados	- Inversión realizada - Número de certificaciones ambientales obtenidas
Solicitar a proveedores productos de baja huella de carbono	- Trabajar con proveedores conscientes de la importancia de un uso responsable de la energía - Inversión realizada en iniciativas enfocadas en la reducción de la huella de carbono

### Compromiso: Precursores en la lucha contra el cambio climático

- Implantación de sistemas de control de consumo eléctrico de manera que se realice un seguimiento de las variaciones diarias/mensuales en el consumo, siendo así el grupo capaz de percibir posibles ineficiencias en sus instalaciones.

- **Objetivos de reducción de emisiones de CO2 en las instalaciones:** Ejemplo de ello, la compra de energía verde como solución a corto plazo. El grupo en 2020 contará con más del 80% de sus ubicaciones tener contratos de energía verde, reduciendo las emisiones de CO2 en más de 1.000 Tn de CO2. A largo plazo, el fin del grupo debe ser la mejora en la eficiencia energética de sus centros y la instalación de energías renovables propias y para autoconsumo (en especial solar y eólica), de manera que se fomente la sostenibilidad.
  - En 2020/2021 nos comprometemos a realizar el cálculo de alcance 1 de las emisiones relacionadas con gases refrigerantes y vehículos de empresa, de forma que trabajaremos para reducirlas y las de alcance 2 (emisiones por consumo eléctrico) las cuales ya se han llevado a cabo y el grupo está ahora con proyectos como ya se ha explicado en otra sesión trabajando con energías renovables y de autoconsumo.
  - Neutralización de emisiones de CO2 mediante la fundación FORESTA.





**DAG** DOMINGO  
ALONSO  
GROUP



## ODS 17. ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS

Un programa exitoso de desarrollo sostenible requiere alianzas entre diferentes empresas del sector privado y la sociedad. Para llevarlas a cabo, estas deben estar construidas sobre principios y valores semejantes que tengan una visión compartida sobre la importancia tanto de la sostenibilidad ambiental como de la social.

Además, siempre que sea posible se deben realizar alianzas con PYMES y empresas locales de manera que se potencie la economía y el desarrollo local.

ACCIÓN	INDICADOR
Apoyo a emprendedores	- Número de emprendedores con los que se colabora
Establecer alianzas con centros educativos	- Número de personas beneficiadas de prácticas de empresa por convenios educativos (grados, FPs)

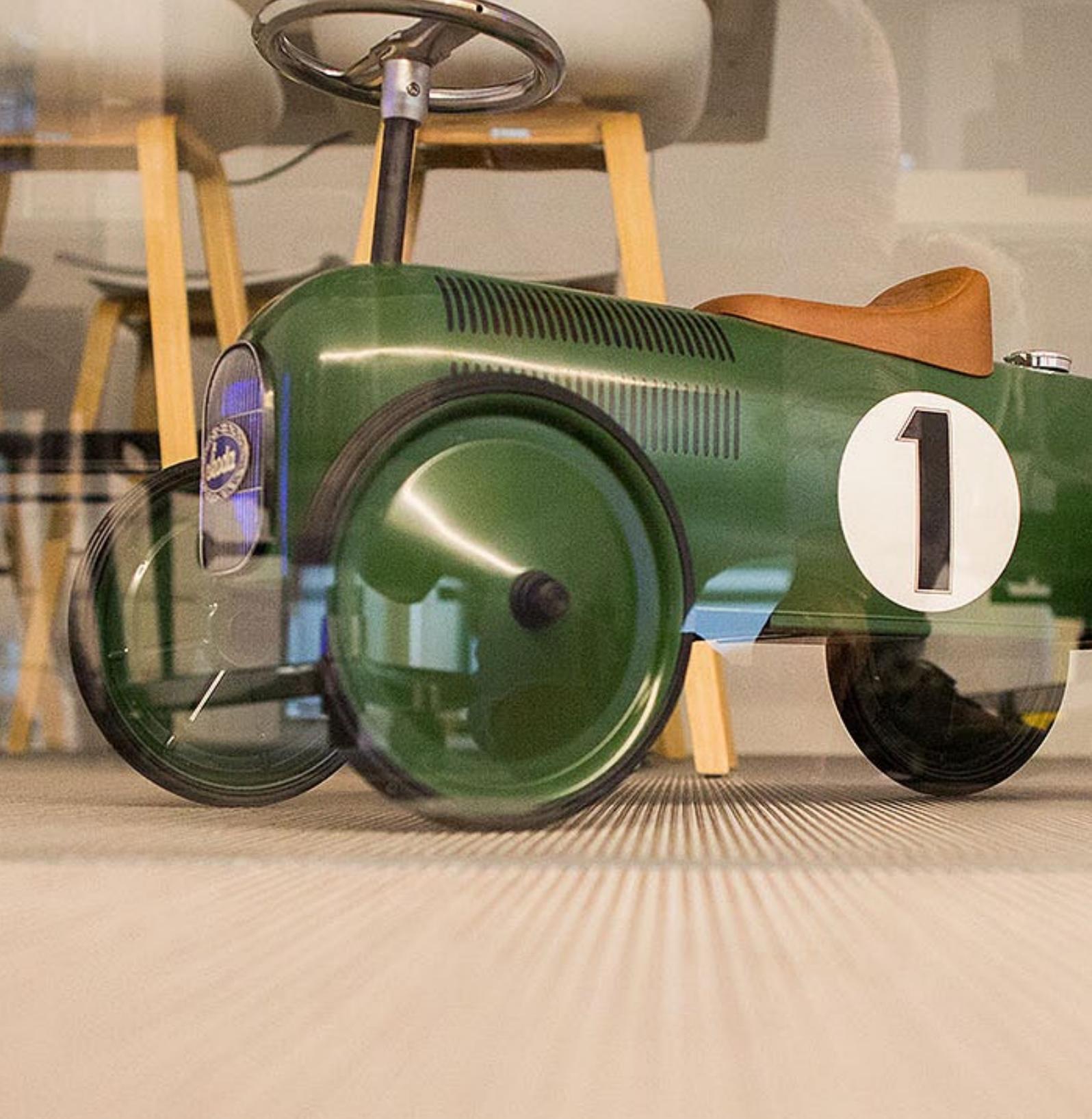
Queremos ser innovadores en primer lugar comprometiéndonos en colaborar con otros, solos no podemos, los ODS son ambiciosos y muy amplios para poder abordarlos nosotros mismo, por ello nuestro acuerdo con Canaragua.

También con Foresta estamos comprometidos en la plantación anual de árboles, que ayudan a compensar parte de nuestras huella de carbono.

Desde hace más de 16 años Domingo Alonso Group colabora activamente con la Formación Profesional de Canarias a través de convenios y acuerdos mediante los cuales, desarrollamos una serie de acciones con el fin de mejorar y actualizar los contenidos formativos que se aplican en los centros de estudios.

En DAG estamos comprometidos con los objetivos de desarrollo sostenible de la agenda 2030 de las Naciones Unidas. Alineamos la visión estratégica del grupo, el modelo de gobierno corporativo y la cultura de la compañía para contribuir a la lucha contra el cambio climático, de la mano de un gran referente en Canarias, como es Canaragua.

El objetivo de DAG es neutralizar la Huella de Carbono del grupo y reducir la hídrica en un 20% en los próximos años.



**DAG** DOMINGO  
ALONSO  
GROUP

## CONSUMIDORES

Enraizada con la vocación de servicio esencial en todas y cada una de las sociedades de DAG se encuentra el ánimo de respetar los derechos de los consumidores y todas las personas que demandan bienes y servicios de este grupo de empresas.

Siendo conscientes de que cumplir las demandas y expectativas de clientes y consumidores es la base sobre la que se construye un edificio empresarial, todos los procesos de digitalización del grupo hunden sus cimientos en centrar al cliente y consumidor como la mejor práctica empresarial.

Destacar que este ejercicio 2020, cuando DAG, está integrado por más de treinta empresas en diferentes ámbitos empresariales en Canarias no se ha abierto ningún expediente sancionador por la Dirección General de Consumo del Gobierno de Canarias, digno de consideración teniendo en cuenta el volumen que manejamos. Igualmente, pese a la venta de más de diez mil automóviles y más de mil quinientas motocicletas en las islas y con miles de horas de taller facturadas, las reclamaciones judiciales en relación con pretensiones de consumidores, son mínimas, lo que denota una vocación de ejercicio empresarial centrado en el respeto hacia los clientes y consumidores.

### Sistemas de reclamación

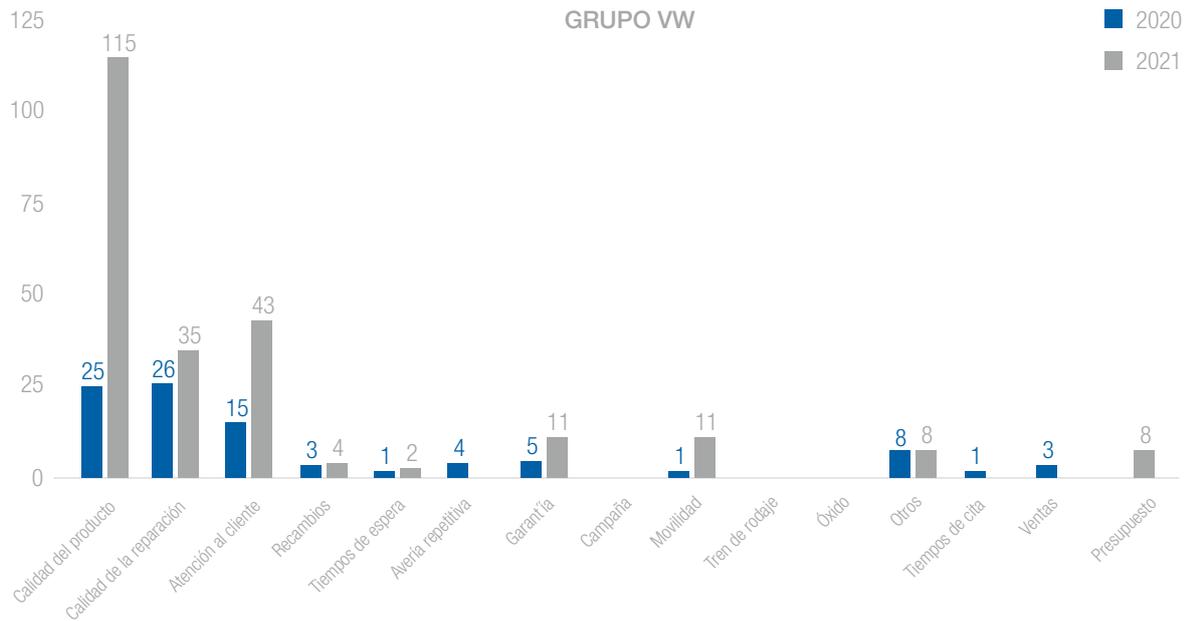
DAG dispone de varios canales para la comunicación con los clientes, todos ellos se encuentran publicadas en las webs de las distintas marcas a las que representamos. Actualmente ofrecemos activamente a los clientes que nos comuniquen sus incidencias a través de teléfono, email o formularios de contacto. Además, se atienden también las reclamaciones que provienen de RRSS como Facebook, Instagram o reseñas de Google.

Una vez se recibe una reclamación tenemos el compromiso de las marcas de tener el primer contacto con el cliente en un plazo menor a 48 horas. Si la atención al cliente es telefónica se considera éste el primer contacto con el cliente y si es online (ya sea mediante email o formulario web) se envía en primera instancia un email de vuelta al cliente confirmando que su reclamación ha sido recibida y comenzaremos a trabajar en ella. Nuestro servicio de atención al cliente evalúa individualmente cada reclamación buscando siempre solucionar la incidencia o consulta del cliente.

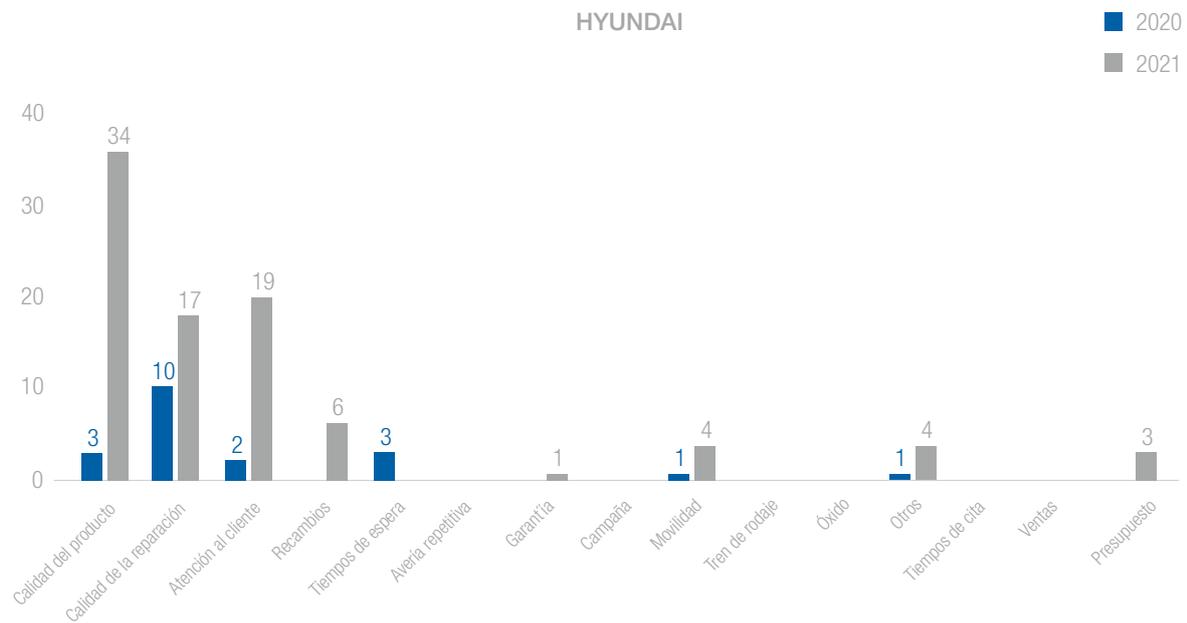
En los informes de dirección se cuenta con una ratio que se analiza mensualmente que es el índice de reclamaciones cada 1.000 entradas a taller, y se ha establecido como objetivo nunca sobrepasar las 3 reclamaciones cada mil entradas, pudiendo además desglosar su dato por concesionario.

Junto con este ratio se realizan informes trimestrales donde se analizan las incidencias por marca, motivo o satisfacción final del cliente, entre otros. Estos informes se evalúan en busca de factores comunes en las reclamaciones de clientes y se ponen en marcha acciones de cara a minimizar las mismas, tanto internamente como en colaboración con las marcas representadas.

Al respecto de la gestión de la atención al cliente, esta fue centralizada en nuestro contact center a partir del mes de Marzo del 2020. Anteriormente esta gestión se hacía desde cada uno de los importadores.



El Grupo VW en 2021 tuvo un total de 237 reclamaciones frente a las 92 reclamaciones del 2020.



Con la marca Hyundai centralizamos este servicio en Octubre de 2020 por lo que aquí se muestran los resultados a partir de esa fecha, por lo que se registraron en el último trimestre del año 20.

Durante el 2021 la marca tuvo un total de 88 reclamaciones.





**DAG** DOMINGO  
ALONSO  
GROUP



## SUBCONTRATACIÓN Y PROVEEDORES

La globalización de los mercados ha ampliado los límites de responsabilidad de las compañías y provocado un cambio en el rol del proveedor, que ha pasado a ser un elemento clave de las mismas. En este sentido, DAG pone el foco en la extensión de su responsabilidad sobre la cadena de suministro y se rige por un modelo de gestión responsable.

El grupo desarrolla su modelo de gestión en base a los principios de no discriminación, reconocimiento mutuo, proporcionalidad, igualdad de trato y transparencia, así como un marco de legislación y códigos, políticas y normativa interna del grupo.

En este sentido, el grupo se asocia con proveedores que nos garanticen que sus políticas medioambientales son de demostrada calidad, asegurando el establecimiento por parte de estos.

El compromiso de DAG por el medioambiente, no se limita a las acciones que por su actividad pudieran tener un impacto directo. Para aquellos terceros con los que se tiene capacidad de influir, se gestiona la relación con los mismos, de forma que se reduzca el impacto ambiental de aquellas operaciones donde sea posible.

El grupo no dispone de ninguna política de igualdad específica de compras que integre estas cuestiones, pero procura que los proveedores con los que trabajamos cumplan con ellas, por ello trata con marcas contrastadas como VW, Pirelli, Shell etc





**DAG** DOMINGO  
ALONSO  
GROUP



# INFORMACIÓN FISCAL

## Estrategia y Política Fiscal

DAG mantiene un compromiso irrenunciable de contribución al desarrollo económico y social de los diferentes mercados en los que opera, y que en el ámbito fiscal se materializa en el puntual cumplimiento de todas las obligaciones tributarias que se generen como consecuencia de su actividad comercial. En línea con este objetivo, el grupo está comprometido con el cumplimiento de la legislación fiscal en el más firme convencimiento de su deber de contribuir al desarrollo económico y social que se deriva de su aportación tributaria efectuada mediante el pago de impuestos en todos los territorios en los que opera. A tal fin, DAG mantiene en todo momento una relación cooperativa con las distintas Administraciones Tributarias.

La estrategia fiscal se puede definir como aquella que se implementa dentro de los márgenes de la ley, con objeto de optimizar la carga tributaria de una empresa o persona física, e incluso podríamos decir abiertamente que su objeto es disminuir el pago de impuestos de forma legal y eficiente, utilizando herramientas de planificación financiera para el adecuado manejo del flujo de efectivo, un programa de compras, un presupuesto de gastos e inversiones en activos, entre otros.

En este sentido, para DAG la estrategia fiscal responsable se caracteriza por tres elementos:



1 Optimiza la carga tributaria de las empresas del grupo



2 Lo hace siempre dentro de los márgenes de la ley



3 Persigue lograr el crecimiento y la continuidad del negocio en beneficio de la comunidad en la que se desarrollan y de sus accionistas



Los principales valores que informan la estrategia Fiscal de DAG son la transparencia, el buen gobierno y la responsabilidad.

En aplicación de los principios y estrategia fiscal indicados, DAG exige que la información fiscal del grupo declarada a las autoridades fiscales sea veraz y refleje fielmente la realidad del mismo, y no crea ni opera a través de empresas domiciliadas en territorios considerados paraísos fiscales con el fin de evadir impuestos.

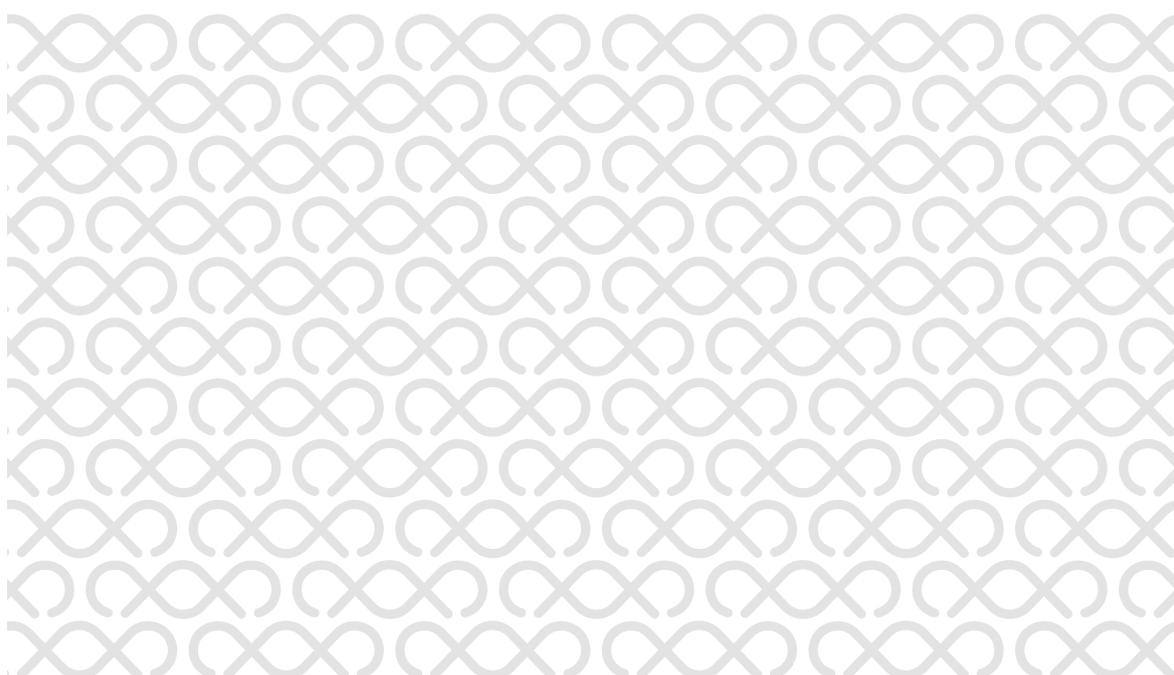
El cumplimiento de los principios rectores anteriormente señalados asegura que la presente Estrategia esté plenamente alineada con el negocio y los estándares de fiscalidad internacional actualmente aplicables, lo que determina un modelo de cumplimiento tributario basado en buenas prácticas fiscales, transparente y que articula una contribución fiscal justa del grupo en cada uno de los países en los que opera.

### Beneficios obtenidos país por país

A continuación, se presentan los impuestos sobre beneficios pagados por país, entendiendo por tales a los importes satisfechos en concepto del Impuesto sobre Sociedades:

	2021			2020		
	Beneficio antes de impuesto	Impuesto sobre sociedades	Beneficio después de impuestos	Beneficio antes de impuesto	Impuesto sobre sociedades	Beneficio después de impuestos
España	24.379.098,20€	-4.247.684,56€	20.131.413,64€	11.412.257,72€	-552.637,12€	10.859.620,60€
EE.UU.	31.661,45€	0,00€	31.661,45€	41.517,01€	0,00€	41.517,01€

Durante el año 2021 la cuantía recibida a modo de subvención asciende a 546.042,96 € (exoneración incluida), mientras que en 2020 se recibió un total de 199.542,33€.



04

05

15

16

**DAG** DOMINGO  
ALONSO  
GROUP

# ÍNDICE DE CONTENIDOS REQUERIDOS POR LA LEY 11/2018, DE 28 DE DICIEMBRE, EN MATERIA DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA Y DIVERSIDAD

Aspectos generales				
Ámbitos		Marco Interno	Referencia pág.	Comentarios / razón omisión
Modelo de negocio	Descripción del modelo de negocio: - Entorno empresarial - Organización y estructura - Mercados en los que opera - Objetivos y estrategias - Principales factores y tendencias que pueden afectar a su futura evolución	GRI 102-2 Actividades, marcas, productos y servicios GRI 102-4 Ubicación de las operaciones GRI 102-15 Principales impactos, riesgos y oportunidades	6 - 10	
Principales riesgos e impactos identificados	Gestión de riesgos	102-15 Principales impactos, riesgos y oportunidades	11	El grupo durante 2020 no dispone de procedimientos en materia de control y gestión de riesgos no financieros
	Análisis de riesgos e impactos relacionados con cuestiones clave			

Información sobre cuestiones medioambientales				
Ámbitos		Marco Interno	Referencia pág.	Comentarios / razón omisión
Gestión medioambiental	Efectos actuales y previsibles de las actividades de la empresa	Descripción cualitativa de los principales efectos actuales y previsibles	14 - 18	
	Procedimientos de evaluación o certificación ambiental	Descripción cualitativa de evaluaciones y certificaciones	15	
	Recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales	Descripción cualitativa y cuantitativa de los recursos dedicados	15	
	Aplicación del principio de precaución	GRI 102-11 Principio o enfoque de precaución	16 - 18	
	Cantidad de provisiones y garantías para riesgos ambientales	Descripción cualitativa de las obligaciones del grupo	13 - 14	
Contaminación	Medidas para prevenir, reducir o reparar las emisiones de carbono que afectan gravemente el medio ambiente (incluye también ruido y contaminación lumínica)	Descripción cualitativa de las principales medidas y actuaciones	15 - 18	
Economía circular y prevención y gestión de residuos	Medidas de prevención, reciclaje, reutilización, otras formas de recuperación y eliminación de desechos	Descripción cualitativa de medidas relativas a la gestión de residuos e información cuantitativa del total de residuos generados	19	



	Acciones para combatir el desperdicio de alimentos	n.a.	-	Debido a la naturaleza de la actividad del grupo, este indicador no se considera relevante
Uso sostenible de los recursos	Consumo de agua y el suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales	GRI 303-1 Extracción de agua por fuente	19 - 21	
	Consumo de materias primas y medidas adoptadas para mejorar la eficiencia de su uso	Descripción cualitativa de los consumos	19 - 21	
	Consumo, directo e indirecto, de energía	GRI 302-1 Consumo energético dentro de la organización	15 - 17	
	Medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética	Descripción cualitativa de las medidas adoptadas	15 - 18	
	Uso de energías renovables	Descripción cualitativa del uso de energías renovables	17 - 18	
Cambio climático	Elementos importantes de las emisiones de gases de efecto invernadero generadas	GRI 305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1) GRI 305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	21	
	Medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático	Descripción cualitativa de medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático	21	
	Metas de reducción establecidas voluntariamente	Descripción cualitativa de las metas establecidas	14 - 18 19 - 25	
Protección de la biodiversidad	Medidas tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad	Descripción cualitativa y cuantitativa de las medidas	25 - 26	
	Impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas	Descripción cualitativa de los impactos	25 - 26	

### Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal

Ámbitos		Marco Interno	Referencia pág.	Comentarios / razón omisión
Empleo	Número total y distribución de empleados por sexo, edad, país y categoría profesional	GRI 102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores GRI 405-1. Diversidad en órganos de gobierno y empleados	28 - 31	
	Número total y distribución por modalidad de contratos	GRI 102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores	29 - 31	
	Promedio anual de contratos indefinidos, temporales y a tiempo parcial por sexo, edad y categoría profesional	GRI 102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores	32 - 34	
	Número de despidos por sexo, edad y categoría profesional	Información cuantitativa sobre despidos	34 - 35	
	Brecha salarial	Descripción cuantitativa a partir de la fórmula siguiente: salario promedio mujeres / salario promedio hombres	36 - 37	
	Remuneración media por sexo, edad y categoría profesional	Remuneración media incluyendo fijo, variable	36 - 37	



	Remuneración media de los consejeros por sexo	Remuneración media de los consejeros por sexo	36 - 37	
	Remuneración media de los directivos por sexo	Remuneración media de los directivos por sexo	36 - 37	
	Implantación de políticas de desconexión laboral	Descripción cualitativa de las políticas vigentes	37	
	Empleados con discapacidad	GRI 405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados	52	
Organización del Tiempo de Trabajo	Organización del tiempo de trabajo	Descripción cualitativa de la organización del tiempo de trabajo	38	
	Número de horas de absentismo	Número de horas de absentismo (considerando horas de absentismo por accidentes y recaídas)	38	
	Medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio corresponsable de estos por parte de ambos progenitores	Descripción cualitativa de las medidas	39 - 41	
Salud y Seguridad	Condiciones de salud y seguridad en el trabajo	Descripción cualitativa de condiciones de salud y seguridad en el trabajo	42 - 43	
	Número de accidentes de trabajo y enfermedades laborales por sexo, tasa de frecuencia y gravedad por sexo	GRI 403-2 Tipos de accidentes y tasa de frecuencia de accidentes, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de muertes por accidente laboral o enfermedad profesional	42 - 43	
Relaciones Sociales	Organización del diálogo social	Descripción cualitativa de la organización del diálogo social	45	
	Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país	Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo sobre el total de empleados	38	
	Balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y la seguridad en el trabajo	Descripción cualitativa del balance de los convenios colectivos	45 - 47	
Formación	Políticas implementadas en el campo de la formación	Descripción cualitativa políticas implementadas en el campo de la formación	48 - 49	
	Cantidad total de horas de formación por categorías profesionales	Cantidad total de horas de formación por categoría profesional	50 - 51	
Accesibilidad universal de las personas con discapacidad		Descripción cualitativa y cuantitativa de medidas sobre accesibilidad universal de las personas con discapacidad	52	
Igualdad	Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres	Descripción cualitativa de las medidas	53	
	Planes de igualdad medidas adoptadas para promover el empleo, protocolos contra el acoso sexual y por razón de sexo	Descripción cualitativa de los procedimientos vigentes	53	
	Integración y la accesibilidad universal de las personas con discapacidad	Descripción cualitativa de las medidas de integración	52	
	Política contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad	Descripción cualitativa de la gestión de la diversidad	53 55	

Información sobre el respeto de los derechos humanos			
Ámbitos	Marco Interno	Referencia pág.	Comentarios / razón omisión
Aplicación de procedimientos de diligencia debida en materia de derechos humanos	GRI 102-16 Valores, principios, estándares y normas de conducta	55	
Prevención de los riesgos de vulneración de derechos humanos y, en su caso, medidas para mitigar, gestionar y reparar posibles abusos cometidos	GRI 102-16 Valores, principios, estándares y normas de conducta	55	
Denuncias por casos de vulneración de derechos humanos	GRI 406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	-	Tanto en 2020 como en 2021 no se han reportado denuncias por vulneración de derechos humanos dentro del grupo
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, la eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación, la eliminación del trabajo forzoso u obligatorio y la abolición efectiva del trabajo infantil	GRI 102-16 Valores, principios, estándares y normas de conducta	55	

Información relativa a la lucha contra la corrupción y el soborno			
Ámbitos	Marco Interno	Referencia pág.	Comentarios / razón omisión
Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno	GRI 102-16 Valores, principios, estándares y normas de conducta	57 - 58	
Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales	Descripción cualitativa de las medidas	57 - 58	Modelo de Cumplimiento y Prevención de Riesgos Penales
Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro	Cuantía de las aportaciones en euros	60	



Información sobre la sociedad				
Ámbitos		Marco Interno	Referencia pág.	Comentarios / razón omisión
Compromisos de la empresa con el desarrollo sostenible	Impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local	Descripción cualitativa del impacto	67 - 85	
	Impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio	Descripción cualitativa del impacto	51 63	
	Relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos	Descripción cualitativa de las relaciones mantenidas	63	
	Acciones de asociación o patrocinio	Descripción cualitativa de las acciones mantenidas	63	
Consumidores	Medidas para la salud y la seguridad de los consumidores	Descripción cualitativa de las medidas	86	
	Sistemas de reclamación	Descripción cualitativa de los sistemas de reclamación	86 - 87	
	Quejas recibidas y resolución de las mismas	Número de reclamaciones	86 - 87	
Subcontratación y proveedores	Inclusión en la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales	Descripción cualitativa de la gestión realizada sobre la inclusión	89	
	Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental	Descripción cualitativa de la gestión realizada	89	
	Sistemas de supervisión y auditorías y resultados de las mismas	Descripción cualitativa de los sistemas de supervisión y auditorías	-	El grupo no dispone de sistemas de supervisión y auditorías sobre la subcontratación y proveedores
Información fiscal	Beneficios obtenidos por país	Resultado antes de impuestos por país	92	
	Impuesto sobre beneficios pagados	Impuesto sobre beneficios pagados	92	
	Subvenciones públicas recibidas	GRI 201-4 Asistencia financiera recibida del gobierno	92	

**DAG** DOMINGO  
ALONSO  
GROUP