

Cuidamos lo que te cuida

RESUMEN EJECUTIVO INFORME DE SOSTENIBILIDAD 2025



Índice

Somos Deoleo.
La Compañía líder mundial
de aceite de oliva.

Somos Deoleo. La Compañía líder mundial de aceite de oliva. Desde hace siglos, nuestro aceite de oliva ocupa un lugar destacado en las cocinas de todo el mundo. Valiéndonos de nuestro conocimiento y pasión, trabajamos para crear un aceite de oliva de calidad y liderar nuestra industria hacia un futuro más sostenible.

Índice

Introducción	4
Unas palabras de nuestro Presidente	4
Carta del CEO	6
Contexto macroeconómico	8
Evolución del ejercicio	10
Somos Deoleo	12
Nuestro modelo de negocio	13
‘EVOO-lution’: creamos valor a través del crecimiento	14
Presencia internacional	15
Calidad premiada internacionalmente	16
Valor generado y valor distribuido	17
Sostenibilidad	18
Mensaje de nuestra directora de Sostenibilidad	18
Estrategia de sostenibilidad: Cuidamos lo que te cuida	20
Avances ESG	21

Síguenos en nuestras redes sociales:



LinkedIn Youtube

Accede al informe en nuestra web:

www.deoleo.com/sostenibilidad



Unas palabras de nuestro
Presidente, Ignacio Silva

“Impulsar
la evolución
del sector
desde el
compromiso
y la visión
compartida.”

Distinguidos accionistas y colaboradores:

La misión siempre ha sido elevar nuestro papel para ser los líderes indiscutibles del sector del aceite de oliva; hoy, al presentar estas cuentas anuales y el informe de sostenibilidad de 2025, damos un paso más: **aspiramos a consolidarnos como líderes indiscutibles y mantenernos en esa posición en el tiempo**, desde la responsabilidad, la exigencia y la coherencia con nuestros valores.

Liderar supone tomar riesgos y marcar el camino de la categoría. Entendemos que nuestro papel como principal empresa de aceite de oliva bajo marca del mundo, implica una responsabilidad que asumimos y que nos sentimos orgullosos de liderar.

Nuestro compromiso —y el de quienes se suman a nuestro ejemplo— sigue siendo el de ser pioneros en buenas prácticas en todos los ámbitos: desde la mejora continua de la calidad y la trazabilidad, hasta la adopción de los estándares más ambiciosos en sostenibilidad ambiental, social y de gobernanza. Esto demuestra que **la dirección que emprendimos hace años es la correcta** y se ve hoy reforzada por los resultados de la compañía, pero también por la transformación del sector.

El año 2025 ha estado marcado por una recuperación gradual del sector oleícola tras varios ejercicios de volatilidad, con una normalización progresiva de los niveles de producción y consumo a escala global. Este contexto refuerza la importancia de mantener una estrategia sólida y orientada al crecimiento sostenible.

En este escenario, Deoleo consolida su posición como la compañía número uno mundial de aceite de oliva bajo marca, con **presencia en 68 países y un portafolio de 29 marcas**, entre las que destacan Bertolli (marca de aceite de oliva más vendida del mundo); Carapelli; y Carbonell, que celebrará 160 años de historia en 2026.

Todas ellas son referentes históricos para los consumidores, que reflejan la solidez, la tradición y la innovación que definen nuestro liderazgo.

La compañía ha continuado reduciendo de forma gradual su deuda financiera neta, **fortaleciendo así su estructura de capital y dotándose de mayor flexibilidad para acometer inversiones estratégicas**, tanto en el ámbito productivo como en el de sostenibilidad y digitalización. En paralelo, la nueva hoja de ruta estratégica “EVOO-lution 2025–2028” marca un horizonte de crecimiento rentable y generación adicional de EBITDA, con especial foco en mercados de alto potencial como Estados Unidos e India, así como en la consolidación del liderazgo en Europa y Latinoamérica.

En el plano de gobierno corporativo, 2025 es el primer ejercicio completo tras la separación de las funciones de presidente y consejero delegado. Cristóbal Valdés ha asumido la responsabilidad ejecutiva como Consejero Delegado, mientras que he mantenido, como Presidente, un rol centrado en la supervisión, la visión estratégica a largo plazo y el refuerzo de la gobernanza. Esta estructura **refuerza la independencia, así como mejora la transparencia** en línea con las mejores prácticas internacionales.

También este año hemos celebrado hitos que unen nuestro sólido pasado con un futuro prometedor. Aunque somos una compañía permanentemente orientada al mañana, estamos anclados en un legado sólido; por ello, conmemoramos que nuestras plantas de Alcolea y Tavarnelle, junto a nuestros compañeros, son el verdadero corazón de nuestro negocio y claros ejemplos de plantas pioneras, sostenibles, modernas, eficientes y preparadas para las próximas décadas.

En este sentido, **la planta de Alcolea celebra su 50 aniversario**. Además de ser un referente productivo y la casa original de nuestras emblemáticas, como Carbonell y Maestros de Hojiblanca, actúa como un motor económico y social para la provincia de Córdoba y para Andalucía, articulando relaciones estables con centenares de cooperativas, productores, organizaciones e instituciones, y contribuyendo al mantenimiento del tejido rural y empleo de calidad. Por su parte, **la planta de Tavarnelle Val di Pesa, en la Toscana italiana, constituye el segundo gran pilar industrial del Grupo, con 30 años de trayectoria**. Desde allí se abastecen importantes mercados europeos y se garantiza el suministro de nuestras marcas italianas más reconocidas, como Carapelli y Bertolli.

En paralelo, este 2025 ha sido escenario del **segundo congreso “Creciendo Juntas”, bajo la marca Carbonell**. Una alianza público-privada junto al Ayuntamiento de Córdoba que consolida y da visibilidad al liderazgo femenino como motor de transformación sectorial, posicionando a Córdoba —histórica cuna de Carbonell desde 1866— como referente global de progreso social y económico en el olivar.

Trabajamos estrechamente con nuestros grupos de interés para impulsar el progreso y la excelencia del sector, y prueba de ello es que, en España, tras meses de diálogo, el sector ha dado un paso fundamental para su futuro. Desde Deoleo respaldamos la **Propuesta de Excelencia en Calidad y Transparencia** presentada por la Interprofesional ante el Ministerio de Agricultura de España MAPA: un sistema voluntario de autocontrol, auditado por certificadoras independientes, que garantizará una trazabilidad total y consolidará a España como referente mundial en calidad.

En Italia, trabajamos junto a Confagricoltura y Unapol para avanzar en la necesaria transformación del sector. Este año **hemos celebrado dos encuentros relevantes para dar visibilidad a nuestras propuestas de futuro**. El primero, “Coltiviamo l’agricoltura di domani”, que reunió a representantes del sector, de la Comisión Europea y del Gobierno italiano, reforzando el papel estratégico del olivar en la agenda ambiental europea. El segundo, la cena “La Prima dell’Olio”, celebrada el pasado mes de octubre, sirvió para poner en valor el aceite de oliva virgen extra, y anunciar nuestro compromiso con una nueva iniciativa formativa destinada a incorporar jóvenes talentos al mundo del aceite de oliva.

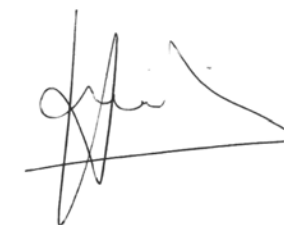
El ejercicio 2025 confirma que la sostenibilidad es ya el núcleo de la estrategia de negocio de Deoleo, no un elemento accesorio. Una muestra de este compromiso es **nuestro proyecto más pionero, el Protocolo de Sostenibilidad lanzado en 2018** —convertido en referencia para operadores privados e instituciones europeas—, que certifica almazaras mediante formación y medición ambiental y social, garantizando aceite de oliva virgen extra sostenible. Su éxito posicionó a Deoleo como socio tractor del proyecto SOIL O-LIVE (Horizonte Europa, Misión “Soil Health and Food”), transformándonos en instrumento de comunicación práctica de la Unión Europea para estrategias de suelo, biodiversidad y clima.

Como resultado de este esfuerzo y compromiso por nuestra estrategia ESG, hemos sido reconocidos por segundo año consecutivo con la **distinción Platino de sello EcoVadis**, lo que supone estar en 1% de las más de 150.000 empresas sostenibles.

El contexto macroeconómico sigue siendo exigente, pero hemos demostrado que es posible crecer, mejorar resultados y, al mismo tiempo, reducir impactos ambientales, fortalecer el tejido rural, visibilizar el liderazgo de las mujeres del sector y anticipar las exigencias regulatorias europeas.

Para los próximos años de esta estrategia, el objetivo seguirá siendo **generar valor a través del crecimiento sostenible**, consolidando nuestra apuesta y compromiso con el consumidor. El periodo 2025–2028 estará marcado por la ejecución de la **hoja de ruta “EVOO-lution”**, orientada a impulsar nuestra presencia en mercados de alto potencial y a duplicar la capacidad de generación de resultados. Al mismo tiempo, mantendremos un diálogo permanente y constructivo con productores, cooperativas, organizaciones agrarias, administraciones y consumidores, avanzando juntos hacia un sector más resiliente, justo y sostenible.

Quisiera agradecer en nombre del Consejo de Administración, encabezado por nuestro consejero delegado, el compromiso de todas las personas que forman parte de Deoleo, de nuestros agricultores y cooperativas colaboradoras, de nuestros clientes y de nuestros accionistas, sin los cuales esta transformación no sería posible.



Ignacio Silva
Presidente de Deoleo



Carta del Consejero Delegado, Cristóbal Valdés

“Construir la hoja de ruta hoy para asegurar el liderazgo de mañana.”

Tras un año al frente de la gestión ejecutiva de Deoleo, la prioridad sigue siendo la misma: ejecutar con rigor nuestra hoja de ruta para consolidarnos como el referente indiscutible del aceite de oliva a nivel mundial. Durante este tiempo, hemos alineado estrategia, operaciones, talento, innovación y sostenibilidad con un objetivo muy concreto: generar valor a través del crecimiento de nuestros clientes, accionistas, marcas y equipos.

Ha sido un período dedicado a conocer en profundidad cada rincón de la compañía, visitando nuestros mercados clave y escuchando a los equipos que, día a día, hacen realidad nuestra visión.

En 2025, el Grupo **ha mejorado sustancialmente su rentabilidad**, alcanzando un EBITDA de 50 millones de euros, un aumento del 50% respecto a 2024. Este resultado se apoya en un crecimiento del volumen de ventas del 11% y en una mejora del margen bruto unitario del 17%, que han permitido situar el margen bruto en 129 millones de euros, un 30% superior al del ejercicio anterior.

Este incremento refleja una mejora sustancial en la rentabilidad, impulsado por el buen comportamiento de nuestras marcas en mercados clave como EE. UU., España y Norte de Europa. Todo ello acompañado de una estricta gestión de costes y una clara apuesta por la innovación y la sostenibilidad.

Gracias al compromiso de más de 600 personas, estamos preparados para **llevar esta empresa al siguiente nivel. Juntos lideramos EVOO-lution**, un plan de transformación integral concebido para impulsar la rentabilidad y situarnos entre los líderes del gran consumo, sobre una base de ejecución rigurosa, disciplina financiera y sostenibilidad plenamente integrada en el negocio.

Este plan nace con el objetivo de generar un **EBITDA adicional de 32 millones de euros hasta 2028**, permitiéndonos ser independientes de la evolución sectorial y hacerlo de manera sostenible, autofinanciada y orgánica.

Para desplegar esta hoja de ruta con excelencia, hemos reforzado el Comité Ejecutivo incorporando en el mismo a los responsables de nuestras áreas geográficas. Víctor Roig, España e Italia; Thierry Moyroud, América del Norte y Latinoamérica; y Tomislav Bucic, Norte de Europa, Oriente Medio-Africa y Asia-Pacífico. A ello se suma la incorporación de Juan Carlos Miralles como director de Compras (Chief Procurement Officer) y de Álvaro Bailo como director de Transformación (Chief Transformation Officer). Esta nueva estructura nos permite acelerar la toma de decisiones, reforzar la orientación al cliente y asegurar una ejecución plenamente alineada con las particularidades de cada región.

La hoja de ruta hacia 2028 de **‘EVOO-lution’** se articula en torno a palancas claras de creación de valor. Por un lado, el impulso de las ventas en mercados de alto potencial, con una contribución estimada de **13 millones de euros adicionales de EBITDA**. Por otro, la optimización de la eficiencia operativa y de nuestra capacidad de aprovisionamiento, con un impacto previsto de **19 millones de euros**.

En Estados Unidos reforzamos con determinación nuestra apuesta por un mercado clave. Impulsamos el crecimiento de nuestras marcas Bertolli y Carapelli, incrementando nuestra inversión en la estructura comercial, así como en medios y campañas de construcción de marca. Paralelamente ampliamos nuestra distribución en todas las regiones del país, con mayor impacto en punto de venta, apoyándonos en nuevos lanzamientos como la *Chef Bottle*, o los formatos en *spray*.

En el Norte de Europa continuamos impulsando nuestro liderazgo y ampliando nuestra distribución gracias al desarrollo de nuevos productos, formatos y *blends*. En Alemania la marca Bertolli ha logrado altas cotas de reconocimiento por su excelente calidad por parte de publicaciones especializadas de consumidores que gozan de gran influencia en el país, lo que representa un importante impulso para nuestro posicionamiento como marca líder en un mercado tan exigente como el alemán.

En India estamos ampliando nuestra red comercial para acercar nuestra icónica marca Fígaro a un número creciente de consumidores. Presente en millones de hogares, Fígaro es reconocida por su versatilidad y por su creciente relevancia en soluciones cosméticas, lo que refuerza su posicionamiento en uno de los mercados de mayor potencial para la categoría.

Priorizamos iniciativas con retorno claro y medible, aceleramos los proyectos que tocan directamente al cliente y al consumidor, y simplificamos los procesos para tomar decisiones ágiles y claras. En paralelo, hemos reformulado nuestra estrategia de compras para construir una organización de aprovisionamiento de primer nivel, basada en procesos más eficientes, mayor capacidad de planificación y alianzas sólidas a largo plazo. Todo ello reforzando nuestro compromiso y cercanía con los agricultores, actores clave en la calidad y sostenibilidad de nuestro aceite de oliva. Ese es el equilibrio que perseguimos; **crecer cerca del mercado**, transformarnos con respeto al entorno y convertir cada avance en progreso sostenible.

En este contexto, nos encontramos con un consumidor que no solo aprecia y reconoce el valor de nuestro aceite de oliva, sino que también eleva continuamente sus estándares en términos de **calidad**, transparencia y **sostenibilidad**. Para responder a estas expectativas, avanzamos con mayor agilidad, reforzando nuestra cercanía al consumidor y acelerando nuestra capacidad de innovar, adaptarnos y ofrecer soluciones que anticipen sus necesidades.

Acelerar la transformación hacia **modelos más eficientes y sostenibles**; acelerar la innovación, escuchando a los consumidores para ofrecerles formatos y *blends* adaptados a sus preferencias con la máxima agilidad, calidad y transparencia; y acelerar nuestra capacidad de leer los datos y convertirlos en decisiones concretas, con el pulso fino para avanzar con dirección, criterio y coherencia.

La transformación operativa ha sido deliberadamente pragmática y directa. Simplificamos procesos, eliminamos ineficiencias y reforzamos la estandarización en nuestras plantas clave, ganando en agilidad y flexibilidad operativa. Mientras, la innovación es parte de la cuenta de resultados. Innovamos en producto —nuevos *blends*, segmentos saludables, formatos diferenciados— y en **procesos** —automatización, analítica avanzada, digitalización y trazabilidad—, para que cada mejora se traduzca en valor tangible.

Elegimos reducir el número de iniciativas para darles mayor profundidad, priorizarlas con rigor y ejecutarlas con excelencia. De esta forma, la organización gana **resultados más consistentes**, un negocio más **resistente a la volatilidad de las materias primas** y una **estructura operativa** capaz de reaccionar con rapidez ante cambios de demanda, tensiones logísticas u oscilaciones de cosecha.

Hoy la gestión se apoya en **métricas claras y compartidas** en toda la organización, articuladas desde **el área de**

Transformación liderada por un miembro del Comité Ejecutivo. Bajo esa dirección se orquestan procesos y herramientas que garantizan la hoja de ruta, y una plataforma única donde se hace un estricto seguimiento de las métricas para asegurar la ejecución del plan.

En Deoleo, la **sostenibilidad** es parte de nuestro ADN. Esta determina cómo construimos relaciones a largo plazo con el campo, cómo elegimos envases, logística y energía. Y es que los datos avalan el camino: 98% de energía eléctrica renovable, y un avance decidido hacia la circularidad con un 40% de rPET en todos nuestros envases.

Pero nuestra principal palanca de aceleración **es la cercanía con quienes nos acompañan en este camino**.

Con **agricultores y almazaras**, trabajamos de forma conjunta para impulsar prácticas sostenibles y relaciones estables, articuladas a través de nuestro Protocolo de Sostenibilidad.

Con nuestros **clientes**, creamos soluciones de valor compartido que van más allá de la transacción y refuerzan relaciones a largo plazo.

Con los **consumidores**, escuchamos activamente sus prioridades —salud, origen, calidad y precio— y respondemos con una presencia más fuerte en mercados clave, nuevos formatos e innovaciones en nuestros aceites.

Con nuestros **equipos**, generamos entornos donde la información fluye y las decisiones se toman cerca del mercado. Ninguna estrategia prospera sin un equipo comprometido. Bajo la **estrategia de talento S-ITE**, desarrollada desde un triple enfoque: Inclusión (I), Talento (T) y Excelencia (E) y recogido bajo la Sostenibilidad (S), hemos reforzado un estilo de gestión dinámico, exigente, cercano y sostenido en objetivos claros, responsabilidad en la ejecución y *feedback* continuo.

Trabajamos con equipos transversales que conectan marketing, comercial, operaciones, finanzas y sostenibilidad en una misma conversación. Promovemos más formación, más movilidad interna y más opciones de crecimiento para quienes demuestran capacidad de ejecución y visión de cliente. Porque el futuro pertenece a quienes colaboran con propósito.

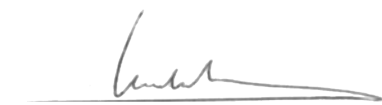
Y con **reguladores e instituciones**, participamos de manera activa en el diálogo que está definiendo la transformación del sector.

Solo así, trabajando juntos, haremos un **sector más fuerte, conectado, equitativo y sostenible**.

Este primer año ha confirmado que el rumbo es el correcto. Hemos sentado las bases de una hoja de ruta clara, contrastada en la ejecución y orientada a generar valor sostenible, demostrando que una gestión dinámica, pragmática y cercana al negocio puede traducirse en resultados consistentes, tanto para la compañía como para el conjunto del sector.

El 2026 tiene un foco inequívoco: profundizar en la ejecución, seguir elevando el nivel de nuestras métricas, reforzar la cercanía con todos nuestros grupos de interés e impulsar una innovación con impacto real y medible en el negocio.

Quiero agradecer el compromiso de todas las personas que forman parte de Deoleo, de nuestros agricultores y almazaras colaboradoras, de nuestros clientes y de nuestros accionistas. Su confianza, su exigencia y su arduo trabajo son el verdadero motor que hace posible esta transformación y nos impulsa a seguir avanzando con responsabilidad y ambición.



Cristóbal Valdés
CEO de Deoleo

Contexto macroeconómico

Tras dos años marcados por la escasez de aceite y la volatilidad de precios, el sector del aceite de oliva mira al futuro con optimismo. Las mejores condiciones climáticas anuncian una campaña de recuperación y estabilidad.

45%

del aceite de oliva de todo el mundo se produce en España

1,37

millones de toneladas, producción de aceite de oliva prevista para la campaña 2025-2026

Contexto macroeconómico y sectorial

El sector oleícola afronta un momento de estabilidad tanto en precios como en volúmenes de producción. La campaña 2025-2026, iniciada el 1 de octubre de 2025 abre una etapa de mayor optimismo: es una oportunidad para volver a conectar con el consumidor y avanzar hacia una modernización del sector basada en criterios de sostenibilidad en un entorno global marcado por tensiones geopolíticas.



Un entorno económico que resiste y ofrece nuevas oportunidades

A nivel global, la economía ha mostrado una notable capacidad de resistencia. En 2025, el PIB de Estados Unidos creció un 2,1% y la previsión de crecimiento para 2026 es del 2,4% según la FED. La Eurozona avanzó un 1,5%, mientras que España destacó con un crecimiento del 2,8% (el Banco de España prevé un 2,2% para 2026).

Los tipos de interés se han reducido tanto en Europa (del 2,50% al 2,26%) como en Estados Unidos (del 4,5% al 3,75%), lo que facilita nuevas inversiones, especialmente en proyectos vinculados a criterios ESG.

Producción y precios estables tras dos años de sequía

Después de dos campañas muy afectadas por la sequía, España recuperó niveles de producción relevantes: 1,42 millones de toneladas en 2024-2025 (+65% respecto a la campaña previa), alcanzando un 40% del total mundial. Para 2025-2026, el MAPA estima una producción de 1,37 millones de toneladas, ligeramente inferior (-3%) pero aún un 24% por encima de la media de las últimas cuatro campañas. Los stocks iniciales se mantienen en niveles ajustados, en torno a las 290.000 toneladas al cierre de septiembre de 2025.

En precios, el aceite de oliva virgen extra ha consolidado una estabilidad muy necesaria, moviéndose entre los 3,5 y 4,5 €/kg. El año 2025 cerró con un precio medio de 4,41 €/kg, muy lejos del pico de 9 €/kg registrado en enero de 2024.

A escala mundial, la producción alcanzó un récord de 3,5 millones de toneladas en 2024-2025. Para la campaña 2025-2026 se espera un leve ajuste hasta los 3,4 millones, un volumen que sigue situándose por encima de la media de los últimos cinco años, pese a caídas como la de Turquía (menos de 100.000 tns por sequía).

España y la UE mantienen su liderazgo

La Unión Europea concentra el 60 % de la producción mundial de aceite de oliva, y España sigue siendo su principal motor (45% del total mundial y 67 % del de la UE). Túnez continúa ganando peso gracias a la modernización de sus olivares, con una producción prevista de 450.000 toneladas en 2025-2026 (+32%), equivalente al 13 % del mercado global.

El comercio internacional de aceite de oliva alcanzó 1,3 millones de toneladas en 2025, con perspectivas de récord para 2026. En este contexto, España exporta una media de 919.300 toneladas anuales en las últimas cinco campañas, superando los 5.000 millones de euros en valor. El principal reto continúa siendo la elevada proporción de exportaciones a granel —más del 60 %, principalmente hacia Italia—, lo que limita la creación de valor añadido.

Para 2025-2026, el MAPA estima una producción de 1,37 millones de toneladas, ligeramente inferior (-3%) pero aún un 24% por encima de la media de las últimas cuatro campañas.

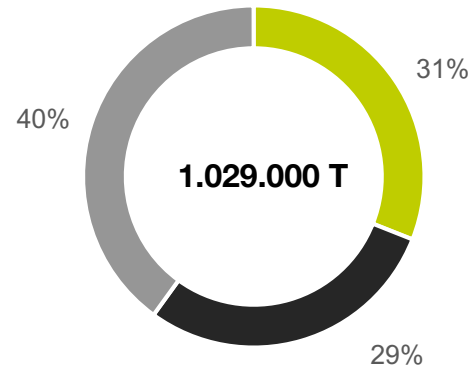
Expansión internacional del olivar y posición de Deoleo

El cultivo del olivo sigue expandiéndose más allá de su ámbito tradicional: ya suma 12 millones de hectáreas en 58 países, incluidos nuevos productores en América Central y África, impulsados por modelos intensivos de cultivo.

En este escenario, el equilibrio entre oferta y demanda que muestra la campaña 2025-2026 refuerza la posición global de Deoleo. La Compañía continúa avanzando en su estrategia de sostenibilidad mediante una mayor trazabilidad, un abastecimiento responsable y la apuesta por productos de alto valor añadido. Todo ello, acompañado de una modernización del olivar que busca ser resiliente ante los desafíos climáticos y económicos.

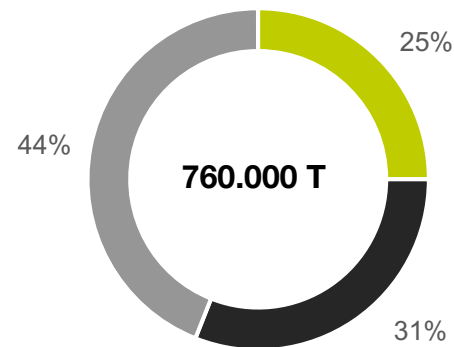
EXPORTACIONES DE ACEITE DE OLIVA (ESPAÑA)

Campaña 2024-2025:



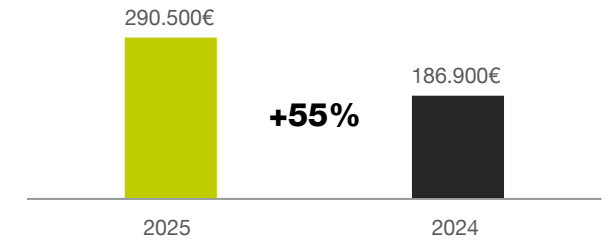
■ Italia ■ Resto UE ■ Terceros países
*Datos a 30 de septiembre, cierre de campaña

Campaña 2023-2024:



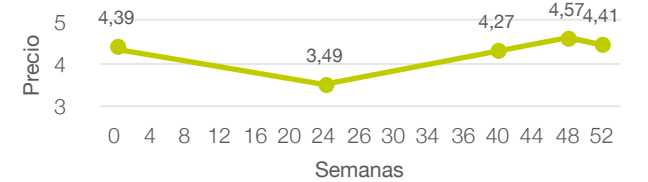
EXISTENCIAS DE ACEITE DE OLIVA (ESPAÑA)

Datos a 30-09-2025 (cierre de campaña).



PRECIOS DEL AOVE 2025 ESPAÑA

Cifras en €/KG



LOS RETOS DEL SECTOR OLEÍCOLA EN ESPAÑA

El Informe Anual de Coyuntura 2025 del Sector Oleícola, elaborado por la Cátedra Caja Rural de la Universidad de Jaén, describe tres retos del sector:

- **RECONECTAR CON EL CONSUMIDOR.** El escenario de precios más accesibles ofrece una oportunidad estratégica para recuperar su confianza y sus hábitos. Hay que reforzar la idea del aceite de oliva como fuente de salud y alimento central de la dieta y cultura mediterráneas.
- **PLANIFICACIÓN Y TRANSPARENCIA.** Las recientes variaciones de precios no se explican solo por la meteorología o la producción. La planificación y la transparencia son casi tan importantes como las cosechas. El sector debe avanzar hacia un modelo más profesionalizado, con decisiones informadas y una cadena de valor mejor organizada.
- **SOSTENIBILIDAD Y MODERNIZACIÓN.** El informe dedica un capítulo a la importancia de la sostenibilidad en los olivares, no solo en el aspecto ambiental sino también en su capacidad para impulsar el desarrollo económico y social, la atracción de jóvenes agricultores, la innovación o la mejora en las dietas alimentarias.

Deoleo, como la Compañía número uno mundial de aceite de oliva bajo marca, con presencia en cerca de 70 países, lidera la transformación del sector en base a una estrategia basada en la innovación, la sostenibilidad y el respeto a la tradición y la calidad. Avanzamos año tras año en nuestro objetivo de concienciar a 150 millones de personas en todo el mundo sobre los beneficios y usos del aceite de oliva. En el difícil entorno de subida de precios de mantuvimos una elevada fidelidad de nuestros consumidores gracias al posicionamiento de nuestras marcas en calidad, innovación y transparencia.

La nueva estrategia EVOO-lution de Deoleo tiene entre sus objetivos optimizar la eficiencia en toda la cadena de valor y transformar el modelo de aprovisionamiento para contener las variaciones de precios.

Nuestro Protocolo de Sostenibilidad fomenta la modernización del sector, la gestión en base a datos y garantiza la máxima calidad de nuestras marcas. La formación y asesoramiento en olivares y almazaras es uno de sus pilares. Nuestras alianzas a largo plazo con agricultores y almazaras garantizan su estabilidad económica y fomentan su modernización, el empleo de calidad y la fijación de la población rural.

Evolución del ejercicio

2025 marca un paso decisivo en el proceso de evolución de Deoleo.

Invertimos de forma constante en nuestras marcas para seguir fortaleciendo su valor y su relevancia. Al mismo tiempo, protegemos su legado mientras investigamos y desarrollamos nuevas formas de elaborar un aceite que combine tradición e innovación.



DATOS ECONÓMICOS

822 M€

en ventas

50 M€

de EBITDA

158 M

de litros de aceite vendidos

11%

aumento de la cifra de ventas



MEDIOAMBIENTE

95

almazaras adheridas en nuestro Protocolo de Sostenibilidad (+8% vs. 2024)

349.000

hectáreas de olivar bajo gestión sostenible (+3% vs 2024)

36%

de aceite de oliva adquirido a través de nuestras almazaras certificadas (+1,9% en vol vs. 2024)

40%

del plástico utilizado en nuestras botellas proviene de material reciclado (+15 pp; vs. 2024)

-7,6%

de reducción de residuos plásticos

79%

de nuestras botellas son reciclables (+9 pp; vs. 24)

-30%

emisiones de CO₂e vs. 2022 (scope 1, 2 y 3) validadas por SBTi

94,4%

de nuestros residuos en fábrica tienen una segunda vida

98%

de la energía eléctrica en Deoleo es renovable



SOCIAL

642

empleados

27.267

horas de formación a empleados
(+27,5% vs. 2024)

40%

de representación femenina global

88%

de personas empleadas que participaron
en revisiones periódicas de desempeño
y desarrollo profesional

6,1%

tasa de rotación voluntaria
(-11,1% vs 2022)

100%

reclamaciones de clientes atendidas

32%

de reducción de las reclamaciones
de nuestros clientes

123M

de personas concienciadas sobre los
usos y beneficios del aceite de oliva
(+45% vs. 2024)

GOBERNANZA

12

miembros de nuestro
Grupo Multidisciplinar
de Sostenibilidad

87/100

de puntuación EcoVadis
categoría Platino, en el
1% de empresas mejor
valoradas en ESG

2º

año con la medalla
Platino de EcoVadis

G++

Certificación AENOR Buen
Gobierno Corporativo

100%

de nuestros principales
copackers y proveedores de
material auxiliar encuestados
en materia ESG

Somos Deoleo

Como Compañía líder mundial marquista de aceite de oliva, trabajamos con conocimiento y pasión para crear un aceite de oliva de calidad y liderar nuestra industria hacia un futuro más sostenible.

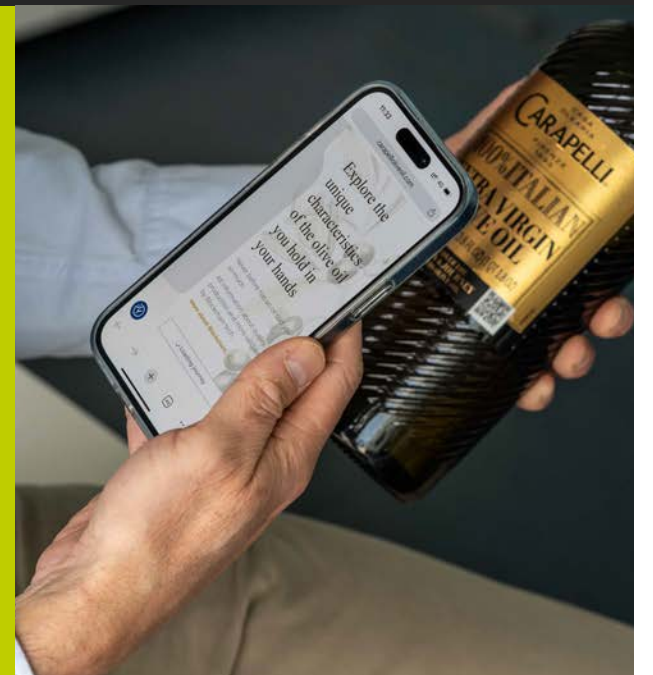
NUESTRA VISIÓN Y AMBICIÓN

es hacer que la esencia mediterránea esté al alcance de todos, aspiramos a ser el líder indiscutible del mundo del aceite de oliva.



NUESTRO PROPÓSITO

Cuidamos lo que te cuida



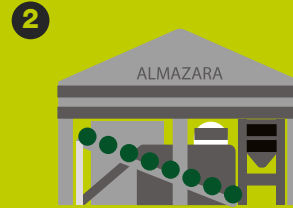
Nuestro modelo de negocio

Estamos presentes en todas las etapas del proceso de elaboración del aceite de oliva. Desde el apoyo a los agricultores que cultivan las aceitunas hasta la comunicación transparente con los consumidores que disfrutan de nuestros productos.



1 AGRICULTORES Y ALMAZARAS

En 2025 colaboramos con 61.270 agricultores y 95 almazaras certificadas bajo nuestro Protocolo de Sostenibilidad, promovimos prácticas sostenibles y colaboramos en la gestión de 349.674 hectáreas de cultivo.



2 SUMINISTRO DE MATERIA PRIMA

Nuestra estrecha relación con las almazaras nos permite adquirir aceite de la máxima calidad. Esta red de colaboración nos permite asegurar disponibilidad, minimizar riesgos y garantizar una calidad y trazabilidad consistente en origen.



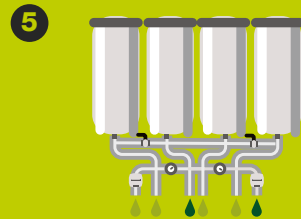
3 RECEPCIÓN Y MUESTREO: CONTROL DE CALIDAD

Recibimos el aceite en cisternas de las que tomamos muestras de control que analizamos en nuestros laboratorios internos para verificar que cumplen los parámetros de calidad. Revisamos más de 2.500 cisternas al año, de las cuales el 80% cumplen nuestros estándares.



4 CÓMO HACEMOS LA ANALÍTICA DEL ACEITE

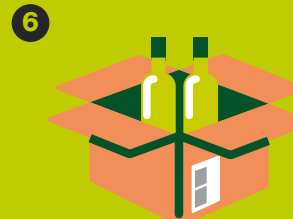
Analizamos los aceites seleccionados en nuestros laboratorios para asegurar que cumple los estándares de calidad de nuestras marcas. Sabiendo que las preferencias de sabor varían en todo el mundo, hemos desarrollado perfiles de sabor únicos a partir de un profundo análisis sensorial. Cada variedad de aceituna tiene sus propias cualidades y estas son transferidas al producto final.



5 BODEGA

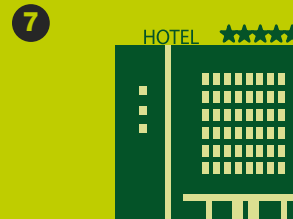
El aceite se conserva en depósitos de acero inoxidable con atmósfera inerte, minimizando el oxígeno y protegiendo sus aromas y matices.

La temperatura permanece controlada todo el año y el panel de cata interno realiza verificaciones continuas para asegurar estabilidad y ausencia de defectos.



6 PRODUCCIÓN Y ENVASADO

Producimos y envasamos nuestros aceites en España e Italia con tecnología avanzada y trazabilidad digital, el 85% del aceite refinado se elabora fuera de nuestras instalaciones y trabajamos con copackers alineados con nuestros estándares de calidad y sostenibilidad



7 CLIENTES Y DISTRIBUIDORES

Colaboramos con retailers y establecimientos de todo el mundo para llevar nuestros aceites a millones de hogares.

Mantenemos relaciones comerciales sólidas y aseguramos trazabilidad completa desde la bodega hasta el punto de venta.



8 CONSUMIDOR FINAL

Impulsamos un consumo responsable basado en calidad y transparencia: 123 millones de personas impactadas por nuestras campañas desde 2022, incorporamos códigos QR con usos para el consumidor y extendimos la trazabilidad digital a 51 referencias de AOVE, que representan cerca del 36% de nuestro volumen. Además hemos reforzado nuestro posicionamiento institucional en España y a nivel internacional con una agenda centrada en la defensa del sector, la excelencia en calidad y la sostenibilidad en toda la cadena de valor del aceite de oliva.

Creamos valor a través del crecimiento

El plan 'EVOO-lution 2025-2028' representa una visión estratégica integral para Deoleo, enfocada en la creación de valor a través del crecimiento, la calidad y la eficiencia. Tenemos un claro objetivo de generar €32 millones adicionales de EBITDA, este plan supone para Deoleo una transformación robusta y rentable para los próximos años, reafirmando nuestro compromiso con la excelencia y la responsabilidad en la industria del aceite de oliva.

La hoja de ruta se estructura en torno a tres pilares fundamentales que guiarán nuestras decisiones



FORTALECIMIENTO DE NUESTRAS MARCAS E INNOVACIÓN CENTRADA EN EL CONSUMIDOR

- Consolidación de nuestras marcas líderes
- Innovación en productos y formatos
- Reforzar nuestra presencia en canales y mercados existentes
- Educación y concienciación del consumidor



OPTIMIZACIÓN Y EFICIENCIA OPERATIVA

- Transformación de nuestra cadena de suministro
- Eficiencia en nuestros procesos productivos
- Gestión de costes



LIDERAZGO EN SOSTENIBILIDAD Y CALIDAD DE NUESTRO AOVE

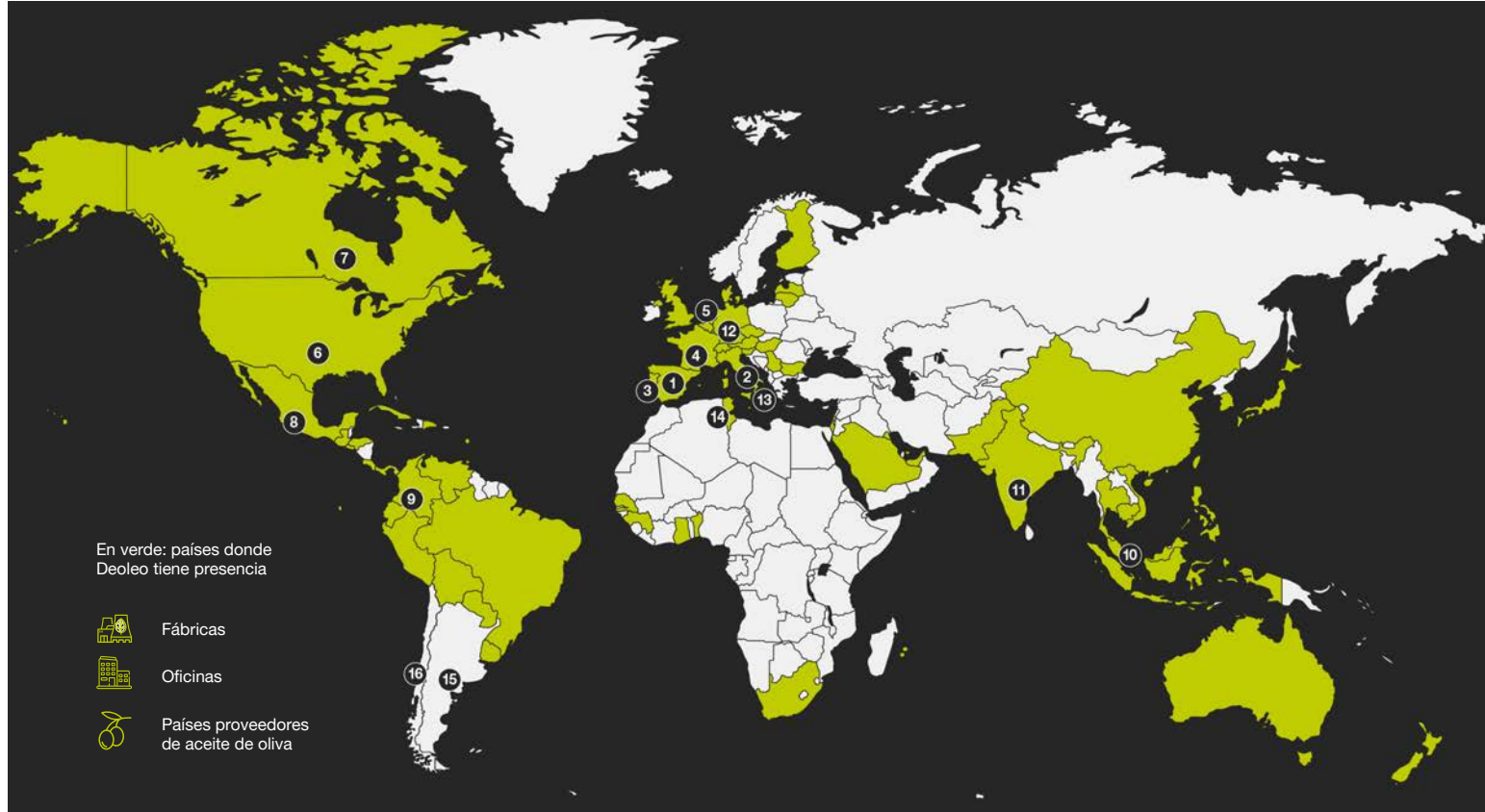
- Promoción de la agricultura regenerativa
- Reducción de nuestra huella ambiental
- Trazabilidad y transparencia digital
- Excelencia en la calidad de nuestro AOVE
- Mantener el liderazgo en talento y buenas prácticas en gobernanza

Nuestro objetivo



Presencia internacional

Nuestro alcance y escala global nos conduce hacia un cambio positivo en la industria. Lideramos con el ejemplo, promoviendo prácticas sostenibles y éticas, defendiendo la importancia de controles de calidad y la innovación para superar las expectativas de todos nuestros consumidores.



68
países en los que tenemos presencia

2
fábricas en España e Italia

7
países proveedores de aceite de oliva

11
oficinas

642
empleados

29
marcas (aceite, aceitunas, salsas y vinagres)

3
marcas (Bertolli, Carbonell y Carapelli) entre las 10 marcas más vendidas a nivel global


1 España		9 Colombia	
2 Italia		10 Malasia	
3 Portugal		11 India	
4 Francia		12 Alemania	
5 Países Bajos		13 Grecia	
6 EE.UU.		14 Túnez	
7 Canadá		15 Argentina	
8 México		16 Chile	



Calidad premiada mundialmente



Durante más de un siglo, las marcas de Deoleo han sido reconocidas en los certámenes internacionales más prestigiosos del mundo. Su excelencia, fruto de la maestría, el origen y el cuidado por cada detalle, ha sido avalada por jurados expertos, chefs y catadores de primer nivel.

Hoy, Bertolli, Carbonell y Carapelli se sitúan entre los aceites de oliva más reconocidos internacionalmente.



Bertolli Black Label

LA EXPRESIÓN MÁS PURA DEL CARÁCTER MEDITERRÁNEO: Bertolli Black Label ha conquistado al jurado de los grandes concursos del mundo, sumando oros en Nueva York, Londres y España.


Carbonell Magna Oliva

CARBONELL MAGNA OLIVA, JOYA DEL AOVE ESPAÑOL, ACUMULA MÁS DE 30 PREMIOS INTERNACIONALES —incluyendo platino y múltiples oros— y ha sido reconocido como uno de los mejores aceites del mundo.





Carapelli L'Inspirazione Bio

CARAPELLI, MÁS DE 130 DE MAESTRÍA CON MEDALLAS EN LOS CERTÁMENES MÁS EXIGENTES: de MIOOA a Nueva York, de Los Ángeles a París.




Valor generado y valor distribuido

Nuestro compromiso con la creación de valor refleja la manera en que impulsamos progreso. Cada euro generado se transforma en inversión, empleo, innovación y contribución social, reforzando un modelo que distribuye riqueza de forma responsable y sostenible.

Trabajamos para que este impacto sea tangible: apoyando a nuestros equipos, fortaleciendo alianzas estratégicas y contribuyendo de forma activa a las economías donde operamos.

827,3 M€

Valor generado en 2025

815 M€

Valor distribuido en 2025 a la economía y la sociedad



VALOR ECONÓMICO DIRECTO DEOLEO

(Valor en miles de euros)



VALOR GENERADO

	2024	2025
Importe neto cifra negocio	996.769	825.815
Otros ingresos	2.848	1.496
Total generado	999.617	827.311



VALOR DISTRIBUIDO

	2024	2025
Costes de explotación	976.830	724.529
Salarios y prestaciones a los empleados	48.343	54.688
Pagos a proveedores de capital	24.175	32.635
Pagos a las Administraciones Públicas	4.434	3.189
Total distribuido	1.053.782	815.041



VALOR RETENIDO

	2024	2025
Total retenido	-54.165	12.270



Carta de Maria Martha Luchetti,
Chief Marketing, Business Development
& Sustainability Officer

‘Cuidamos lo que te cuida’ como legado y motor de transformación

Hay decisiones que no responden a la urgencia del corto plazo, sino a la responsabilidad de dejar un legado. En Deoleo sabemos que cuidar el origen del aceite de oliva es cuidar el futuro: el de las personas, el del planeta y el de un producto que forma parte de la cultura y la vida cotidiana de millones de hogares. Esa convicción, basada en la confianza y en una visión de largo plazo, es la que guía cada paso que damos.

La sostenibilidad no es para nosotros una promesa aspiracional, sino una hoja de ruta que marca todas nuestras decisiones. Como líderes mundiales, asumimos un rol clave en convertir ese compromiso en impacto real, construyendo un negocio responsable, con marcas coherentes, transparentes y relevantes, que conecten con el consumidor. Nuestro propósito — **‘Cuidamos lo que te cuida’** — es el hilo conductor que alinea nuestra innovación estratégica con los compromisos ESG que recogemos en este Informe de Sostenibilidad.

En 2025 hemos consolidado una propuesta de valor transformadora que integra calidad, excelencia y cercanía. Nuestro Protocolo de Sostenibilidad es hoy un estándar de referencia, habiendo certificado 95 almazaras y cerca de 350.000 hectáreas, involucrando a más de 60.000 agricultores en geografías clave como España, Italia, Portugal, Grecia, Argentina y Chile. Gracias a este esfuerzo colectivo, el 36% del aceite de oliva virgen extra comercializado por Deoleo ha sido de origen sostenible en un contexto de aumento significativo del volumen total de compra de esta categoría.

Esto supone un incremento anual del 12% en el volumen de aceite de producción sostenible puesto en el mercado, consolidando el avance hacia nuestro objetivo de alcanzar que el 70% de AOVE adquirido provenga de almazaras certificadas como sostenibles en 2030.

“Ser líderes mundiales nos exige demostrar, con hechos, que es posible crecer de forma responsable. Desde nuestras fábricas impulsadas por energía renovable hasta la certificación de almazaras certificadas como sostenibles, estamos construyendo un estándar internacional que convierte la sostenibilidad en una ventaja competitiva real para nuestras marcas y para el sector.”

36,0%

del aceite de oliva virgen extra comercializado por Deoleo ha sido de origen sostenible

158 M

de litros de aceite de oliva vendidos

Este avance se traduce en resultados ambientales tangibles en las fábricas —Córdoba (España) y Tavarnelle (Italia)— donde elaboramos nuestros aceites: usamos energía renovable en el 98% de las operaciones, el reciclaje del 94% de los residuos generados y la incorporación de plástico reciclado en el 40% de los envases. Además, la propia naturaleza del producto genera un impacto ambiental positivo, con 10,7 kg de CO₂ absorbidos por los olivos necesarios para producir cada litro de aceite. Unos indicadores que confirman que la sostenibilidad y la excelencia operativa avanzan de forma integrada, coherente y con una clara visión de largo plazo.

Pero nuestra ambición va más allá del producto. Queremos llegar a 150 millones de personas en 2030, ayudándolas a comprender qué hay detrás de cada botella: el trabajo diario en el campo, la innovación aplicada a nuestras fórmulas, la trazabilidad completa y nuestro compromiso con el cuidado del entorno. Las marcas de Deoleo son el principal vehículo para amplificar este impacto positivo, trasladando la esencia mediterránea a 68 países y tres continentes con una propuesta que combina escala global y relevancia local.

Bertolli, la marca de aceite de oliva número 1 en el mundo, es un claro ejemplo de cómo la sostenibilidad se traduce en relevancia cultural y crecimiento responsable desde 1865. Con una presencia estratégica en mercados clave como Estados Unidos, Canadá, Alemania, Australia, Países Bajos e India, la marca adapta la esencia mediterránea a hábitos locales sin perder autenticidad. Campañas como The good living recipe y el lanzamiento de nuevas formas de *packaging* como el formato *Drezz & Drizz*, junto a productos como Bertolli *Barbacue*, son prueba de ello. Estas propuestas, apoyadas en un sólido storytelling, educación culinaria y formatos innovadores, han reforzado el posicionamiento de la marca y su capacidad de conectar con nuevos consumidores, especialmente en mercados donde los hábitos locales marcan el ritmo de la categoría.

Carapelli, marca italiana nacida en 1893, con una fuerte presencia en Italia y Francia y en plena expansión en Estados Unidos, ha elevado la experiencia del consumidor a través de la innovación responsable. Soluciones como Carapelli *Blu*, diseñada para proteger la calidad y frescura del aceite frente a la luz, o las ediciones limitadas de *blends* premium con trazabilidad mediante códigos QR, refuerzan la transparencia y la confianza. A ello se suman colaboraciones con chefs locales y talleres gastronómicos que acercan el valor del aceite de oliva sostenible a las nuevas generaciones, incrementando su preferencia por opciones más responsables.

Carbonell, marca icónica en España y con una presencia consolidada en mercados latinoamericanos, sigue tejiendo un puente sólido entre tradición y vida contemporánea. A través de programas educativos vinculados a los proyectos europeos Soil O-Live y Olivitech, y con el lanzamiento del nuevo formato aceitera —que incorpora un código QR para reforzar la trazabilidad y la transparencia sobre el origen del producto—, la marca consolida una apuesta clara por formatos innovadores, diseñados para un consumidor cada vez más informado y exigente.

Este enfoque de marca se apoya en iniciativas como el segundo congreso **Creciendo Juntas**, una plataforma para dar voz a las mujeres del sector oleícola, que refuerza nuestro compromiso social en una organización donde el 40% de la plantilla es femenina y trabajamos con rigor para garantizar la inexistencia de brecha salarial.

En conjunto, este informe demuestra que la sostenibilidad genera valor real y duradero, tanto para el negocio como para la sociedad en su conjunto. El reconocimiento con la Medalla Platino de EcoVadis, o la certificación de Buen Gobierno de AENOR avalan la solidez, la gobernanza y la credibilidad de nuestro modelo.

Mirando al futuro, la hoja de ruta **‘EVOO-lution’** integra la sostenibilidad y la innovación como palancas clave para acelerar la transformación. La estrategia nos ayudará a elevar el aceite de oliva en un legado vivo y compartido. Un recorrido en el que sostenibilidad y negocio avanzan en total sintonía, y en el que cada decisión cuenta. Invitamos a agricultores, clientes, reguladores, inversores, empleados y consumidores a formar parte de esta historia.

Este informe ha sido elaborado bajo los más altos estándares internacionales y auditado de forma independiente, porque creemos que la sostenibilidad, para ser creíble, debe ser medible, comparable y verificable. Los reconocimientos externos obtenidos refuerzan esta convicción y avalan la solidez de nuestro enfoque. Seguimos cuidando lo que te cuida —con ambición y responsabilidad— para que el aceite de oliva siga siendo un legado vivo, hoy y para las generaciones que vendrán.

Maria Martha Luchetti

Chief Marketing, Business Development and Sustainability Officer

Estrategia de sostenibilidad:

CUIDAMOS LO QUE TE CUIDA

El aceite de oliva es tan bueno para ti que merece el mejor cuidado en toda la cadena de valor y queremos preservar este legado centenario para las generaciones futuras. Por eso basamos nuestra estrategia de sostenibilidad en el compromiso de cuidar el aceite desde el campo hasta la mesa, reduciendo nuestro impacto en el medioambiente mientras apoyamos a quienes lo hacen posible. Estos son los pilares de nuestra estrategia:



Creciendo juntos

MEDIOAMBIENTE

Nuestra estrategia de sostenibilidad comienza en el olivar, donde promovemos prácticas agrícolas sostenibles con el planeta y las personas. Así, ayudamos al sector agrícola a adaptarse a los cambios y garantizamos que, junto a sus comunidades, seguimos creciendo juntos a nivel medioambiental.

Blends hechos con amor

CALIDAD Y MEDIOAMBIENTE

Buscamos de forma constante los más altos estándares en nuestras operaciones, ofreciendo productos íntegros, reduciendo el impacto ambiental de los mismos y compartiendo con los consumidores, a través de nuestras marcas la pasión por la calidad que guía nuestro compromiso por mantener y elevar la excelencia del aceite de oliva a nivel mundial.

Cuidando de ti

SOCIAL

Nuestro compromiso incluye a nuestros consumidores, personas empleadas, clientes y proveedores que hacen posible que nuestras marcas lleguen a quienes las disfrutan. Trabajamos para mejorar las condiciones de nuestros equipos y proveedores y ofrecemos una comunicación transparente con nuestros consumidores que conciencia sobre los beneficios del aceite de oliva, fomentando una alimentación equilibrada.

Negocio responsable

GOBERNANZA

Detrás de todo lo que hacemos está el compromiso de ser un negocio ético. Para conseguirlo, queremos seguir actuando de forma honesta y rindiendo cuentas por nuestros actos. De esta manera, buscamos elevar el listón del sector en cuanto a prácticas sostenibles y gobernanza responsable.

Nuestros avances ESG en 2025

Claves medioambientales

PROTOCOLO DE SOSTENIBILIDAD

Nuestro Protocolo de Sostenibilidad se ha convertido en una palanca clave para profesionalizar y modernizar el olivar, impulsando un cambio real allí donde nace el aceite: en el campo y en las almazaras. Esta herramienta no solo define criterios ambientales rigurosos, sino que acompaña a agricultores y productores en un proceso progresivo de mejora que refuerza la resiliencia del sector frente a los retos climáticos actuales.

DESCARBONIZACIÓN INTEGRAL

Nuestra estrategia de descarbonización está transformando la manera en la que operamos e impulsando un modelo energético limpio en toda la cadena de valor. Hoy, nuestras fábricas funcionan con 100% de energía eléctrica renovable, un hito que, junto con mejoras operativas y auditorías ambientales, nos ha permitido avanzar en una reducción sostenida de emisiones GEI, alineada con los compromisos internacionales SBTi. Este enfoque, que integra eficiencia energética, optimización industrial y tecnologías de bajo impacto, acelera la reducción de nuestra huella ambiental y establece un nuevo estándar para el sector, demostrando que es posible crecer mientras se avanza hacia un futuro climáticamente neutro.

REDUCCIÓN DE PLÁSTICOS Y ECONOMÍA CIRCULAR

Estamos redefiniendo el uso de materiales en nuestra cadena de valor mediante un modelo circular que prioriza la eficiencia y la reducción del impacto ambiental. Hemos disminuido un 11,4% el plástico virgen respecto a 2020 y alcanzado un 40% de plástico reciclado en nuestros envases, cumpliendo con cinco años de antelación el objetivo fijado para 2030. En nuestras fábricas, 94,4% de las operaciones ya son "Residuo Cero", y trabajamos activamente para transformar subproductos agrícolas y residuos industriales en nuevos recursos, reduciendo desperdicios y costes. Estas medidas consolidan un sistema productivo más responsable y moderno, capaz de impulsar al sector hacia prácticas verdaderamente circulares.



Claves sociales

CUIDAMOS DEL PERSONAL PROPIO

Bajo la estrategia S-ITE, nuestro modelo de gestión de talento se articula en un triple enfoque —Inclusión (I), Talento (T) y Excelencia (E)— y como eje transversal Sostenibilidad (S). Este marco impulsa una cultura centrada en las personas, y el desarrollo continuo. En 2025, el 88% de la plantilla participó en procesos formales de evaluación y crecimiento, y aumentamos en un 27% las horas de formación respecto al año anterior. Todo ello recogido en la encuesta de empleados People Survey. También avanzamos hacia una organización más equilibrada y representativa, con un 40% de presencia femenina global y una brecha salarial prácticamente neutra 0,61%. La estrategia de talento consolida así una cultura donde bienestar, igualdad y excelencia profesional son motores estratégicos de nuestra evolución.

CALIDAD Y TRANSPARENCIA EN TODA LA CADENA DE VALOR

Nuestro compromiso con las personas de nuestra cadena de valor se materializa en estándares laborales responsables, formación técnica continua y una trazabilidad más robusta. Evaluamos en criterios ESG al 100% de proveedores de material auxiliar y packaging de producto asegurando el cumplimiento de prácticas éticas y sociales en toda la cadena. Además, impartimos 12 talleres a 247 agricultores en España, Portugal y Grecia, reforzando capacidades en sostenibilidad agrícola. Un avance clave ha sido la expansión de la trazabilidad por código QR, implementada ya en 51 referencias de AOVE endiferentes marcas, lo que representa el 36% del volumen total de AOVE comercializado.

COMUNICACIÓN CON CONSUMIDORES

Ponemos al consumidor en el centro mediante información clara, trazabilidad digital y educación activa sobre los beneficios del aceite de oliva. Nuestras campañas educativas han alcanzado ya a 123 millones de personas desde 2022, acercando los beneficios del aceite de oliva y la dieta mediterránea a consumidores más informados y exigentes. Gracias al código QR incorporado en nuestras referencias —que facilita acceso directo a información de origen, calidad y proceso— mejoramos la experiencia del consumidor y fomentamos decisiones más informadas. Además, atendimos el 100% de las reclamaciones, reforzando la confianza y la calidad del servicio.



Claves de gobernanza

CULTURA CORPORATIVA

Nuestra cultura corporativa se sustenta en los principios de sostenibilidad, ética, calidad y liderazgo, integrados en todos los niveles de la Compañía. Este enfoque se articula en cuatro pilares: establecimiento de una cultura alineada con nuestros valores, desarrollo e implementación de comportamientos responsables, promoción y comunicación de buenas prácticas y evaluación y supervisión continua. Todo ello garantiza relaciones transparentes y coherentes con nuestros grupos de interés y consolida un marco organizativo basado en la integridad y la responsabilidad.

PREVENCIÓN DE COMPORTAMIENTOS ILÍCITOS

Reforzamos un sistema sólido de integridad que combina un marco normativo claro (Política Anticorrupción, Código de Conducta y Políticas de Compras), la detección temprana de riesgos mediante homologación ESG y controles en la cadena de valor, y mecanismos internos de control como auditorías, segregación de funciones y verificaciones financieras. Todo ello se complementa con un Canal Ético anónimo y confidencial, operativo todo el año y supervisado con independencia, garantizando transparencia y actuación inmediata ante cualquier indicio de corrupción o soborno.

LIDERAZGO EN BUEN GOBIERNO Y ÉTICA CORPORATIVA

Nuestro desempeño en gobernanza ha sido reconocido internacionalmente: revalidamos la medalla Ecovadis Platino con 87/100 puntos y mantenemos la certificación AENOR de Buen Gobierno Corporativo con la máxima calificación (G++). Siendo la primera compañía de gran consumo en conseguir esta certificación. Este es nuestro compromiso real con la transparencia, la calidad operativa y las prácticas responsables en toda la organización.



Deoleo[®]
The Olive Oil Company.

Cuidamos lo que te cuida