

# *Estado de Información No Financiera*

---

**2022**



*Restaurantes McDonald's S.A.U.*



## **Índice de contenidos**

|                                                                                            |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <b>1. Sobre la compañía</b> .....                                                          | 2   |
| 1.1 Organización y estructura de la Compañía .....                                         | 2   |
| 1.2 Perfil de la Compañía.....                                                             | 3   |
| 1.3 Propósito, misión, visión y valores .....                                              | 4   |
| 1.4 Entorno de mercado y tendencias sectoriales.....                                       | 5   |
| 1.5 Modelo de negocio y estrategia .....                                                   | 7   |
| 1.6 Estrategia de impacto corporativa .....                                                | 8   |
| 1.7 Políticas .....                                                                        | 13  |
| <b>2. Gestión ética e integridad y cumplimiento normativo.</b> .....                       | 14  |
| 2.1. Lucha contra la corrupción y el soborno .....                                         | 14  |
| 2.2. Respeto a los Derechos Humanos.....                                                   | 18  |
| <b>3. Gestión de riesgos no financieros</b> .....                                          | 21  |
| <b>4. Gestión económica y transparencia fiscal</b> .....                                   | 24  |
| <b>5. Gestión de Recursos Humanos</b> .....                                                | 25  |
| 5.1 Enfoque de gestión .....                                                               | 25  |
| 5.2 Perfil de la plantilla .....                                                           | 47  |
| <b>6. Gestión medioambiental</b> .....                                                     | 52  |
| 6.1 Uso sostenible de los recursos .....                                                   | 54  |
| Consumo energético y medidas de reducción .....                                            | 54  |
| Consumo de agua y medidas de reducción .....                                               | 57  |
| 6.2 Lucha contra el cambio climático.....                                                  | 61  |
| 6.3 Contaminación atmosférica.....                                                         | 65  |
| 6.4 Contaminación acústica y lumínica .....                                                | 65  |
| 6.5 Economía circular y prevención y gestión de los residuos.....                          | 66  |
| 6.6 Protección de la biodiversidad .....                                                   | 71  |
| <b>7. Compromiso social</b> .....                                                          | 73  |
| 7.1 Compromiso con el desarrollo sostenible .....                                          | 73  |
| 7.2 Diálogo con los grupos de interés .....                                                | 77  |
| 7.3 Gestión de la cadena de suministro .....                                               | 78  |
| 7.4 Gestión responsable del cliente/ consumidor .....                                      | 84  |
| 7.5 Ciberseguridad y privacidad de la información .....                                    | 88  |
| <b>Anexo 1. Alcance y metodología utilizada en el desarrollo de este informe</b> .....     | 90  |
| <b>Anexo 2. Compromiso y contribución a los ODS en relación con las áreas de impacto</b> . | 101 |
| <b>Anexo 3. Verificación externa del estado de información no financiera</b> .....         | 107 |



## 1. Sobre la compañía

### 1.1 Organización y estructura de la Compañía

Restaurantes McDonald's S.A.U es la sociedad que formula este Estado de Información No Financiera y es sociedad dependiente en último término de McDonald's Corporation (en adelante, "el Grupo" o "McDonald's") a través de McDonald's Europe Ltd.

**Restaurantes McDonald's S.A.U** (en adelante, "la Compañía" o "McDonald's España") es la sociedad que lleva a cabo la actividad de la marca McDonald's en España mediante la instalación, creación, promoción y desarrollo de restaurantes.

Los restaurantes son explotados a través de la Compañía o franquiciados en España, Andorra y Gibraltar, territorio en el que se encuentra McDonald's Gibraltar Ltd., propiedad de Restaurantes McDonald's S.A.U.

A continuación, se presenta un organigrama que visualiza la **estructura societaria de la Compañía**, así como el perímetro del presente Estado de Información No Financiera:





## 1.2 Perfil de la Compañía

McDonald's es la compañía líder del sector de restauración de servicio rápido en todo el mundo, con más de 40.000 restaurantes en más de 115 países de los cinco continentes. Cuenta con cerca de 2 millones de personas trabajadoras en todo el mundo dando servicio a millones de personas cada día a través de la venta de productos alimenticios como hamburguesas, patatas fritas, refrescos, ensaladas o postres.

En España, la venta de estos productos representa aproximadamente la mitad de la cifra de negocio, atribuyéndose la otra mitad a cuotas cobradas a restaurantes explotados en régimen de franquicia.

A pesar de que la Compañía tiene su origen en Estados Unidos, ha mantenido un firme compromiso con el mercado español en el que diariamente se atiende a un total de 500.000 clientes en sus **580 restaurantes abiertos a finales de 2022** (557 en 2021) repartidos por todo el territorio nacional, Andorra y Gibraltar.

De éstos, **528 restaurantes son franquiciados y 52 restaurantes (los denominados *McOpCo* o "*McDonald's Operations Company*")** son directamente gestionados por McDonald's España. Sobre estos últimos se reporta información en el presente Estado de Información No Financiera. No obstante, los restaurantes franquiciados comparten con los propios una línea de diseño homogénea y un amplio rango de servicios, dependiendo del restaurante, tales como McDelivery, apertura de 24 horas, McAuto, Wi-Fi gratis, McCafé, Easy Order, terraza, parking, local climatizado o zona de juegos.

La Compañía cuenta también con oficinas en Sevilla (Dirección Regional Sur - Carretera de la Esclusa, 11 2ª Planta, Sevilla), Barcelona (Dirección Regional Cataluña- C/ Marina, 16-18 (Mapfre Tower) Barcelona) y Madrid (Oficina Central - C/ Basauri, 17. Edificio Oasis Módulo B – 1ª Planta, Madrid), siendo esta última la sede central.



Este compromiso con el mercado español se ha traducido en una creación de empleo estable (componiéndose la plantilla de McDonald's España por casi 22.000 personas trabajadoras a finales de 2022, entre restaurantes *McOpCo* y en régimen de franquicia), impulsando así la economía y la generación de empleo de calidad. Asimismo, apuesta por la contratación de proveedores locales (más del 70% del volumen de compra de materias primas para la elaboración de los productos que se sirven en los restaurantes procede de proveedores nacionales, procediendo el resto de los países de la UE) y un apoyo constante de causas sociales tales como aquellas relacionadas con el bienestar en la infancia (lo cual representa la principal misión de la Fundación Infantil Ronald McDonald), entre otras.



### 1.3 Propósito, misión, visión y valores

El **propósito** de McDonald's es alimentar e impulsar comunidades. El Grupo considera que hablar de servicio no es sólo hablar de hamburguesas, sino de sus comunidades, clientes, plantilla, franquiciados, agricultores y otros proveedores siendo conscientes de la diferencia entre estar en una comunidad y ser parte de esta.

A nivel corporativo, esto se traduce en la siguiente **misión**: “crear deliciosos momentos de disfrute para todo el mundo”. McDonald's considera que no solo sirve comida sino momentos de bienestar, para lo que se necesitan localizaciones y horarios accesibles, unos precios asequibles, una oferta variada y un servicio ágil y personalizado a sus clientes. Por ello, McDonald's se caracteriza por ser una marca admirada que ofrece una experiencia y sabores únicos con productos asequibles.

La misión y los valores de McDonald's España están alineados con los de McDonald's a nivel mundial, siempre adaptándose a las particularidades y necesidades de cada región. En este sentido, la visión de McDonald's España es “ser el lugar y la forma de comer preferidos de sus clientes”, lo cual requiere dirigir esfuerzos y recursos para alcanzar el cien por cien de satisfacción de los consumidores durante cada una de sus visitas a los restaurantes.

Para alcanzar esta visión, McDonald's España se basa en una serie de valores que se manifiestan en cada acción que lleva a cabo la Compañía, tanto en sus propias operaciones y con los proveedores, como en el desarrollo profesional de su plantilla o en la forma de contribuir a las comunidades en las que opera.

En McDonald's España se practica un negocio sostenible y responsable gracias a la implementación y puesta en marcha de los **valores corporativos**, que son aceptados y respetados por toda su plantilla, y que se definen como se detalla a continuación:



#### Servicio

*Ponemos a nuestros clientes y a nuestra gente en el centro*



#### Integridad

*Hacemos lo correcto*



#### Inclusión

*Abrimos nuestras puertas a todo el mundo*

#### Comunidad

*Somos buenos vecinos*



#### Familia

*Juntos somos mejores*





## 1.4 Entorno de mercado y tendencias sectoriales

### Entorno global

Para contextualizar el desempeño de la Compañía en el ejercicio 2022 y las expectativas de crecimiento de futuro es necesario entender la actividad desarrollada a gran escala y analizar el entorno de mercado en el que opera. En este sentido, la **pandemia de COVID-19 durante 2020, 2021 y 2022** ha causado una crisis económica sin precedentes, provocando una caída del PIB durante el 2020 del 4,3% según el Banco Mundial, recuperándose durante 2021 y 2022. Debido en parte a la estructura sectorial de su economía, España se ha visto especialmente afectada por la pandemia, la cual ha supuesto un descenso de su PIB del 10,8% en 2020, produciéndose una recuperación en el 2021 de 5,1% y del 5,5% en 2022 en base a los datos publicados por el Instituto Nacional de Estadística.

### Entorno Informal Eating Out

El mercado **Informal Eating Out (IEO)**, en el cual se incluye la actividad de McDonald's, está compuesto por establecimientos que ofrecen al consumidor una experiencia culinaria casual y asequible.

En concreto, McDonald's España forma parte de la categoría **Quick Service Restaurant**, lo cual representa uno de los tipos de establecimiento con mayor volumen y crecimiento en el mercado *Informal Eating Out*.

Según los datos de *Euromonitor International*, el segmento mundial de la IEO estaba compuesto por aproximadamente 20 millones de puntos de venta y generó 2,6 billones de dólares en ventas anuales en 2019, el año más reciente del que se dispone de datos. El negocio de restaurantes McDonald's Systemwide en 2019 representó el 0,2% de esos puntos de venta y el 3,8% de las ventas.

En esta línea, cabe destacar que pese a que el sector de la hostelería ha sido uno de los más afectados por la pandemia de COVID-19 a nivel mundial, los Quick Service Restaurant han podido mitigar este impacto debido a una menor dependencia de sus ventas para comer en los propios restaurantes.

### Tendencias sectoriales

Con la finalidad de mantener su posición de liderazgo en el mercado y ofrecer un servicio de máxima calidad, **la Compañía trabaja activamente para anticiparse a las nuevas tendencias**.

A partir del análisis realizado, se han observado tres tendencias principales que están remodelando el entorno competitivo en el que operan los *Quick Service Restaurant*.

#### **Tendencia 1. Disfrutar la experiencia, clave para los consumidores**

De acuerdo con el estudio elaborado por la agencia Jack Morton Worldwide en varios países, el 78% de los consumidores estaría dispuesto a pagar más si las marcas les ofrecieran experiencias únicas. De ellos el 44% estaría "fuertemente dispuesto" a hacerlo.

Por ello, los grupos de restauración deben prestar atención a otros elementos que hoy en día resultan clave y son altamente valorados por los consumidores. Esto es algo fundamental ya que de ellos depende en gran medida su éxito y que decidan volver a sus establecimientos.

En este sentido, cada vez son más los clientes que demandan una oferta más personalizada que se adapte a su estilo de vida. Buscan una experiencia integral donde se conjugue precio, innovación, calidad de producto y servicio, personalización de la oferta y atención profesional y cualificada.



La Compañía está dedicando grandes esfuerzos a la modernización de los restaurantes para transformar la experiencia del servicio de restaurante y mejorar nuestra marca a los ojos de nuestros clientes.



Los esfuerzos de modernización están orientados a proporcionar una mejor experiencia al cliente, lo que conduce a una mayor frecuencia de visitas de los clientes y un mayor promedio de fidelización.

### **Tendencia 2. Digitalización de los servicios**

*La optimización de la experiencia de cliente basada en la tecnología es indispensable. De acuerdo a un estudio elaborado por IDC Research España, el impacto de las plataformas digitales sobre la experiencia de cliente es uno de los factores que podría determinar el éxito o el fracaso de las organizaciones, especialmente teniendo en cuenta que una plataforma digital no es solo una tecnología, sino también una nueva forma de organizar el negocio que va a permitir la creación de relaciones muy relevantes que impulsan la satisfacción y la lealtad del cliente.*



La Compañía está mejorando su actual modelo de servicio con los clientes a través de la tecnología. En este sentido, McDonald's está ampliando las opciones de cómo los clientes piden, pagan y se les sirve la comida.

La funcionalidad añadida de la aplicación móvil global de la Compañía, los kioscos de auto-pedido y otras tecnologías permiten una mayor comodidad para el cliente.

*Sin perjuicio de lo anterior, y junto con el uso de la tecnología, la Compañía está implementando el "servicio a mesa" consistente en acercar la bandeja del cliente con los productos escogidos a su mesa, mejorando, así, la experiencia total del cliente.*

### **Tendencia 3. Auge de la comida a domicilio**

*La venta de comida a domicilio tiene cada vez más demanda gracias al uso de internet y de aplicaciones móviles que facilitan el proceso del pedido y el envío. En este sentido, según los datos de un estudio realizado por Kantar Worldpanel, el consumo fuera del hogar (OOH) ha crecido un 14% en 2022 y continúa recuperando parte de lo que el consumo dentro del hogar había tomado prestado durante la pandemia. Además, el delivery alcanzó en 2022 un 46% de penetración en la población, aumentándola en 8 puntos respecto a 2019.*



*Tras 2020, el delivery se ha consolidado definitivamente. Tal es así que aquellos establecimientos que han desarrollado canales competitivos de delivery son los que mejor se están recuperado tras la pandemia. A pesar de ello, la normalización de la situación sanitaria ha implicado la consolidación de un modelo híbrido de consumo.*

En el competitivo sector en el que opera la Compañía, McDonald's España ha conseguido retener su liderazgo en la cuota de mercado apostando por el impulso de las ventas por domicilio.

### **Tendencia 4. Comida y envases sostenibles**

*El auge del delivery y el take-away ha resultado también en un aumento del uso de envases y embalajes en los restaurantes de comida rápida, lo que ha dado a la sostenibilidad de éstos un nuevo sentido de urgencia. Según una reciente encuesta publicada en QSR web y realizada por Aweek y Harris, más de la mitad de los consumidores estadounidenses de comida rápida están dispuestos a aceptar envases reutilizables, y en torno al 62% de los encuestados tendría mejor opinión de una marca si esta pasara a utilizar envases y utensilios reciclables.*



*Esta tendencia ha sido muy relevante en los últimos años y se ha visto acelerada por la pandemia, lo que puede marcar la diferencia, en lo que a la satisfacción del cliente se refiere, entre las marcas que decidan invertir en la sostenibilidad de sus envases y utensilios, y las que no.*

La compañía está apostando por el uso de materias primas y packaging más comprometido con el entorno en el que opera. En este sentido, lleva años implementando medidas que conllevan la reducción del uso de plásticos en sus envases por materiales más sostenibles.





## 1.5 Modelo de negocio y estrategia

McDonald's España sitúa al cliente en el centro de su estrategia, buscando ofrecerles continuamente **experiencias de restauración innovadoras** que satisfagan las necesidades y preferencias cambiantes de los consumidores.

Para lograrlo, la definición y ejecución de la estrategia de McDonald's España tiene como guía el modelo de negocio conocido como el **taburete de tres patas**, creado por el fundador de McDonald's (Ray Kroc) y que define la estrecha relación entre los integrantes del Grupo:

### 1 **Plantilla**

*Representan el principal activo de la Compañía y son quienes hacen realidad los principios y valores de McDonald's España. Ellos marcan la diferencia día a día en la experiencia que disfrutan los clientes cuando visitan los restaurantes.*

### 2 **Franquiados**

*Son emprendedores con un papel clave en la estructura empresarial de McDonald's España dado que lideran su negocio compartiendo los objetivos de la Compañía e involucrándose en su comunidad.*

### 3 **Proveedores**

*Juegan un papel fundamental en el éxito de la Compañía. McDonald's España establece relaciones a largo plazo con sus proveedores, lo que permite ofrecer siempre la máxima calidad en productos y servicios a los clientes.*

La fuerza de la alineación entre la Compañía, sus franquiciados y proveedores es clave para el éxito a largo plazo de McDonald's.

A nivel Grupo, en 2020 se formularon unos nuevos pilares de crecimiento (**MCD**) arraigados a la identidad de la compañía que han continuado durante los años 2021 y 2022, contruidos sobre las fortalezas históricas de esta, y con el objetivo de articular las oportunidades de negocio que McDonald's debe capitalizar. Sobre esta estrategia McDonald's:

- **Maximizará su marketing** invirtiendo en enfoques nuevos y culturalmente relevantes para relatar la historia de su marca, su comida y su propósito, contando con un aumento en las capacidades digitales de McDonald's con el objetivo de proporcionar una conexión más personal con sus clientes. El Grupo también está comprometido a realizar una estrategia de marketing que ponga en valor cada aspecto de sus menús, considerando siempre la asequibilidad como parte fundamental de la marca.
- **Confiará en su core business**, atendiendo a la demanda de los consumidores por lo que les es familiar y centrándose en servir deliciosas hamburguesas, pollo y café.
- **Doblará su apuesta por las 4 "D": Digital, Delivery, Drive Thru y Development**
  - **Digital:** el Grupo está implementando una nueva plataforma digital, "MyMcDonald's", que transformará su oferta digital en el Drive Thru. Gracias a esta plataforma, los clientes podrán recibir ofertas personalizadas, participar en programas de fidelización y pedir y recibir comida en el canal que prefieran.
  - **Delivery:** a lo largo de los últimos años el Grupo ha expandido el número de restaurantes que ofrecen servicios de *Delivery* a más de 30.000. El Grupo apostará por el *Delivery* añadiendo la opción de pedir a través de su propia aplicación, así como optimizando operaciones.
  - **Drive Thru:** el Grupo tiene un servicio de Drive Thru que ha sido crítico durante la pandemia de COVID-19 en más de 25.000 restaurantes. El Grupo probará nuevos conceptos y tecnología para mejorar la experiencia de usuario, incluyendo la automatización de la recepción de pedidos o colas *express* para clientes que hayan pedido de forma digital.
  - **Development:** adicionalmente a estos tres pilares de crecimiento, la Compañía apuesta por la capilaridad como uno de los principales ejes de desarrollo y crecimiento. McDonald's prevé crecer hasta los 700 restaurantes en España en cinco años, como parte de un ambicioso plan





de expansión. Con el objetivo de responder a la demanda de los consumidores y seguir creciendo en muchos de sus principales formatos y explorar otros nuevos, la Compañía acelerará el ritmo de aperturas y se centrará en el desarrollo de sus restaurantes.

Adicionalmente a estos tres pilares de crecimiento, la Compañía apuesta por la **conveniencia** erigiéndose esta como otro de los ejes clave para la marca, que impulsará fuertemente los canales off-premise: el delivery, el take-away y el McAuto. En este sentido, la **digitalización** se enuncia como una de las prioridades del negocio. McDonald's España apuesta por que los clientes tengan una experiencia omnicanal cada vez más consistente e integrada.

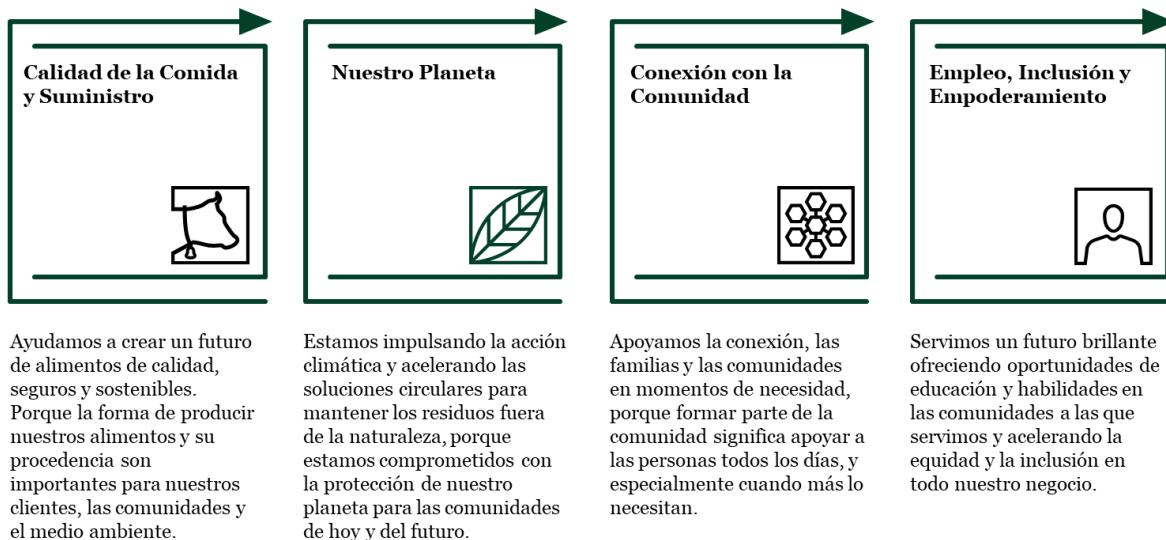
Del mismo modo, **la calidad y la innovación** son ejes estratégicos para satisfacer los gustos y necesidades de las personas consumidoras gracias a sus productos y nuevas propuestas. Todo ello, siempre dando respuesta al compromiso de generar un **impacto positivo en la sociedad y en el planeta** para crecer a través de un negocio rentable, responsable y sostenible.

### 1.6 Estrategia de impacto corporativa

En respuesta a su propósito (“alimentar e impulsar comunidades”), y a nivel corporativo, McDonald's ha realizado un ejercicio de priorización de su rol en la comunidad y de sus compromisos, teniendo en cuenta el impacto generado tras más de 65 años, con el objetivo de planificar como el Grupo va a alimentar e impulsar las comunidades en las que opera en los próximos 65 años.

Asimismo, cabe señalar que la **estrategia de sostenibilidad** de McDonald's se articula en **tres grandes áreas de actuación**: la energía y la movilidad eléctrica, los envases y el reciclado.

Como resultado, se han priorizado las siguientes áreas de impacto:





## Áreas de impacto

### **Calidad de la Comida y Suministro**

**Derechos Humanos en la Cadena de Suministro**

*Ver página 21*

**Comunidades Agrícolas**

*Ver página 73*

**Suministro Responsable**

*Ver página 79*

**Uso Responsable de**

**Antibióticos**

*Ver página 82*

**Salud y Bienestar de los**

**Animales**

*Ver página 83*

**Seguridad Alimentaria**

*Ver página 84*

**Nutrición y Prácticas de**

**Marketing**

*Ver página 86*

### **Nuestro Planeta**

**Gestión Hídrica**

*Ver página 57*

**Agricultura Sostenible y**

**Carne de Vacuno**

*Ver página 60*

**Acción por el Clima**

*Ver página 61*

**Envases y Residuos**

*Ver página 66*

**Conservación de Bosques**

*Ver página 71*

### **Conexión con la**

**Comunidad**

**Desperdicio Alimentario y**

**Donaciones**

*Ver página 70*

**Apoyo a la Comunidad y**

**Respuestas a Crisis**

*Ver página 74*

**Casas Ronald McDonald**

*Ver página 76*

### **Empleo, Inclusión y**

**Empoderamiento**

**Seguridad de las Personas**

*Ver página 29*

**Habilidades y Educación**

*Ver página 34*

**Diversidad, Equidad e**

**Inclusión**

*Ver página 37*

**Entornos de Trabajo**

**Respetuosos**

*Ver página 38*

**Mujer se escribe con M de**

**McDonald's**

*Ver página 45*

## **Calidad de la Comida y Suministro**

McDonald's ayuda a crear un futuro de alimentos de calidad, seguros y sostenibles, porque la forma de producir alimentos y su procedencia son importantes para sus clientes, las comunidades donde opera, y el medio ambiente.

Esto incluye el abastecimiento de ingredientes de calidad de forma responsable y el apoyo a las comunidades agrícolas. En cuanto a la nutrición, McDonald's se centra en las familias y los niños, ya que es donde el Grupo considera que puede tener un mayor impacto.

Sobre esta línea de acción, el Grupo agrupa las siguientes áreas de impacto:

- **Derechos Humanos en la Cadena de Suministro**: el Grupo espera que todos los proveedores, independientemente del contexto cultural, social y económico cumplan sus expectativas de Derechos Humanos para todas las personas, tal y como establece la Declaración de Derechos Humanos de las Naciones Unidas. Esto significa tratar a su plantilla con justicia, respeto y dignidad, y seguir prácticas que protejan la salud y la seguridad de las personas que trabajan en sus instalaciones.

*Ver detalle en la página 21*

- **Comunidades Agrícolas**: En el centro de la cadena de suministro de McDonald's están los agricultores, ganaderos, cultivadores y productores que cultivan sus ingredientes y es la intención del Grupo que cada uno de ellos prospere, desde las grandes empresas agrícolas hasta los pequeños propietarios y las explotaciones familiares. McDonald's cree que la clave para ello es impulsar beneficios sociales, económicos y medioambientales positivos para todos.

*Ver detalle en la página 73*

- **Suministro Responsable**: McDonald's se asocia con una red mundial de proveedores y agricultores para proporcionar ingredientes y materiales de embalaje de calidad. Al involucrar a su cadena de suministro se obtiene una mayor visibilidad y se puede apoyar una producción más sostenible. El Grupo ha establecido objetivos ambiciosos para guiar sus esfuerzos de suministro responsable, centrándonos en los productos con mayor potencial para crear un cambio positivo: carne de vacuno, pollo, café, aceite de palma, pescado y envases de fibra.

*Ver detalle en la página 79*



- Uso Responsable de Antibióticos: la resistencia a los antibióticos es un problema crítico de salud pública y McDonald's quiere desempeñar un papel en ayudar a preservar la eficacia de los antibióticos para las generaciones futuras. Por ello, el Grupo se asocia con proveedores, veterinarios, académicos y agricultores para garantizar el uso responsable de los antibióticos en su cadena de suministro.

*Ver detalle en la página 82*

- Salud y Bienestar de los Animales: McDonald's se preocupa por la salud y el bienestar de los animales en su cadena de suministro, por lo que se asocia con esta para impulsar una mejora continua a lo largo de sus vidas. Así, el Grupo ayuda a conseguir un cambio positivo garantizando que el pollo, los huevos, la ternera y el cerdo que se adquieren proceden de proveedores que comparten el compromiso del Grupo con la salud y el bienestar de los animales. También se apoya en relaciones estratégicas con expertos que orientan sobre sus políticas y estrategias de aplicación en cada uno de sus mercados locales.

*Ver detalle en la página 83*

- Seguridad Alimentaria: la seguridad y la calidad de los alimentos es de máxima prioridad para McDonald's, donde se innova constantemente para garantizar que se cumplen y se superan las expectativas de los clientes. El Grupo integra la seguridad alimentaria en todos los aspectos de sus operaciones, como el suministro de alimentos, el desarrollo de menús, el envasado, la distribución y la logística, y el funcionamiento diario de sus restaurantes.

*Ver detalle en la página 84*

- Nutrición y Prácticas de Marketing: McDonald's es consciente de lo importante que es la comida para reunir a las familias, para compartir momentos y crear recuerdos duraderos. Los padres buscan opciones de menú con las que puedan sentirse bien alimentando a sus hijos y por eso el Grupo se centra en evolucionar el Happy Meal y en hacer que las comidas equilibradas sean más accesibles para las familias de todo el mundo.

*Ver detalle en la página 86*

## **Nuestro Planeta**

McDonald's apuesta por impulsar la acción climática y acelerar las soluciones circulares para mantener los residuos fuera de la naturaleza, estando el Grupo comprometido a proteger nuestro planeta para las comunidades de hoy y del futuro.

En colaboración con sus franquiciados, proveedores y productores, McDonald's busca formas nuevas e innovadoras de reducir las emisiones, mantener los residuos fuera de la naturaleza y preservar los recursos naturales. Desde minimizar la cantidad de envases utilizados hasta invertir en energías renovables y asociarse para avanzar en las prácticas de agricultura sostenible y regenerativa, el Grupo quiere ayudar a proteger nuestro planeta para las comunidades de hoy y del futuro.

Sobre esta línea de acción, el Grupo agrupa las siguientes áreas de impacto:

- Gestión Hídrica: McDonald's cree que su tamaño y escala pueden permitirles tener un impacto positivo en el agua, teniendo en cuenta la conservación, la administración, la contaminación, la calidad y el uso del agua. El Grupo depende de la agricultura (que representa el 70% del uso de agua dulce del planeta) y de las cuencas hidrográficas locales para elaborar los alimentos y bebidas que hacen funcionar sus restaurantes.

*Ver detalle en la página 57*

- Agricultura Sostenible y Carne de Vacuno: McDonald's quiere asegurar que la carne de sus hamburguesas contribuya a un sistema alimentario sostenible. Para ello, el Grupo está colaborando con grupos de expertos, agricultores y la industria ganadera y alimentaria para probar y ampliar



prácticas más sostenibles y regenerativas que ayuden a proteger la naturaleza y a reducir las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI).

*Ver detalle en la página 60*

- **Acción por el Clima:** el cambio climático es el mayor problema medioambiental de nuestro tiempo. Como una de las mayores empresas de restauración del mundo, McDonald's tiene una oportunidad única de movilizar a toda su cadena de valor para actuar ahora. En colaboración con sus franquiciados, y a través de sus relaciones con proveedores, agricultores y ganaderos de todo el mundo, el Grupo considera que puede ayudar a catalizar la acción en torno a la reducción de emisiones y fortalecer la resiliencia climática.

*Ver detalle en la página 61*

- **Envases y Residuos:** McDonald's está probando nuevas soluciones de envasado y reciclaje en todo el mundo con el objetivo de reducir la cantidad de envases, cambiar a materiales más sostenibles y ayudar a los clientes a reutilizar y reciclar. Además, el Grupo pretende utilizar su escala y alcance global para aplicar y acelerar soluciones circulares que mantengan los residuos fuera de la naturaleza, conservando materiales valiosos en uso.

*Ver detalle en la página 66*

- **Conservación de Bosques:** el para 2030 y se ha comprometido a trabajar en colaboración, y con urgencia, para abordar el complejo reto de la deforestación. El Grupo está realizando importantes avances en las materias primas que compra en mayor volumen y en las que puede tener un mayor impacto: carne de vacuno, soja para la alimentación de pollos, aceite de palma, café y envases de fibra.

*Ver detalle en la página 71*

### **Conexión con la Comunidad**

Formar parte de la comunidad significa apoyar a las personas todos los días, y especialmente cuando más lo necesitan. Por eso cada año el Grupo dona millones de kilos de alimentos de su cadena de suministro y comidas calientes de sus restaurantes, en momentos de necesidad y crisis, a las comunidades donde opera. Además, McDonald's también apoya a las Fundaciones Ronald McDonald, que permiten a las familias permanecer juntas cerca de centros de atención de primera clase cuando a un niño se le diagnostica una enfermedad potencialmente mortal.

Sobre esta línea de acción, el Grupo agrupa las siguientes áreas de impacto:

- **Desperdicio Alimentario y Donaciones:** McDonald's cree que la buena comida y los valiosos recursos no deben desperdiciarse nunca y quiere utilizar su escala para ayudar a afrontar este reto mundial. En este sentido, el Grupo trabaja con su cadena de suministro y sus restaurantes para asegurarse de que sus alimentos cumplen su función y dona comidas e ingredientes para alimentar a familias necesitadas en comunidades locales de todo el mundo.

*Ver detalle en la página 70*

- **Apoyo a la Comunidad y Respuestas a Crisis:** con más de 38.000 locales en todo el mundo, McDonald's en una posición única para devolver algo a las numerosas comunidades a las que sirve. Dado que la mayoría de sus restaurantes son gestionados por franquicias independientes, McDonald's está profundamente arraigado en las comunidades y sabe cuál es la mejor manera de estar a su lado, ya sea proporcionando comida, realizando labores de voluntariado en el barrio o ayudando en momentos de necesidad.

*Ver detalle en la página 74*

- **Casas Ronald McDonald:** McDonald's desempeña un papel importante para mantener unidas a las familias cuando sus hijos están enfermos. Como socio fundador de la misión, McDonald's ha ayudado



a las Fundaciones Ronald McDonald a proporcionar una red global de más de 380 casas en más de 60 países y regiones de todo el mundo, manteniendo a las familias cerca de la atención que sus hijos necesitan.

*Ver detalle en la página 76*

### **Empleo, Inclusión y Empoderamiento**

McDonald's quiere acelerar la equidad y brindar oportunidades, proporcionando educación y habilidades en las comunidades a las que sirve y acelerando la equidad y la inclusión en todo su negocio. Ya sea proporcionando acceso a la educación local, ayuda para las matrículas o programas de preparación para el trabajo, junto con sus franquiciados, el Grupo hace que las oportunidades estén abiertas para todos.

Sobre esta línea de acción, el Grupo agrupa las siguientes áreas de impacto:

- **Seguridad de las Personas:** McDonald's es consciente de que tiene la enorme responsabilidad de mantener a todos seguros y sanos. Por ello, el Grupo está comprometido con la seguridad de los clientes y el personal, promoviendo sólidas medidas de Salud y Seguridad en sus restaurantes y ayudando a su plantilla a tomar decisiones más informadas para apoyar su propio bienestar.

*Ver detalle en la página 29*

- **Habilidades y Educación:** McDonald's se compromete a aprovechar su escala para ofrecer programas de formación y educación con el fin de construir un camino hacia adelante para las personas que apoyan sus objetivos, independientemente de la etapa de su vida en la que se encuentren. Las oportunidades de aprendizaje, la formación en idiomas y habilidades técnicas y el apoyo a la educación continua son iniciativas a través de las cuales el Grupo se compromete a ayudar a las personas a seguir su camino.

*Ver detalle en la página 34*

- **Diversidad, Equidad e Inclusión:** guiados por los valores corporativos, McDonald's se compromete a ser mejores aliados, mejores patrocinadores y mejores líderes, ayudando a crear un futuro en el que la igualdad, la equidad y las oportunidades no sean solo objetivos sino la experiencia vivida por todos. A nivel mundial, el Grupo se compromete a representar a las diversas comunidades en las que opera, a acelerar las culturas de inclusión y pertenencia, y a dismantelar barreras económicas.

*Ver detalle en la página 37*

- **Entornos de Trabajo Respetuosos:** McDonald's se compromete a crear y fomentar entornos en los que todos reciban el mismo apoyo y la misma capacidad para desarrollar todo su potencial, dando prioridad a la seguridad, a ofrecer oportunidades, a fomentar el talento, a desarrollar líderes y a recompensar los logros en sus oficinas, restaurantes propios y comunidades de todo el mundo, apoyando a sus franquiciados para que hagan lo mismo.

*Ver detalle en la página 38*

- **Mujer se escribe con M de McDonald's:** McDonald's comprometido por la igualdad de género y con el fin de impulsar el papel de la mujer y su visibilidad en la organización ha lanzado un nuevo programa facilitando su participación en foros y ámbitos donde hasta la fecha tiene una representación más minoritaria fomentando un entorno de trabajo igualitario, donde todas las personas tengan los mismos derechos y oportunidades.

*Ver detalle en la página 45*



## 1.7 Políticas

A lo largo de su dilatada historia, y como parte de su excelencia operacional y organizativa, McDonald's tanto a nivel Grupo como a nivel España ha desarrollado numerosas políticas que ayudan a orientar la gestión de la Compañía<sup>1</sup>. A continuación, se resumen las principales políticas aplicables a McDonald's España:

| Principales Políticas McDonald's España                              |                                                                                      |
|----------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| • Política Global Anticorrupción                                     | • Política de Sabático                                                               |
| • Política de Recursos Informáticos: uso de redes, internet          | • Política de Igualdad de Oportunidades                                              |
| • Política de Contribuciones Políticas                               | • Protocolo Contra la Discriminación y el Acoso                                      |
| • Políticas para la Prevención de la Corrupción fuera de los EE. UU. | • Protocolo para la Prevención de la Violencia, la Discriminación y las Represalias. |
| • Políticas para transacciones inmobiliarias fuera de los EE. UU.    | • Protocolo para el Tratamiento de la Diversidad Sexual                              |
| • Código de Conducta de Proveedores                                  | • Protocolo para la Gestión de Empleadas víctimas de Violencia de Género.            |
| • Código de los Arcos Dorados                                        | • Política de Trabajo Flexible                                                       |
| • Derechos Humanos                                                   | • Protección de Datos Personales                                                     |
| • Prohibición de Represalias                                         | • Política de Desconexión Digital y Uso de Dispositivos Electrónicos                 |
| • Aceptación de Regalos                                              | • Política de Registro Horario                                                       |
| • Retribución Variable                                               | • Política de Igualdad de Género                                                     |
| • Política de Derechos Humanos.                                      | • Selección y Contratación de Proveedores                                            |
| • Protocolo de Actuación en Quejas y Reclamaciones                   | • Política Ambiental                                                                 |
| • Política Global de Gestión de Alimentos                            |                                                                                      |

<sup>1</sup> Algunas de las políticas, como la Política de Igualdad de Género y la Política de Igualdad de Oportunidades, que se han desarrollado en la Compañía forman parte del Plan de Igualdad de McDonald's con más de 35 medidas que aplica de manera transversal. Estas están repartidas a su vez en distintos ejes de actuación: cultura organizativa, acceso al empleo, política salarial, formación, promoción, conciliación, comunicación, salud laboral y violencia de género.



## 2. Gestión ética e integridad y cumplimiento normativo.

### 2.1. Lucha contra la corrupción y el soborno

#### Política Corporativa

Con el objetivo de evitar actuaciones que puedan implicar posibles casos de corrupción y soborno, así como con el fin de desarrollar su negocio de una manera responsable, McDonald's España se apoya en una **Política Anticorrupción Global** que establece el compromiso de la marca de garantizar la gestión ética de su negocio, **respetando todas las leyes anticorrupción y antisoborno de los países en los que opera.**

Esto conlleva, entre otros aspectos, la prohibición de involucrarse en actos de cohecho, tráfico de influencias entrega y/o recibo de regalos, ventajas u otros beneficios. Esta Política aplica a todos los administradores, personal directivo y resto de plantilla de McDonald's Corporation y a sus operaciones a nivel mundial, incluidas sus filiales y asociaciones conjuntas, así como terceros que actúen en nombre de McDonald's, estando por tanto McDonald's España sujeta a esta.

#### **Market Certification**

*El director general (CEO) y el máximo responsable de finanzas (director financiero o CFO) de cada mercado fuera de los EE. UU. completan un Certificado de Cumplimiento Anticorrupción para ratificar que el mercado está en conformidad con esta Política, las leyes locales aplicables y la Foreign Corrupt Practices Act. Dicha certificación debe ser cumplimentada anualmente y devuelta a la Oficina Global de Cumplimiento.*

De manera similar, las **Normas de Conducta en los Negocios** (NBC, por sus siglas en inglés) sirven como guía en materia de anticorrupción para la plantilla de la Compañía. Estas Normas de Conducta se certifican anualmente, de manera online, por toda la plantilla.

En estas Normas se expresa la importancia de cumplir con la Ley de Prácticas Corruptas en el Extranjero de los EE. UU., prestando especial atención al delito de soborno de un funcionario de gobierno, y se ofrecen los datos de contacto de la Oficina de Cumplimiento Global, como recurso para el trámite de dudas y denuncias relacionadas con la infracción de las normas.

#### **Impacto de las políticas en materia de lucha contra la corrupción y el soborno**



Además, se imparten cursos de formación online obligatoria en materia de anticorrupción y sobre las *Normas de Conducta en los Negocios* cada año a través del Departamento de *Compliance* mediante la plataforma *Campus-5*. Los cursos impartidos en materia de cumplimiento durante 2022 corresponden con: (i) Cumplimiento en McDonald's, (ii) Anticorrupción, (iii) Información Confidencial, (iv) Represalias, (v) Privacidad de dato. Al respecto, durante 2022, 228 personas perteneciente tanto a personal de oficina como responsables de los restaurantes que han cumplimentado , dando lugar a más de 342 horas de formación.





Además, como novedad en el ejercicio 2022 McDonald's ha comenzado a hacer uso de la herramienta Workplace (para mayor detalle véase apartado 7.2 Diálogo con los grupos de interés) gracias a la cual los empleados disponen tanto de las Normas de Conducta en los Negocios, así como de aquellas políticas corporativas de aplicación en el área de *compliance*.

#### Otras medidas adoptadas para prevenir la corrupción, el soborno y el blanqueo de capitales

Entre las medidas específicas que McDonald's España adopta para prevenir la corrupción y el soborno se encuentra la firma de un documento por parte del Departamento de Desarrollo, acreditando el cumplimiento de la **política de transacciones inmobiliarias fuera de EE. UU. y la política anticorrupción** de cara a la prevención de casos de soborno. Asimismo, cabe señalar que las personas del Departamento de desarrollo, que interactúan con organismos públicos también certifican anualmente la política anticorrupción y la política para transacciones inmobiliarias fuera de EE. UU.

En cuanto a las actuaciones en materia de prevención del blanqueo de capitales, McDonald's España cuenta con unos procedimientos de anotación contable de cobros que garantizan la trazabilidad de todas las operaciones: las reglas SOX "**Calculate and Record Rent and Services fee Income**", que recogen el procedimiento de control del cálculo y registro de los ingresos por rentas y honorarios por servicios, y las reglas SOX "**Acquire/Sell Restaurant Business**", que recogen el procedimiento de control de la compra o venta de los restaurantes (propios o franquiciados).

McDonald's España en cumplimiento de la Ley 2/2023, de 20 de febrero, reguladora de la protección de las personas que informen sobre infracciones normativas y de lucha contra la corrupción (Directiva sobre protección al Informante) pone a disposición de su plantilla **dos canales** a través de los cuales estos pueden realizar **denuncias** relacionadas con la vulneración de normativa anticorrupción y fraude, así como denuncias de incumplimientos sobre otros aspectos relacionados con sus políticas y normas de conducta empresarial:



### **Línea de Integridad Empresarial**

Utilizada principalmente por los empleados de oficina de la Compañía, se trata de un número de teléfono americano que cuenta con personal de una firma externa con experiencia en el manejo de llamadas delicadas y que, junto con intérpretes en caso de que fueran necesarios, atiende las 24 horas del día y los 7 días de la semana durante todo el año. Los empleados de McDonald's España pueden realizar sus denuncias a través de este número de teléfono de manera anónima y sin temer que se vaya a hacer ningún intento por identificarlos. Asimismo, McDonald's prohíbe las represalias contra las personas que formulen algún tipo de denuncia.

### **Comunicación directa con responsables**

Los empleados de la Compañía, y en especial los de restaurante, están invitados a llamar la atención de la Compañía sobre acciones fraudulentas o no éticas de forma directa ante su supervisor o ante el Departamento de Recursos Humanos o ante el Departamento de Compliance. Este canal, que no es anónimo, permite que los empleados puedan corregir la situación de incumplimiento de forma rápida y directa.

### **"Quita el mute"**

Adicionalmente, McDonald's España en cumplimiento de la Directiva 2019/1937 durante el año 2022 implementó un canal de denuncias externo denominado "quita el mute" cuyo acceso se realiza a través del siguiente enlace <https://quitaelmute-mcdonalds.i2-ethics.com/>. El mismo permite presentar consultas sobre las normas de conducta empresariales o para interponer alguna denuncia no solo a cualquiera persona de su plantilla sino también a cualquier proveedor, cliente o tercero relacionado con la Compañía. Dichas consultas son gestionadas por una empresa independiente y externa (i2 Ethics), en colaboración con el departamento de Compliance con el fin de asegurar la confidencialidad y la inexistencia de represalias sobre los denunciantes.

En 2022 McDonald's España no ha tramitado comunicaciones ni denuncias relacionadas con la vulneración de normativa sobre corrupción o fraude a través de estos medios. No obstante, a través del mismo si se registró una comunicación en materia de prevención de riesgos laborales, cuya investigación se ha cerrado durante el ejercicio 2022.

### **Colaboración de la plantilla en materia de cumplimiento**

Las personas trabajadoras que tengan conocimiento sobre cuestiones sensibles referentes a contabilidad, control interno o auditoría, así como sobre cualquier infracción de las Normas, tienen la obligación de ponerse en contacto con la Oficina de Cumplimiento Global.





También pueden consultar a dicha Oficina cualquier cuestión relacionada con las Normas enviando un correo electrónico a [business.integrity@us.mcd.com](mailto:business.integrity@us.mcd.com) usando la Herramienta de Información Online de Integridad Empresarial o llamando a la Línea de Integridad Empresarial. Durante el ejercicio 2022 no se ha registrado ninguna denuncia a través de este medio.

En esta línea, y bajo el compromiso adquirido por la Compañía en materia de corrupción y soborno el Grupo trabaja activamente en la continua mejora en materia de corrupción, soborno y cumplimiento con el objetivo de alcanzarse en las normas ISO 37301 y UNE 19601 en el medio plazo.



### Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro

McDonald's España realizó durante 2022 una donación a la Fundación Infantil Ronald McDonald por valor de 99.168,86 euros (83.391,58 euros en 2021). Además, la Compañía y sus franquiciados realizaron las siguientes aportaciones durante 2022:

| <b>Otras aportaciones a la Fundación Infantil Ronald McDonald's de la Compañía y sus franquiciados durante 2022</b>                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <b>1.116.644 €</b>                                                                                                                                                                                     | <b>380.000 €</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | <b>457.271 €</b>                                                                                                                                                                                                                                                              | <b>80.000 €</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>Donación 0,1% de las ventas:</b> los restaurantes McDonald's de España y Andorra donan todos los años el 0,1% de sus ventas anuales, lo cual supone la principal fuente de ingreso de la Fundación. | <b>Jornada McHappy Day:</b> Desde hace más de 20 años y con motivo del Día del Niño, los restaurantes de España decoran sus restaurantes, organizan visitas de personalidades y animan a los clientes a colaborar en el McHappy Day. Durante ese día todo lo que se recauda por ventas de Big Mac, así como por peluches puestos a la venta dicho día se destinan a la Fundación. | <b>Otras vías de recaudación (urnas físicas y quioscos):</b> En línea con la nueva estrategia de apoyo a la Fundación enmarcada por Scale for Good desde el Grupo se han implementado urnas digitales en los quioscos de pedido para facilitar las donaciones a la Fundación. | <b>Otras campañas:</b> McDonald's creó "La hamburguesa que no pudo ser" con la firme intención de contribuir a paliar los efectos causados por los incendios que arrasaron muchas zonas de España en 2022. Para ello, la compañía decidió comprar parte de las cosechas perdidas para simbolizar aquellos productos que no se podrán comercializar, ya que sus ingredientes se destruyeron a consecuencia de los incendios. |



## 2.2. Respeto a los Derechos Humanos

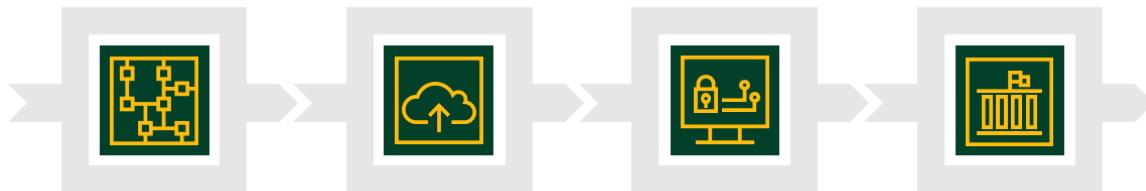
### Políticas Corporativas

Durante más de 65 años, McDonald's se ha comprometido **en fomentar la seguridad, la inclusión y el respeto** en los lugares de trabajo donde desarrolla su actividad de negocio. Con el espíritu de seguir manteniendo los más altos estándares y compromiso en esta área dispone de una **Política de Derechos Humanos**.

En este sentido, McDonald's se compromete a respetar los derechos humanos tal como se establece en la Declaración Universal de los Derechos Humanos. Para ello, se guía por los Principios Rectores de las Naciones Unidas sobre Empresas y Derechos Humanos (DDHH), la Carta Internacional de DDHH y los principios establecidos en la Declaración de la Organización Internacional del Trabajo sobre Principios y Derechos Fundamentales en el Trabajo, así como en la Constitución española para el mercado español.

Esta política, cuyo contenido es complementado con lo enunciado en la citada Constitución establece el marco para fomentar lugares de trabajo seguros, inclusivos y respetuosos allí donde McDonald's opera y se compromete a respetar los derechos fundamentales de su plantilla. Por ello, el Grupo establece la prohibición de la esclavitud, el trabajo infantil, el trabajo forzoso y la realización de trabajos involuntarios de aquellas personas que se encuentren en prisión, así como el tráfico de personas, la explotación, el castigo físico y el abuso. Asimismo, asegura la libertad para asociarse (o no asociarse) y negociar colectivamente, la igualdad de oportunidades para todas las personas y el establecimiento de un lugar de trabajo seguro y saludable que incluye la prohibición de importar productos procedentes de países donde se lleva a cabo la vulneración de los citados derechos.

Esta política ha creado el marco idóneo a través del cual la Compañía ha seguido implementando **iniciativas que cimientan el firme compromiso** de McDonald's con los Derechos Humanos y el aseguramiento de entornos de trabajo seguros e inclusivos.



McDonald's España ha desarrollado y publicado en su plataforma de comunicación interna *Workplace by Facebook* información detallada comunicando el firme compromiso de McDonald's en asegurar lugares de trabajo seguros, respetuosos e inclusivos para todas las personas.

Entre los diferentes recursos publicados se incluyen cartas de nuestro CEO mundial y del director de RRHH de McDonald's España, además se incluyen herramientas descargables como posters, infografías, etc.

Asimismo, se informa de los canales seguros de comunicación para todo el personal que incluyen a los especialistas de RRHH del mercado, el equipo local y global de Compliance y el contacto directo con una compañía independiente si la persona desea comunicar fuera de la estructura de McDonald's con una disponibilidad de 24/7.

Además todas las personas desde *Workplace by Facebook* pueden acceder de forma más extensiva a toda la información corporativa publicada en el área de Derechos Humanos que incluye tanto en la política interna como las obligaciones de los proveedores en esta materia el Código de Conducta de Proveedores, entre otros documentos.

La Compañía dispone de las ya citadas Normas de Conducta en los Negocios de McDonald's Corporation, adoptadas por McDonald's España, que desarrollan esta política y, en este contexto, establecen que las actividades se deben realizar dentro de un marco de respeto de los Derechos Humanos, según lo establecido por la Declaración Universal de Derechos Humanos de las Naciones Unidas con el fin de evitar cualquier actuación que pueda afectar los derechos fundamentales de las personas.



Estas normas detallan el compromiso de McDonald's por garantizar la igualdad de trato y el **respeto de toda su plantilla en su lugar de trabajo**, reconociendo explícitamente el derecho a trabajar en un lugar libre de acoso, discriminación, hostigamiento, intimidación, abuso (ya sea sexual o de otro tipo) y actos o amenazas de violencia física. A nivel nacional, McDonald's España dispone de políticas adicionales orientadas a eliminar la discriminación en el empleo, tales como la **Política de Igualdad de Oportunidades**, el **Protocolo Contra la Discriminación y el Acoso**, el **Protocolo para el Tratamiento de la Diversidad Sexual**, el **Protocolo para la Prevención de la Violencia**, la **Discriminación y las Represalias**; y el **Protocolo para la Gestión de Empleadas víctimas de Violencia de Género**.

Este último protocolo se ha actualizado para **ampliar su ámbito de aplicación a las víctimas de violencia sexual**, adecuándose así a la *LO 10/2022, de 6 de septiembre, de garantía integral de la libertad sexual*. Así, se ha incorporado la condición de víctima de violencia sexual en todos los apartados referentes a la protección establecida tanto por el sistema como el protocolo de actuación proporcionado por la empresa, así como se ha incorporado el apartado en el que se recogen los derechos en materia laboral y de seguridad social que legalmente tiene reconocidos la víctima de violencia sexual.

### **Infografía de respeto a los Derechos Humanos**

Junto a los comunicados realizados en la plataforma Workplace by Facebook se incluye una infografía que de forma muy visual permite a la plantilla de la Compañía conocer las líneas maestras de la Política de respeto a los Derechos Humanos y las diferentes opciones que están disponibles para informar de conductas inapropiadas en el trabajo.



McDonald's España extiende su compromiso ético a través de la aplicación de un **Código de Conducta para Proveedores**, elaborado por McDonald's Corporation, que exige una serie de requisitos éticos, ambientales y económicos a aquellos proveedores que quieran establecer una relación comercial con la Compañía.

El Grupo apuesta por que sus proveedores realicen sus actividades respetando los derechos humanos, en concreto estos deberán: (i) respetar la libertad de asociación de sus empleados de acuerdo con las leyes y reglamentos; (ii) emplear a trabajadores legalmente autorizados para trabajar; (iii) no utilizarán ninguna forma de trabajo esclavo, forzoso o en régimen penitenciario involuntario; (iv) no participarán en el tráfico ni explotación de personas ni importarán productos procedentes de la esclavitud (v) no retendrán identificaciones, pasaportes o permisos de trabajo de los empleados como condición para el empleo; (vi) promover y mantener un lugar de trabajo libre de discriminación y tratarán a sus empleados con equidad, dignidad y respeto, no tolerando ningún tipo de acoso.

Asimismo, la Compañía opera bajo el cumplimiento de los **convenios fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo**. Estos convenios aluden al derecho de los empleados a asociarse con cualquier grupo siempre que no vulnere la legislación o reglamentos en materia laboral.

### Procedimientos de diligencia debida y de prevención

Los **riesgos** en materia de **derechos humanos** son evaluados durante el **proceso de gestión de riesgos global de McDonald's**. Asimismo, los programas de cumplimiento de McDonald's que resultan de este procedimiento son a su vez evaluados por el Director Global de Cumplimiento, haciendo este uso de distintas fuentes de información tales como auditorías internas y externas, entrevistas con personas trabajadoras de McDonald's alrededor del mundo o la Línea de Integridad Empresarial.

En su conjunto, esta información permite al Director Global de Cumplimiento establecer un plan anual que aborda las posibles brechas detectadas durante la evaluación.



Los controles establecidos para mitigar el riesgo en derechos humanos de McDonald's están presentes en los restaurantes operados por el Grupo y sus otras instalaciones. Como se ha mencionado anteriormente, se espera que toda la plantilla de McDonald's España cumpla con las Normas de Conducta en los Negocios, que expresan la obligación de respetar los derechos humanos y de mantener una actitud ética.

Asimismo, estas Normas y otras políticas de la Compañía abordan de manera explícita cuestiones de respeto y dignidad, inclusión y diversidad, protección contra las represalias y seguridad en el trabajo, entre otros aspectos. En caso de que se tuviera constancia del incumplimiento de estas normas, la plantilla de McDonald's España dispone de los canales de denuncia previamente mencionados para reportar este comportamiento y facilitar su corrección.

Durante 2022, así como durante 2021, **McDonald's España no ha tramitado ninguna denuncia a través de su canal de denuncias directo**. Asimismo, McDonald's España no recibió ninguna denuncia relacionada con la vulneración de derechos humanos, ni a través de su canal de denuncias telefónico ni a través de otros medios, durante 2022 ni 2021.

#### **Formación y sensibilización de la plantilla sobre Respeto a los Derechos Humanos**

*De forma complementaria a las publicaciones llevadas a cabo en la plataforma de comunicación interna, McDonald's España cuenta con un **programa e-learning de formación y sensibilización en materia de Derechos Humanos** diseñado para instruir a su plantilla en el conocimiento de sus derechos, así como en la responsabilidad compartida de McDonald's España en respetar los derechos de los demás. En 2022, se han impartido un total de 11,7 horas de formación a 578 personas trabajadoras*

*Este programa es obligatorio para todas las personas que componen los equipos de oficina, los gerentes y encargados de los restaurantes. La cumplimentación de este contenido y su posterior registro se realiza a través de la plataforma de formación Campus-5.*

*El protocolo establece que la gerencia de los restaurantes deberá mediante reuniones presenciales informar a toda la plantilla del restaurante de los compromisos y de sus derechos.*





### Área de impacto: Derechos Humanos en la Cadena de Suministro

McDonald's espera que todos los proveedores, independientemente del contexto cultural, social y económico, cumplan sus **expectativas de derechos fundamentales para todas las personas**, tal y como establece la Declaración de Derechos Humanos de las Naciones Unidas. Esto significa tratar a su plantilla con **justicia, respeto y dignidad**, y seguir prácticas que protejan la **salud y la seguridad de las personas** que trabajan en sus instalaciones. El Código de Conducta para Proveedores y el programa de Responsabilidad en el Lugar de Trabajo de los Proveedores de McDonald's (SWA, por sus siglas en inglés) tienen como objetivo ayudar a los proveedores a entender las expectativas del Grupo, a **verificar el cumplimiento de las mismas** y a trabajar por la mejora continua. El proceso seguido es el siguiente:

1. Formación en línea para ayudar a los proveedores a entender lo que se espera de ellos.
2. Los proveedores completan un riguroso cuestionario de autoevaluación anual para valorar sus sistemas y prácticas actuales. El resultado es un informe en el que se indican las áreas de mejora.
3. Las empresas externas realizan auditorías anunciadas y no anunciadas.
4. La empresa auditora comunica los incumplimientos al proveedor, que debe elaborar un plan de acción para solucionarlos.

En caso de incumplimientos graves, se lleva a cabo una **auditoría de seguimiento** para controlar los progresos. En última instancia, McDonald's puede retirar al proveedor de la cadena de suministro.

[Conoce más sobre el impacto de McDonald's a nivel global en materia de Derechos Humanos en la Cadena de Suministro en su web corporativa.](#)

Contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible:



(Meta 8.7)

(Meta 8.8)



(Meta 16.5)

(Meta 16.6)



(Meta 17.16)

### 3. Gestión de riesgos no financieros

El proceso de gestión de riesgos de McDonald's identifica y prioriza los riesgos que puedan tener posibles impactos significativos en la marca y/o en el crecimiento sostenible y rentable a corto, medio y largo plazo del Grupo, tanto los relacionados con cuestiones financieras como con cuestiones no financieras.

Las principales personas responsables de los diferentes departamentos, a nivel mundial, asumen el rol de determinar y gestionar los riesgos dentro de sus áreas de especialización. En muchos casos, estos departamentos tienen sus propios procesos formales de identificación y gestión de riesgos. Además, la Alta Dirección ha establecido un equipo interfuncional para seguir fortaleciendo la supervisión al más alto nivel de las cuestiones que puedan afectar a la marca y/o a la reputación del Grupo. También se cuenta, para alimentar el proceso de gestión de riesgos, con actores externos al Grupo tales como proveedores o expertos.








A nivel McDonald's España, cada departamento participa en el afloramiento de riesgos del Grupo mediante una comunicación constante, así como desarrollando las medidas definidas para la gestión y mitigación de estos riesgos a nivel país. Además, los distintos departamentos llevan a cabo un proceso de identificación y gestión de riesgos en sus respectivas áreas de actuación. Los principales riesgos identificados a nivel Grupo y que también podrían afectar a McDonald's España relativos a cuestiones no financieras son los siguientes:

- Cambios en la percepción de la marca: algunos de los posibles riesgos asociados a este ámbito son el resultado de estudios y conclusiones nutricionales (que evolucionan constantemente y pueden tener implicaciones contradictorias), litigios, regulación destinada a impulsar determinados comportamientos en los consumidores o comentarios en redes sociales que pueden afectar la percepción de la marca por parte de los consumidores. Las cuestiones abordadas en materia de responsabilidad social y medioambiental, así como el cumplimiento de objetivos marcados al respecto, pueden impulsar una percepción positiva. 
- Inquietudes sobre seguridad alimentaria: los eventos de seguridad alimentaria, incluyendo casos de enfermedades transmitidas por los alimentos, ocurren en ocasiones dentro de la industria alimentaria, así como en McDonald's a nivel global. La capacidad de McDonald's para aumentar las ventas y los beneficios depende, en parte, de los sistemas desplegados para satisfacer las expectativas de seguridad alimentaria de los clientes y reguladores y de su capacidad para gestionar el impacto de potenciales problemas al respecto que puedan surgir. La seguridad alimentaria es una prioridad absoluta y se dedican importantes recursos a ofrecer productos seguros a los clientes. 
- Cuestiones relativas a gestión del talento: a nivel corporativo, una planificación adecuada de la sucesión es importante para el éxito a largo plazo. Los riesgos a este respecto se mitigan a través de la identificación, desarrollo y retención eficaz del talento, así como a través del reclutamiento de candidatos de alta calidad. Además, el modelo de negocio depende directamente de reclutar, motivar y retener a personas trabajadoras cualificadas para sus restaurantes. 
- Protección de datos y ciberseguridad: la dependencia de los restaurantes McDonald's con respecto a las tecnologías de la información (debido a, por ejemplo, a la implementación de kioscos digitales o la integración con plataformas de reparto a domicilio) es cada vez mayor, pudiendo ocasionar una caída en estos sistemas una interrupción en las operaciones y una mala experiencia de cliente. Además, sus sistemas contienen datos personales de clientes, plantilla, franquiciados, proveedores y otros grupos de interés que pueden estar expuestos ante ciberataques, es por ello, que Restaurantes McDonald's S.A.U, cuenta con diferentes medidas y acciones en esta materia (para conocer más información véase apartado 7.5 Ciberseguridad y privacidad de la información). Al respecto, cabe señalar que McDonald's España ha gestionado el 100% de los requerimientos efectuados por los clientes en materia de protección de datos no teniendo ningún tipo de litigio actualmente. 
- Cuestiones relativas a regulación en temas sociales o ambientales: incumplimientos posibles en materia de gestión de residuos, protección de datos de nuestros clientes, seguridad y salud laboral, horarios o pagos de salarios a la plantilla, entre otros aspectos (ya sea en las operaciones propias del Grupo, las de sus franquiciados o las de sus proveedores), podrían conllevar demandas y multas, además de afectar negativamente a la reputación de la marca. El éxito de McDonald's depende, en parte, de su capacidad para gestionar el impacto actual y potencial de la regulación en los distintos países en los que opera, siendo este riesgo especialmente relevante en España debido a la incertidumbre a nivel político y al desarrollo potencial de nuevas regulaciones. Algunas de las posibles regulaciones que podrían afectar a la Compañía en el corto o medio plazo y sobre las que McDonald's está intentando adelantarse (a través de objetivos y acciones en materia de sostenibilidad) están relacionadas con 



el envasado de productos y el reciclado, su contenido nutricional y su etiquetado, el cambio climático, las emisiones de gases de efecto invernadero, el bienestar animal, el teletrabajo y la flexibilidad laboral.

- **Eventos concretos disruptivos:** a nivel nacional o internacional se pueden dar eventos concretos que impliquen la interrupción de las operaciones (tanto a nivel de restaurante como a nivel de aprovisionamientos y cadena de suministro) derivados de, por ejemplo, desastres naturales, eventos climáticos extremos, epidemias o pandemias, terrorismo o conflictos armados, entre otros aspectos. 
- **Riesgos relativos al Cambio Climático:** además de los desastres naturales y eventos climáticos ya mencionados, el Cambio Climático trae consigo una diversidad de consecuencias que pueden afectar a los productos y operaciones de McDonald's. El aumento de la temperatura media global, el estrés térmico, las sequías y la escasez de agua que pueden tener lugar en las localizaciones donde la Compañía o sus proveedores operan, podrían ocasionar un riesgo considerable para los productos y servicios que la Compañía ofrece. En esta línea, McDonald's está muy comprometida con el medio ambiente y la sostenibilidad; por ello, ha establecido una serie de objetivos y ha puesto en marcha medidas para paliar los efectos del Cambio Climático, como se verá más detenidamente en el apartado 6.2 del presente documento relativo a la lucha contra el Cambio Climático. 
- **Riesgos relativos a la Economía Circular:** las empresas están enfocándose en proyectos de economía circular para valorizar los residuos generados y disminuir el consumo de materiales de un solo uso. McDonald's no sólo dispone de papeleros de separación de residuos en el salón de sus restaurantes, para fomentar la obtención de materias primas recicladas, sino que quiere también ejercer un efecto tractor de la demanda de materiales reciclados, para incorporarlos no solo en sus envases, sino también en los juguetes del programa infantil Happy Meal. De esta forma, se reduce la extracción y consumo de materiales vírgenes. Asimismo, desde 2009 destina el aceite vegetal usado por los restaurantes a la producción de biodiesel. 



### **Impactos 2022: Eventos concretos disruptivos**

Si bien los efectos más dañinos de la pandemia del COVID-19 se han frenado a lo largo de 2022, el incremento de los precios agravado por la invasión de Rusia a Ucrania ha implicado una subida del 14,7% del precio de los alimentos en España. Para McDonald's, el coste de los suministros se ha incrementado considerablemente, situación ante la que la compañía ha dado varios pasos centrados en generar un entorno en el que prime la seguridad y el bienestar de la plantilla, franquiciados, y clientes. Además, la sociedad:

- Trabaja con franquiciados para evaluar la viabilidad operativa y liquidez financiera durante este período de incertidumbre.
- Colabora estrechamente con los proveedores en la planificación de contingencias para asegurar el suministro continuo y favorecer la contratación y el desarrollo de la comunidad local.

En España, aparte del riesgo de “eventos concretos disruptivos”, ninguno de los riesgos anteriormente expuestos se materializó durante 2022 en impactos relevantes para la Compañía y se trabaja constantemente para que esto no ocurra a corto, medio o largo plazo.



#### 4. Gestión económica y transparencia fiscal

En 2022, McDonald's España obtuvo unos beneficios antes de impuestos de 76,62 millones de euros (obteniendo un beneficio antes de impuestos de 31,75 millones de euros en el ejercicio 2021). La Compañía cumplió con sus obligaciones fiscales al destinar 14.627.598 euros al pago del Impuesto sobre Sociedades durante 2022, cantidad que se muestra desglosada a continuación según las distintas sociedades de McDonald's España:

- Restaurantes McDonald's S.A.U: 14.569.564 euros.
- McDonald's Gibraltar Ltd. (sociedad dependiente de McDonald's España): 54.362 libras esterlinas, equivalente a 58.034 euros aplicando los tipos de cambio en el momento de los pagos.

A continuación, se desglosan por concepto los impuestos pagados por la Compañía durante 2022 y su evolución respecto al año anterior:

| Concepto                                                                                  | Pago (millones de euros, 2022) <sup>2</sup> | Pago (millones de euros, 2021) <sup>3</sup> |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|---------------------------------------------|
| Impuesto sobre la renta de no residentes                                                  | 1,12                                        | 0,57                                        |
| Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA)                                                     | 28,22                                       | 20,56                                       |
| Impuesto General Indirecto Canario (IGIC)                                                 | 2,51                                        | 1,51                                        |
| Cuotas ingresadas por retenciones e ingresos a cuenta del IRPF                            | 6,30                                        | 4,65                                        |
| Cuotas ingresadas por retenciones sobre rentas procedentes del arrendamiento de inmuebles | 2,38                                        | 2,12                                        |
| Cuotas ingresadas a la Seguridad Social                                                   | 18,96                                       | 13,66                                       |
| Impuesto sobre sociedades                                                                 | 14,63                                       | 7,16                                        |
| <b>TOTAL</b>                                                                              | <b>74,12</b>                                | <b>50,23</b>                                |

Asimismo, McDonald's España recibió 18.000 euros en subvenciones<sup>4</sup> durante 2022, habiendo recibido durante 2021 subvenciones por un valor de 9.000 euros<sup>4</sup>, siendo este valor superior al del ejercicio 2021 como resultado de las ayudas recibidas como resultado de las ayudas concedidas por para la recuperación del empleo.

<sup>2</sup> Las cifras de impuestos del presente apartado se refieren a las cantidades efectivamente pagadas en referencia a los anteriores conceptos durante el año 2022.

<sup>3</sup> Las cifras de impuestos del presente apartado se refieren a las cantidades efectivamente pagadas en referencia a los anteriores conceptos durante el año 2021.

<sup>4</sup> Se incluyen únicamente las subvenciones en las que se haya recibido una entrada de caja directa por las mismas.



## 5. Gestión de Recursos Humanos

### 5.1 Enfoque de gestión

#### Política Corporativa

El compromiso con las personas es uno de los valores corporativos de McDonald's, considerando a su plantilla como uno de los tres principales pilares de la Compañía, al mismo nivel que las empresas proveedoras y franquiciados y franquiciadas en su modelo empresarial apodado como “el taburete de tres patas”.

El **capital humano** es, por tanto, uno de los **principales activos de McDonald's**, esforzándose la Compañía en ofrecer a este colectivo un empleo de calidad, estable y flexible que atraiga el mayor talento posible. McDonald's España cuenta con una política de recursos humanos que se basa en los siguientes principios:



Para asegurar la aplicación de estos principios, McDonald's España ha desarrollado políticas y procedimientos específicos sobre varios de los ámbitos relacionados con la gestión de recursos humanos en la Compañía, tales como la igualdad de oportunidades, la prevención de riesgos laborales, la formación de las personas y la conciliación laboral. Dichos aspectos se desarrollan a lo largo del siguiente capítulo.

#### Organización del trabajo y políticas de flexibilidad/desconexión laboral

McDonald's España, consciente de la importancia del equilibrio entre la vida laboral y personal, ofrece varias alternativas a aquellas personas que buscan una mayor flexibilidad de cara a conciliar su vida personal con su horario de trabajo.

Entre las principales medidas destinadas a ello se encuentra el establecimiento desde 2012 de la **Política de Sabático** o también denominada Licencia Sabática. Esta política aplica al personal de oficinas y gerentes de restaurantes que hayan estado vinculados a McDonald's España con un contrato indefinido y de jornada completa durante al menos 10 años continuos. Al alcanzarse esta antigüedad, aquellas personas que cumplan con los requisitos mencionados pueden optar a recibir 28 días de licencia sabática remunerada, la cual se renueva al transcurrir otros 10 años de trabajo. A lo largo del año 2022, 30 empleados se han acogido a los beneficios de esta política.

Además de la política mencionada, McDonald's España en el mes de marzo de 2021 publicó la nueva **Política de Trabajo Flexible** que se adapta mejor a las personas y da cumplimiento a la Ley 10/2021, de 9 de julio, de trabajo a distancia, dando lugar a que, durante el año 2022, 189 personas trabajadoras se adhiriesen a la misma.



Esta Política posibilita que la plantilla de oficinas desarrolle su actividad profesional sin la presencia física en el centro de trabajo, de tal forma que la flexibilidad, en cada caso se acordará de forma individual y por escrito con cada persona trabajadora, tras consensuarlo con su responsable.

Dicha Política de Trabajo Flexible es una herramienta más que la empresa ofrece al personal de oficinas para conciliar su vida personal y profesional. Las reglas básicas a tener en cuenta establecidas para que las personas beneficiarias puedan disfrutar de esa política son:





- Todas las personas trabajadoras estarán disponibles de lunes a viernes en la franja comprendida entre las 10:00h y las 14:00h.
- La persona trabajadora podrá optar por:
  - o Especificar un horario de trabajo concreto que se enmarcará entre las 8:00h y las 18:30 o;
  - o Preferir “flexibilidad horaria”.

A este respecto, a las personas trabajadoras se les recomienda combinar el trabajo dentro y fuera de la oficina de forma semanal.

Asimismo, la persona trabajadora también debe cumplir con un doble compromiso: en primer lugar, compromiso de comunicar donde se encuentra trabajando, en casa o en la oficina, a través de las herramientas informáticas puestas a su disposición; y, en segundo lugar, debe estar disponible durante su tiempo de trabajo a través de las herramientas anteriores mencionadas.








Adicionalmente, la empresa otorgará a todas las personas trabajadoras que se adhieran a la Política el material necesario y, además una compensación económica de 15 euros brutos mensuales durante 11 meses para cubrir gastos del teletrabajo, habiendo la obligación de cumplir en su domicilio con la normativa específica en materia de prevención de riesgos laborales en su puesto de trabajo.

McDonald's España cuenta también con las siguientes **medidas de conciliación** que aplican a todas las **personas de oficinas** independientemente de su clasificación o tipo de contrato:

-  **Horario flexible de lunes a jueves: entrada de 8:00h a 10:00h y salida de 16:30h a 18:30h. Implementación al 100% del teletrabajo con los límites establecidos en la política de trabajo flexible**
-  **Jornada laboral de 37h de promedio semanal, con jornada intensiva todos los viernes de año de 8:00h a 15:00h**
-  **Compromiso para evitar la convocatoria de reuniones los viernes a partir de las 12:00h**
-  **Política de “luces apagadas” que busca limitar la extensión de reuniones pasadas las 18:00h**

De igual forma, todas las **personas que trabajan en los restaurantes de McDonald's España** pueden disfrutar de las siguientes **medidas de conciliación**:



|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  <p><i>Flexibilidad de horario, de forma que las madres o padres puedan coincidir con el horario escolar de hijos o hijas menores de 12 años, atendiendo siempre a las posibilidades, necesidades y circunstancias particulares</i></p> |  <p><i>Facilitación de turnos, tareas y labores a personas con discapacidad</i></p>                                                                                                  |
|  <p><i>Elección de horarios por parte de personas trabajadoras que estén estudiando, de forma que se adapten a sus clases y necesidades</i></p>                                                                                         |  <p><i>Prioridad de las peticiones de madres y padres con bebés de hasta 1 año, de forma que puedan evitar turnos nocturnos</i></p>                                                  |
|  <p><i>Flexibilidad al programar horarios con aquellas personas trabajadoras que tengan familiares a su cargo, atendiendo siempre a las posibilidades, necesidades y circunstancias particulares del restaurante</i></p>                |  <p><i>Posibilidad de solicitar trabajar un festivo o cambiar el turno con otra persona del restaurante, si con ello se facilitasen las gestiones personales del solicitante</i></p> |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |  <p><i>Coordinación entre Gerente y la plantilla para la programación de vacaciones</i></p>                                                                                          |

Durante 2022, 1445<sup>5</sup> personas de la plantilla de McDonald's España se han acogido a alguna de las medidas de conciliación de las que la Compañía dispone.

Adicionalmente, toda la plantilla de la Compañía cuenta con **beneficios adicionales** tales como cestas de Navidad, descuentos en productos McDonald's, seguros médicos y de vida, incrementos de vacaciones, programas de movilidad interna y externa o formación a cargo de la empresa que, en su conjunto, contribuyen a aumentar la calidad en el empleo, apoyar a la familia de la plantilla y desarrollar la competencia profesional de las personas trabajadoras. Durante 2022 la totalidad de la plantilla de McDonald's España, en función de categoría y paquete de beneficios asignado, han disfrutado de los diferentes beneficios a los que optaban.

Estos beneficios, así como las políticas relacionadas con ellos, se encuentran disponibles en el **nuevo portal** de Beneficios puesto en marcha en marzo de 2021 bajo la denominación "**Nos Importas +**", donde el personal de oficina puede consultar los beneficios que le corresponden y toda la información a través de: *Te recompensamos +*, *Te cuidamos +*, *Te premiamos +* y *Te ayudamos +*.

Por otro lado, las políticas y los protocolos relacionadas con estos beneficios se encuentran disponibles en el repositorio y herramienta de comunicación interna **Workplace by Meta**, concretamente en un apartado denominado **Biblioteca del Conocimiento**, donde se direcciona a los empleados a la plataforma "**Nos Importas +**" para que puedan acceder a los beneficios que les corresponden.

#### **Personas que han accedido a los beneficios adicionales en el ejercicio 2022**

*La totalidad de las personas trabajadoras de McDonald's, en función de su categoría y correspondiente paquete de beneficios asignado, han disfrutado de los diferentes beneficios a los que optaban.*

Por último, McDonald's dispone de una **Política de Desconexión Digital y Uso de Dispositivos Electrónicos** de aplicación a toda la plantilla de oficinas y a los gerentes de los restaurantes propios McOpCo. Esta política tiene por objeto sensibilizar sobre el uso razonable de los dispositivos digitales y regular los principios del derecho de desconexión digital de la plantilla de McDonald's España, con el fin de garantizar, fuera del tiempo de trabajo legal o convencionalmente establecido, el respeto de su tiempo de descanso, permisos y vacaciones, así como de su intimidad personal y familiar.

<sup>5</sup> Debe tenerse en cuenta que, dentro del dato correspondiente a las medidas de conciliación, se incluyen las concreciones horarias sin reducción de jornada del artículo 34.8 del Estatuto de los Trabajadores (ET), así como las concreciones horarias con reducción de jornada del artículo 37 ET.



Esta política establece el marco para impulsar medidas que persiguen potenciar el respeto al tiempo de descanso de las personas trabajadoras una vez finalizada la jornada laboral y garantizar de este modo la efectividad de este derecho de desconexión digital. Para ello, McDonald's España:



La homologación de dicha política se llevó a cabo a través de una comisión ad hoc integrada por miembros de distintos departamentos. Además, durante el año 2020, esta Política fue revisada incorporándose un decálogo para el uso de dispositivos digitales y consejos para la desconexión digital.

Asimismo, más allá de su compromiso con el cumplimiento de la normativa vigente, McDonald's apuesta por la **flexibilización de los horarios y la total confianza en la capacidad de autogestión de las personas que emplea**. Esta cultura basada en la confianza de sus personas trabajadoras está enraizada en el proceso de cambio cultural.

En este sentido, la Compañía dispone de una **Política de Registro Horario** que establece, entre otras cuestiones, la obligación del personal laboral de McDonald's de registrar diariamente la jornada gracias a la herramienta *TramitApp*, que incluye el horario concreto de inicio y finalización de la jornada de trabajo de cada persona trabajadora.





## Condiciones de Salud y Seguridad Laboral



### **Área de impacto: Seguridad de las Personas**

En McDonald's la seguridad es primordial. El Grupo se compromete a mantener la seguridad de todas las personas, ya sean las personas que trabajan en sus oficinas corporativas y restaurantes o los clientes que los visitan para comer.

El Grupo y sus franquiciados/as emplean a una plantilla de casi 2 millones de personas en 40.000 establecimientos de todo el mundo. McDonald's tiene la *responsabilidad de proteger la seguridad, la salud y el bienestar de todas las personas que trabajan en el Grupo*. Asimismo, McDonald's está comprometida con la *seguridad de sus clientes y plantilla*, promoviendo sólidas medidas de Salud y Seguridad en los restaurantes y ayudando a la plantilla a tomar decisiones más informadas para apoyar su propio bienestar.

Los mercados internacionales del Grupo implementan programas de seguridad y establecen objetivos, proporcionando formación y equipos de seguridad para apoyar condiciones de trabajo seguras, así como el acceso a recursos para mantener y mejorar la salud y el bienestar del personal.



A medida que la comunidad mundial se enfrenta a riesgos de seguridad nuevos y cambiantes, McDonald's sabe que debe seguir adaptando y mejorando su enfoque para garantizar la seguridad y el bienestar de sus clientes y personas. Es por ello que, entre estas medidas adoptadas destacan:

- El envío de información a la plantilla relativa a la salud en días señalados en el calendario tales como el día Mundial de la Salud, el día de la Seguridad y Salud en el Trabajo, el día Mundial del Cáncer de Piel, el día a Mundial del Corazón, el día Nacional de la Nutrición, el día Mundial de la Alimentación, el día Mundial de la Diabetes o el día Mundial de las personas con discapacidad.
- La posibilidad de llevar a cabo un reconocimiento médico especial para la detección de cánceres en personas de más de 50 años.
- Realización de diversos *webinars* que permiten la formación de la plantilla en materia de Salud y Seguridad, bajo títulos tales como la Resiliencia y estilos de afrontamiento, el Ejercicio Físico y Salud, Alimentación y Tapeo Saludable, Estrés excesivo y su control, Ergonomía aplicada al lugar de trabajo, Taller Prevención Cardiovascular, Deshabitación Tabáquica.
- Puesta a disposición de la plantilla guías ilustradas en materia de actividad física, de desconexión digital y “tips” para el teletrabajo, la nutrición, la ergonomía, la salud cardiovascular o para dejar de fumar.
- La participación en el proyecto “*Healthy Cities*” por el que se promueve la actividad física entre todas las personas que forman parte del Grupo
- Realización de “*Píldoras de Salud*” proporcionando conocimientos a la plantilla en materia de: Mitos sobre las emociones, Deporte en Primavera, Ergonomía Postural y Salud Cardiovascular

[Conoce más sobre el impacto de McDonald's a nivel global en materia de Seguridad de las Personas en su web corporativa.](#)

Contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible:



(Meta 8.8)

Además, McDonald's España dispone de un **Plan de Prevención** en el que se recogen todos los procedimientos a seguir en materia de Salud y Seguridad laboral, el cual se comparte con las personas delegadas en la Prevención de Riesgos Laborales.

En este contexto, se elabora anualmente una Memoria de Prevención en la que se recopilan las actuaciones realizadas en esta materia. Asimismo, existe una planificación a seguir durante el año en cuanto a las actuaciones a realizar por el Servicio de Prevención (contratado a un externo) y se celebra una puesta en común con las personas asistentes en cada primer Comité de Salud y Seguridad del año.



### Impacto COVID-19: Comités de Seguridad y Salud

La Seguridad de las Personas es un área totalmente prioritaria para McDonald's, y los Comités de Seguridad y Salud una herramienta fundamental para seguir protegiendo a su plantilla. Es por ello que no se ha paralizado la actividad de estos y desde el inicio de la pandemia de COVID-19 los Comités de Seguridad y Salud, antes presenciales, se pasaron a realizar telemáticamente, contando el Grupo actualmente con cuatro Comités de Seguridad y salud diferentes. Sin embargo, en 2022 estos comités se han celebrado siguiendo una modalidad híbrida entre la presencialidad y la celebración telemática.

Por último, se llevan a cabo distintos estudios durante el año en restaurantes para obtener información psicosocial, ergonómica o higiénica que alimente la actualización de las políticas relacionadas.

|                                     | Mujeres |       | Hombres |       | Total |       |
|-------------------------------------|---------|-------|---------|-------|-------|-------|
|                                     | 2022    | 2021  | 2022    | 2021  | 2022  | 2021  |
| Número de accidentes                | 95      | 72    | 51      | 46    | 146   | 118   |
| Índice de frecuencia de accidentes* | 45,49   | 38,93 | 31,80   | 30,82 | 39,55 | 35,31 |
| Índice de gravedad de accidentes**  | 1,29    | 1,31  | 0,60    | 0,54  | 0,99  | 0,96  |

\* Índice de frecuencia de accidentes = (Nº de accidentes con baja / Nº de horas trabajadas) \* 1.000.000

\*\* Índice de gravedad de accidentes = (Nº jornadas no trabajadas por accidente en jornada de trabajo con baja / Nº total horas trabajadas) \* 1.000

Nota: Los anteriores datos se refieren a accidentes con baja (incluyendo in-itínere) y no se incluyen casos de COVID.

Durante 2022, y de igual manera al año anterior, **no se ha constatado ninguna enfermedad profesional** en las oficinas y restaurantes de McDonald's España. Asimismo, se han contabilizado en 2022 un total de **408.407 horas de absentismo**<sup>6</sup>, lo que supone un aumento del 24,3% respecto al ejercicio 2021.

|                               | 2022    | 2021    |
|-------------------------------|---------|---------|
| Número de horas de absentismo | 408.407 | 328.645 |

### Formación e información

Dentro del plan formativo establecido para el año 2022, diversas personas han recibido durante el ejercicio **cursos formativos en materia de Salud y Seguridad en el ámbito laboral**. El balance de la oferta formativa realizada en el año 2022 ha sido de **5.531 asistencias a los cursos realizados**. Esta formación, con motivo de la pandemia de COVID-19, en algunos casos ha pasado a ser a distancia.

<sup>6</sup> Se incluyen horas perdidas por enfermedad, por accidentes no laborales y por ausencias (fuera de plazo y permisos sin sueldo).



### Plan de Salud y Bienestar

El Plan de Salud y Bienestar de McDonald's se preocupa por mejorar de manera comprometida y activa la salud de las personas trabajadoras, a partir de implementar y fomentar hábitos de vida saludable y buenas prácticas de bienestar, brindando a cada persona las herramientas y recursos adecuados.

Está demostrado que una persona que sigue una dieta equilibrada, realiza ejercicio físico y gestiona adecuadamente sus emociones tiene más energía y motivación para afrontar los retos de la jornada laboral. Además, genera un clima positivo en su entorno y no suele faltar a su lugar de trabajo.

En definitiva, el Plan de Salud y Bienestar busca mejorar la calidad de vida de las personas que forman parte de la organización y está diseñado a través de las siguientes etapas:

- **Diagnóstico.** Lo primero es estudiar la situación real de las personas, desde sus hábitos hasta el aspecto físico, emocional y mental. Esto permitirá medir indicadores para diseñar el programa de actuación.
- **Desarrollo.** Tras observar y analizar toda la información recogida en el paso anterior, es el momento de elaborar el plan de actuación donde se incluyen distintas actividades que ayuden a trabajar en la búsqueda del equilibrio entre la mente, el cuerpo y las emociones.
- **Seguimiento.** Es crítico llevar a cabo un seguimiento de las acciones desarrolladas, conocer a corto plazo la valoración y opinión de los participantes y mantener la motivación para lograr los objetivos a largo plazo.
- **Evaluación.** Una vez se hayan puesto en marcha las acciones del Plan de Bienestar se debe comprobar su implantación. En este sentido, se mide la evolución de los indicadores iniciales de cara a que se cumplan los objetivos trazados. Para ello, es muy importante conocer los resultados.
- **Comunicación.** Por último, una vez se obtiene el informe con los resultados, las recomendaciones y la valoración y opinión de los participantes; han de diseñarse las acciones comunicativas, tanto internas como externas.

El plan de Salud y Bienestar de McDonald's ha sido reconocido por INTRAMA en el Human Digital Health Summit, llevado a cabo el pasado 24 de octubre de 2022, obteniendo la certificación "Top HDH Company", otorgado a las empresas con las mejores prácticas en transformación digital, bienestar y salud emocional.

Además, dicho Plan de Salud y Bienestar ha sido auditado por la firma Full Audit y ha obtenido la certificación de Sistema de Gestión del Bienestar Organizacional conforme con los requisitos de la norma Entorno Laboral Saludable de la OMS.

### Relaciones y diálogo social

El respeto por las **normas laborales, los derechos sindicales y la libertad de asociación y representación colectiva** poseen una vital importancia en McDonald's para construir un marco de consenso y respeto con los distintos actores, facilitando así los canales de diálogo social y participación óptimos para superar los conflictos o diferencias existentes entre las partes y alcanzar acuerdos en el marco laboral.

En este sentido, **todas las personas trabajadoras** que forman las plantillas de los **restaurantes McOpCo** están **cubiertos por Convenio Colectivo**, lo que supone aproximadamente el 93,84% de la totalidad de la plantilla de la Compañía (93,31% en 2021).

Estos restaurantes se encuentran distribuidos en 8 provincias, para las cuales se aplica un tipo de convenio u otro. En el caso de Madrid, Barcelona, Sevilla y Baleares, las plantillas de los restaurantes McOpCo en estos territorios se encuentran cubiertas por el Convenio Colectivo de Empresa. Por otro lado, la plantilla de los restaurantes McDonald's España en Málaga, Valencia, Tenerife y Las Palmas está cubierta por el Convenio Colectivo para el sector de la Hostelería provincial.



En aquellos territorios en los que McDonald's España aplica su Convenio Colectivo de Empresa, se organizan reuniones de manera trimestral en las que se abordan temas como la aplicación e interpretación del Convenio Colectivo, el día a día de los restaurantes, temas operacionales y la prevención de riesgos laborales, entre otros. Asimismo, en aquellos territorios en los que se aplica un Convenio Colectivo para el sector de la Hostelería provincial también se fomenta la convocatoria de reuniones entre la empresa y la Representación Legal de los Trabajadores (en adelante, "RLT") con el fin de abordar diferentes temas del día a día, la aplicación del Convenio Colectivo y el análisis de determinadas situaciones.

En cuanto al personal de McDonald's de **oficinas**, estos se rigen por el **Estatuto de los Trabajadores**, así como por la **regulación complementaria** que lo desarrolla, políticas y Acuerdos internos de RR.HH.



### **Impacto COVID-19: Representación Legal de los Trabajadores**

Por motivos de COVID-19, la comunicación con la Representación Legal de los Trabajadores pasó del modelo presencial al telemático. En 2022, las reuniones han sido en formato híbrido, combinando sesiones virtuales con presenciales, incluyendo las reuniones con las Comisiones Paritarias. Toda la regulación publicada como consecuencia de la situación de COVID-19 ha hecho que la comunicación con la RLT haya sido durante los tres últimos años 2020, 2021 y 2022 mucho más frecuente que en años anteriores (debido a ERTE's, cierres de restaurantes, desafección de personas trabajadoras de ERTE, nuevas afectaciones, desplazamientos de las plantillas a diferentes centros de trabajo, etc.).

Además de los procedimientos y mecanismos recogidos anteriormente para promover la implicación de los trabajadores en la gestión de la compañía, McDonald's España ha seguido profundizando en el establecimiento de canales de comunicación con sus empleados mediante la sustitución de la línea de teléfono 900, implantada en 2020, ante la crisis del covid-19; por un nuevo sistema de comunicación interna de la mano de **Workplace by Meta**, a través del cual el Grupo **puede llegar al 100% de la plantilla**: oficinas y restaurantes (tanto McOpCo como franquicias). Así, toda la plantilla puede elevar sugerencias. A través de este canal, cada persona puede plantear todas sus sugerencias, quejas y/o denuncias con la activación automática de los protocolos correspondientes por parte de la compañía.

Por otro lado, a través del canal de denuncias "Quita el mute", McDonald's recoge todas las posibles irregularidades que entren en conflicto con el Código Ético y de Conducta.

En relación a cuestiones de Salud y Seguridad tratadas a través de representación colectiva, dentro de los distintos Convenios Colectivos de aplicación, se consideran asuntos relacionados con la salud de las personas trabajadoras y la prevención de riesgos laborales, tales como la vigilancia de la salud pública y exámenes de salud, ya sean periódicos a personas trabajadoras, así como tras baja prolongada.

Asimismo, en las distintas regiones en las que McDonald's opera se dispone de **Comités de Salud y de Seguridad** que constituyen los canales de consulta y participación con la representación legal de las personas trabajadoras en materia de Salud y Seguridad laboral, orientado a mejorar el sistema de Salud y Seguridad. Estos Comités de Salud y Seguridad (formados por Delegados/as de Prevención de Riesgos Laborales) obtienen la información pertinente a través de reuniones con el área de PRL. Esto permite un diálogo abierto en el que no se vetan temas, escuchando en particular lo solicitado por la RLT. En total, estos Comités se reúnen cuatro veces al año por mercado.



## Política y gestión de la formación de la plantilla



### **Área de impacto: Habilidades y Educación**

McDonald's cree que todas las personas mejoran juntas, y que la educación y la formación pueden abrir un mundo de potencial para las personas y las comunidades. Por eso, junto con sus franquiciados y franquiciadas, McDonald's se ha comprometido desde hace mucho tiempo a ofrecer **formación, educación e itinerarios profesionales** para capacitar a las personas y a las comunidades a las que sirve gracias a su Política de Formación y Gestión de la plantilla. El Grupo se dedica a ofrecer oportunidades de aprendizaje y desarrollo a las personas en todas las etapas de su trayectoria, tanto si eligen hacer carrera en McDonald's como si no. De este modo, **McDonald's apoya a todas las personas para que mejoren sus habilidades y desarrollen su potencial.**

En McDonald's, las personas son la cara de su marca y son fundamentales para su éxito. La ambición del Grupo es aprovechar su escala para ofrecer programas de formación y educación que ayuden a construir un camino hacia adelante, sin importar en qué momento de sus vidas se encuentren.

Para aquellas personas que deciden hacer carrera en McDonald's, sus programas de formación, educación y desarrollo de liderazgo pueden llevarlas a los niveles más altos de la organización. Independientemente de dónde empiece alguien en McDonald's, todo el mundo tiene la oportunidad de crecer y progresar a través de una variedad de vías. Desde las **oportunidades de aprendizaje**, pasando por la **formación en idiomas y habilidades técnicas**, hasta el apoyo a la **formación continua**, McDonald's se compromete a ayudar a su plantilla a seguir su camino.

Esto también incluye ofrecer una **experiencia laboral** en la que cada persona sea consciente de su capacidad única y pueda desarrollar las relaciones significativas con aquellas personas que inspiran e impulsan el crecimiento del negocio. El Grupo lo hace a través de nuestros programas de educación y formación **más allá de los prejuicios**, que apoyan a todas las personas que vienen a trabajar con la información y las herramientas adecuadas para tomar decisiones objetivas, simplificadas y colaborativas, y analizar la naturaleza y el origen de nuestros juicios inconscientes.

[Conoce más sobre el impacto de McDonald's a nivel global en materia de Habilidades y Educación en su web corporativa.](#)

Contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible:



(Meta 8.6)

McDonald's España considera que el desarrollo profesional de su plantilla es un pilar fundamental en su estrategia de atracción y retención de sus personas trabajadoras, **apostando firmemente por la formación de su plantilla** y realizando grandes avances en esta materia.

Para ello, la Compañía cuenta con **diferentes itinerarios formativos en función de las responsabilidades y categorías**. En este sentido, con carácter anual McDonald's informa y publica estos itinerarios y las acciones asociadas a los mismos.

Con la finalidad de gestionar estos itinerarios con éxito, McDonald's España dispone de una plataforma que le permite configurar la formación que es obligatoria y la que es complementaria o voluntaria.



**OBJETIVO** | Tener empleados comprometidos, altamente capacitados y empoderados que ofrezcan un a experiencia excepcional a nuestros clientes.



En 2022 las **acciones formativas** realizadas por McDonald's España han sido múltiples y variadas. Las mismas se han realizado tanto en modalidad presencial como online a través de sus diversos canales abordando diversas áreas entre las que destacan: el desarrollo del liderazgo, la hospitalidad e interacción con el cliente, los valores y diversidad, la igualdad e inclusión. Concretamente se realizaron 11 acciones diferentes con un total de 90 sesiones, destacando algunas como Fundamentos de liderazgo 3.0, Responsables de experiencia del cliente o Liderando para el futuro.



### **Impacto COVID-19: Formación**

La mejora en la situación de la pandemia ha llevado a que en 2022 se haya recuperado la presencialidad en un gran número de programas de formación y desarrollo, apoyándose también en sistemas digitales y plataformas y aplicaciones internas de McDonald's España de desarrollo online, tanto en sus acciones dirigidas por consultores de formación, como en el impulso de curriculum y programas de autogestión. Este modelo híbrido está suponiendo un fuerte desarrollo de la capacidad formativa de la compañía, aprovechando los beneficios tanto de la modalidad presencial como de la virtual.

Esta situación también ha representado una oportunidad para evolucionar la cultura formativa de la compañía y reforzar el compromiso adquirido en materia de impacto medioambiental. Durante 2022, todos los manuales, cuadernos de desarrollo se han entregado en formato virtual y han conseguido alcanzar que la oferta de contenidos sea totalmente digital. Este trabajo de cultura digital ha supuesto que internamente se haya tenido que formar en las técnicas de entrega de formación virtual y también en la gestión de herramientas de realización de contenidos y programas, así como en el uso de plataformas virtuales de entrega.

El impulso de las plataformas online, con las que se comenzó a trabajar a partir del mes de marzo de 2020, ha permitido la realización de más de 367.000 contenidos en autogestión (eLearning, certificaciones y evaluaciones) que deben sumarse a los datos compartidos de participación a través de acciones facilitadas por los consultores de formación.

Adicionalmente, desde 2021, McDonald's España **ha logrado automatizar el registro y acceso a las plataformas online de desarrollo** de forma automatizada la contratación y, además, ha conseguido que estas plataformas acompañen de forma continua a cada una de las personas trabajadoras, pudiendo incluso impulsar sus propios programas de desarrollo en función de sus intereses y áreas de compromiso.

Asimismo, McDonald's España ha constituido **tres Comisiones de Valoración de Becas** entre la Compañía y la Representación Legal de las personas trabajadoras (RLT) en Barcelona, Sevilla y Madrid. Los Convenios Colectivos de estas ciudades regulan en sus Anexos becas por estudios y para garantizar la transparencia a la hora de otorgar esas becas se ha constituido la mencionada comisión, la cual se reúne





anualmente para valorar la puntuación de las personas candidatas y decidir de manera objetiva quiénes serán quienes se benefician de las mismas.



**En 2022 se ha realizado una inversión de 15.394,77 euros correspondiente a la otorgación de 54 becas de estudios, las cuales se concedieron exclusivamente a personal de restaurantes que debidamente contasen con un certificado de estudios homologados por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.**

A continuación, se muestra la cantidad **total de horas de formación** desglosadas por categorías profesionales:

| Categoría profesional                                                                       | Horas de formación    |                 |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------|
|                                                                                             | 2022                  | 2021            |
| Directores y gerentes                                                                       | 4.330,5               | 4.047,5         |
| Técnicos y profesionales científicos e intelectuales                                        | 6.964,5               | 7.268           |
| Técnicos; profesionales de apoyo                                                            | 980 <sup>7</sup>      | 598,5           |
| Personas trabajadoras contables, administrativos y otras personas trabajadoras de oficina   | 2.011,5               | 1945,5          |
| Personas trabajadoras de los servicios de restauración, personales, protección y vendedores | 3.0303,5 <sup>8</sup> | 9.494           |
| <b>TOTAL</b>                                                                                | <b>44.590,0</b>       | <b>23.353,5</b> |

Durante el ejercicio 2022 McDonald's España ha registrado un **incremento de las horas de formación del 91%** derivado en casi su totalidad por la situación pandémica, ya que hasta mediados de 2021 no se incorporaron todos los empleados por ERTE, además de continuar, como medida preventiva y de seguridad, sin cursos presenciales durante el resto de año. Durante 2022 se ha pretendido retomar la situación pre-pandémica volviendo a los cursos presenciales de los trabajadores.

<sup>7</sup> El incremento respecto a las horas de formación llevadas a cabo en la categoría profesional de Técnicos; profesionales de apoyo, se debe a que durante 2021 apenas se realizaron formaciones por el impacto del COVID, por lo que en 2022 las horas de formación han aumentado exponencialmente.

<sup>8</sup> El incremento respecto a las horas de formación llevadas a cabo en la categoría profesional Personas trabajadoras de los servicios de restauración, personales, protección y vendedores, se debe a que durante los primeros meses de 2021 no se realizaron formaciones, salvo algunas de carácter puntual al encontrarse gran parte de los empleados de restaurante en ERTE.



## Respeto a la igualdad de oportunidades y diversidad



### **Área de impacto: Diversidad, Equidad e Inclusión**

Guiada por sus valores, McDonald's se compromete a ser el mejor aliado, el mejor patrocinador y el mejor líder, ayudando a crear un futuro en el que **la igualdad, la equidad y las oportunidades no sean solo objetivos, sino la experiencia vivida por todas las personas**. A nivel mundial, el Grupo se compromete a representar a las diversas comunidades en las que opera, a acelerar las culturas de **inclusión y pertenencia**, y a dismantelar las **barreras** de las oportunidades económicas.

Vivir los valores de McDonald's significa extenderlos a todo el mundo: a las decenas de millones de personas que visitan sus restaurantes a diario, que trabajan en estos y sus oficinas corporativas, a las comunidades que alimenta e impulsa. Más que oír que McDonald's se preocupa por la diversidad, la equidad y la inclusión, sus comunidades necesitan experimentarlo. En este sentido, el Grupo persigue esta aspiración utilizando la influencia y la escala de McDonald's para acelerar un **cambio social significativo** para sus personas trabajadoras, franquiciados y franquiciadas, proveedores, clientes y comunidades. De acuerdo con sus valores, esto significa realizar acciones globales a nivel local diseñadas para:

- Representar a las diversas comunidades en las que el Grupo opera.
- Acelerar las culturas de inclusión y pertenencia.
- Dismantelar las barreras a las oportunidades económicas.

[Conoce más sobre el impacto de McDonald's a nivel global en materia de Diversidad, Equidad e Inclusión en su web corporativa.](#)

Contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible:



(Meta 5.1)



(Meta 8.6)



(Meta 17.17)



## Área de impacto: Entornos de Trabajo Respetuosos

McDonald's siempre ha sido un negocio de personas. Fomentar **lugares de trabajo seguros, inclusivos y respetuosos** ha sido parte integral de McDonald's durante más de 60 años y el Grupo pretende seguir manteniendo los más altos estándares.

En 2020, el Grupo estableció dos importantes conjuntos de principios: una **Declaración Global de Principios contra la Discriminación, el Acoso y las Represalias** y una **Declaración Global de Principios sobre la Prevención de la Violencia Laboral**. Los Principios Globales sobre la prevención del acoso describen las expectativas de McDonald's en torno a este tema crítico y establecen las expectativas para abordar y prevenir la discriminación, el acoso y las represalias para la plantilla corporativa y la plantilla de los restaurantes propiedad de la Compañía en todo el mundo. Para impulsar un marco de primera clase, un grupo de trabajo interno interdisciplinario desarrolló un enfoque en colaboración con expertos externos o nivel corporativo y profesionales referentes en cuestiones relativas al empoderamiento de la mujer, basado en normas internacionales incluido el Convenio sobre la Violencia y el Acoso de la OIT.

Recientemente, McDonald's ha lanzado las **Normas Globales de la Marca** con el objetivo de promover una cultura de seguridad para todas las personas que trabajan en el Grupo y los clientes de McDonald's en todo el mundo a través de la prevención de la violencia, el acoso y la discriminación. Los 38.000 restaurantes McDonald's de todo el mundo, tanto los de propiedad de la empresa como los franquiciados, deberán cumplir estas normas. McDonald's se compromete a apoyar la aplicación de las Normas Globales de la Marca mediante políticas, herramientas, formación y mecanismos de información.

[Conoce más sobre el impacto de McDonald's a nivel global en materia de Entornos de Trabajo Respetuosos en su web corporativa.](#)

Contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible:



(Meta 5.1)



(Meta 8.7)

(Meta 8.8)



(Meta 17.16)

McDonald's está presente en más de cien países por lo que la **gestión de la diversidad y el respeto a la igualdad de oportunidades** se encuentra en el ADN del Grupo. En este sentido, la efectiva y plena consecución de este principio entre mujeres y hombres es un compromiso fundamental, exponiéndose en el Código de Conducta que *“McDonald's provee trato igualitario e igualdad de oportunidades de empleo sin distinción de raza, color, religión, sexo, edad, origen nacional, situación de ciudadanía, discapacidad, orientación sexual, situación militar, categoría de veterano, identidad y expresión de género, información genética u otra situación protegida por la ley”*.

Para lograrlo, McDonald's España ha establecido varios procedimientos que velan por el cumplimiento íntegro y efectivo del **Principio de Igualdad de Trato y Oportunidades** y recogen el compromiso de la Compañía en estos ámbitos, especialmente en todo lo relacionado con el acceso al empleo.

Toda la plantilla dispone de un procedimiento que ha elaborado la Compañía relativo al **“Tratamiento de la Diversidad Sexual”**, que está enfocado a lograr un ambiente laboral inclusivo y proscibir cualquier discriminación debido a la orientación sexual e identidad de género.



Asimismo, McDonald's España cuenta con un **Protocolo para la Prevención de Situaciones de Acoso Laboral, Sexual o por Razón de Sexo**, de aplicación a toda la plantilla de la Compañía, que recoge la voluntad de la Compañía por evitar cualquier forma de acoso.

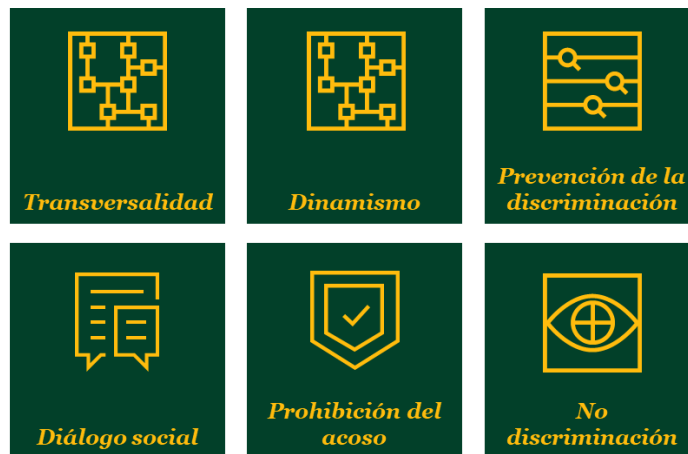
Aterrizando a nivel local la **Declaración Global de Principios contra la Discriminación, el Acoso y las Represalias** y la **Declaración Global de Principios sobre la Prevención de la Violencia Laboral del Grupo**, McDonald's España aprobó en 2020 un **Protocolo para la Prevención de la Violencia, la Discriminación y las Represalias en el Centro de Trabajo**. El protocolo dicta que Restaurantes McDonald's S.A.U. y sus integrantes son responsables de promover ambientes de trabajo seguros, respetuosos e inclusivos y libres de discriminación y represalias. Por ello, y siguiendo la línea del Convenio 190 de la OIT que establece que las empresas deben adoptar y aplicar políticas y medidas al respecto de ambientes libres de acoso y violencia, McDonald's deja patente su total rechazo a este tipo de situaciones. El protocolo aplica a todas las personas trabajadoras de McDonald's España (personal de oficina y personas trabajadoras de restaurantes), extendiéndose a franquiciados y franquiciadas, y establece la no tolerancia del acoso hacia personas trabajadoras por parte de personas externas (por ejemplo, personal con contrato de beca, contratistas independientes, franquiciados/as, invitados/as, clientes y proveedores), así como el acoso a personal externo por parte de la plantilla de McDonald's España.



*En 2022 no se ha recibido ninguna denuncia interpuesta en materia de discriminación debido a la orientación sexual e identidad de género. Asimismo, se han recibido seis denuncias por acoso laboral, sexual o por razón de sexo. Se ha activado en tres ocasiones el Protocolo para la Prevención de la Violencia, la Discriminación y las Represalias en el Centro de Trabajo, concluyéndose que no se trataba de acoso laboral, sexual o por razón de sexo.*

Adicionalmente, en 2019 McDonald's España llevó a cabo la elaboración de su **II Plan de Igualdad**. Este plan tiene una duración de 4 años, estableciéndose la necesidad de negociar un nuevo Plan antes de su finalización.

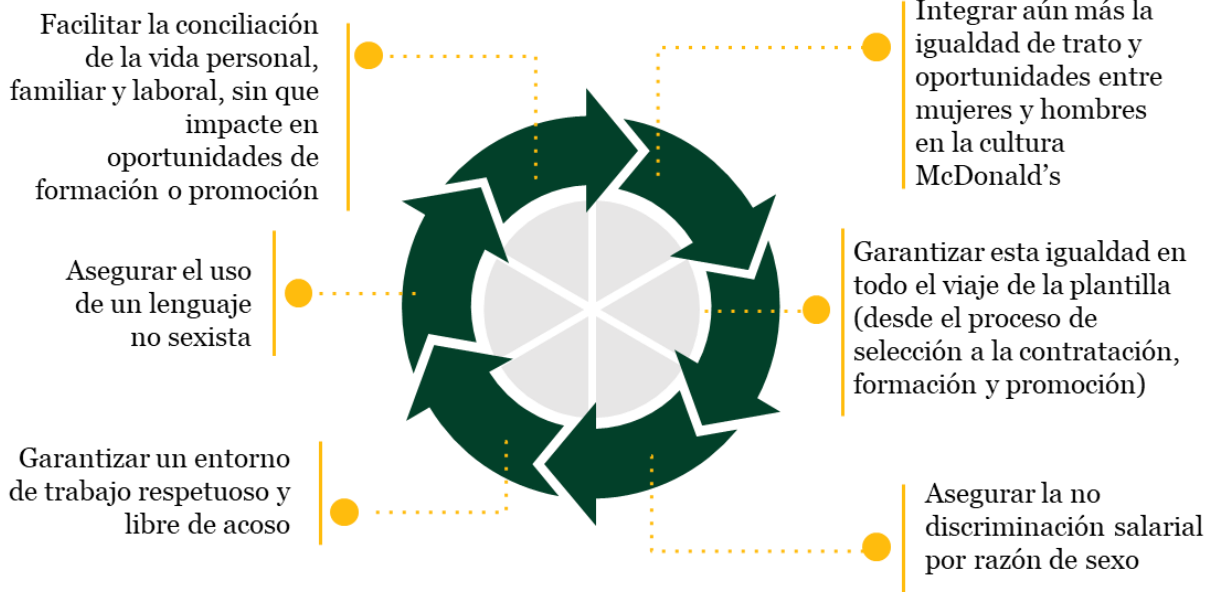
Este II Plan fue elaborado con el objeto de erradicar cualquier conducta empresarial que se interponga con la plena aplicación del Principio de Igualdad y no discriminación por razón de sexo, ya sea esta directa o indirecta. Los **principios** que rigen el II Plan de Igualdad son:



Además, se quiere mejorar de forma activa las políticas de la Compañía con el fin de prevenir cualquier trato desfavorable hacia la mujer, especialmente aquellos relacionados con su asunción de cargas familiares, e incentivar la promoción de éstas en puestos de liderazgo. Por último, el Plan tiene por objeto promover y facilitar el ejercicio efectivo de los derechos relativos a la conciliación de la vida personal y profesional.



## Objetivos generales del Plan de Igualdad



Para asegurar su cumplimiento, la Comisión de Igualdad tiene la responsabilidad de realizar el seguimiento y la evaluación del Plan de Igualdad de Restaurantes McDonald's SAU. Interpreta el contenido del Plan y evalúa el grado de cumplimiento de este, de los objetivos marcados y de las acciones programadas.

Adicionalmente, en 2020 McDonald's puso en marcha un **Protocolo para la Gestión de Mujeres Víctimas de Violencia de Género**. El protocolo se aplica a personas de oficinas corporativas y de restaurantes. Este protocolo se plantea como ampliación de la línea de trabajo que se viene siguiendo en los últimos años en materia de Plan de Igualdad y que pretende dejar patente el compromiso de la empresa en la creación de espacios de trabajo seguros, libres de cualquier situación de violencia, acoso o discriminación, y en los que impere el respeto a las personas sobre la base de los principios de diálogo, tolerancia e igualdad. **Durante el año 2022 se ha activado en una ocasión el Protocolo para la Gestión de Mujeres Víctimas de Violencia de Género.**

En esta línea, a fecha 1 de marzo de 2023, con motivo de la reunión de la Comisión de Seguimiento al Plan de Igualdad de Restaurantes McDonald's SAU, la representación de la empresa hizo entrega a la representación de las personas trabajadoras de la **Memoria de Igualdad o Informe de seguimiento al Plan de Igualdad**, correspondiente al año 2022. Esta Memoria recoge, de manera detallada, todas las acciones llevadas a cabo en materia de igualdad durante el año 2022.

### **Sistema de Gestión de Igualdad de Género**

*En septiembre de 2020 AENOR reconoció a Restaurantes McDonald's SAU como una **empresa responsable en la gestión de la igualdad de género**, concediendo el certificado SGIG (Sistema de Gestión de Igualdad de Género) con validez hasta diciembre de 2024.*

Con el objetivo de reforzar el compromiso de McDonald's para garantizar la dignidad, integridad e igualdad de trato y oportunidades de toda la plantilla con independencia del sexo, estado civil, edad, origen racial o étnico, condición social, lengua, cultura, religión, ideas políticas, discapacidad, orientación sexual e identidad de género, y para construir con una base sólida unos espacios de trabajo seguros, libres de cualquier situación de violencia, acoso o discriminación, y en los que impere el respeto a las personas sobre la base de los principios de diálogo, tolerancia e igualdad, durante los meses de mayo y junio de 2020, Restaurantes McDonald's SAU se sometió de forma voluntaria a un proceso de verificación para la



## **obtención de la certificación por parte de AENOR en el Sistema de Gestión de la Igualdad de Género (SGIG).**

Por todo esto, Restaurantes McDonald's S.A.U. ha sido reconocida como una empresa comprometida con la Gestión de la Igualdad de Género, convirtiéndose así en la primera empresa de restauración en España en obtener el distintivo SGIG otorgado por AENOR.

El certificado tiene una vigencia temporal que va desde septiembre de 2020 hasta diciembre de 2024 y alcanza a las oficinas corporativas y a todos los restaurantes que Restaurantes McDonald's gestiona de forma directa en el territorio español.

A este respecto, en febrero de 2023 se ha realizado de nuevo una Auditoría de Certificación al Sistema de Gestión de Igualdad de Género de la empresa Restaurantes McDonald's S.A.U. donde se ha comprobado la implantación del Sistema respecto a los requisitos especificados en la norma de referencia "*Sistema de Gestión de Igualdad de Género*". Gracias a dicha certificación, McDonald's ha sido acreedora por tercer año consecutivo del Distintivo de AENOR SGIG, acreditando este año **la igualdad retributiva que se lleva a cabo en Restaurantes McDonald's S.A.U.**

El citado **Sistema de Gestión de Igualdad de Género** consiste en un conjunto de procedimientos y prácticas de gestión organizacional cuyo fin es transformar el manejo de los recursos humanos y los procesos organizacionales, para garantizar un mayor grado de igualdad de oportunidades, de trato y de resultados entre trabajadoras y trabajadores.

Este sistema procura que toda la estrategia empresarial de manejo de personal esté guiada por el criterio de igualdad de género en forma integral y que las acciones no sean esfuerzos aislados.

Para el sistema de gestión, agregar el enfoque de género implica medidas integradas y comprensivas para cambiar la estructura y la cultura organizacional, creando condiciones más justas y dignas para el personal de la organización. Una estrategia empresarial que incorpore la igualdad de género es posible en la medida en que la misma sea entendida como parte integral de un buen negocio.

En términos de sus requisitos más concretos, un SGIG ofrece un esquema claro para implementar y evaluar las medidas adoptadas: comienza con la elaboración de un diagnóstico organizacional cuyo fin es identificar brechas de género y sirve para la formulación de una **Política de Igualdad de Género** de la cual surgen las acciones que integrarán el Plan de Igualdad.

La preparación de la Compañía para abordar con éxito sus objetivos y con ello la obtención del Sello ha supuesto que McDonald's cuente con un Libro Blanco para la gestión de la Igualdad y con un Equipo de Gestión de la Igualdad de Género.

El Libro Blanco tiene por objeto describir la estructura, los requisitos básicos y el funcionamiento del Sistema de Gestión de la Igualdad de Género McDonald's, en consonancia con la Especificación de Sistema de Gestión de Igualdad de Género (SGIG) y lo establecido en la legislación vigente en materia de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres. En 2021, y con motivo de la adaptación a la nueva especificación técnica del Sello AENOR, SGIG, que se ajusta a los Reales Decretos 901/2020 y 902/2020, el Libro Blanco de Restaurantes McDonald's SAU ha sido modificado al efecto.

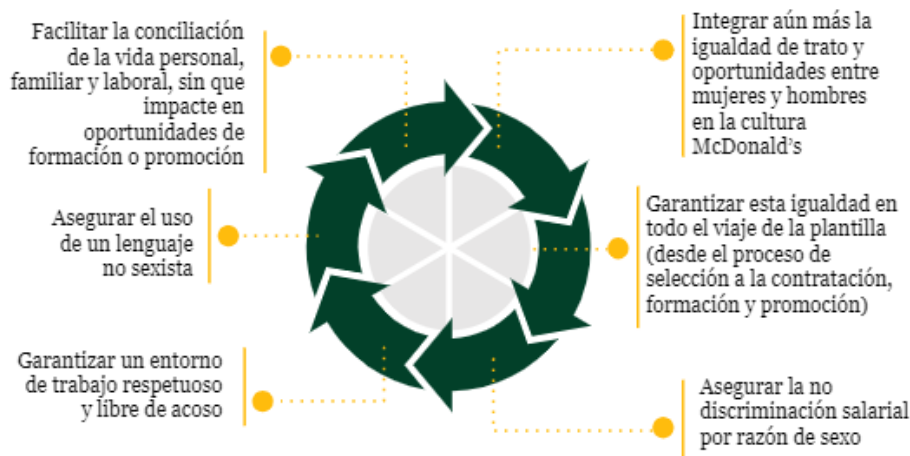
Asimismo, el objetivo general del Sistema de Gestión de la Igualdad de Género es contribuir a fomentar la igualdad y equidad de género en McDonald's como medio de mayor competitividad y desarrollo. Los **objetivos específicos** son:

- Fomentar e impulsar la igualdad y equidad de género en la empresa como un elemento estratégico para la competitividad.
- Propiciar la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres en el acceso al empleo, condiciones de trabajo, desarrollo profesional, capacitación, eliminación de la brecha salarial y de género y participación en los procesos de toma de decisiones.



- Impulsar la redistribución de roles sociales, involucrando a la mujer en espacios laborales tradicionalmente masculinos, al igual que al hombre en labores tradicionalmente femeninas como las responsabilidades del hogar y familiares, favoreciendo la corresponsabilidad de la vida personal, familiar y laboral.

En esta línea, se ha constituido un **Equipo de Gestión de la Igualdad de Género (EGIG)**. Las personas miembros del Equipo son las encargadas de la toma de decisiones y gestión operativa del SGIG, realizando el seguimiento del desempeño del SGIG durante toda la vida de éste.



Además, en cumplimiento de la legislación vigente se constituyó la **Comisión de Seguimiento del Plan de Igualdad** a nivel nacional (o Comisión de Igualdad), que opera de acuerdo con su propio reglamento de funcionamiento, negociado entre las partes implicadas. Esta Comisión está formada, de manera paritaria, por la representación sindical y la representación de la empresa, y es la responsable de hacer el correspondiente seguimiento y evaluación del Plan de Igualdad, interpretar su contenido, y evaluar el grado de cumplimiento de mismo y de los objetivos marcados junto con las acciones programadas anualmente.

Las personas que forman parte de la Comisión de Seguimiento del Plan de Igualdad de Restaurantes McDonald's SAU acordaron, el 25 de febrero de 2021, desarrollar durante los años 2021 y 2022 las siguientes **acciones**:

- Formación y sensibilización de la plantilla en ambientes inclusivos, diversos y respetuosos;
- Comunicación interna y externa del compromiso de McDonald's con la igualdad; y
- Adecuación del informe retributivo y realización de la auditoría retributiva conforme al Real Decreto 902/2020;

De conformidad con lo anterior, y siempre que las circunstancias derivadas del contexto de COVID-19 lo permitieran se estableció:

- La firma del acuerdo con un organismo externo para fomentar el empleo de las mujeres víctimas de violencia de género;
- La negociación del protocolo de prevención del acoso laboral, sexual o por razón de sexo (esta acción no pudo completarse); y
- La elaboración de un manual de comunicación con vocabulario inclusivo.

Además, ambos grupos de trabajo son liderados por la persona nombrada como **Agente de Igualdad** cuyas responsabilidades son:





- Asegurar el cumplimiento de los requisitos del SGIG, apoyándose en el Equipo de Gestión de la Igualdad de Género (EGIG), la Comisión de Igualdad, el área de RRHH en su conjunto, gerentes de restaurantes, etc.
- Asegurar la correcta realización del diagnóstico organizacional con perspectiva de género.
- Convocar y organizar las reuniones del EGIG y la Comisión de Igualdad, de manera periódica o extraordinaria si alguna de las personas miembros lo considera necesario, para revisar el cumplimiento y mantenimiento de los requisitos del SGIG, así como el cumplimiento de sus acciones y objetivos y el seguimiento del Plan de Igualdad, respectivamente.
- Informar frecuentemente a la alta Dirección, en concreto al director de RRHH, sobre todos los asuntos relacionados con el SGIG.
- Proponer acciones para eliminar desigualdades dentro de la organización o cualquier acción preventiva o correctiva para la mejora del SGIG.
- Analizar los resultados las auditorías internas y externas y vigilar el cierre de no conformidades y acciones correctivas. Informar de las conclusiones más importantes al director de RRHH, los miembros del EGIG y la Comisión de Igualdad y cualquier otra persona interesada.

De forma que, dando cumplimiento a los objetivos del Plan de Igualdad, en **2022** se han llevado a cabo las siguientes **acciones**:

- **Manual de Vocabulario Inclusivo**

La inclusión se erige como uno de los valores fundamentales de McDonald's, refleja su apertura a todo el mundo y a la diversidad en todas sus formas, como uno de los pilares del negocio y la cultura.

El lenguaje inclusivo es aquel que representa a toda la sociedad, teniendo en cuenta la gran diversidad actual de personas: raza, género, etnia, edad, cultura, sexo, discapacidad, identidad sexual, etc. el cual trata de unificar e incluir, intentando mejorar las relaciones humanas y la convivencia.

En 2022 se ha actualizado este manual para reflejar la inclusión generacional.

- **Acuerdo Cruz Roja**

En noviembre de 2021 McDonald's España firmó un acuerdo con Cruz Roja para fomentar el empleo de mujeres víctimas de violencia de género. En este sentido McDonald's y Cruz Roja iniciaron a principios de 2020 un proceso de negociación para la firma de un Convenio de Colaboración entre ambas organizaciones, a través del cual McDonald's se comprometerá a incluir en sus procesos de selección a las mujeres víctimas de violencia de género participantes del Plan de Empleo de Cruz Roja.

Las mujeres participantes en el Plan de Empleo de Cruz Roja podrán acceder a programas de inserción laboral e integración social a través de los cuales asistirán a charlas, sesiones de coaching/mentoring o simulacros de entrevistas, con la intención de que se familiaricen con estas situaciones y puedan afrontarlas sin dificultad. Además, McDonald's participará en distintas iniciativas incluidas en el Plan de Empleo de la institución, como "El Balance Más Positivo", con el objetivo de concienciar a las empresas sobre la conciliación corresponsable o "En realidad no tiene gracia" acción que pretende acabar con los prejuicios a la hora de entrar en el mercado laboral.

Asimismo, dentro del acuerdo alcanzado, McDonald's se compromete también a incluir en sus procesos de selección a las mujeres víctimas de violencia de género participantes del Plan de Empleo de Cruz Roja, informando a la institución sobre las posibles vacantes a nivel estatal que se creen, del perfil requerido y de las condiciones laborales.

- **Curriculum Diversidad, Equidad e Inclusión**

En 2021, el Grupo puso en marcha un programa de formación integral en Diversidad, Equidad e Inclusión (DEI). Su finalidad es concienciar a la McFamily (término con el que se refieren a todas las personas



empleadas) sobre cómo crear entornos de trabajo diversos, saludables e inclusivos. Profundiza en la mentalidad y los comportamientos que deben demostrar todas las personas que conviven en el Sistema.

Este programa incluye una serie de cursos que se imparten en varios formatos y que pretenden, no sólo respaldar puntualmente sus planes DEI locales, sino garantizar la continuidad de las enseñanzas en el tiempo:

1. **"Viviendo nuestros valores"**. Taller donde se exploran en profundidad los Valores de McDonald's (servicio, inclusión, integridad, comunidad y familia) para descubrir el papel que cada persona desempeña en hacerlos realidad y representar a la marca.
2. **"¡Di lo que piensas! Sé un aliado"**. Formación obligatoria para todo el personal corporativo y de restaurantes. A través de esta formación se aseguran que toda la McFamily tenga claro que, cuando acuden a trabajar, se encuentran en un entorno seguro, inclusivo y de empoderamiento dado que McDonald's defiende las relaciones laborales sin violencia, acoso o discriminación. Esta formación está diseñada para ayudar a comprender por qué, cuándo y cómo alzar la voz, así como qué significa y cómo convertirse en un/a aliado/a. Asimismo, informa de las herramientas y canales disponibles para alzar la voz si sus valores no están poniéndose en práctica.
3. **"Crear una cultura de pertenencia en McDonald's"**. Formación destinada a explorar qué es "pertenecer" a McDonald's, qué barreras impiden experimentar el sentimiento de pertenencia, así como las acciones que pueden realizar las personas trabajadoras del grupo para hacer que todas las personas se sientan integradas en McDonald's.
4. **"Prevención de la violencia en el lugar de trabajo"**. Formación orientada a conocer cómo debe actuar las personas trabajadoras ante posibles situaciones de conflicto tales como un comportamiento antisocial o descontentos con el servicio recibido.
5. **"Crear un lugar de trabajo seguro, respetuoso e inclusivo"**. Módulo de formación orientados a transmitir y afianzar conceptos y valores promovidos por McDonald's España tales como el establecimiento de entorno de respeto, seguridad e inclusión en los restaurantes, así como la creación de espacios de diversión.



### Área de Impacto: *Mujer se escribe con M de McDonald's*

Con la ambición de **impulsar el papel de la mujer y su visibilidad en la organización**, facilitando su participación en foros y ámbitos donde hasta la fecha tiene una representación más minoritaria, han construido una red de talento formada por mujeres y hombres, que fomente un entorno de trabajo igualitario, donde todas las personas tengan los mismos derechos y oportunidades.

Así en 2021, se lanzó la iniciativa **“Mujer se escribe con M de McDonald's”** una red de liderazgo femenino que tiene por objeto Empoderar y Visibilizar al talento femenino de McDonald's.

La red se ha construido sobre tres pilares fundamentales:

- La exposición y la visibilidad.
- La imagen y la marca personal.
- Los resultados y el desempeño.

A partir de estos tres pilares fundamentales se han organizado diferentes eventos, entrevistas, ponencias, desayunos, etc., en los que hemos compartido charlas experienciales, o historias de mujeres de éxito que han desarrollado su carrera profesional en entornos hostiles o masculinizados.

La red alcanza a empleadas, franquiciadas y mujeres de empresas proveedoras.

[Conoce más sobre el impacto de McDonald's a nivel global en materia de mujeres se escribe con M de McDonald's en su web corporativa.](#)

Contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible:



(Meta 5.5)



(Meta 10.3)

En 2022, dando cumplimiento a lo previsto en el Real Decreto 901/2020 y en el Real Decreto 902/2020 McDonald's ha llevado cabo una **Evaluación de Puestos de Trabajo**, y la correspondiente **Auditoría Salarial**.

El principal objetivo en materia de Evaluación de los Puestos de Trabajo es realizar una estimación objetiva de aquellos requerimientos necesarios para llevar a cabo cada uno de los puestos de trabajo de la compañía. Es decir, estimar qué factores concurren o pueden concurrir en cada uno de los diferentes puestos de trabajo.

En esta línea, la evaluación señala que los factores utilizados son los más adecuados para la valoración y, por lo tanto, relacionados con la actividad llevada a cabo por McDonald's tanto en sus oficinas como en los restaurantes. En su mayoría se trata de factores neutros dando lugar a que **no exista sesgo de género**. Asimismo, gracias al análisis realizado en todos los puestos de trabajo se ha determinado que no se están atendiendo todas las características específicas de dichos puestos.

Adicionalmente, atendiendo a las obligaciones de las empresas que elaboren planes de igualdad se localiza la realización de una auditoría salarial que permita la comparativa entre la Valoración de Puestos de Trabajo y la Política Retributiva de la empresa, aflorando las diferencias en las retribuciones de los distintos puestos de trabajo que puedan resultar discriminatorias. En esta línea y de acuerdo con lo expuesto por el artículo 8.1.b) del RD 902/2020, a lo largo del informe de Auditoría Salarial se ha podido constatar la **adaptación plena de los Sistemas de Valoración de Puestos (SVP) utilizados por McDonald's**, a lo



establecido en el RD 902/2020 y **la no existencia de discriminación salarial** por razón de sexo dentro de cada puesto de trabajo ni de manera transversal a lo largo de todos ellos.

Por lo anteriormente expuesto, se ha concluido que actualmente no se requieren medidas correctivas en materia salarial.

#### **McDonald's España, en el TOP 30 nacional en Diversidad e Inclusión**

*En 2022, INTRAMA, S.A ha vuelto a incluir a McDonald's España en su informe Variable D'23, que reúne el **TOP 40 de empresas nacionales con mejores prácticas de Diversidad e Inclusión**. El Informe Variable D'23 es considerando el estudio más completo y prestigioso que recoge los mejores business case de las empresas más comprometidas con este tema.*

En 2022 Restaurantes McDonald's SAU ha sido reconocida como **Empresa Sèniormente Responsable**, obteniendo la **certificación por parte de Talent Senior**. Ha obtenido un resultado satisfactorio en el análisis y estudio de situación en relación a la gestión de la diversidad y en especial en relación al colectivo de más de 50 años.

Adicionalmente, McDonald's España pone a disposición de su plantilla (a través de Convenios Colectivos aplicables a restaurante o medidas específicas para personal de oficina) **ampliaciones y flexibilidad en el periodo de lactancia**.

Del mismo modo, McDonald's España ha llevado a cabo varias medidas a lo largo de los años enfocadas a **garantizar la accesibilidad universal de las personas con discapacidad en sus instalaciones**. La Compañía dispone, tanto en las oficinas como en los restaurantes, de rampas de acceso o ascensores que facilitan la entrada a las instalaciones, además de contar con baños adaptados y otras medidas, cuyo fin consiste en brindar la experiencia McDonald's a la mayor cantidad de personas posibles, tanto a su plantilla como clientes y en especial a determinados colectivos que puedan presentar ciertas limitaciones.

No obstante, el compromiso de McDonald's España en esta materia va más allá y desde el año 2000 la Compañía está colaborando con la Fundación ONCE para incorporar personas con discapacidad a su plantilla a través del Convenio Inserta. Desde el año 2008, McDonald's España ha contratado a 195 personas en el marco de este programa, 26 de las cuales continúan trabajando en la Compañía a cierre del ejercicio 2022.

Dado que la contratación de personas que pertenecen a este colectivo no se realiza únicamente a través de la iniciativa anteriormente mencionada, **McDonald's España cuenta con un total de 68 personas trabajadoras con discapacidad**.

#### **Otros convenios de colaboración para facilitar la integración laboral**

*La colaboración con la Fundación ONCE no es la única vía que McDonald's utiliza para facilitar la integración laboral de personas con discapacidad. En este sentido, en algunos mercados como las Islas Canarias se colabora con otras asociaciones o fundaciones en estas incorporaciones.*



## 5.2 Perfil de la plantilla

McDonald's España tiene un elevado compromiso en la **generación de un empleo fiable, de calidad, y orientado al colectivo de jóvenes**. En este sentido, a cierre del año 2022, McDonald's España contaba con una **plantilla de 3.508 personas trabajadoras** (excluyendo franquicias), de los cuales más del 93% realiza su actividad en los restaurantes. La Compañía demuestra este compromiso a través de sus contrataciones y de su plantilla:

- Compromiso con la diversidad de género: más del 57% de su fuerza laboral está compuesta por mujeres. Asimismo, casi un 53% de las posiciones de dirección y gerencia están ocupadas por mujeres.
- Compromiso con el empleo joven: más del 39% de su fuerza laboral tiene menos de 30 años.
- Compromiso con el empleo de calidad: casi el 99% de su fuerza laboral tiene un contrato indefinido.
- Compromiso con la flexibilidad laboral: casi el 80% de su fuerza laboral trabaja a jornada parcial, en la mayoría de los casos destinados a la conciliación con estudios de los jóvenes o a la conciliación familiar.

Además, durante 2022, 97 personas trabajadoras que formaban parte de la plantilla de McDonald's España se han visto afectados por algún ERTE (352 personas en 2021), estando todas estas personas incluidas en la categoría profesional "Trabajadores de los servicios de restauración, personales, protección y vendedores".

| Distribución por edad | MUJERES   | HOMBRES   | TOTAL     |
|-----------------------|-----------|-----------|-----------|
| < 30                  | 19        | 14        | 33        |
| 30 - 50               | 34        | 21        | 65        |
| >50                   | 8         | 1         | 9         |
| <b>TOTAL</b>          | <b>61</b> | <b>36</b> | <b>97</b> |

A continuación, se detalla la composición de la plantilla<sup>9</sup>:

### Plantilla a cierre de ejercicio (01/01/2022 – 31/12/2022)

| Distribución por categoría profesional                                                      | MUJERES      |              | HOMBRES      |              | TOTAL        |              |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
|                                                                                             | 2022         | 2021         | 2022         | 2021         | 2022         | 2021         |
| Directores y gerentes                                                                       | 25           | 29           | 31           | 25           | 56           | 54           |
| Técnicos y profesionales científicos e intelectuales                                        | 11           | 8            | 8            | 12           | 19           | 20           |
| Técnicos; profesionales de apoyo                                                            | 58           | 56           | 61           | 56           | 119          | 112          |
| Personas trabajadoras contables, administrativos y otras personas trabajadoras de oficina   | 21           | 31           | 1            | 4            | 22           | 35           |
| Personas trabajadoras de los servicios de restauración, personales, protección y vendedores | 1.913        | 1.706        | 1.379        | 1.254        | 3.292        | 2.960        |
| <b>TOTAL</b>                                                                                | <b>2.028</b> | <b>1.830</b> | <b>1.480</b> | <b>1.351</b> | <b>3.508</b> | <b>3.181</b> |

<sup>9</sup> Aclaración general: una persona que se encuentra en ERTE se considera parte de la plantilla. Sobre los evolutivos incluidos en este apartado cabe mencionar que durante el ejercicio 2022, McDonald's España ha incrementado el número de restaurantes, obteniendo un mayor número de ventas y como resultado de ello, registrando un incremento generalizado del número de empleados.



| Distribución por edad | MUJERES      |             | HOMBRES      |              | TOTAL        |              |
|-----------------------|--------------|-------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
|                       | 2022         | 2021        | 2022         | 2021         | 2022         | 2021         |
| < 30                  | 757          | 560         | 632          | 440          | 1.389        | 1.000        |
| 30 - 50               | 1.097        | 1.110       | 760          | 842          | 1.866        | 1.952        |
| >50                   | 174          | 160         | 79           | 69           | 253          | 229          |
| <b>TOTAL</b>          | <b>2.028</b> | <b>1830</b> | <b>1.480</b> | <b>1.351</b> | <b>3.508</b> | <b>3.181</b> |

| Distribución de modalidades de contrato de trabajo | 2022         | 2021         |
|----------------------------------------------------|--------------|--------------|
| <b>Indefinidos</b>                                 | <b>3.469</b> | <b>3.048</b> |
| Indefinidos a tiempo completo                      | 716          | 741          |
| Indefinidos a tiempo parcial                       | 2.753        | 2.307        |
| <b>Temporales</b>                                  | <b>39</b>    | <b>133</b>   |
| Temporales a tiempo completo                       | 2            | 11           |
| Temporales a tiempo parcial                        | 37           | 122          |
| <b>TOTAL</b>                                       | <b>3.508</b> | <b>3.181</b> |

| Personas trabajadoras con discapacidad | 2022 <sup>10</sup> | 2021 <sup>10</sup> | Evolución 2021-2022(%) |
|----------------------------------------|--------------------|--------------------|------------------------|
|                                        |                    | 40                 | 41                     |

*Promedios de contratos anuales*

| Distribución de modalidades de contrato de trabajo | 2022         | 2021         |
|----------------------------------------------------|--------------|--------------|
| Indefinidos                                        | 3.511        | 2.853        |
| Temporales                                         | 92           | 152          |
| Tiempo parcial                                     | 2.761        | 2.240        |
| <b>TOTAL</b>                                       | <b>3.604</b> | <b>3.005</b> |

| Sexo         | INDEFINIDOS  |              | TEMPORALES |            | TIEMPO PARCIAL |              | TOTAL        |              |
|--------------|--------------|--------------|------------|------------|----------------|--------------|--------------|--------------|
|              | 2022         | 2021         | 2022       | 2021       | 2022           | 2021         | 2022         | 2021         |
| Hombres      | 1.501        | 1.234        | 40         | 59         | 1.190          | 978          | 1.541        | 1.293        |
| Mujeres      | 2.010        | 1.620        | 52         | 92         | 1.572          | 1.262        | 2.062        | 1.712        |
| <b>TOTAL</b> | <b>3.511</b> | <b>2.853</b> | <b>92</b>  | <b>182</b> | <b>2.761</b>   | <b>2.240</b> | <b>3.604</b> | <b>3.005</b> |

<sup>10</sup> Se contabilizan únicamente aquellas personas trabajadoras que estén asociados a la Compañía a través de un contrato de discapacidad a cierre del ejercicio. Existen 28 personas trabajadoras adicionales en plantilla a cierre de 2022 (20 a cierre de 2021) que contaban con un certificado de discapacidad, pero no están suscritos mediante el contrato anteriormente mencionado.



| Edad         | INDEFINIDOS  |              | TEMPORALES |            | TIEMPO PARCIAL |              | TOTAL        |              |
|--------------|--------------|--------------|------------|------------|----------------|--------------|--------------|--------------|
|              | 2022         | 2021         | 2022       | 2021       | 2022           | 2021         | 2022         | 2021         |
| < 30         | 1.880        | 1.240        | 80         | 109        | 1.810          | 755          | 1.960        | 773          |
| 30 – 50      | 1.409        | 1.427        | 12         | 42         | 861            | 1.389        | 1.421        | 2.000        |
| >50          | 222          | 196          | 0          | 1          | 90             | 96           | 222          | 232          |
| <b>TOTAL</b> | <b>3.511</b> | <b>2.853</b> | <b>92</b>  | <b>152</b> | <b>2.761</b>   | <b>2.240</b> | <b>3.604</b> | <b>3.005</b> |

| Categoría                                                                                   | INDEFINIDOS  |              | TEMPORALES |            | TIEMPO PARCIAL |              | TOTAL        |              |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|--------------|------------|------------|----------------|--------------|--------------|--------------|
|                                                                                             | 2022         | 2021         | 2022       | 2021       | 2022           | 2021         | 2022         | 2021         |
| Directores y gerentes                                                                       | 54           | 52           | 0          | 0          | 0              | 0            | 54           | 52           |
| Técnicos y profesionales científicos e intelectuales                                        | 21           | 17           | 0          | 0          | 0              | 0            | 21           | 17           |
| Técnicos; profesionales de apoyo                                                            | 117          | 112          | 2          | 4          | 0              | 0            | 118          | 115          |
| Personas trabajadoras contables, administrativos y otras personas trabajadoras de oficina   | 24           | 25           | 12         | 10         | 0              | 2            | 35           | 35           |
| Personas trabajadoras de los servicios de restauración, personales, protección y vendedores | 3.297        | 2.648        | 79         | 138        | 2.761          | 2.238        | 3.376        | 2.786        |
| <b>TOTAL</b>                                                                                | <b>3.511</b> | <b>2.853</b> | <b>93</b>  | <b>152</b> | <b>2.761</b>   | <b>2.240</b> | <b>3.604</b> | <b>3.005</b> |

### Despidos

| Nº de despidos 2022                                                                         | HOMBRES   |          |          |           | MUJERES   |          |          |           |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|----------|----------|-----------|-----------|----------|----------|-----------|
|                                                                                             | ≤30       | 30-50    | ≥ 50     | TOTAL     | ≤30       | 30-50    | ≥ 50     | TOTAL     |
| Directores y gerentes                                                                       | 0         | 0        | 1        | 1         | 0         | 1        | 0        | 1         |
| Técnicos y profesionales científicos e intelectuales                                        | 0         | 0        | 0        | 0         | 0         | 0        | 0        | 0         |
| Técnicos; profesionales de apoyo                                                            | 0         | 0        | 0        | 0         | 0         | 0        | 2        | 2         |
| Personas trabajadoras contables, administrativos y otras personas trabajadoras de oficina   | 0         | 0        | 0        | 0         | 0         | 0        | 0        | 0         |
| Personas trabajadoras de los servicios de restauración, personales, protección y vendedores | 14        | 4        | 0        | 18        | 11        | 1        | 1        | 13        |
| <b>TOTAL</b>                                                                                | <b>14</b> | <b>4</b> | <b>1</b> | <b>19</b> | <b>11</b> | <b>2</b> | <b>3</b> | <b>16</b> |

| N.º de despidos | 2022 |       |      |       | 2021 |       |      |       |
|-----------------|------|-------|------|-------|------|-------|------|-------|
|                 | ≤30  | 30-50 | ≥ 50 | TOTAL | ≤30  | 30-50 | ≥ 50 | TOTAL |
|                 | 25   | 6     | 4    | 35    | 10   | 26    | 4    | 40    |





### 5.3 Remuneración

McDonald's España se esfuerza en ofrecer una remuneración competitiva a su plantilla. En esta línea, la Compañía trabaja para garantizar la igualdad en temas retributivos; por ello, durante el ejercicio 2021, se llevó a cabo una Evaluación de Puestos de Trabajo y su correspondiente Auditoría Salarial. Como resultado de ello, la **brecha salarial**<sup>11</sup> se ha reducido 1,7 p.p. respecto a 2020 situándose en 2022 en un 4,16%, cuya remuneración media anual es de 22.181 euros.

La diferencia de salarios entre hombres y mujeres, a cierre de 2022, se situó en solo un 0,91% en la categoría “Personas trabajadoras de los servicios de restauración, personales, protección y vendedores” (la cual englobó al 93,84% de la plantilla en 2022), mientras que en las distintas categorías corporativas se situó entre un 1,8% y un 9,4%.

Además, el 27 de septiembre de 2022, la Consejera de Familia, Juventud y Política Social de la Comunidad de Madrid, Concepción Dancausa, hizo entrega de la XVIII Edición de los Premios Madrid Empresa Flexible. Con el objetivo de seguir avanzando en la consecución de una igualdad real, la Comunidad de Madrid concedió dos distintivos que tienen como objetivo difundir políticas que promuevan e impulsen la igualdad hombre-mujer y la equidad retributiva. En esta ocasión, el distintivo “Retribución Más Igual” recayó en McDonald's España, lo que refleja los esfuerzos de la compañía en ofrecer una remuneración justa y competitiva a su plantilla.

A continuación, se muestran distintos desgloses sobre remuneraciones medias<sup>12</sup> de la plantilla de McDonald's España:

|                        | HOMBRES |        | MUJERES |        | TOTAL  |        |
|------------------------|---------|--------|---------|--------|--------|--------|
|                        | 2022    | 2021   | 2022    | 2021   | 2022   | 2021   |
| Remuneración media (€) | 22.722  | 21.806 | 21.777  | 20.934 | 22.181 | 21.310 |

| Edad    | HOMBRES (€) |        | MUJERES (€) |        | TOTAL (€) |        |
|---------|-------------|--------|-------------|--------|-----------|--------|
|         | 2022        | 2021   | 2022        | 2021   | 2022      | 2021   |
| < 30    | 17.065      | 16.267 | 16.906      | 16.265 | 16.903    | 16.267 |
| 30 – 50 | 27.481      | 24.591 | 23.452      | 21.931 | 24.810    | 22.877 |
| >50     | 32.557      | 31.366 | 28.724      | 26.565 | 31.460    | 29.334 |

| Categoría                                                                                   | HOMBRES (€) |        | MUJERES (€) |        | TOTAL (€) |        |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|--------|-------------|--------|-----------|--------|
|                                                                                             | 2022        | 2021   | 2022        | 2021   | 2022      | 2021   |
| Directores y gerentes                                                                       | 110.552     | 95.798 | 108.413     | 95.321 | 109.436   | 95.553 |
| Técnicos y profesionales científicos e intelectuales                                        | 63.659      | 56.867 | 62.513      | 56.331 | 63.165    | 56.607 |
| Técnicos; profesionales de apoyo                                                            | 49.977      | 46.937 | 45.277      | 42.304 | 47.644    | 44.689 |
| Personas trabajadoras contables, administrativos y otras personas trabajadoras de oficina   | 34.631      | 31.495 | 33.505      | 31.079 | 33.629    | 31.126 |
| Personas trabajadoras de los servicios de restauración, personales, protección y vendedores | 19.662      | 18.718 | 19.483      | 18.604 | 19.559    | 18.653 |

<sup>11</sup> Calculada como:  $(\text{salario medio hombres} - \text{salario medio mujeres}) / \text{salario medio hombres}$ .

<sup>12</sup> Las remuneraciones medias incluyen salario base, complementos salariales y personales, y remuneración variable.



### **Impacto COVID-19: Flexibilidad Salarial**

En el mes de abril de 2020, y con el objetivo de ayudar al personal afectado por el ERTE con sus necesidades financieras, Restaurantes McDonald's implantó **Typs**, una herramienta que permite la flexibilización del salario y con ello la solicitud de anticipos de nómina gracias a una sencilla app móvil. A través de esta herramienta, McDonald's facilitó, en esta situación de confinamiento por COVID-19, un adelanto del salario, a cargo de la Paga Extra de junio, o de las vacaciones generadas y no disfrutadas al momento de la solicitud de adelanto, sin costes ni intereses. Durante el ejercicio 2022, dicha herramienta ha continuado vigente bajo la denominación de **Hastee**.

### Remuneración media de los consejeros y directivos

La remuneración media del Comité de Dirección<sup>13</sup>, incluyendo todos los conceptos (salario base, complementos salariales, variable y retribución en especie) fue de 232.747 euros en el caso de los hombres (182.703 euros en 2021, lo que supone un aumento del 27,39% respecto al anterior ejercicio) y 363.025 euros en el caso de las mujeres (167.630 euros en 2021, lo que representa un aumento del 116,56%<sup>14</sup> respecto al ejercicio anterior).

En el caso de los consejeros de administración de Restaurantes McDonald's S.A.U, estos no percibieron en los cuatro últimos ejercicios (2022, 2021, 2020 y 2019) remuneración por su actividad en el Consejo, estando su remuneración delimitada a su actividad corporativa y siendo esta pagada por otras sociedades no españolas.

<sup>13</sup>El cálculo para el año 2022 incluye la remuneración percibida por 8 miembros del Comité (5 hombres y 3 mujeres).

<sup>14</sup> La diferencia más significativa es por la parte variable que está incluida tal y como recoge la Memoria no Financiera (MnF)", es decir, bono y stock options, siendo mucho más elevada para el 2022 en las mujeres siendo el promedio por tanto mucho mayor en el total de la retribución



## 6. Gestión medioambiental

### Compromiso con la sostenibilidad

La aspiración de McDonald's es desarrollar y operar restaurantes con un alto nivel de eficiencia, capaces de generar valor no sólo en el propio negocio, sino también en las comunidades donde están presentes. En un espíritu de mejora continua, la Compañía trabaja para aplicar las mejores prácticas medioambientales en todas las facetas de su actividad empresarial.

### Política Ambiental

McDonald's España continúa trabajando en dar cumplimiento a sus **compromisos con la sostenibilidad** y aplicar las **mejores prácticas medioambientales** en todas las facetas de su actividad empresarial. Este espíritu de mejora continua queda plasmado en una gestión global de recursos como la electricidad y el agua, así como en la minimización de los residuos y el impulso del reciclado en sus restaurantes.

A su vez, estas iniciativas son promovidas por la **Política Ambiental**, que ha sido respaldada por la Dirección General de la Compañía desde el año 2000. En ella, se reitera el compromiso de McDonald's España con el desarrollo de su actividad de manera responsable con el medio ambiente, asegurando un crecimiento sostenible a largo plazo y manteniendo la satisfacción de los clientes a través del principio de la mejor calidad al menor precio. La anterior política establece **metas** de importancia para la Compañía en materia ambiental, entre las cuales se encuentran:



Asimismo, en la Política Ambiental se expone el fuerte compromiso de McDonald's España con el **principio de prevención**, además de la **corrección y reducción de los impactos** de sus actividades sobre el medio ambiente, gracias al desarrollo e implantación de iniciativas continuas para conservar los recursos naturales en la mayor medida de lo posible.

McDonald's España también cuenta con un **Sistema de Gestión Ambiental** (en adelante, "SGA") que forma parte del Sistema de Gestión de la Compañía y que debe ser utilizado junto con otros elementos del mismo, como los Procedimientos Ambientales o el Manual de Operaciones (ambos de los cuales cumplen con los requisitos de la norma *UNE-EN ISO14001:2004* y aplican a todas las actividades de la Compañía).



El SGA está basado en la información obtenida durante la *Revisión Inicial* que realiza McDonald's España y a través de la cual identifica los impactos ambientales que derivan de sus actividades (y sus correspondientes responsabilidades legales).

Para asegurar la correcta ejecución de las actuaciones definidas en el SGA, los responsables de cada departamento (directores, managers y gerentes) son los encargados de velar por su cumplimiento, además de colaborar en la definición de nuevos objetivos y programas, aplicar el principio de precaución o la propuesta de medidas correctivas y preventivas necesarias.

### Recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales

Junto con la elaboración de políticas ambientales internas que profundizan el SGA, McDonald's España ha promovido a lo largo de los años la creación de equipos y responsables dedicados a supervisar el compromiso de la empresa con el medio ambiente.

Desde diciembre de 2018 la compañía cuenta con el **equipo de Acción por el Clima**, con antecedentes en los equipos P de Planet y Green Team, equipo multidisciplinar encargado de la implantación de la estrategia de Sostenibilidad de la Compañía, liderado por el Sustainability Market Lead. Dicho equipo es el responsable entre otras medidas de la sustitución de los envases de plástico por materiales más sostenibles con el entorno, la implantación de papeleras de reciclado en el salón de los restaurantes, el cálculo y reporte de la huella de carbono de la Compañía, la política sobre energía renovable y de la instalación de estaciones de carga de vehículos eléctricos en las instalaciones entre otras.

Gracias a su desempeño, en 2022 la Compañía ha logrado ahorrar 800 toneladas de plástico, contar con un total del 99% de los restaurantes equipados con papeleras de separación de residuos en los salones, la realización de un mayor número de formaciones en materia de eficiencia energética, así como que más del 96% de los restaurantes propios y más del 91% de los franquiciados cuenten con un suministro de energía renovable, y que 145 restaurantes McDonald's España estén equipados con cargadores de vehículos eléctricos.

Adicionalmente, la red de restaurantes dispone de **Coordinadores Medioambientales** que son los responsables de supervisar el adecuado cumplimiento de las políticas y procedimientos ambientales establecidos y promover la concienciación de estos aspectos a través de la formación de su plantilla sobre los requisitos ambientales o la comunicación de iniciativas relacionadas.



### **Formación medioambiental**

La formación del personal de los restaurantes en cuestiones de medio ambiente es un **compromiso** presente en la Política Ambiental, la cual también promueve un trabajo de forma conjunta con los proveedores para asegurar que sus consideraciones ambientales se incluyen en todos los aspectos del negocio, concienciando así a una gran parte de los grupos de interés acerca de este ámbito.

**McDonald's continúa apostando por la formación y concienciación medioambiental.** En este sentido, durante 2022, se han impartido **1.022 horas de formación a 1.131 personas trabajadoras** frente a las 1.160 horas de formación impartidas durante el ejercicio 2021 a 1.283 personas. Para el año 2022, dicha formación ha estado orientada fundamentalmente a cuestiones en materia de gestión de los residuos que se producen en los restaurantes y eficiencia energética.

Relativo a ello, cabe destacar que en 2022 el Grupo ha continuado reforzando la formación en las áreas de más impacto. En este sentido, a través de la plataforma *Workplace* han impartido un seminario online en abril sobre reciclado y otro en noviembre sobre eficiencia energética. De forma habitual, en *Workplace* se editan post relacionados con ambas áreas, para mantener actualizada a toda la comunidad de empleados, gerencia y franquiciados.



### Provisiones y garantías establecidas para riesgos ambientales

No existieron ni en 2022 ni en 2021 provisiones ni garantías para riesgos ambientales.

### Principales riesgos e impactos ambientales

En colaboración con el equipo de *Global Sustainability* del Grupo, McDonald's España revisa y evalúa periódicamente la actividad, determinando los riesgos ambientales. En este sentido, se ha determinado que actualmente no existe ningún riesgo potencial que pueda llegar a materializarse y tener un impacto económico relevante a corto plazo, identificándose como el principal riesgo a largo plazo el impacto del cambio climático sobre el volumen de cosechas, lo cual pudiera tener un impacto sobre el precio de las materias primas. Asimismo, se han identifican como posibles riesgos reseñables de la compañía sobre el medio ambiente los relativos al consumo de energía y agua, así como a la generación de residuos.

## **6.1 Uso sostenible de los recursos**

### Consumo energético y medidas de reducción



#### **Energía y movilidad eléctrica**

McDonald's España lleva trece años **implementando medidas de eficiencia energética**, diseñando sus restaurantes con instalaciones eficientes en todo lo referente a cocina, iluminación y climatización, monitorizando el consumo eléctrico, y suministrándose de **energías renovables** en más del 96% de sus restaurantes propios y más del 91% de sus franquiciados. Además, McDonald's España ha firmado un acuerdo con Endesa e Iberdrola para instalar **cargadores de vehículos eléctricos** en sus restaurantes habiéndose instalado en un total de 145 restaurantes a finales de 2022, frente a los 108 instalados en 2021.

El consumo energético de McDonald's España se atribuye, en su mayoría, a la amplia red de restaurantes con la que la Compañía cuenta en el territorio nacional, siendo el consumo energético de las oficinas mucho menor.

Este aspecto representa el impacto ambiental más importante de los restaurantes, por lo que la reducción y la eficiencia en el consumo de energía se han convertido en uno de los principales objetivos medioambientales de McDonald's España.

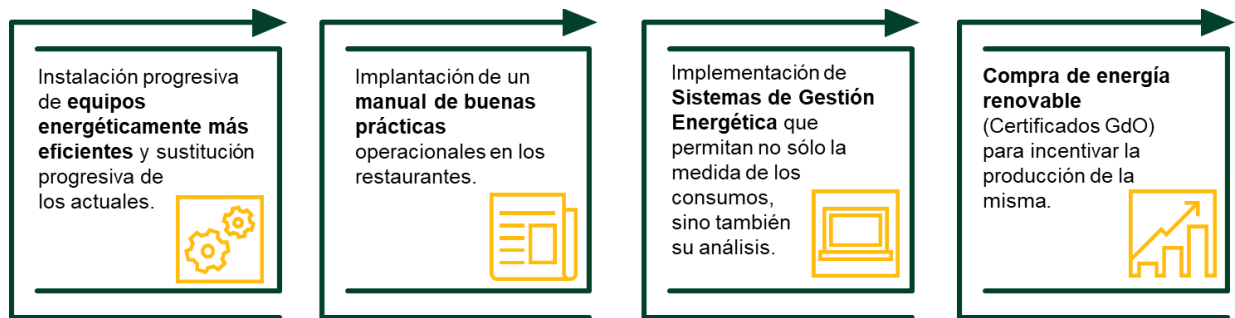
Asimismo, los restaurantes de nueva construcción incorporan algunas de las medidas de diseño recogidas en **Green Building Guidelines**, un manual interno que clasifica las diferentes medidas de eficiencia energética y de ahorro en el consumo de recursos, ordenándolas en función de su coste y periodo de retorno de la inversión.



### Green Building Guidelines

Entre las medidas incluidas en el Green Building Guidelines se encuentra el aislamiento de paredes, ventanas y techos, así como el cierre hermético de ventanas y puertas; la instalación de mansardas para evitar la ganancia térmica debida a la insolación; la instalación de equipos de calefacción, ventilación y aire acondicionado ecoeficientes, dotados de free-cooling y recuperadores de calor; el aislamiento de cámaras de refrigeración y congelación, dotadas de sistemas de almacenamiento que permiten la circulación del aire en su interior, además de estar dotados de sistemas de alarma para detección de puertas abiertas y sistemas de monitorización de temperatura interna y la instalación de iluminación LED tanto en cocina como en salón, con regulación de iluminación y sensores de ocupación para zonas interiores. Además, desde el año 2019 se lleva a cabo un proceso de recuperación del calor emitido por las cámaras de condensación que permite calentar el agua en las instalaciones.

Además de las **medidas constructivas aplicadas al diseño de los restaurantes**, McDonald's España también ha suscrito un **compromiso interno para disminuir el consumo de energía eléctrica**, el cual abarca lo siguiente:



La medición del gasto energético representa una medida importante de cara a observar el progreso realizado en materia de consumo de gas y electricidad y es de ayuda para establecer futuras metas a alcanzar orientadas a reducir no solo costes, sino también el impacto ambiental de McDonald's España.

Si bien esto supone un desafío que afronta la Compañía debido a la diversidad de los mercados, los equipos de los restaurantes, la variedad de los menús y el volumen de visitas de consumidores, la Compañía dedica recursos humanos y económicos a su seguimiento y mejora continua. No obstante, esta mejora es ya aparente en otras áreas, tales como el **consumo de electricidad proveniente de fuentes 100% renovables**, que representó en **2022 prácticamente la totalidad del consumo energético de McDonald's España.**

En este sentido cabe destacar un hito celebrado durante el ejercicio 2022, de tal forma que durante el mismo la compañía ha comenzado a instalar **paneles solares fotovoltaicos** en varios restaurantes *free stander*. Adicionalmente, en los restaurantes abiertos en 2022 se ha incluido iluminación LED en las marquesinas, las terrazas y las farolas, suponiendo así un menor consumo.

A continuación, se presenta el desglose por fuentes del consumo de energía de la Compañía y la intensidad energética de los restaurantes McOpCo durante 2022 y 2021, mostrando la evolución anual de los indicadores. Las variaciones en el consumo de energía y electricidad entre ambos años no se consideran relevantes, debiéndose los ligeros aumentos a la continuación del regreso a la actividad normal de los restaurantes tras la pandemia de Covid-19. La disminución de la intensidad energética viene derivada del aumento del número de visitas a los restaurantes respecto al año anterior.



| Consumo directo de energía (GJ)                    |                           | 2022      | 2021      | Evolución (%) |
|----------------------------------------------------|---------------------------|-----------|-----------|---------------|
| Electricidad - Restaurantes <i>McOpCo</i> *        | Electricidad no renovable | 0         | 0         | -             |
|                                                    | Fuentes renovables        | 95.841,73 | 86.325,02 | 11,02%        |
| Electricidad - Oficinas                            | Fuentes renovables        | 2.338,62  | 1971,96   | 18,59%        |
| Gas - Oficinas                                     |                           | 861,63    | 795,06    | 8,37%         |
| Consumo Total de Energía Dentro de la Organización |                           | 99.041,99 | 89.092,04 | 11,17%        |

| Consumo indirecto de energía (GJ)                 |                           | 2022       | 2021       | Evolución (%) |
|---------------------------------------------------|---------------------------|------------|------------|---------------|
| Consumo de electricidad Franquiciados**           | Electricidad no renovable | 45.752,71  | 44.866,66  | 1,97%         |
|                                                   | Electricidad renovable    | 650.431,03 | 560.943,60 | 15,95%        |
| Consumo Total de Energía Fuera de la Organización |                           | 696.183,75 | 605810,26  | 14,92%        |

\* Dado que no se cuenta con los datos de consumo eléctrico para todos los restaurantes *McOpCo*, se realiza una estimación de la cifra total en el consumo medio de aquellos restaurantes de los que se tiene información al respecto. Concretamente se dispone de información para 2022 de un total de 49 restaurantes de 51, por ello se ha estimado un total de 2 restaurante. Para el ejercicio 2021 se disponía de información para 48 de 49 restaurantes, habiéndose estimado el consumo para 1. La electricidad extrapolada se asume como renovable o no renovable en función del número de restaurantes en los que se tenga conocimiento de compras de garantía de origen.

\*\*Dado que no se cuenta con los datos de consumo eléctrico para todos los restaurantes franquiciados, se realiza una estimación de la cifra total basándose en el consumo medio de aquellos de los que se tiene información al respecto. Concretamente, se dispone de información para 2022 de 460 restaurantes (sobre un total de 533 franquicias) que consumieron 614.174,82 GJ, y para 407 restaurantes (sobre un total de 508 franquicias) que consumieron 511.940,44 GJ en el caso de 2021. La electricidad extrapolada se asume como renovable o no renovable en función del número de restaurantes en los que se tenga conocimiento de compras de garantía de origen.

| Intensidad del consumo eléctrico (GJ/1.000 visitas a restaurante) | 2022 | 2021 | Evolución (%) |
|-------------------------------------------------------------------|------|------|---------------|
| Restaurantes <i>McOpCo</i>                                        | 4,74 | 6,27 | -24,46%       |





## Consumo de agua y medidas de reducción



### Área de impacto: Gestión Hídrica

McDonald's cree que su tamaño y escala pueden permitirle tener un impacto positivo en el agua. El enfoque del Grupo tiene en cuenta la conservación, la administración, la contaminación, la calidad y el uso del agua. El modelo de negocio del Grupo depende de la agricultura (que representa el 70% del uso de agua dulce del planeta) y de las cuencas hidrográficas locales para elaborar alimentos y bebidas y hacer funcionar los restaurantes. En las comunidades donde opera McDonald's, el Grupo trabaja para **conservar el agua y utilizarla de forma responsable y eficiente.**

McDonald's reconoce que el agua es un área importante de sostenibilidad dentro de su cadena de suministro. Por ello, las prácticas de gestión del agua están integradas en sus **requisitos de aprovisionamiento** y espera que los proveedores hagan un uso responsable del agua. También se incluye este aspecto en Guía Global de Abastecimiento Sostenible, que se actualiza periódicamente a medida que el Grupo establece objetivos, evalúa riesgos emergentes y desarrolla las mejores prácticas.

McDonald's se ha asociado con expertos como **World Wildlife Fund (WWF)** o **World Resources Institutes (WRI)** para identificar riesgos hídricos y crear un enfoque de gestión que impulse acciones y mejoras en toda su cadena de valor, incluyendo el abastecimiento, el procesamiento, el transporte y los restaurantes. Los franquiciados y los proveedores también ayudan a desarrollar esta estrategia, y en 2016 se realizó un análisis de los **riesgos hídricos** en restaurantes y proveedores para fundamentar el enfoque del Grupo.

A través de las acciones que McDonald's está llevando a cabo en su cadena de suministro y en los restaurantes propiedad de la empresa y franquiciados, el Grupo trata de reducir su huella hídrica global, especialmente relacionada con la agricultura.

[Conoce más sobre el impacto de McDonald's a nivel global en materia de Gestión Hídrica en su web corporativa.](#)

#### Contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible:



(Meta 6.4)



(Meta 14.1)

(Meta 14.4)



(Meta 17.17)

El **agua** es un recurso esencial para cada uno de los restaurantes, que la necesitan para mantener los niveles de calidad, servicio y limpieza, así como para preparar los productos y bebidas.

Todos los restaurantes McDonald's en España captan el agua que consumen de la red de abastecimiento municipal. Las operaciones de los restaurantes McDonald's también generan aguas residuales, por lo que el enfoque de la Compañía en la gestión del agua incluye no sólo la cantidad de agua que se consume, sino también la calidad del agua vertida a la red pública, disponiendo **algunos restaurantes de sus propios sistemas de depuración de aguas residuales.**

En este sentido, la Compañía es consciente de que el agua es un recurso escaso, por lo que se fomenta **la instalación de dispositivos de probada capacidad de ahorro** (como es el caso del *Urimat*, un inodoro capaz de limpiarse con menos agua debido a su sifón especial).



Asimismo, McDonald's España lleva algunos años instalando grifos de apagado automático, grifos con reductores del flujo de agua y cisternas de doble descarga, tanto en los nuevos restaurantes como en los que se remodelan, de tal forma que, los nuevos establecimientos y las remodelaciones realizadas desde 2008 cuentan con dispositivos de este tipo.

A continuación, se muestra el consumo de agua tanto en restaurantes McOpCo como en las oficinas de McDonald's España, estando la evolución de datos en restaurantes marcada por la crisis de Covid-19 y la vuelta a la actividad normal en 2022, además de la apertura de dos nuevos restaurantes y la mejora en la recopilación de los datos, contando con cuatro restaurantes más con datos reales respecto al año anterior:

| Consumo de Agua de (m3) | 2022       | 2021      | Evolución (%) |
|-------------------------|------------|-----------|---------------|
| Restaurantes*           | 113.557,52 | 76.625,27 | 48,20%        |
| Oficinas                | 2.228      | 1.797     | 23,98%        |
| Total                   | 115.785,52 | 78.422,27 | 47,64%        |

\*No se dispone del consumo de agua para la totalidad de los restaurantes McOpCo durante 2021 y 2022, por lo que se ha realizado una estimación a partir del consumo promedio (por número de visitas) de los restaurantes que reportaron sus datos al respecto. En concreto, 29 restaurantes (sobre 51) reportaron un consumo de 75.116,54 m3 de agua durante 2022, mientras que 25 restaurantes (sobre 49) reportaron un consumo de 39.882,00 m3 durante 2021.

### Consumo de materias primas



#### Envases

McDonald's España trabaja constantemente para que sus envases sean cada vez más sostenibles. Desde 2019 la compañía ha emprendido una ambiciosa hoja de ruta de sustitución de envases de plástico por envases de papel, fruto de la cual se han ahorrado ya más de 800 toneladas de plástico

En este sentido, la Compañía **ha retirado de sus restaurantes las pajitas y tapas de plástico, sustituyendo además cubiertos de plástico por cubiertos de madera**, y ha implementado sucesivos **cambios en otros envases como**, por ejemplo, el vaso de McFlurry o el bol de las ensaladas. Desde 2020, más del 90% de sus envases proceden de **fuentes renovables, recicladas o certificadas**. Además, McDonald's España tiene el compromiso de que este porcentaje aumente al **100% para 2025**.



Entre las principales materias primas consumidas por los restaurantes propios de McDonald's España se encuentran aquellos ingredientes utilizados en la elaboración de los productos alimenticios por los cuales la Compañía es conocida, tales como el pan, la carne de vacuno o el queso.

| Consumo de Materias Primas (t)         | 2022  | 2021  | Evolución (%) |
|----------------------------------------|-------|-------|---------------|
| Carne de Vacuno                        | 1.860 | 1.311 | 41,88%        |
| Pan                                    | 1.932 | 1.431 | 35,00%        |
| Queso                                  | 453   | 319   | 42,10%        |
| Pollo                                  | 1.978 | 1.699 | 16,42%        |
| Café                                   | 28    | 18    | 53,23%        |
| Huevos                                 | 36    | 10    | 255,40%       |
| Hortalizas, Frutas y Productos IV Gama | 575   | 465   | 23,76%        |
| Productos Lácteos                      | 1.716 | 1.257 | 36,55%        |
| Aceite de Girasol                      | 633   | 508   | 24,64%        |
| Carne de Cerdo                         | 117   | 85    | 37,11%        |
| Patatas                                | 4.008 | 2.852 | 40,54%        |
| Pescado                                | 26    | 18    | 45,55%        |

Durante el ejercicio 2022, en línea con el año anterior, McDonald's España ha continuado retomando su actividad presencial normal y, como resultado de ello, se ha registrado un incremento generalizado del consumo de materias primas, acercándose de esta manera a los datos de 2019, antes de la llegada de la pandemia de Covid-19.



## Área de impacto: Agricultura Sostenible y Carne de Vacuno

A medida que la población mundial crece se tienen que encontrar formas de satisfacer la demanda de más alimentos de forma cada vez más sostenible. Dado el tamaño y la escala de McDonald's, el Grupo tiene un importante papel que desempeñar en ese esfuerzo. McDonald's cree que nuestros alimentos pueden producirse de forma que se proteja el medio ambiente y se contribuya positivamente a un sistema alimentario mundial próspero, y por ello ha convertido en una prioridad mundial la defensa de los esfuerzos de sostenibilidad en toda su cadena de suministro, especialmente en las áreas en las que puede tener un mayor impacto.

Una producción de carne de vacuno más sostenible ofrece a McDonald's una de las mayores oportunidades para abordar el cambio climático e impulsar un cambio positivo en el sistema alimentario mundial. Como uno de los mayores compradores de carne de vacuno del mundo, el Grupo se esfuerza por garantizar que su producción contribuya a un sistema alimentario más sostenible en el que prosperen las personas y las comunidades, los animales y el planeta.

McDonald's lleva muchos años trabajando con una red global y diversa de proveedores, agricultores, ganaderos, ONG y científicos, abordando la agricultura y ganadería sostenible de forma holística y teniendo en cuenta su impacto en el planeta, los medios de vida de las personas que producen nuestros alimentos, las comunidades en las que viven y el bienestar de los animales de los que dependemos. El Grupo quiere ayudar a crear un impacto positivo, especialmente con los ganaderos de vacuno, en áreas como la mejora de la biodiversidad, el mantenimiento de los pastizales nativos y la captura de carbono, así como la reconstrucción de los suelos.

Al colaborar con proveedores, agricultores y ganaderos, así como con científicos y académicos, McDonald's puede identificar, elevar y apoyar las prácticas que reducen las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI), optimizan los impactos positivos y apoyan las explotaciones resistentes y los medios de vida de los agricultores. Por eso McDonald's cofundó en 2011 la Global Roundtable for Sustainable Beef (GRSB), una iniciativa que aglutina múltiples grupos interés, reuniendo a los principales actores de la cadena de valor de la carne de vacuno para acelerar y mejorar continuamente la sostenibilidad en todo el sector.

[Conoce más sobre el impacto de McDonald's a nivel global en materia de Agricultura Sostenible y Carne de Vacuno en su web corporativa.](#)

Contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible:



(Meta 2.3)

(Meta 2.4)



(Meta 12.2)



(Meta 13.2)



(Meta 15.1)

(Meta 15.2)

(Meta 15.5)



(Meta 17.16)

(Meta 17.17)



## 6.2 Lucha contra el cambio climático



### Área de impacto: Acción por el Clima

El cambio climático es el mayor problema medioambiental de nuestro tiempo, con impactos que afectan a comunidades de todo el mundo: desde el deshielo de los casquetes polares y los devastadores incendios forestales, hasta los cambios en los patrones climáticos que interrumpen las cadenas de suministro agrícola y amenazan la seguridad alimentaria.

Como una de las mayores empresas de restauración del mundo, McDonald's tiene una oportunidad única de **movilizar a toda su cadena de valor para actuar ahora**. En colaboración con sus franquiciados, y a través de sus relaciones con proveedores, agricultores y ganaderos de todo el mundo, el Grupo puede ayudar a catalizar la acción en torno a la reducción de emisiones y fortalecer la resiliencia climática.

**Reducir las emisiones y adaptarse al cambio climático es fundamental** para el éxito colectivo y la resiliencia del sistema McDonald's, así como para asegurar su capacidad de alimentar a las comunidades hoy y del futuro. Aunque tomar medidas sobre el cambio climático es un reto y requiere una inversión significativa, el Grupo cree que **impulsará el valor del negocio a largo plazo** al asegurar que se están gestionando los costes operativos en su suministro de energía, mejorando la seguridad del suministro de sus materias primas y reduciendo su exposición a los crecientes riesgos ambientales, la regulación y los impuestos.

McDonald's está trabajando en colaboración con sus **franquiciados** y **proveedores** para hacer frente al cambio climático y transformar el sistema alimentario. El Grupo lleva varios años en este camino, convirtiéndose en 2018 en la **primera empresa mundial de restauración en establecer un objetivo basado en la ciencia** para reducir significativamente las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI): McDonald's se asociará con los Franquiciados para reducir las emisiones de GEI relacionadas con sus restaurantes y oficinas en un 36% en 2030 tomando como base las emisiones del año 2015. A través de la colaboración con sus proveedores y productores, también se ha comprometido a reducir un 31% la intensidad de las emisiones (por tonelada métrica de alimentos y envases) en toda su cadena de suministro. Este objetivo combinado ha sido aprobado por la iniciativa Science Based Targets (SBTi).

[Conoce más sobre el impacto de McDonald's a nivel global en materia de Acción por el Clima en su web corporativa.](#)

Contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible:



(Meta 7.2)

(Meta 7.3)



(Meta 13.2)



(Meta 17.16)



## ***Adaptación del reporte del Grupo al marco del TCFD***

McDonald's reconoce la importancia de comprender y divulgar los riesgos y oportunidades relacionados con el clima para su negocio y se basa en las recomendaciones del Grupo de Trabajo sobre Divulgación Financiera Relacionada con el Clima (TCFD, por sus siglas en inglés) para orientar su enfoque. Las recomendaciones del TCFD proporcionan una hoja de ruta para incorporar el riesgo climático como parte integral del gobierno corporativo del Grupo y pueden ayudar a McDonald's, a sus franquiciados y a sus proveedores a entender y gestionar los impactos del cambio climático en el negocio. El marco de la TCFD consta de cuatro elementos fundamentales sobre los que el Grupo ha empezado a trabajar:

### Gobernanza

El Comité de Sostenibilidad y Responsabilidad Corporativa del Consejo de Administración de McDonald's revisa y supervisa las estrategias y los esfuerzos para abordar el rendimiento del Grupo como organización sostenible, incluyendo actualizaciones y debates sobre la estrategia de cambio climático, las prácticas de gestión de riesgos, los compromisos y el progreso y el desarrollo y la implementación de métricas de rendimiento con respecto a las prioridades de sostenibilidad.

El equipo de Sostenibilidad Global de McDonald's proporciona liderazgo, coordinación y apoyo al personal corporativo para las políticas, programas e informes de sostenibilidad del Grupo, así como al personal de sostenibilidad a nivel de país para las acciones relevantes que se ejecuten localmente. El equipo está en contacto con otros departamentos de la empresa y con los franquiciados para abordar cuestiones relacionadas con el clima. Al colaborar con los equipos responsables de la cadena de suministro, el equipo de sostenibilidad global trabaja con proveedores independientes para integrar las consideraciones de sostenibilidad, incluido el cambio climático, en las decisiones de abastecimiento global de alimentos y envases. También trabajan con el Grupo de Soluciones para Restaurantes de McDonald's con el objetivo de aumentar la eficiencia energética de los restaurantes a través de las operaciones, los equipos, el diseño y la tecnología.

### Estrategia

McDonald's divulga los impactos de los riesgos y oportunidades relacionados con el clima en su negocio en su última respuesta al cuestionario CDP Climate Change y aprovecha lo aprendido para seguir avanzando en sus estrategias de mitigación y resiliencia climática. También seguirá desarrollando su propia información sobre esta materia basándose en las orientaciones sobre mejores prácticas, incluidas las del TCFD.

### Gestión de riesgos

McDonald's informa sobre su proceso de identificación, evaluación y gestión de los riesgos y oportunidades relacionados con el clima en su última respuesta al cuestionario CDP Climate Change. El alcance y el enfoque para responder a los riesgos identificados dependen del coste y del impacto operativo en la organización y del impacto calculado en el medio ambiente. El enfoque incluye, entre otras cosas, la participación de proveedores y franquiciados en el desarrollo de planes y estrategias de mitigación y adaptación e informa el enfoque del Grupo a la hora de establecer compromisos.

Recientemente el Grupo ha destinado recursos adicionales para profundizar sobre los riesgos climáticos, llevando a cabo un modelo de escenario climático para identificar los riesgos y las oportunidades, y trabajando con socios expertos para analizar los posibles impactos materiales en el negocio. Una vez completado, McDonald's tiene previsto compartir estos resultados con los departamentos de toda la empresa, los franquiciados y los socios de la cadena de suministro. También se ha creado un equipo de trabajo dedicado a la resiliencia de la cadena de suministro, incluyendo aspectos relacionados con el cambio climático.

### Métricas y objetivos

McDonald's informa sobre sus métricas en materia de cambio climático en su última respuesta al cuestionario CDP Climate Change.



### Medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático

Los posibles impactos que han sido identificados en el proceso de gestión de riesgos del Grupo incluyen, entre otros, la publicación de nueva regulación ambiental o el aumento en la frecuencia de eventos de riesgo físico agudo (huracanes u otros desastres naturales) y crónico (acceso al agua y grandes variaciones de temperaturas) que afectarían a la cadena de suministro de McDonald's España.

Asimismo, los riesgos se priorizan según su probabilidad de materialización y la gestión de su mitigación atiende al nivel de impacto y coste que estos supongan. En este sentido, se han adoptado medidas de aplicación a nivel global o exclusivamente nacional enfocadas a afrontar el problema que el cambio climático representa para la actividad de McDonald's y la sociedad como tal.

### Medidas y objetivos de reducción de la huella de carbono



#### **Objetivos de reducción de emisiones a 2030 (respecto a 2015).**

- Reducción de las emisiones en oficinas y restaurantes en un 36%.
- Reducción de la intensidad de emisiones de la cadena de suministro en un 31%.

Para liderar el cambio en este aspecto, el Grupo McDonald's se ha comprometido, junto con sus franquiciados, a **reducir emisiones de gases de efecto invernadero** (en adelante, "emisiones GEI") **relacionadas con sus oficinas y restaurantes en un 36% hasta 2030**, siendo 2015 el año que se ha tomado como base para las mediciones.

A través de la colaboración y la asociación con los proveedores, el Grupo también se compromete a alcanzar una **reducción del 31% en cuanto a la intensidad de emisiones** (por tonelada métrica de alimentos y envasado) **en toda su cadena de suministro hasta 2030**, de nuevo tomando 2015 como el año base para este cálculo. Esta combinación de metas a nivel mundial ha sido aprobada por Science Based Target Initiative (SBTi), el organismo que valida la coherencia de retos ambientales autoimpuestos. Cabe mencionar que los dos mayores proveedores de logística del Grupo (HAVI y Martin Brower) también se han comprometido con SBTi a reducir las emisiones GEI de sus operaciones en un 40% por tonelada métrica de mercancías entregadas para 2030, respectivamente, tomando como año base 2015.

Para alcanzar los objetivos de la cadena de suministro, el Grupo trabaja estrechamente con sus proveedores y productores, especialmente con los mayores proveedores en las categorías de productos en las que pueden tener un mayor impacto. Asimismo, McDonald's anima a los proveedores que gestiona a nivel corporativo a que establezcan objetivos, midan las emisiones e intenten reducirlas (sobre todo las emisiones de alcance 3) de acuerdo con sus estrategias de sostenibilidad más amplias. En esta línea, McDonald's cuenta con el Programa de **auditorías Supplier Workplace Accountability (SWA)** bajo el fin de garantizar estándares justos y éticos en el lugar de trabajo a lo largo de toda la cadena de suministro en la que se incluye la petición de información sobre consumo de energía y agua, así como el volumen de generación de residuos. Adicionalmente, McDonald's España ha solicitado a sus proveedores principales el **reporte de emisiones a CDP** durante el ejercicio 2022.

Asimismo, y bajo el compromiso adquirido por el Grupo en la reducción de emisiones de efecto invernadero, el grupo, es consciente de la necesidad de disminuir las emisiones GEI a nivel mundial, avanzando hacia una transición energética. En este sentido, desde el ejercicio 2021 el Grupo está unido a la campaña de Naciones Unidas *"Race to Net Zero"* comprometiéndose a lograr cero emisiones netas para 2050. En esta línea, a través de la campaña *SBTi Business Ambition for 1.5°C*, McDonald's se ha comprometido a adaptar sus objetivos climáticos con el objetivo de lograr que la temperatura global no aumente por encima de 1,5°C en el año 2050 frente a los datos preindustriales.





Aunque McDonald's está trabajando en planes específicos para cada uno de sus principales grupos de productos básicos, también participa en varios ámbitos más amplios, como:

- **Gestión de las explotaciones:** en las explotaciones agrícolas, la sostenibilidad y la eficiencia están interconectadas; la huella de carbono es un indicador de la eficiencia general de una explotación y, por tanto, de su rentabilidad. Cuando los agricultores son capaces de optimizar sus recursos también mejoran su viabilidad económica y minimizan su huella de carbono. McDonald's está mejorando su conocimiento de los sistemas agrícolas que suministran los alimentos para su menú, y sus proveedores trabajan con los agricultores para ayudarles a mejorar su eficiencia y reducir las emisiones adoptando prácticas más sostenibles.
- **Regenerar los suelos:** las técnicas de pastoreo progresivas y otras prácticas agrícolas pueden reforzar la capacidad del suelo para almacenar carbono y mejorar la resistencia al clima, al mismo tiempo que optimizan la nutrición que puede proporcionar a los animales. McDonald's apoya iniciativas para ayudar a los agricultores a adoptar prácticas de gestión que mejoren la salud del suelo y al mismo tiempo, garantizar que los sistemas agrícolas que secuestran activamente el carbono sean reconocidos en las mediciones de GEI.
- **Conservación de los bosques:** los bosques desempeñan un papel fundamental en la captura de las emisiones GEI, la creación de oxígeno y el apoyo a los ecosistemas, pero en todo el mundo están amenazados por la deforestación y la degradación. Se calcula que la deforestación representa el 15% de las emisiones globales GEI del planeta y supone un riesgo real para nuestro entorno común, así como para el negocio, la cadena de suministro y los clientes de McDonald's. El Grupo trabaja con socios de toda su cadena de suministro global para verificar que los productos obtenidos para su menú no ponen en peligro los bosques, comprometiéndose McDonald's a eliminar la deforestación de su cadena de suministro global para 2030.
- **Eficiencia posterior a la explotación:** McDonald's busca constantemente nuevas oportunidades para reducir las emisiones en el resto de su cadena de suministro y está trabajando en iniciativas que incluyen la mejora del uso de la energía en las instalaciones de los proveedores, la eficiencia del transporte y la reducción de los residuos alimentarios.

Las metas y compromisos anteriormente mencionados son también adoptados por McDonald's España, cuya principal **f fuente de emisiones GEI** (la electricidad) ha sido **compensada prácticamente en su totalidad con la compra de certificados de energía renovable**, siendo actualmente las principales fuentes contaminantes en términos de GEI el gas natural para calefacción de sus oficinas y los gases refrigerantes usados en la red de restaurantes.

Como se ha comentado anteriormente, y con el fin de reducir su impacto ambiental, la Compañía lleva a cabo iniciativas entre las cuales destaca el diseño *Green Building* de los restaurantes orientado a minimizar y optimizar los consumos tanto de agua como de electricidad o la compra de energía eléctrica de origen renovable.

Para consultar en mayor detalle las medidas implementadas para la reducción de la huella de carbono de McDonald's España, diríjase al apartado *Consumo energético y medidas de reducción* del presente capítulo.

La principal medida tomada por McDonald's España para **lograr una reducción de la huella de carbono** ha sido impulsar la **compra de electricidad de origen renovable**, tanto en restaurantes McOpCo como en franquicias. En este sentido, respecto a 2019, antes de la llegada de la pandemia de Covid-19, las emisiones directas (alcances 1 y 2) se han reducido en más de un 26% y las emisiones indirectas (alcance 3) en un 50%. Respecto a los años 2020 y 2021, el aumento de las emisiones de alcance 3 se debe a la recuperación de la actividad normal en las franquicias de McDonald's España.



Por otro lado, la fuerte disminución de la intensidad de las emisiones de alcance 1 en 2022 se debe a un aumento del 47% en las visitas a los restaurantes McOpCo debido a la recuperación de la actividad normal tras la pandemia.

| Emisiones GEI (tCO <sub>2</sub> eq) *         | 2022          | 2021          | Evolución (%) |
|-----------------------------------------------|---------------|---------------|---------------|
| Alcance 1 – Gas Natural y Gases Refrigerantes | 655,14        | 688,06        | -4,78%        |
| Alcance 2 - Electricidad                      | 0             | 0             | 0%            |
| <b>TOTAL ALCANCES 1 Y 2</b>                   | <b>655,14</b> | <b>688,06</b> | <b>-4,78%</b> |
| Alcance 3 - Franquiciados                     | 9.680,81      | 6.682,27      | 44,87%        |

**\*Nota metodológica:** el consumo y las emisiones de gases refrigerantes (los cuales, en cumplimiento con la normativa española, no tienen potencial de afectación de la capa de ozono) han sido estimados para el total de restaurantes *McOpCo* (alcance 1) y franquiciados (alcance 3) a partir de los datos disponibles de los restaurantes. En este sentido, se ha reportado un consumo para 2022 de 1.496,55 kg (7.001 tCO<sub>2</sub>eq) de distintos gases refrigerantes entre 288 restaurantes (incluyendo *McOpCo* y franquicias) sobre el total de 584, y un consumo de 1.749,12 kg (7.314 tCO<sub>2</sub>eq) entre 364 restaurantes sobre el total de 557 para el ejercicio 2021. Respecto a las emisiones indirectas derivadas del consumo de electricidad, se ha usado el enfoque “market-based”. En un ejercicio de homogeneización de fuentes, se han usado los factores de emisión facilitados por el Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico para la inscripción de la huella de carbono de su organización en el Registro de Huella de carbono y compromisos de reducción de emisiones de gases de efecto invernadero (versión 22, mayo 2023).

| Intensidad de las Emisiones (tCO <sub>2</sub> eq/1.000 visitas a restaurante) | 2022  | 2021  | Evolución (%) |
|-------------------------------------------------------------------------------|-------|-------|---------------|
| Emisiones de Alcance 1                                                        | 0,033 | 0,050 | -34,82%       |
| Emisiones de Alcance 2                                                        | 0     | 0     | 0%            |

La evolución anual de datos de huella de carbono viene marcada por la crisis de COVID-19, que supuso un descenso generalizado en los consumos de energía tras el cierre de salones de restaurante y oficinas durante 2020 y 2021. Además, las franquicias han realizado un gran esfuerzo en cuanto a la contratación de electricidad de origen renovable, y se ha logrado el 100% de compra de energía renovable en restaurantes *McOpCo*.

### 6.3 Contaminación atmosférica

El tipo de actividad desarrollada por McDonald's España no implica la combustión o procesos productivos que puedan suponer una emisión significativa de contaminantes a la atmósfera, que a su vez agoten la capa de ozono o provoquen enfermedades respiratorias, entre otros efectos. Por tanto, este aspecto no se considera material por la Compañía y sus principales grupos de interés.

### 6.4 Contaminación acústica y lumínica

Dado el tipo de actividad desarrollada por McDonald's España, este aspecto no se considera material por la Compañía y sus principales grupos de interés.



## 6.5 Economía circular y prevención y gestión de los residuos



### Área de impacto: Envases y residuos

McDonald's está probando **nuevas soluciones de envasado y reciclaje** en todo el mundo para conseguir reducir los envases, cambiar a materiales más sostenibles y ayudar a los clientes a reutilizar y reciclar. El Grupo pretende utilizar su escala y alcance global para **aplicar y acelerar soluciones circulares** que mantengan los residuos fuera de la naturaleza, conservando materiales valiosos en uso. Para lograrlo, McDonald's se propone diseñar desde la perspectiva de la eliminación de residuos y avanzar en la recuperación y reutilización de materiales en toda su cadena de valor, dando prioridad a las áreas en las que puede tener un mayor impacto.

Cuando se trata de envases, McDonald's examina todos los aspectos de su huella y más allá, entendiendo que las infraestructuras de reciclaje, las normativas y los comportamientos de los consumidores varían de una ciudad a otra y de un país a otro. Las enseñanzas y conocimientos de este trabajo también se aplican a otros materiales que utilizamos en nuestro sistema, como los juguetes Happy Meal, los envases logísticos, los materiales de construcción y los plásticos.

Entre bastidores, en las cocinas y en la cadena de suministro, McDonald's trabaja con sus **proveedores** para reducir, reutilizar y reciclar. En los restaurantes de todo el mundo se reciclan los **materiales de desecho de la cocina**, como los aceites de cocina, los residuos orgánicos y el cartón ondulado utilizado en los envases.

[Conoce más sobre el impacto de McDonald's a nivel global en materia de Envases y Residuos en su web corporativa.](#)

Contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible:



(Meta 12.5)



(Meta 14.1)



(Meta 17.16)



## Reciclado

McDonald's fue la primera empresa de restauración organizada en instalar **papeleras de reciclado** en los salones de sus restaurantes. Pero su compromiso con el reciclado va más allá y desde 2009 el aceite de sus cocinas se destina a la **producción de biodiesel**. También forma parte de **Ecoembes** desde 1998 para garantizar que todos los envases que se ponen en el mercado puedan tener una segunda vida. Paralelamente, colabora con **Ecotic** desde 2005 y con **Ecopilas** desde 2010 para garantizar que todas las baterías y residuos de aparatos eléctricos de sus juguetes se reciclen adecuadamente.

En esta línea, en septiembre del año 2021 el Grupo anunció el ambicioso objetivo de lograr para finales del ejercicio 2025 la reducción del uso de plástico fósil a través de la implementación de juguetes sostenibles incluidos en Happy Meal®. Se estima que para finales del ejercicio 2025 los ya citados juguetes sean fabricados a partir de materiales renovables, reciclados o certificados, logrando así una reducción del 90% de los plásticos de uso convencional. En España, durante 2022, el 84% de los juguetes que se entregaron como sorpresa dentro del Happy Meal® fueron juguetes fabricados ya con estos materiales renovables, reciclados o certificados. Además, durante los últimos años, se ha llevado a cabo una reducción del uso de juguetes con circuitos electrónicos y/o baterías, reduciendo así los residuos generados.

Además, McDonald's España apuesta por el reciclado por parte de sus clientes en sus propios salones. En este sentido, a finales de 2022, la práctica totalidad de los restaurantes en España disponían de papeleras de separación de residuos en sus salones.

## Objetivos de economía circular a 2025.



- Conseguir que el 100% de los envases de McDonald's provenga de fuentes renovables, recicladas o certificadas en 2025
- Reciclar envases en el 100% de los restaurantes McDonald's en 2023 Reciclar envases en el 100% de los restaurantes McDonald's en 2023.

McDonald's pretende valerse de su tamaño y escala para ayudar el **desarrollo de la economía circular** apoyándose en sus **dos principales compromisos**:

1. Servir a nuestros clientes **envases** que provengan **100% de fuentes renovables**, recicladas o certificadas para el año 2025.
2. **Reciclar los envases de clientes** en el 100% de los restaurantes para el año 2025. Las infraestructuras de reciclado varían de un país a otro, e incluso de una ciudad a otra, pero McDonald's quiere ser parte de la solución e influir para conseguir un cambio considerable.

Así, las prioridades de McDonald's en materia de envases son:

- Producir los envases con materiales provenientes de **fuentes 100% renovables, recicladas o certificadas** y racionalizar la variedad de materiales utilizados para permitir una recuperación más fácil sin comprometer la calidad y el rendimiento.
- **Recuperar y reciclar** encontrando formas de ampliar los sistemas para permitir una mayor aceptación del reciclaje, y facilitar que nuestros huéspedes también reciclen.
- Cerrar el círculo **utilizando más materiales reciclados**, incluido el contenido de plástico reciclado, en nuestros envases, restaurantes e instalaciones y ayudar a impulsar la demanda mundial de contenido reciclado.



En cuanto a los **plásticos**, McDonald's cree que los envases de plástico son necesarios en la industria alimentaria para mantener la calidad y la seguridad. El plástico tiene muchas ventajas en comparación con otros materiales en términos de preservación de la seguridad alimentaria y la calidad de los alimentos. Al ser más ligero que el vidrio y la fibra provoca menos emisiones GEI cuando se transporta. Sin embargo, el Grupo es consciente de que cuando el plástico no se recicla o se recupera correctamente, genera contaminación y es perjudicial para el medio ambiente, por lo que trabaja también para **disminuir su impacto** en materia de plásticos por distintos medios:

- **Reduciendo el plástico de los envases** para clientes que son difíciles de reciclar, como las pajitas, las bolsas de plástico y los cubiertos, que no son necesarios para la seguridad o la funcionalidad y pueden diseminarse en el medio ambiente.
- Dando prioridad a la **innovación de nuevos materiales y al rediseño de los envases de plástico** para que sean más reciclables. McDonald's es consciente de la importancia de racionalizar el uso de plástico para mejorar las tasas de reciclaje, siendo su objetivo disminuir los tipos de materiales y diseñar los envases de forma que sean más fáciles de reciclar para los clientes.
- Aumentando la cantidad de contenido de **plástico reciclado** utilizado en todas las partes de sus restaurantes, siempre que sea posible, para ayudar a impulsar la demanda de plástico reciclado. Por ejemplo, utilizando plásticos reciclados en las bandejas, los juguetes del Happy Meal y los elementos de diseño interior de los restaurantes.
- Asociándose con empresas y organizaciones sin ánimo de lucro para apoyar el desarrollo y la expansión **de programas de reciclaje de plásticos**.
- **Asociándose con los franquiciados** para apoyar las iniciativas comunitarias contra la basura, como las campañas de comunicación con los consumidores y las jornadas de limpieza.

La adecuada gestión de los residuos representa un paso importante para cumplir con las metas mencionadas anteriormente. Por ello, McDonald's España cuenta desde hace más de una década con dos versiones de los denominados **Procedimientos de Gestión de Residuos**: una para oficinas corporativas y otra para su aplicación a la red de restaurantes de la Compañía. Los Procedimientos de Gestión de Residuos de Oficina requieren una distinción entre:

- **Residuos Urbanos (Residuos No Peligrosos)**: entre ellos se encuentran el papel o cartón, los envases y la materia orgánica y son gestionados mediante los servicios municipales de recogida o transportistas-gestores de residuos no peligrosos autorizados.
- **Residuos Peligrosos**: se incluyen objetos como pilas o baterías usadas para cuya correcta gestión se contrata a empresas (elegidas según el criterio del responsable de *Office Services* en colaboración con el Departamento de Sostenibilidad) registradas y autorizadas por la Comunidad Autónoma correspondiente.
- **Otros Residuos**: consisten en envases de productos de limpieza y Residuos de Aparatos Eléctricos y Electrónicos (en adelante, "RAEE") procedentes de equipos fuera de uso. Su gestión se lleva a cabo a través de la devolución del equipo a la empresa comercializadora del mismo o la entrega de este a un gestor autorizado.

En el caso de la red de restaurantes, los Procedimientos de Gestión de Residuos que rigen su política en este ámbito son más exhaustivos dada la naturaleza de las operaciones llevadas a cabo en los establecimientos. En este caso, por ejemplo, se llegan a definir seis tipos distintos de residuos frente a los tres tipos previamente comentados:

- **Residuos procedentes de la cocina de los restaurantes**: son gestionados en su mayoría por los municipios por lo que cada restaurante los recoge de forma selectiva en función de su tipología, ya sea cartón, envases o residuos orgánicos.
- **Residuos del salón del restaurante**: se recogen de manera selectiva y son también, en su mayoría, gestionados por los municipios.
- **Aceite Usado**: por política de la Compañía se entrega a gestores autorizados en cada Comunidad Autónoma para su conversión en biodiesel.



- **Luminaria:** considerada como RAEE, agrupa a residuos como las luminarias LED. Se puede gestionar mediante la devolución del producto a la empresa comercializadora o la empresa de mantenimiento, el empleo de un gestor de residuos peligrosos o la entrega del mismo a un punto limpio.
- **Equipos desechables:** su gestión se realiza bien a través de la empresa comercializadora del mismo o a través de un gestor autorizado.

En cuanto a la **generación de residuos orgánicos** y debido a la estandarización de procesos y productos se puede considerar que este tipo de residuo es mínimo. A continuación, se muestra la figura asociada a la **gestión de residuos no peligrosos** provenientes de restaurantes *McOpCo* durante 2022, teniendo todos estos como destino final el reciclaje con la excepción del aceite vegetal, usado para la producción de biodiésel:

| Residuos No Peligrosos – Restaurantes McOpCo (t) <sup>15</sup> | 2022            | 2021            | Evolución (%) |
|----------------------------------------------------------------|-----------------|-----------------|---------------|
| Papel y Cartón                                                 | 2.001,36        | 1.407,26        | 42,2%         |
| PET                                                            | 28,02           | 27,00           | 3,8%          |
| PE                                                             | 78,57           | 51,42           | 52,8%         |
| PP                                                             | 52,72           | 46,01           | 14,6%         |
| PVC                                                            | 2,71            | 2,11            | 28,5%         |
| Acero                                                          | 0,00            | 0,93            | -100,0%       |
| Aluminio                                                       | 1,15            | 0,93            | 24,1%         |
| Otros <sup>16</sup>                                            | 1,34            | 1,02            | 31,2%         |
| Aceite Vegetal <sup>17</sup>                                   | 264             | 212,74          | 24,1%         |
| <b>Total McOpCo y franquiciados</b>                            | <b>2.429,87</b> | <b>1.749,42</b> | <b>42,2%</b>  |

Durante el ejercicio 2022, en línea con el año anterior, McDonald's España ha continuado retomando su actividad presencial normal y, como resultado de ello, se ha registrado un incremento generalizado de la generación de residuos no peligrosos, acercándose de esta manera a los datos de 2019, antes de la llegada de la pandemia de Covid-19.

<sup>15</sup> Estas cifras de residuos han sido obtenidas mediante una estimación, partiendo de los datos de residuos correspondientes a la red de restaurantes y basada en el porcentaje de visitas sobre el total que se les atribuyen a los restaurantes directamente gestionados por la Compañía. No se dispone de datos de residuos (peligrosos y no peligrosos) generados en las oficinas. De igual manera, tampoco se tiene constancia de la cantidad de residuos peligrosos generados en los restaurantes, dado que estos últimos son gestionados por los gestores autorizados de residuos respectivos.

<sup>16</sup> La categoría "Otros" está definida según la declaración de envases de Ecoembes.

<sup>17</sup> La obtención del dato de Aceite vegetal difiere del cálculo realizado para envases. En el caso particular de dicho residuo, su obtención se realiza mediante la extrapolación de los datos que se tienen de consumo medio trimestral de los restaurantes, sobre el total de restaurantes propios.



## Acciones para combatir el desperdicio de alimentos



### **Área de impacto: Desperdicio Alimentario y Donaciones**

A medida que aumenta la población mundial, las necesidades de alimentación aumentan en paralelo. A pesar de ello, el desperdicio de alimentos es un grave problema mundial. Las Naciones Unidas calculan que cada año un tercio de todos los alimentos producidos son desechados por los consumidores o los minoristas, o se estropean debido a una mala manipulación.

McDonald's cree que los alimentos y los valiosos recursos empleados en su producción no deben desperdiciarse nunca y quiere utilizar su escala para ayudar a afrontar este reto mundial. El Grupo trabaja con su cadena de suministro y sus restaurantes en la prevención de las pérdidas y desperdicio alimentarios para asegurar que sus alimentos cumplen su función y dona comidas e ingredientes para alimentar a familias necesitadas en comunidades locales de todo el mundo.

McDonald's cuenta con una Política Global de Gestión de Alimentos para garantizar que los alimentos no se desperdicien si no son necesarios en sus restaurantes. La política se puso en marcha para ayudar a proveedores y distribuidores a nivel mundial a gestionar los alimentos de acuerdo con la jerarquía de prioridades de gestión de alimentos de McDonald's. En 2020, el Grupo amplió los métodos de recuperación de alimentos (incluida la venta al por menor) y actualizó su política para que ingredientes como la carne, la lechuga, la leche y el queso pudieran donarse directamente a los bancos de alimentos, llegando a las comunidades más rápidamente y con cantidades superiores a las gestionadas hasta entonces.

El enfoque de prevención del desperdicio de alimentos de McDonald's se basa en las mejores prácticas empleadas a nivel mundial para evitar el desperdicio y la pérdida de alimentos y es una parte fundamental de la estrategia de sostenibilidad de McDonald's y de su propósito de alimentar y fomentar la comunidad.

[Conoce más sobre el impacto de McDonald's a nivel global en materia de Desperdicio Alimentario y Donaciones en su web corporativa.](#)

Contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible:



(Meta 11.6)



(Meta 12.3)

(Meta 12.5)



(Meta 17.16)

Para McDonald's España es de vital importancia reducir al máximo posible el desperdicio de alimentos por coherencia con su propio modelo de negocio. Es por ello que, desde 2013, año en el que McDonald's España calculó por última vez su porcentaje de desperdicio alimentario, y que demostró ser prácticamente mínimo, se han tomado acciones para reducirlo incluso más.

Una de las principales medidas tomadas por la Compañía ha consistido en la modificación del “set-up” de las cocinas. Previamente, en la mesa de transferencia de alimentos desde la cocina al mostrador se seguía un mecanismo de previsión de demanda que podía sufrir algún desajuste y, con ello, producir algún pequeño desperdicio.





Sin embargo, los restaurantes McDonald's preparan ahora alimentos estrictamente según la orden de petición del cliente asegurando que no haya desviación entre la demanda y la oferta.

## 6.6 Protección de la biodiversidad



### Área de impacto: Conservación de Bosques

McDonald's ha establecido el ambicioso objetivo de **eliminar la deforestación** de su cadena de suministro para 2030, comprometiéndose a trabajar en colaboración (y con urgencia) para abordar este complejo reto. El Grupo está realizando importantes avances respecto a las materias primas que compra en mayor volumen y en las que puede tener un mayor impacto: carne de vacuno, soja para la alimentación de pollos, aceite de palma, café y envases de fibra para invitados. La ambición de McDonald's es **impulsar prácticas transformadoras** probando tecnología de vanguardia, como la cartografía por satélite, y compartiendo las mejores prácticas en el sector y fuera de él.

El Grupo es consciente de que las causas subyacentes de la deforestación son complejas y de mayor envergadura que las que puede abordar una sola empresa, por lo que su ambición va más allá de su propia cadena de suministro. Por ello, McDonald's se compromete a impulsar la **transformación de la industria** y a **apoyar las cadenas de suministro sin deforestación** con el objetivo de:

- No deforestar los bosques primarios ni las zonas de alto valor de conservación.
- No promover desarrollos en zonas forestales con alta capacidad de capturar carbono.
- No promover desarrollos en turberas, independientemente de su profundidad, y utilizar las mejores prácticas de gestión para la producción de productos básicos existentes en las turberas.
- Respetar los derechos humanos.
- Respetar el derecho de todas las comunidades afectadas a dar o negar su consentimiento libre, previo e informado para el desarrollo de plantaciones en tierras que poseen legalmente, comunalmente o por costumbre.
- Resolver los conflictos sobre derechos de la tierra mediante un proceso de resolución de conflictos equilibrado y transparente.
- Verificar el origen de la producción de la materia prima.
- Apoyar a los pequeños productores, agricultores, propietarios de plantaciones y proveedores para que cumplan este compromiso.

[Conoce más sobre el impacto de McDonald's a nivel global en materia de Conservación de Bosques en su web corporativa.](#)

Contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible:



(Meta 13.2)



(Meta 15.1)

(Meta 15.2)



(Meta 17.16)



El tipo de actividad desarrollada por McDonald's España no tiene un impacto directo en la disrupción de ecosistemas dada la localización mayoritariamente urbana de sus restaurantes, y porque la mayor parte de la acción global en materia de biodiversidad la desarrolla el Grupo, por lo que este aspecto no se considera material por McDonald's España y sus principales grupos de interés.

No obstante, McDonald's España ha desarrollado e implantado varios programas e iniciativas con este fin, como "Granjas Insignia" desarrollado junto con FAI (*Food Animal Initiative*) para estimular la puesta en común de innovadoras prácticas agrícolas y ganaderas sostenibles, reforzando su compromiso a largo plazo con el sector primario.

Asimismo, existe el compromiso de la Compañía de que la totalidad del café que se emplea proceda de plantaciones sostenibles certificadas, que respetan los derechos y el bienestar de los trabajadores y la biodiversidad. En este sentido, el café de McDonald's España da cumplimiento a los criterios de *Rain Forest Alliance*, una organización independiente sin ánimo de lucro comprometida con el apoyo y mantenimiento de explotaciones cafeteras sostenibles. Con esta certificación, obtenida en 2007 y revalidada anualmente, la Compañía vela por la subsistencia de las futuras generaciones al conservar los recursos naturales de los que dependen.

McDonald's España también es la primera empresa de restauración en ofrecer productos con el logo MSC (*Marine Stewardship Council*) en España. Esta certificación avala que la cadena de suministro de McDonald's cumple en términos de trazabilidad y pesca sostenible.



## 7. Compromiso social

### 7.1 Compromiso con el desarrollo sostenible

#### Impacto socioeconómico



#### Área de impacto: Comunidades Agrícolas

En el centro de la cadena de suministro de McDonald's están los agricultores, ganaderos y productores que cultivan nuestros ingredientes, y el Grupo quiere que cada uno de ellos prospere, desde las **grandes empresas agrícolas** hasta los **pequeños propietarios** y las **explotaciones familiares**. McDonald's cree que la clave para ello es impulsar beneficios sociales, económicos y medioambientales positivos para todos. Esto es aún más urgente hoy en día porque las comunidades agrícolas se han enfrentado a una **presión significativa**, derivados tanto de los desafíos ambientales como de los recientes impactos económicos y sociales de acontecimientos como la pandemia de covid-19 o la crisis derivada de la invasión de Rusia a Ucrania.

La fuerza y agilidad de la cadena de suministro de McDonald's se basa en **sólidas colaboraciones y asociaciones**. El Grupo trabaja estrechamente con sus proveedores para apoyar una agricultura económicamente viable y ayudar a mejorar el acceso a los conocimientos, las herramientas y los métodos de cultivo más adecuados que generan **beneficios sociales, económicos y medioambientales**.

El aumento de la demanda mundial de alimentos y bebidas, como el café, combinado con patrones meteorológicos más erráticos relacionados con un clima cambiante y la escasez de mano de obra, está aumentando la presión sobre las comunidades de agricultores del mundo. A través de asociaciones con sus proveedores y grupos de expertos, **McDonald's está invirtiendo en programas que apoyan a los agricultores y sus medios de vida**.

[Conoce más sobre el impacto de McDonald's a nivel global en materia de Comunidades Agrícolas en su web corporativa.](#)

#### Contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible:



(Meta 2.3)

(Meta 2.4)



(Meta 8.5)



(Meta 12.2)



(Meta 15.1)

(Meta 15.2)

(Meta 15.5)



(Meta 17.16)

(Meta 17.17)

La actividad de la Compañía, en sus más de 40 años de actuación en España, ha tenido un impacto considerable en el desarrollo de la economía y el empleo de las comunidades en las que se encuentran sus restaurantes y franquiciados. Sus más de 580 restaurantes generaron en el ejercicio 2022 en torno a 22.000 empleos directos (aproximadamente el 90% de estos con contrato indefinido).

#### **Nuevos restaurantes abiertos en 2022**

*Durante el ejercicio 2022 se han abierto al público 27 nuevos restaurantes en España frente a los 26 registrados en el ejercicio 2021.*



Asimismo, McDonald's España genera un impacto económico considerable a través de su apuesta por relaciones duraderas y eficientes con proveedores locales, correspondiéndose más del 70% del volumen de compra de proveedores con sede en España.

### Impacto en el desarrollo sostenible de las comunidades



#### **Área de impacto: Apoyo a la Comunidad y Respuestas a Crisis**

McDonald's forma parte de muchas comunidades de todo el mundo, y eso conlleva la responsabilidad de **ayudar a la gente, especialmente en tiempos de necesidad**. El Grupo es consciente de que su negocio sólo puede prosperar si estas comunidades también lo hacen, por eso **ser un buen vecino** es uno de sus valores fundamentales. Pensar globalmente y actuar localmente no es sólo lo correcto, sino que ayuda a conectar mejor con los clientes, su plantilla y la sociedad en general.

Las comunidades en las que opera McDonald's son ricas en potencial, pero **cada comunidad experimenta sus propios desafíos**. Dado que la mayoría de los restaurantes son gestionados por franquicias independientes, McDonald's está profundamente arraigado en las comunidades y sabe cuál es la mejor manera de estar a su lado, ya sea proporcionando una deliciosa comida, realizando labores de voluntariado en el barrio o ayudando en momentos de necesidad.

McDonald's también ha establecido **relaciones de valor compartido** con organizaciones comunitarias de todo el mundo. Estas relaciones ayudan a tener una visión directa de los problemas y retos a los que se enfrentan las comunidades, donde los franquiciados son vecinos además de propietarios de negocios.

La **estrategia comunitaria de McDonald's** se centra en tres áreas clave:

- Apoyo local: junto con los franquiciados, el Grupo contribuye a las comunidades locales alrededor de sus restaurantes en todo el mundo a través del patrocinio, la financiación y el aporte de recursos.
- Voluntariado: devolver la ayuda ha sido una parte célebre de la cultura de McDonald's desde que abrió su primer restaurante. En todo el mundo, la plantilla del Grupo, los franquiciados y los proveedores ofrecen su tiempo, sus habilidades y su energía para apoyar a las comunidades locales a través del Programa Global de Voluntariado de McDonald's.
- Respuesta a las crisis: cuando se trata de prepararse y hacer frente a las catástrofes, McDonald's trabaja principalmente a través de su larga asociación con la Cruz Roja.

[Conoce más sobre el impacto de McDonald's a nivel global en materia de Apoyo a la Comunidad y Respuestas a Crisis en su web corporativa.](#)

Contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible:



(Meta 2.3)

(Meta 2.4)



(Meta 17.17)



## Otras iniciativas de acción social



### *Happy Readers*

Como parte del compromiso con las familias, la Compañía lanzó en 2019 **Happy Meal® Readers**, un programa que tiene como objetivo estimular en los niños la pasión por la lectura. Cada vez es más importante incorporar y fomentar la lectura en el día a día de los pequeños, no sólo a través de la educación, sino facilitando el acceso a la literatura infantil en sus momentos de ocio. Por ello, se ofrece la oportunidad a cada niño y niña de que elija entre un libro o un juguete cuando pide su Happy Meal®.

En el marco de esta iniciativa, McDonald's España y sus franquiciados entregaron casi 8 millones de libros desde el lanzamiento del programa en 2019. En España, la iniciativa cuenta con el respaldo de la Organización Española Para el Libro Infantil y Juvenil (OEPLI), una de las asociaciones con mayor prestigio y más de 35 años de experiencia en este ámbito. Como parte de esta colaboración, McDonald's España también patrocina los Premios Lazarillo.

Además, bajo el compromiso de garantizar la accesibilidad a las personas con discapacidad, McDonald's España lleva desarrollando el formato de audiolibro desde 2022 y lo ofrece de manera gratuita en su web y app.



### *“La hamburguesa que no pudo ser”*

McDonald's ha decidido actuar con la firme intención de contribuir a paliar los efectos causados por los incendios que arrasaron un total de 310.000 hectáreas en España en 2022, una superficie que supone cuatro veces más que la media de 2006 a 2021; y que provocaron importantes daños sobre la superficie cultivada y la ganadería.

Para ello, McDonald's ha creado **“La hamburguesa que no pudo ser”**, una campaña que nace para ayudar y concienciar a los ciudadanos sobre la situación en la que se han visto envueltos muchos agricultores y ganaderos españoles. La compañía decidió **comprar parte de las cosechas perdidas** para crear “la hamburguesa que no pudo ser”: una hamburguesa que, por desgracia, no existe; pero que simboliza aquellos productos que no se podrán comercializar, ya que sus ingredientes se han destruido a consecuencia de los incendios. A lo largo del año 2022, esta iniciativa ha recaudado más de 80.000 euros para ayudar a los afectados.



## Fundación Infantil Ronald McDonald



### Área de impacto: Casas Ronald McDonald

McDonald's desempeña un papel importante para mantener unidas a las familias cuando sus hijos están enfermos. Como socio fundador de la misión, McDonald's ha ayudado las diferentes Fundaciones Ronald McDonald a proporcionar una **red global de más de 382 Casas Ronald McDonald en 62 países y regiones** de todo el mundo, manteniendo a las familias cerca de la atención que sus hijos necesitan.

Los programas Ronald McDonald ayudan a las familias con niños enfermos o lesionados de todo el mundo a **permanecer unidas** y cerca de los principales hospitales y servicios de atención sanitaria, lo que contribuye a garantizar que tengan **acceso a la atención médica** que su hijo necesita, al tiempo que reciben todo el apoyo y participan activamente en los tratamientos de sus hijos. La generosidad de los voluntarios al prestar su tiempo, así como los fondos y las donaciones en especie proporcionadas por toda la comunidad de McDonald's, han ayudado a la Fundación a tener un impacto positivo en millones de niños y sus familias desde 1974.

*Conoce más sobre el impacto de McDonald's a nivel global en materia de Casas Ronald McDonald en su web corporativa.*

#### Contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible:



(Meta 3.8)



(Meta 17.17)

La Fundación Infantil Ronald McDonald es la representación en España de *Ronald McDonald House Charities*, una institución sin ánimo de lucro que trabaja en varios programas centrados en mejorar la salud y el bienestar de niños enfermos y sus familias.

Desde el año 1997, la Fundación es un referente en España en la creación de programas que ofrecen bienestar y apoyo a familias.

McDonald's colabora con la Fundación Infantil Ronald McDonald a través de distintas vías. Anualmente, todos los restaurantes McDonald's de España donan a la Fundación el 0,1% de sus ventas, añadiéndose a las donaciones que los clientes depositan directamente en los restaurantes. En 2022, esta donación ascendió a 1.116.644 euros. Además, cada año los restaurantes McDonald's celebran el *McHappy Day*, una jornada benéfica durante la cual toda la recaudación obtenida por la venta del *Big Mac* se destina a la Fundación. En 2022 esta donación ascendió a 380.000 euros.

La principal contribución de la Fundación Infantil Ronald McDonald se desarrolla a través de las Casas Ronald McDonald situadas junto a hospitales pediátricos de referencia en España. Estas Casas ofrecen alojamiento gratuito para las familias que necesitan desplazarse lejos de su lugar de residencia para que sus hijos reciban tratamiento médico.



Actualmente hay cuatro Casas Ronald McDonald en España cerca de hospitales de referencia en Madrid, Barcelona, Valencia y Málaga. Por otra parte, para aquellas familias con un hijo ingresado en el servicio de Neonatología del Hospital Universitario La Paz de Madrid, del Vall D'Hebron en Barcelona o del Hospital Virgen de la Arrixaca de Murcia, la Fundación cuenta con una Sala Familiar Ronald McDonald, un espacio dentro del propio hospital para que las familias de los niños ingresados puedan descansar sin alejarse de sus hijos.



### ***Impacto social de las Casas Ronald McDonald en España***

Como parte del compromiso de McDonald's de formar parte de la comunidad en la que se integra y su responsabilidad hacia los valores familiares, la compañía apoya desde 1997 la Fundación Infantil Ronald McDonald convirtiéndose así en su fundador y principal colaborador. El compromiso de McDonald's con la Fundación se refuerza día a día a través de la aportación del 0,1% de las ventas de todos los restaurantes de España y Andorra.

Desde la inauguración de la primera Casa en 2002, por las Casas Ronald McDonald en España han pasado más de 13.867 familias diferentes y más de 30.945 personas.

Las Casas Ronald McDonald en España suponen un ahorro de más de 1 millón de euros cada año en hospedaje, aparcamiento y transporte para las familias alojadas en ellas



### ***Sala Familiar Ronald McDonald Virgen de la Arrixaca***

Situada en el Hospital Infantil Universitario Miguel Servet, ocupa más de 160 metros cuadrados y destaca por su diseño alegre y funcional. Dispone de cocina y comedor, sala de descanso, zona de estar con televisión, duchas, sala de lactancia, taquillas y un área de actividades y juego para los hermanos de los niños ingresados.

Las Salas Familiares ofrecen a las familias un espacio donde compartir los periodos de descanso como si estuvieran en casa.

## ***7.2 Diálogo con los grupos de interés***

McDonald's España otorga gran importancia a las personas y entidades con las que se relaciona. La interacción y el diálogo con los grupos de interés y diferentes actores locales ayudan a crear un clima de confianza que es determinante para alinear la estrategia de negocio con las demandas de la sociedad.

La Compañía mantiene un espíritu de diálogo y de transparencia con los diferentes grupos de interés y actores locales, cuyo objetivo es el conocimiento mutuo y la aportación de sugerencias que permitan orientar la evolución progresiva de las líneas de actuación y compromisos de la Compañía con la sociedad española. Para este fin, se sirve de encuestas, informes y herramientas de investigación de diversa índole, así como de la organización de reuniones, encuentros y foros con diferentes actores. Se resumen a continuación las principales modalidades de diálogo con los grupos de interés y actores locales:





| Grupo de interés                                   | Modalidades de diálogo                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|----------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Consumidores</b>                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>Panel de Consumidores Crest</li> <li>Kids Track Ipsos</li> <li>Estudios de entorno y competencia</li> <li>Servicio de Atención al Consumidor (consultas, sugerencias y reclamaciones Voice)</li> <li>Hojas de reclamaciones</li> <li>HOT-Tracking de imagen y experiencia con la marca</li> <li>Panel de consumidores Ipsos</li> </ul>                                                                                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Tarjetas respuesta Email</li> <li>Web corporativa</li> <li>Formulario Atención Consumidor en web corporativa</li> <li>Visitas institucionales a proveedores</li> <li>Encuestas de cliente</li> <li>Redes sociales</li> <li>Organolépticos (BRS/Scantest)</li> <li>Post (evaluación de lanzamientos)</li> <li>Tracking de campañas publicitarias</li> </ul> |
| <b>Empleados</b>                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Sesiones de trabajo personas trabajadoras y personal de gerencia restaurantes</li> <li>Participación de la plantilla en grupos de trabajo y proyectos prioritarios</li> <li>Reuniones para desarrollo del Plan de Marketing / Comunicación</li> <li>Encuesta de opinión</li> <li>Teléfono de atención a la plantilla / prevención del acoso (sustitución del canal por “Workplace” y “quita el mute” para el ejercicio 2022)</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Comité de Seguimiento del Plan de Igualdad</li> <li>Sugerencias y opiniones de las personas trabajadoras</li> <li>Herramientas de comunicación interna</li> <li>Herramientas de evaluación de rendimiento</li> </ul>                                                                                                                                       |
| <b>Franquiciados</b>                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>Encuesta de opinión franquiciados</li> <li>Canales de comunicación para implementar iniciativas en los restaurantes</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>Participación en Asambleas COOP para información y aprobación de iniciativas de Marketing / Comunicación</li> <li>Interlocución con la AEFM para alinear la estrategia de la compañía</li> </ul>                                                                                                                                                           |
| <b>Proveedores</b>                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>Reuniones con Departamento de Compras, Calidad y Sostenibilidad</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>Grupo de trabajo del Plan de Ejecución del Plan de Marketing</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>Instituciones y autoridades</b>                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>Encuentros institucionales con participación de directivos y franquiciados</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Asistencia de autoridades en las aperturas de restaurantes</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <b>Organizaciones empresariales y asociaciones</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Participación en asociaciones sectoriales (Marcas de Restauración, Franquicias)</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>Participación en congresos y foros de nutrición y sanidad</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <b>Medios de comunicación</b>                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>Comunicados de prensa y actos informativos diversos</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>Documentos informativos para grupos de interés</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |

### 7.3 Gestión de la cadena de suministro



**100% vacuno español**

Todas las hamburguesas que se sirven en McDonald's están elaboradas con carne **100% vacuno español**.

El enfoque de gestión de la cadena de suministro de McDonald's España se basa en mantener una **estrecha relación a largo plazo con sus proveedores**, los que se consideran uno de los tres principales pilares de la Compañía, al mismo nivel que su plantilla y sus franquiciados, en su modelo denominado como el “taburete de tres patas”.



De este modo, McDonald's España afianza una sólida relación comercial con ellos que aporta estabilidad al negocio, asegura el suministro de sus **materias primas con la calidad** y precio que demandan los consumidores y ayuda a mitigar los riesgos a los que la Compañía está expuesta (por ejemplo, mediante iniciativas conjuntas relacionadas con el bienestar animal o las prácticas medioambientales en los procesos de producción).

### Extensión de la sostenibilidad a la cadena de valor



#### **Área de impacto: Suministro Responsable**

McDonald's se asocia con una red mundial de proveedores y agricultores para proporcionar **ingredientes y envases de calidad**. Al involucrar a su cadena de suministro, el Grupo obtiene una mayor visibilidad y puede apoyar una producción más sostenible para poder seguir sirviendo a sus clientes las deliciosas comidas que conocen y disfrutan. Se han establecido objetivos ambiciosos para guiar los esfuerzos del Grupo en materia de abastecimiento responsable, **centrándose en los productos con mayor potencial para crear un cambio positivo**: carne de vacuno, pollo, café, aceite de palma, pescado y envases de fibra.

El abastecimiento responsable se aborda de forma holística, teniendo en cuenta el impacto en el **planeta**, los medios de vida de las **personas** que producen los alimentos, las **comunidades** en las que viven y el bienestar de los **animales** de los que McDonald's depende.

McDonald's quiere asegurarse de que sus programas de aprovisionamiento sostenible impulsen resultados duraderos y significativos en cuestiones críticas para las personas, los animales, el medio ambiente y nuestro negocio. Por ello, se han establecido **normas para el aprovisionamiento** del Grupo y se colabora estrechamente con la cadena de suministro para garantizar su cumplimiento. Para mantener una cadena de suministro transparente y responsable, McDonald's exige a todos sus proveedores que cumplan el **Código de Conducta para Proveedores**, que establece los valores y expectativas del Grupo en materia de derechos humanos, entorno laboral e integridad empresarial.

[Conoce más sobre el impacto de McDonald's a nivel global en materia de Suministro Responsable en su web corporativa.](#)

#### Contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible:



(Meta 2.4)



(Meta 12.6)

McDonald's España, consciente del rol que puede ejercer como impulsor de la sostenibilidad con sus proveedores, mantiene una **gestión activa y exigente de su cadena de suministro** en términos sociales y ambientales.





Esto ha dado paso a una obligación por parte de los proveedores de McDonald's España de, además de cumplir con las exigencias de la Compañía en materia de calidad alimentaria, adoptar como propios los principios y valores de McDonald's presentes en el **Código de Conducta para Proveedores**.



Este Código, así como el **Programa de Responsabilidad Social Corporativa de Proveedores** (*Supplier Workplace Accountability*, SWA, en sus siglas en inglés) conforma el marco de las relaciones de la Compañía con sus proveedores.

Ambos programas se aplican globalmente a todos los proveedores directos independientemente del producto que suministren a McDonald's (ingredientes, envases, servilletas, juguetes, equipos, mobiliario o uniformes de personal).

Con el fin de extender los objetivos de sostenibilidad de la Compañía a su cadena de suministro, el Código de Conducta para Proveedores de McDonald's establece directrices más específicas a seguir en distintos ámbitos:

|                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|-------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    | <b>Derechos Humanos</b><br>McDonald's España espera que sus proveedores lleven a cabo su actividad respetando lo establecido por la Declaración Universal de los Derechos Humanos. Esto incluye el respeto por la libertad de asociación de los trabajadores, la contratación de personas que estén autorizadas para trabajar en la ubicación que corresponda, el rechazo del trabajo forzoso e infantil, la promoción de un lugar de trabajo libre de discriminación y el establecimiento de un horario de trabajo razonable y un salario digno.                                                          |
|    | <b>Prevención de Riesgos Laborales</b><br>McDonald's España obliga a sus proveedores a contar con un sólido sistema de Prevención de Riesgos Laborales que garantice la salud y seguridad de los trabajadores mediante iniciativas en comunicación y formación sobre procedimientos de emergencia y buenas prácticas.                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|   | <b>Gestión Medioambiental</b><br>La Gestión Medioambiental de los proveedores debe centrarse en la medición y la minimización del impacto ambiental de sus instalaciones, dedicando especial atención a las emisiones GEI, la reducción de residuos o el uso y vertido de agua, entre otros aspectos.                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|  | <b>Integridad en los Negocios</b><br>La cadena de suministro de McDonald's España debe seguir también requisitos relacionados con la Integridad en los Negocios. En este sentido, se exige el cumplimiento de las leyes aplicables, el rechazo a las prácticas de corrupción y soborno, la conformidad con auditorías y evaluaciones que McDonald's España pueda llevar a cabo periódicamente, el compromiso con la transparencia financiera, la confidencialidad en aquello relacionado con la Compañía y el establecimiento de canales de denuncias acompañados de medidas de protección al denunciante. |

Además de cumplir con este Código, los proveedores son responsables de **conocer y apoyar las Normas de Conducta en los Negocios** que aplican a la plantilla de McDonald's España. De acuerdo a estos documentos, McDonald's exige a los proveedores disponer de un mecanismo interno de gestión de denuncias. Además, los proveedores pueden utilizar la Línea de Integridad Comercial de McDonald's para denunciar cualquier incumplimiento del Código de Conducta o de las Normas de Conducta en los Negocios por parte de cualquier persona integrante de la plantilla de McDonald's. Al respecto, cabe señalar que durante el ejercicio 2022 McDonald's España no ha recibido ninguna comunicación a través de este canal en materia de incumplimiento del código de conducta o las Normas de conducta en los negocios

Por último, los proveedores deben adherirse al citado Programa de Responsabilidad Social Corporativa de Proveedores, el cual establece el procedimiento de realización de auditorías que se llevan a cabo para asegurar el cumplimiento con las políticas y normas establecidas.

En el marco de estas **auditorías**, se revisan aspectos tales como la gestión eficiente de energía y agua, la generación de emisiones de gases de efecto invernadero, la generación de residuos y aguas residuales, la



prevención de la contaminación del suelo, la contaminación acústica, el uso del terreno y el impacto en biodiversidad, aspectos relacionados con los Derechos Humanos, medidas llevadas a cabo para asegurar la integridad comercial (como las relacionadas con la prevención del soborno, la gestión de información confidencial, regalos y favores, etc.) o la debida gestión de la prevención de los riesgos laborales (PRL) por parte del proveedor.

Los procedimientos llevados a cabo con los proveedores incluyen la **ejecución de una autoevaluación anual de cada uno de los centros de producción que suministran productos a McDonald's España**, seguida de una auditoría independiente que se realiza según la puntuación obtenida en verificaciones anteriores.

En caso de que se detectase algún área de mejora se notifica al proveedor y se le asesora con el objetivo de solventar la situación. McDonald's España se reserva el derecho de cesar la relación comercial en caso de incumplimiento del plan de corrección o si se identificase la misma infracción de manera recurrente.

#### **Resultados de las auditorías a proveedores**

*Durante 2022, diferentes compañías independientes han llevado a cabo **21 auditorías** a distintas instalaciones de los proveedores (25 en 2021). El **95% de las mismas no han mostrado desviaciones con impacto en el negocio** y **ninguna** ha supuesto el **cese de la relación con el proveedor**.*

En esta línea, cabe destacar que al igual que años anteriores McDonald's España celebró la reunión anual con proveedores españoles, en la que se compartieron actualizaciones comerciales, de calidad y de sostenibilidad.



### Área de impacto: *Uso Responsable de Antibióticos*

La resistencia a los antibióticos es un problema crítico de salud pública y McDonald's quiere desempeñar un papel para ayudar a **preservar la eficacia de los antibióticos** para las generaciones futuras.

Según la Organización Mundial de la Salud (OMS) "*el uso excesivo y el mal uso de los antibióticos en animales y seres humanos está contribuyendo a la creciente amenaza de la resistencia a los antibióticos en los seres humanos.*" McDonald's está **colaborando con proveedores, veterinarios, académicos y agricultores** para asegurar el uso responsable de los antibióticos en la cadena de suministro, incluyendo la reducción del uso de antibióticos de importancia médica en la producción de animales para alimentación.

Los esfuerzos del Grupo para abordar la resistencia a los antimicrobianos dentro de su cadena de suministro se remontan a 2003, cuando estableció por primera vez una posición sobre el uso responsable de los antibióticos. El enfoque de McDonald's es el de un **uso responsable**. El Grupo sabe que los animales enferman al igual que las personas y que cuando lo hacen el tratamiento eficaz incluye el uso de una gama de antibióticos, basándose en la opinión profesional y el diagnóstico del veterinario.

En 2015, McDonald's desarrolló la estrategia **Vision for Antibiotic Stewardship** (VAS), que resume el enfoque del Grupo sobre el uso de antibióticos dentro de la cadena de suministro y busca prácticas de producción animal que reduzcan y, en la medida de lo posible, eliminen la necesidad de terapias con antibióticos en los animales. Esta visión, basada en el enfoque "One Health" ha marcado el camino para el desarrollo de políticas específicas para cada especie, como por ejemplo la aprobación en 2018 de la *Política de antibióticos de McDonald's para nuestra cadena de suministro de carne de vacuno*. Como parte de la evolución de esta política; en 2022, el Grupo ha establecido objetivos de uso responsable apropiados para el mercado, basados en una importante labor de investigación, pruebas piloto y colaboración con expertos en la materia, como por ejemplo la eliminación del uso de antibióticos definidos por la OMS como "*Antibióticos de Máxima Prioridad e Importancia Crítica*" (HPCIAS) para la medicina humana en toda la carne de pollo servida para finales de 2027.

[Conoce más sobre el impacto de McDonald's a nivel global en materia de Uso Responsable de Antibióticos en su web corporativa.](#)

Contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible:





## Área de impacto: Salud y Bienestar de los Animales

McDonald's se preocupa por la salud y el bienestar de los animales en su cadena de suministro por lo que se asocia con toda su cadena de suministro para impulsar una mejora continua a lo largo de sus vidas. El Grupo ayuda a conseguir un **cambio positivo**, garantizando que el pollo, los huevos, el ganado vacuno y el porcino que adquiere proceden de proveedores que comparten su compromiso con la salud y el bienestar de los animales. También se apoya en **relaciones estratégicas con expertos** que orientan sobre las políticas y estrategias de aplicación del Grupo en cada uno de sus mercados locales.

Para conseguir un impacto positivo en la salud y el bienestar de los animales de su cadena de suministro McDonald's se centra en:

- Adoptar un **enfoque integral** que tenga en cuenta todos los aspectos, desde el alojamiento y la cría hasta el sacrificio humanitario.
- Trabajar con **reconocidos expertos** en la materia y el mundo académico para acceder a la orientación y desafiar la forma de pensar.
- Aprovechar nuestra **escala global** en nuestros mercados locales para impulsar los resultados adecuados.
- **Crear sistemas de medición objetivos**, verificados por terceros, para medir el rendimiento con respecto a las normas de referencia del sector.

[Conoce más sobre el impacto de McDonald's a nivel global en materia de Salud y Bienestar de los Animales en su web corporativa.](#)

Contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible:



(Meta 2.3)

(Meta 2.4)



(Meta 12.2)



(Meta 15.1)

(Meta 15.2)

(Meta 15.5)



(Meta 17.16)

(Meta 17.17)



## 7.4 Gestión responsable del cliente/ consumidor

### Calidad, seguridad alimentaria y nutrición infantil

#### Calidad y seguridad alimentaria



#### Área de impacto: Seguridad Alimentaria

La seguridad y la calidad de los alimentos es la máxima prioridad de McDonald's a nivel global. Por ello, el Grupo innova constantemente para garantizar que se cumplen y superan las expectativas de los clientes. McDonald's integra la seguridad alimentaria en todos los aspectos de sus operaciones, como el **suministro de alimentos**, el **desarrollo de menús**, el **envasado**, la **distribución** y la **logística**, y el **funcionamiento diario de sus restaurantes**.

La seguridad alimentaria es un esfuerzo de colaboración que comienza mucho antes de que los productos alimenticios lleguen a los restaurantes. **McDonald's trabaja estrechamente con una sólida red de agricultores y proveedores** para garantizar que los alimentos seguros sean la prioridad número uno para todos en su cadena de valor. Para ello, McDonald's cuenta con una **Estrategia Global de Seguridad Alimentaria** que garantiza integrar la seguridad alimentaria en el diseño de los alimentos, los envases, los equipos y los restaurantes, así como en los procedimientos operativos y la formación de la plantilla. La estrategia se centra en tres principios operativos:

1. La seguridad de sus alimentos y la de sus clientes no es negociable y es la máxima prioridad para McDonald's.
2. Sus protocolos de seguridad alimentaria tienen una base científica y están validados por terceros.
3. McDonald's fomenta una cultura de seguridad alimentaria desde la granja hasta la mesa. Esto significa trabajar con los agricultores, los proveedores, los centros de distribución y los restaurantes para garantizar la seguridad alimentaria en cada paso del camino.

Asimismo, McDonald's trabaja con las principales empresas alimentarias, el mundo académico y los organismos reguladores en el avance de las normas y prácticas de seguridad alimentaria a nivel mundial.

*Conoce más sobre el impacto de McDonald's a nivel global en materia de Seguridad Alimentaria en su web corporativa.*

#### Contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible:



( Meta 2.4)

La **calidad y la seguridad alimentaria** de los productos que se sirven en los restaurantes McDonald's es una de las mayores prioridades de la Compañía, ya que es un aspecto vital para lograr la confianza de los consumidores y conseguir su plena satisfacción. Por ello, la Compañía aplica **estrictos controles de calidad y seguridad alimentaria en toda la cadena de valor de los productos** que se ofrecen, comenzando por la meticulosa selección de proveedores del sector primario y concluyendo con el establecimiento de exhaustivas medidas higiénicas en los restaurantes.





En este sentido, McDonald's España aplica una **política de compras** que tiene por objetivo **identificar al proveedor más adecuado** para cubrir las necesidades de los consumidores conforme a los estándares definidos por la legislación europea y la política de la Compañía.

El **Supplier Quality Management System (SQMS)** establece las directrices en materia de calidad y seguridad alimentaria de los procesos de producción de los proveedores, e incluye las directrices del **Sistema de Análisis de Peligros y Puntos de Control Crítico (APPCC)**, establecido en España desde mediados de los noventa el cual cuenta con reconocimiento a nivel mundial.

El cumplimiento de los estándares SQMS se comprueba además mediante la realización de **auditorías** anunciadas y no anunciadas y con el fin de mantener un seguimiento de la calidad y seguridad alimentaria en la cadena de suministro, McDonald's dispone globalmente de tres laboratorios a nivel internacional, estando ubicado el que da cobertura al mercado europeo en Múnich.

Estos laboratorios reciben varias veces al año muestras de cada producto de los proveedores europeos. Las muestras se evalúan y se comparan con la muestra objetivo, recibiendo una calificación y analizándose las desviaciones detectadas, con el fin de que cada proveedor trabaje en acercarse lo más posible a la muestra objetivo.

Los **mismos principios de calidad establecidos con los proveedores se mantienen cuando los productos se transportan y llegan al restaurante**. HAVI Logistics, el operador logístico de McDonald's España se encuentra bajo la esfera de aplicación del estándar de compañía *Distributor Quality Management Process* (DQMP) que garantiza la seguridad alimentaria durante las operaciones de transporte y almacenamiento. Adicionalmente, sus centros de distribución son sometidos a auditorías anuales por compañías independientes.

Como se ha comentado anteriormente, el sistema APPCC aplica a todos los proveedores, centros de distribución y restaurantes, lo cual permite identificar las etapas críticas del procedimiento de recepción, almacenamiento, distribución y elaboración de los alimentos.

De esta manera, se realiza un control estricto de las temperaturas, tiempos de cocinado, buenas prácticas, limpieza, mantenimiento de instalaciones, etc., teniendo en cuenta todo el flujo que sigue el producto desde que entra como materia prima hasta que es vendido como producto final listo para el cliente.

Para cumplir con estos estándares se ha llevado a cabo la implantación de **un sistema de trazabilidad a lo largo de toda la cadena de suministro**, en cumplimiento con lo establecido en el Reglamento Europeo 178/2002, por el cual se establecen los principios y requisitos generales relativos a la seguridad alimentaria.

La Compañía también imparte **formación sobre medidas de seguridad alimentaria y calidad** a toda la plantilla de sus restaurantes, incidiendo especialmente en la importancia de la correcta manipulación de alimentos. Para ello, los trabajadores que manipulan comida diariamente reciben formación general en esta materia y otra específica adaptada a cada uno de los puestos del restaurante, de forma que, durante 2022 se han impartido este tipo de formación **a 2.564 personas trabajadoras**.



## Nutrición infantil



### Área de impacto: Nutrición y Prácticas de Marketing

McDonald's es consciente de lo importante que es la comida para **reunir a las familias**, para compartir buenos momentos y crear recuerdos duraderos. Por eso, ofrece un menú variado, que cumple con los criterios globales de nutrición de la compañía, compuesto por: un plato principal, un complemento, un postre y una bebida.

Cada año, el Grupo se centra en evolucionar el Happy Meal® y en hacer que las comidas equilibradas sean más accesibles para las familias de todo el mundo, respondiendo así a las preocupaciones de los padres, que buscan opciones de menú con las que puedan sentirse bien alimentando a sus hijos. Con este objetivo, desde 2013, el Grupo trabaja con **Alliance for a Healthier Generation**, una organización independiente sin ánimo de lucro, para hacer evolucionar su menú Happy Meal® y utilizar su tamaño y escala para ofrecer opciones más equilibradas a los niños. También ha trabajado desde 2018 con **Keybridge**, un tercero independiente, que ha medido e informado de los progresos en el cumplimiento de los compromisos nutricionales adquiridos por la marca. Estas organizaciones ayudan a McDonald's a definir sus objetivos y a medir los avances, priorizando las acciones futuras y la mejora continua en esta materia.

McDonald's España ha hecho diversos cambios en su menú Happy Meal®, lo que le ha permitido **augmentar su porcentaje de combinaciones de Happy Meal® que cumplen los criterios nutricionales**, entre ellos: la priorización de los grupos de alimentos más recomendables, la introducción de la ensalada como complemento o el ofrecimiento de frutas y verduras durante todo el año, potenciando el consumo estacional a través de la introducción de frutas de temporada.

La compañía seguirá adoptando un enfoque responsable que persigue seguir ofreciendo opciones equilibradas y promoviendo elementos del menú Happy Meal® que contribuyan a los grupos de alimentos recomendados.

*Conoce más sobre el impacto de McDonald's a nivel global en materia de Nutrición y Prácticas de Marketing en su web corporativa.*

Contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible:



( Meta 3.5)

Cada día millones de familias visitan los restaurantes de McDonald's. Como compañía líder y comprometida con la sociedad, McDonald's es consciente de la importancia que tienen aspectos como la calidad nutricional y la seguridad alimentaria de nuestros productos y la **necesidad de llevar un estilo de vida equilibrado**.

La Compañía tiene la intención de que los padres puedan estar tranquilos cuando ofrezcan un Happy Meal® a sus hijos y, para ello, trabaja de manera continuada para adaptar los productos de su menú infantil Happy Meal® a las necesidades nutricionales de los niños y contribuir a que adquieran buenos hábitos alimentarios, sin perder la diversión asociada a la marca.



McDonald's es consciente de que para las familias la nutrición es un tema muy importante, por eso, la Compañía asumió **cinco compromisos nutricionales a nivel global** que cumplió a finales de 2022 y mantiene a día de hoy:

1. Garantizar que el 50% o más de las ofertas de menús de Happy Meal® que figuran en cada mercado, cumplen con los criterios nutricionales globales de Happy Meal® de McDonald's de menos o igual a 600 calorías, 10% de calorías de grasa saturada, 650 mg de sodio y 10% de calorías de azúcar añadido.
2. Eliminar los sabores artificiales y los colorantes añadidos de fuentes artificiales en los productos de Happy Meals® y reducir los conservantes artificiales cuando sea posible sin sacrificar la seguridad, el sabor, la calidad o el valor de los alimentos incluidos en este menú infantil.
3. Garantizar que la información nutricional de los productos que conforman el menú Happy Meal® esté disponible y sea accesible a través de todos los sitios web propios y las aplicaciones móviles utilizadas para hacer pedidos donde existan.
4. Todos los menús de Happy Meal® que se anuncien a los niños cumplirán con los Criterios Nutricionales Globales de McDonald's y seguirán cumpliendo con los compromisos publicitarios locales/regionales existentes.
5. Aprovechar el marketing para ayudar a aumentar la compra de alimentos y bebidas que contienen los grupos de alimentos recomendados en Happy Meal®.

Para definir estos compromisos, se ha contado con la **colaboración de Alliance for a Healthier Generation** y de diferentes expertos en nutrición independientes, con el objetivo de facilitar a las familias la toma de decisiones informadas en relación con la alimentación de sus hijos.

A nivel España, la Compañía se ha adherido al “**Plan de colaboración para la mejora de la composición de los alimentos y bebidas y otras medidas**” de la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AECOSAN), dando conformidad al compromiso adquirido por parte de Marcas de Restauración.

#### Sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de las mismas

Para McDonald's España los comentarios de sus clientes son esenciales de cara a mejorar su servicio.

Por ello, la Compañía cuenta con un Protocolo de actuación en quejas y reclamaciones y con un Servicio de Atención al Cliente (SAC) a través del cual los clientes pueden transmitir sus inquietudes, incidencias, dudas o sugerencias a través de diferentes vías:



#### **Teléfono**

917 547 890. Esta línea se encuentra activa de lunes a viernes entre las 10:00 y las 22:00 horas (excepto en festivos)



#### **Correo electrónico**

atencionconsumidor@es.mcd.com



#### **Formulario de contacto**

Disponible en la página web: <https://mcdonalds.es/contacto>



#### **Redes sociales de la Compañía**



Complementariamente a la existencia de este servicio, McDonald's España también recoge la opinión de los consumidores en los propios restaurantes a través de las **hojas de reclamaciones disponibles en los establecimientos**. En cualquier caso, las quejas son derivadas al gerente o franquiciado responsable del restaurante contando este con la colaboración del SAC y, en casos excepcionales, con el apoyo de diversos departamentos y/o consultores de operaciones. Los motivos principales están relacionados con los aspectos del Servicio: pedidos incompletos, incidencias en el Servicio McAuto, incidencias en el Servicio McDelivery (Domicilio), pedidos erróneos y trato recibido.

Durante 2022 se han gestionado un total de **9.901 reclamaciones**, lo que supone un 4,2% más que las gestionadas en 2021 (9.504 reclamaciones). De estas, solo el **0,03%** (3 reclamaciones) **quedaron pendientes** a cierre del ejercicio.

### Otras modalidades de diálogo con los clientes

Además de por los canales expuestos anteriormente, McDonald's España se comunica proactivamente con sus clientes mediante el programa **VOICE** que consiste en la realización de una encuesta anónima en la que los clientes dan su opinión sobre cómo han vivido su experiencia.

El cliente valora tanto la satisfacción general de su última visita como una serie de preguntas relacionadas con la exactitud del pedido, amabilidad, calidad, limpieza, rapidez, sabor de la comida o sobre si han tenido algún problema durante la visita. Esto permite una monitorización mensual de la satisfacción del cliente, acabando el año 2022 con siete de cada diez clientes satisfechos.

Cabe destacar que, a partir de junio de 2019, se introdujeron una serie de mejoras tanto en el ticket de compra como en el interfaz de la encuesta. Con ello, se ha conseguido aumentar el número de encuestas mensuales año tras año.



### **Impacto COVID-19: encuestas a clientes**

En 2020 se añadió a las encuestas del programa VOICE un apartado específico sobre las medidas adoptadas por el restaurante relativas a la seguridad, higiene y cuidado frente al COVID que ha continuado activa durante el ejercicio 2022.

## **7.5 Ciberseguridad y privacidad de la información**

El **tratamiento y uso de datos personales, la privacidad y protección de los mismos** se enuncia como elemento **esencial y prioritario** para la organización. Es por ello que, el Grupo dispone de numerosas políticas, estándares, pautas y procedimientos que abordan cómo proteger, controlar y administrar información de sus clientes, plantilla, franquiciados, proveedores y *shareholders*; entre las que destacan<sup>18</sup>:

- **La Política de Tratamiento de la Información**, por la que McDonald's enuncia la metodología seguida para la correcta gestión de información de carácter personal de sus grupos de interés, así como el compromiso adquirido para actuar bajo prácticas éticas;
- **Los Principios Éticos de Protección de Datos**, documento por el que el Grupo informa sobre los cuatro aspectos básicos que guían su actividad en materia de protección de datos, siendo estos: 1) la transparencia; 2) el intercambio justo de información con los clientes; 3) el respeto a la privacidad personal; y 4) la responsabilidad;

<sup>18</sup> A fecha de publicación del informe, McDonald's cuenta con una nueva medida de responsabilidad proactiva en Protección de Datos, la cual se basa es la adhesión al Código de Conducta de Protección de Datos en la Actividad Publicitaria de Autocontrol, acreditado por la Agencia Española de Protección de Datos, ofreciendo al cliente una alternativa extrajudicial de resolución de conflictos como es la mediación.



- **La Política Global de Privacidad:** que permite a McDonald's describir la manera en la que recopila, usa, protege y comparte los datos personales de sus clientes, atendiendo pormenorizadamente el tratamiento de datos recabados desde su *app*. Al respecto, cabe destacar que McDonald's España cuenta complementariamente con una política propia cuya última actualización se produjo en abril de 2023<sup>19</sup>. McDonald's cuenta con una política global similar para empleados y franquiciados.

Con el fin de garantizar que dichas políticas estándares, pautas y procedimientos se implementan siguiendo los **máximos estándares de seguridad**, McDonald's dispone de **controles y auditorías técnicas** que evalúan el nivel global de seguridad del sistema y la efectividad de las medidas. Además, este mecanismo de control permite diseñar nuevos planes de acción que tienen como fin mitigar potenciales amenazas sobre los sistemas de seguridad de la información.

En este sentido, McDonald's España lleva años trabajando en esta línea, especialmente tras la publicación del Reglamento General de Protección de Datos (RGPD) en 2016, cuya vigencia data de mayo de 2018, momento en el que se inició el proceso de consolidación y perfeccionamiento del control y aseguramiento de los datos de carácter personal, así como los derechos del interesado.

Por ello, McDonald's cuenta con dos grandes líneas de actuación. Por un lado, ha enfocado su atención en la **mejora continua de la experiencia de sus clientes** velando por que los datos personales de los mismos estén protegidos de conformidad con la normativa aplicable y con los estándares internos adoptados. Por otro lado, trabaja por garantizar la transparencia sobre el uso de datos personales garantizando que los grupos de interés, especialmente sus clientes, conocen qué uso y tratamiento hace de los datos personales.

Adicionalmente, McDonald's **fomenta la cultura de privacidad y protección de la información** entre su plantilla, estableciendo obligaciones en materia de respeto a la seguridad, el control de acceso y la gestión de la información de McDonald's, así como de la información de terceros confiada a McDonald's. Para ello, el Grupo cuenta tanto con un sólido y detallado **Plan de Respuesta a Incidentes de Seguridad de la Información** que brinda las instrucciones necesarias para conocer cómo actuar en caso de sospecha de un posible incumplimiento, como planes de formación para la plantilla en materia de protección de datos y seguridad de la información.

#### **Delegado de Protección de Datos**

Restaurantes McDonald's S.A.U., bajo el compromiso de respeto al derecho a la protección de datos de carácter personal, dispone de un procedimiento para la debida atención de las solicitudes de ejercicio de derechos (acceso, rectificación, supresión, oposición, portabilidad y limitación del tratamiento) presentadas por los interesados.

Aquellos usuarios cuyos datos personales son tratados por la Compañía pueden presentar sus reclamaciones o ponerse en contacto con el Delegado de Protección de Datos de la Compañía a través de la siguiente dirección [dpd.mcdonaldsspain@es.mcd.com](mailto:dpd.mcdonaldsspain@es.mcd.com)

En esta línea, cabe señalar que Restaurantes McDonald's S.A.U. y McDonald's Corporation han firmado las pertinentes cláusulas contractuales tipo (SCC por sus siglas en inglés *Standard Contractual Clauses*) que suponen unas garantías en la protección de datos del interesado.

Como resultado de lo anterior, Restaurantes McDonald's S.A.U. no ha sido sancionada por la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD) ni tampoco cuenta con ningún expediente abierto al respecto.

<sup>19</sup> A fecha de publicación del informe la actualización más reciente data en abril de 2023. No obstante, cabe señalar que durante el mes de enero del año 2023 y el mes de junio del año 2022 se llevaron a cabo actualizaciones previas.



## ***Anexo 1. Alcance y metodología utilizada en el desarrollo de este informe***

El presente informe responde a la obligación que se contiene en la Ley 11/2018, de 28 de diciembre, en materia de información no financiera y diversidad, de elaborar un Estado de Información No Financiera (en adelante, “EINF”) que incluya la información necesaria para comprender la evolución, los resultados y la situación de Restaurantes McDonald’s S.A.U. y sociedades dependientes (denominado en el presente informe “McDonald’s España”), y el impacto de su actividad respecto a cuestiones medioambientales y sociales, al respeto a los derechos humanos y a la lucha contra la corrupción y el soborno, así como aspectos relativos al personal.

El presente Informe incluye la información no financiera más relevante de conformidad con el correspondiente análisis de materialidad realizado y comprende el periodo comprendido del 1 de enero al 31 de diciembre de 2022, coincidente con el ejercicio social de McDonald’s España.

Este informe forma parte del Informe de Gestión de McDonald’s España, y será sometido a los mismos criterios de formulación, aprobación, depósito y publicación que el Informe de Gestión, siendo publicado según lo determinado en la Ley 11/2018, de 28 de diciembre, en materia de información no financiera y diversidad.

### *Perímetro de la información*

En el presente EINF se ha incluido información sobre el desempeño económico, ambiental y social de McDonald’s España en el ejercicio 2022.

### *Principios y estándares de elaboración*

El desarrollo del EINF responde a los requerimientos contenidos en la Ley 11/2018, de 28 de diciembre, por la que se modifica el Código de Comercio en sus artículos 44 y 49 en materia de información no financiera y diversidad. Dicho documento recoge la evolución, resultados y situación de McDonald’s España, así como los impactos derivados de su actividad relativos a cuestiones medioambientales, sociales y relativos al personal, información sobre el respeto de los derechos humanos, a la lucha contra la corrupción y el soborno e información sobre la Sociedad.

La elaboración del presente informe se he llevado a cabo teniendo en cuenta, además, el estándar internacional Global Reporting Initiative (GRI) para una serie de indicadores seleccionados (ver Índice de contenidos requeridos por la Ley 11/2018 en materia de información no financiera y diversidad).

Además, en el estándar universal “GRI 1: Fundamentos 2021” se establecen una serie de principios que han servido de apoyo para la elaboración del EINF:

- **Precisión.** Se ha buscado que la información reflejada en el presente EINF incluya la información de forma precisa y detallada para satisfacer las expectativas manifestadas por los grupos de interés de la Sociedad.
- **Equilibrio.** McDonald’s España, refleja en el EINF tanto aspectos positivos como negativos en relación con su desempeño a lo largo del ejercicio 2022. Con la aplicación de este principio se ha logrado una visión amplia y objetiva del desempeño global de la Sociedad.
- **Claridad.** McDonald’s España trabaja para hacer llegar la información sobre su desempeño de forma accesible y clara para todos sus grupos de interés.
- **Comparabilidad.** La Sociedad ha recopilado en el EINF la información de forma coherente con el fin de que los grupos de interés sean capaces de analizar cómo el desempeño de la Sociedad ha ido evolucionando en los últimos años, facilitando su contraste con el desempeño de otras organizaciones.



- **Exhaustividad.** McDonald's España incluye en sus asuntos materiales su alcance con objeto de poder incluir información suficiente sobre ellos de modo que los grupos de interés puedan evaluar y comprender el desempeño económico, ambiental y social de la Sociedad.
- **Contexto de sostenibilidad.** Se ha llevado a cabo una evaluación sobre el desempeño de la Sociedad y se han comunicado en el EINF los principales impactos y contribuciones más significativas que hace McDonald's España en el contexto social, económico y ambiental en el que ejerce su actividad.
- **Puntualidad.** El objetivo de McDonald's España es llevar a cabo anualmente una actualización de los contenidos incluidos en el presente EINF, facilitando a sus grupos de interés el acceso periódico a los contenidos consolidados sobre los impactos económicos, ambientales y sociales de la Sociedad.
- **Verificabilidad.** La Sociedad ha detallado en el presente EINF el proceso seguido para su elaboración del informe y se ha garantizado que el contenido podrá ser sometido a una evaluación externa que permita valorar la calidad y el grado de materialidad de la información.





### Análisis de materialidad

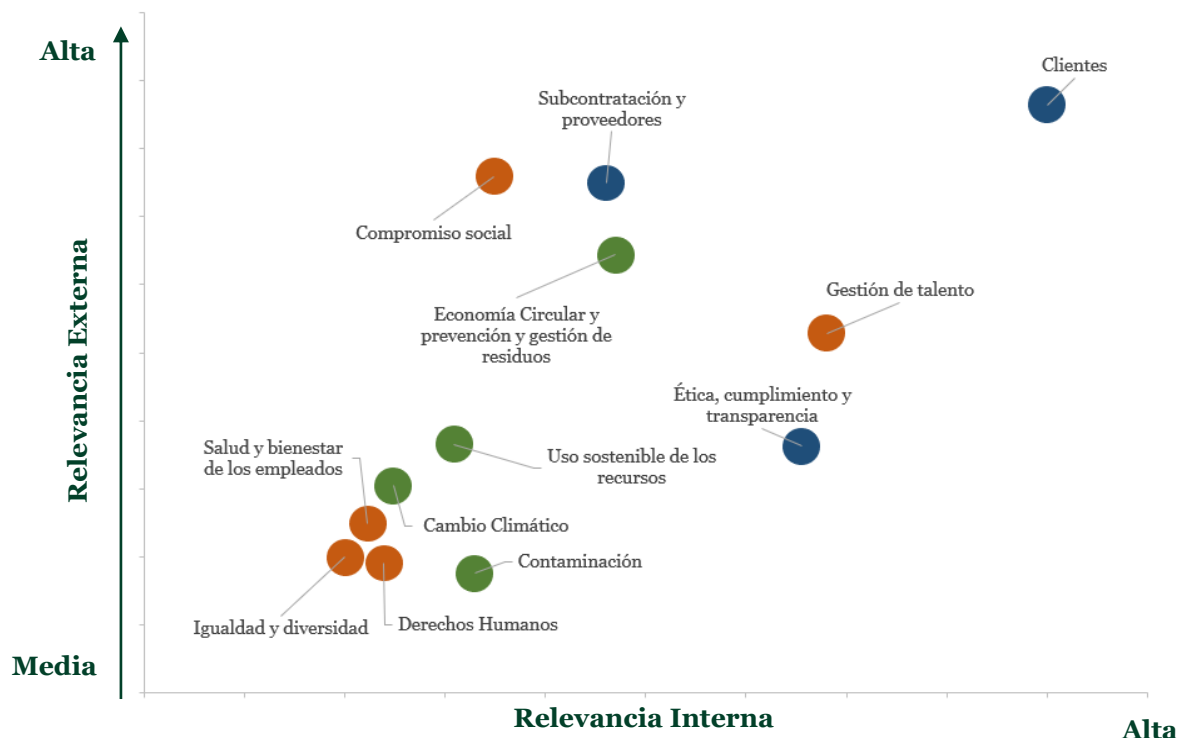
Siguiendo las recomendaciones de la guía GRI, el presente documento incluye información de los indicadores asociados a aquellos aspectos que han sido determinados como materiales.

Para alcanzar este objetivo se elaboró durante 2020 un análisis específico valorando las cuestiones clave, bien por su influencia sobre las valoraciones y percepciones de los grupos de interés o bien porque tienen un impacto directo sobre el éxito a medio y largo plazo de la estrategia de McDonald's España.

En concreto las principales actividades llevadas a cabo para la elaboración de la materialidad han sido las siguientes:

- Reuniones con los responsables y directivos de las áreas clave de la Compañía.
- Revisión de aspectos materiales para el sector y el Grupo en base a un análisis de la información reportada por compañías de similares características, y *McDonald's Group* en términos de impactos sociales, ambientales, laborales, etc.
- Identificación de requerimientos de prescriptores sectoriales (DJSI, SASB, etc.).
- Análisis de noticias sobre la Compañía y sobre su sector en el último ejercicio fiscal.

Como resultado de estas acciones se ha elaborado la siguiente matriz de materialidad:



### **Leyenda de colores**

- = Aspectos sociales y laborales
- = Aspectos medioambientales
- = Aspectos económicos y de negocio



Tras la identificación de los aspectos materiales (incluyendo su cobertura) se ha realizado la recopilación de información necesaria para la elaboración del EINF en base a entrevistas con los responsables de las principales áreas de la Compañía y a la revisión de documentación corporativa.

Una vez recibidos estos datos, y recopilada la información de contexto necesaria para el análisis de materialidad, McDonald's España ha elaborado la versión definitiva de este EINF. En la tabla de contenidos incluida en la siguiente sección se indica a los lectores en qué apartados pueden encontrar la información relativa a cada uno de los indicadores que la Ley 11/2018 requiere.

Para aquellos casos en los que no ha sido posible cubrir todos los requisitos de la guía GRI a la hora de reportar un indicador específico se ha puesto de manifiesto este hecho en la mencionada tabla. McDonald's España se compromete a mejorar sus sistemas de información con el objetivo de incluir los datos demandados en próximas ediciones del EINF.

#### *Datos de contacto*

Para cualquier aclaración sobre la información reflejada en el presente EINF o sobre cualquier aspecto del desempeño de McDonald's España puede ponerse en contacto con nuestro departamento de comunicación a través del siguiente número de teléfono: 91 021 35 01.



Índice de contenidos requeridos por la Ley 11/2018 en materia de información no financiera y diversidad

Para la elaboración del EINF, McDonald's España ha presentado la información citada en este índice de contenidos GRI, detallado en el Anexo 1 del presente Informe, para el periodo comprendido entre el 1 de enero de 2022 y 31 de diciembre de 2022 utilizando como referencia los Estándares GRI.

| ÁMBITOS               | Contenidos                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Estándares GRI                                                            | Página del Informe     | Alcance | Asunto Material (SI / NO) |
|-----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|------------------------|---------|---------------------------|
| Modelo de negocio     | Breve descripción del modelo de negocio del grupo, que incluirá:<br>1.) su entorno empresarial,<br>2.) su organización y estructura,<br>3.) los mercados en los que opera,<br>4.) sus objetivos y estrategias,<br>5.) los principales factores y tendencias que pueden afectar a su futura evolución.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | 2-1                                                                       | 2-12                   | España  | Sí                        |
|                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 2-6                                                                       |                        |         |                           |
|                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 2-9                                                                       |                        |         |                           |
| Políticas             | Una descripción de las políticas que aplica el grupo respecto a dichas cuestiones, que incluirá:<br><br>1.) los procedimientos de diligencia debida aplicados para la identificación, evaluación, prevención y atenuación de riesgos e impactos significativos<br>2.) los procedimientos de verificación y control, incluyendo qué medidas se han adoptado.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 3-3                                                                       | 13                     | España  | Sí                        |
|                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 2-23                                                                      |                        |         |                           |
| Riesgos a CP, MP y LP | Los principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del grupo, entre ellas, cuando sea pertinente y proporcionado, sus relaciones comerciales, productos o servicios que puedan tener efectos negativos en esos ámbitos, y<br>* cómo el grupo gestiona dichos riesgos,<br>* explicando los procedimientos utilizados para detectarlos y evaluarlos de acuerdo con los marcos nacionales, europeos o internacionales de referencia para cada materia.<br>* Debe incluirse información sobre los impactos que se hayan detectado, ofreciendo un desglose de los mismos, en particular sobre los principales riesgos a corto, medio y largo plazo. | 3-3                                                                       | 21-22                  | España  | Sí                        |
| KPIs                  | Indicadores clave de resultados no financieros que sean pertinentes respecto a la actividad empresarial concreta, y que cumplan con los criterios de comparabilidad, materialidad, relevancia y fiabilidad.<br>* Con el objetivo de facilitar la comparación de la información, tanto en el tiempo como entre entidades, se utilizarán especialmente estándares de indicadores clave no financieros que puedan ser generalmente aplicados y que cumplan con las directrices de la Comisión Europea en esta materia y los estándares de Global Reporting Initiative, debiendo mencionar en el informe el                                                                           | Cada bloque temático cuenta con un GRI asociado donde se vincula con KPIs | A lo largo del informe | España  | -                         |



| ÁMBITOS | Contenidos                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Estándares GRI | Página del Informe | Alcance | Asunto Material (SI / NO) |
|---------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|--------------------|---------|---------------------------|
|         | <p>marco nacional, europeo o internacional utilizado para cada materia.</p> <p>* Los indicadores clave de resultados no financieros deben aplicarse a cada uno de los apartados del estado de información no financiera.</p> <p>* Estos indicadores deben ser útiles, teniendo en cuenta las circunstancias específicas y coherentes con los parámetros utilizados en sus procedimientos internos de gestión y evaluación de riesgos.</p> <p>* En cualquier caso, la información presentada debe ser precisa, comparable y verificable.</p> |                |                    |         |                           |

| ÁMBITOS                                                                                                                   | Contenidos                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Estándares GRI | Página del Informe | Alcance | Asunto Material (SI / NO) |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|--------------------|---------|---------------------------|
| <b>Cuestiones medioambientales</b>                                                                                        | <b>Global Medio Ambiente</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                |                    |         |                           |
|                                                                                                                           | <p>1.) Información detallada sobre los <u>efectos actuales y previsibles de las actividades de la empresa en el medio ambiente</u> y en su caso, la salud y la seguridad, los procedimientos de evaluación o certificación ambiental;</p> <p>2.) Los <u>recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales</u>;</p> <p>3.) La aplicación del <u>principio de precaución, la cantidad de provisiones y garantías para riesgos ambientales</u>. (Ej. <u>derivados de la ley de responsabilidad ambiental</u>)</p> | 3-3            | 52-54              | España  | Sí                        |
|                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 201-2          |                    |         |                           |
|                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 2-23           |                    |         |                           |
|                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 308-2          |                    |         |                           |
|                                                                                                                           | <b>Contaminación</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                |                    |         |                           |
|                                                                                                                           | <p>1.) <u>Medidas para prevenir, reducir o reparar las emisiones de carbono</u> que afectan <u>gravemente</u> el medio ambiente;</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 3-3            | 54-56<br>61-65     | España  | Sí                        |
|                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 305-5          |                    |         |                           |
|                                                                                                                           | <p>2.) Teniendo en cuenta cualquier forma de contaminación atmosférica específica de una actividad, incluido el ruido y la contaminación lumínica.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 3-3            | 65                 | España  | No                        |
|                                                                                                                           | <b>Economía circular y prevención y gestión de residuos</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                |                    |         |                           |
| <u>Economía circular</u>                                                                                                  | 3-3                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | 66-69          | España             | Sí      |                           |
| <u>Residuos: Medidas de prevención, reciclaje, reutilización, otras formas de recuperación y eliminación de desechos;</u> | 3-3                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | 66-69          | España             | Sí      |                           |
|                                                                                                                           | 306-2                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                |                    |         |                           |
|                                                                                                                           | 306-3                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                |                    |         |                           |
| <u>Acciones para combatir el desperdicio de alimentos.</u>                                                                | 3-3                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | 70-71          | España             | Sí      |                           |



| ÁMBITOS | Contenidos                                                                                                                              | Estándares GRI                          | Página del Informe | Alcance | Asunto Material (SI / NO) |
|---------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|--------------------|---------|---------------------------|
|         | <b>Uso sostenible de los recursos</b>                                                                                                   |                                         |                    |         |                           |
|         | El consumo de agua y el suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales;                                                     | 303-5                                   | 57-58              | España  | Sí                        |
|         | <u>Consumo de materias primas y las medidas adoptadas para mejorar la eficiencia de su uso;</u>                                         | 3-3<br>301-1                            | 57-59              | España  | Sí                        |
|         | <u>Consumo, directo e indirecto, de energía, medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética y el uso de energías renovables.</u> | 3-3<br>302-1<br>302-2<br>302-3<br>302-4 | 54-56              | España  | Sí                        |

| ÁMBITOS | Contenidos                                                                                                                                                                                         | Estándares GRI                                   | Página del Informe | Alcance | Asunto Material (SI / NO) |
|---------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|--------------------|---------|---------------------------|
|         | <b>Cambio Climático</b>                                                                                                                                                                            |                                                  |                    |         |                           |
|         | Los <u>elementos importantes de las emisiones de gases de efecto invernadero generados</u> como resultado de las actividades de la empresa, incluido el uso de los bienes y servicios que produce; | 3-3<br>305-1<br>305-2<br>305-3<br>305-4<br>305-5 | 63-65              | España  | Sí                        |
|         | Las <u>medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático;</u>                                                                                                              | 3-3<br>201-2                                     | 61                 | España  | Sí                        |
|         | Las metas de reducción establecidas voluntariamente a medio y largo plazo para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y los medios implementados para tal fin.                       | 3-3<br>305-5                                     | 63-64              | España  | Sí                        |
|         | <b>Protección de la biodiversidad</b>                                                                                                                                                              |                                                  |                    |         |                           |
|         | <u>Medidas tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad;</u>                                                                                                                                | 3-3                                              | 71-72              | España  | No                        |
|         | <u>Impactos</u> causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas.                                                                                                                    | 304-2                                            | 71-72              | España  | No                        |
|         | <b>Empleo</b>                                                                                                                                                                                      |                                                  |                    |         |                           |
|         | <u>Número total y distribución de empleados por sexo, edad, país y clasificación profesional;</u>                                                                                                  | 3-3<br>2-7<br>405-1                              | 47-48              | España  | Sí                        |
|         | <u>Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo,</u>                                                                                                                          | 2-7                                              | 48                 | España  | Sí                        |
|         | <u>Promedio anual de contratos indefinidos, de contratos temporales y de contratos a tiempo parcial por sexo, edad y clasificación profesional,</u>                                                | 2-7<br>405-1                                     | 48-49              | España  | Sí                        |
|         | <b>Cuestiones medioambientales</b>                                                                                                                                                                 |                                                  |                    |         |                           |
|         | <b>Cuestiones sociales y relativas al personal</b>                                                                                                                                                 |                                                  |                    |         |                           |



| ÁMBITOS | Contenidos                                                                                                                                                                                                                                       | Estándares GRI | Página del Informe | Alcance | Asunto Material (SI / NO) |
|---------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|--------------------|---------|---------------------------|
|         | <u>Número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional;</u>                                                                                                                                                                            | 401-1          | 49                 | España  | Sí                        |
|         | Las remuneraciones medias y su evolución desagregados por sexo, edad y clasificación profesional o igual valor;                                                                                                                                  | 405-2          | 50                 | España  | Sí                        |
|         | <u>Brecha salarial</u> , la remuneración de puestos de trabajo iguales o de media de la sociedad,                                                                                                                                                | 3-3            | 50                 | España  | Sí                        |
|         |                                                                                                                                                                                                                                                  | 405-2          |                    |         |                           |
|         | La <u>remuneración media de los consejeros y directivos</u> , incluyendo la retribución variable, dietas, indemnizaciones, el pago a los sistemas de previsión de ahorro a largo plazo y cualquier otra percepción <u>desagregada por sexo</u> , | 3-3            | 51                 | España  | Sí                        |
|         | Implantación de <u>políticas de desconexión laboral</u> ,                                                                                                                                                                                        | 3-3            | 25-28              | España  | Sí                        |
|         | Empleados con <u>discapacidad</u> .                                                                                                                                                                                                              | 405-1          | 48                 | España  | Sí                        |

| ÁMBITOS                                            | Contenidos                                                                                                                                                                                     | Estándares GRI | Página del Informe | Alcance | Asunto Material (SI / NO) |
|----------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|--------------------|---------|---------------------------|
| <b>Cuestiones sociales y relativas al personal</b> | <b>Organización del trabajo</b>                                                                                                                                                                |                |                    |         |                           |
|                                                    | Organización del tiempo de trabajo                                                                                                                                                             | 3-3            | 25-28              | España  | Sí                        |
|                                                    | Número de horas de <u>absentismo</u>                                                                                                                                                           | 403-9          | 31                 | España  | Sí                        |
|                                                    | <u>Medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio corresponsable</u> de estos por parte de ambos progenitores.                                          | 3-3            | 25-28              | España  | Sí                        |
|                                                    | <b>Salud y seguridad</b>                                                                                                                                                                       |                |                    |         |                           |
|                                                    | Condiciones de salud y seguridad en el trabajo;                                                                                                                                                | 3-3            | 29-31              | España  | Sí                        |
|                                                    | <u>Accidentes</u> de trabajo, en particular su frecuencia y gravedad, Enfermedades profesionales, desagregado por sexo.                                                                        | 403-9          | 31                 | España  | Sí                        |
|                                                    |                                                                                                                                                                                                | 403-10         |                    |         |                           |
|                                                    | <b>Relaciones sociales</b>                                                                                                                                                                     |                |                    |         |                           |
|                                                    | Organización del <u>diálogo social</u> , incluidos procedimientos para informar y consultar al personal y negociar con ellos;                                                                  | 3-3            | 32-33              | España  | Sí                        |
|                                                    | Porcentaje de <u>empleados cubiertos por convenio colectivo por país</u> ;                                                                                                                     | 2-30           | 32                 | España  | Sí                        |
|                                                    | El <u>balance</u> de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y la seguridad en el trabajo.                                                                           | 403-4          | 32-33              | España  | Sí                        |
|                                                    | Mecanismos y procedimientos con los que cuenta la empresa para promover la implicación de los trabajadores en la gestión de la compañía, en términos de información, consulta y participación. | 3-3            | 32-33              | España  | Sí                        |



| ÁMBITOS                                                                                           | Contenidos                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Estándares GRI | Página del Informe | Alcance | Asunto Material (SI / NO) |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|--------------------|---------|---------------------------|
|                                                                                                   | <b>Formación</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                |                    |         |                           |
|                                                                                                   | Las <u>políticas implementadas</u> en el campo de la formación;                                                                                                                                                                                                                                                      | 3-3            | 34-36              | España  | Sí                        |
|                                                                                                   | La <u>cantidad total de horas</u> de formación por categorías profesionales.                                                                                                                                                                                                                                         | 404-1          | 36                 | España  | Sí                        |
|                                                                                                   | <b>Accesibilidad universal de las personas con discapacidad</b>                                                                                                                                                                                                                                                      | 3-3            | 46                 | España  | Sí                        |
|                                                                                                   | <b>Igualdad</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                |                    |         |                           |
|                                                                                                   | <u>Medidas adoptadas</u> para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres;                                                                                                                                                                                                              | 3-3            | 37-46              | España  | Sí                        |
|                                                                                                   | Planes de igualdad (Capítulo III de la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres), <u>medidas adoptadas para promover el empleo, protocolos contra el acoso sexual y por razón de sexo, la integración y la accesibilidad universal de las personas con discapacidad</u> ; |                | 37-46              | España  | Sí                        |
| La <u>política</u> contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad. | 37-46                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                | España             | Sí      |                           |

| ÁMBITOS                                                                 | Contenidos                                                                                                                                                                                                                                  | Estándares GRI | Página del Informe | Alcance | Asunto Material (SI / NO) |
|-------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|--------------------|---------|---------------------------|
| <b>Derechos humanos</b>                                                 | Aplicación de <u>procedimientos de diligencia debida</u> en materia de derechos humanos<br>Prevención de los riesgos de vulneración de derechos humanos y, en su caso, medidas para mitigar, gestionar y reparar posibles abusos cometidos; | 3-3            | 18-20              | España  | Sí                        |
|                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                             | 2-23           |                    |         |                           |
|                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                             | 2-24           |                    |         |                           |
|                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                             | 2-25           |                    |         |                           |
|                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                             | 2-26           |                    |         |                           |
|                                                                         | <u>Denuncias</u> por casos de vulneración de derechos humanos;                                                                                                                                                                              | 406-1          | 20                 | España  | Sí                        |
|                                                                         | <u>Promoción y cumplimiento</u> de las disposiciones de los <u>convenios fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo</u> relacionadas con el respeto por la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva;  | 407-1          | 19                 | España  | Sí                        |
| La <u>eliminación de la discriminación</u> en el empleo y la ocupación; | 3-3<br>406-1                                                                                                                                                                                                                                | 18-20          | España             | Sí      |                           |
| La <u>eliminación del trabajo forzoso u obligatorio</u> ;               | 409-1                                                                                                                                                                                                                                       | 18-20          | España             | Sí      |                           |





| ÁMBITOS                                                                                                              | Contenidos                                                                                              | Estándares GRI | Página del Informe | Alcance | Asunto Material (SI / NO) |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|--------------------|---------|---------------------------|
|                                                                                                                      | La <u>abolición efectiva del trabajo infantil</u> .                                                     | 408-1          | 18-20              | España  | Sí                        |
| <b>Corrupción y el soborno</b>                                                                                       | <u>Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno</u> ;                                     | 3-3            | 14-16              | España  | Sí                        |
|                                                                                                                      |                                                                                                         | 2-23           |                    |         |                           |
|                                                                                                                      |                                                                                                         | 2-26           |                    |         |                           |
|                                                                                                                      |                                                                                                         | 205-2          |                    |         |                           |
|                                                                                                                      | <u>Medidas para luchar</u> contra el blanqueo de capitales,                                             | 205-2          | 14-16              | España  | Sí                        |
|                                                                                                                      | <u>Aportaciones</u> a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro.                                       | 413-1          | 17                 | España  | Sí                        |
| <b>Sociedad</b>                                                                                                      | <b>Compromisos de la empresa con el desarrollo sostenible</b>                                           |                |                    |         |                           |
|                                                                                                                      | El <u>impacto</u> de la actividad de la sociedad en el <u>empleo</u> y el desarrollo local;             | 3-3            | 73-77              | España  | Sí                        |
|                                                                                                                      |                                                                                                         | 203-1          |                    |         |                           |
|                                                                                                                      |                                                                                                         | 203-2          |                    |         |                           |
|                                                                                                                      |                                                                                                         | 413-1          |                    |         |                           |
|                                                                                                                      | El <u>impacto</u> de la actividad de la sociedad en las <u>poblaciones locales y en el territorio</u> ; | 203-1          | 73-78              | España  | Sí                        |
|                                                                                                                      |                                                                                                         | 203-2          |                    |         |                           |
| 413-1                                                                                                                |                                                                                                         |                |                    |         |                           |
| 413-2                                                                                                                |                                                                                                         |                |                    |         |                           |
| Las <u>relaciones</u> mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos; | 2-29                                                                                                    | 73-78          | España             | Sí      |                           |
| Las acciones de <u>asociación o patrocinio</u> .                                                                     | 2-28                                                                                                    | 74-77          | España             | Sí      |                           |

| ÁMBITOS                                                               | Contenidos                                                                                                                                                                                                                           | Estándares GRI | Página del Informe | Alcance | Asunto Material (SI / NO) |
|-----------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|--------------------|---------|---------------------------|
| <b>Sociedad</b>                                                       | <b>Subcontratación y proveedores</b>                                                                                                                                                                                                 |                |                    |         |                           |
|                                                                       | * La inclusión en la <u>política de compras</u> de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales;<br>* Consideración en las <u>relaciones con proveedores y subcontratistas</u> de su responsabilidad social y ambiental; | 2-6            | 78-83              | España  | Sí                        |
|                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                      | 3-3            |                    |         |                           |
|                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                      | 308-1          |                    |         |                           |
|                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                      | 414-1          |                    |         |                           |
|                                                                       | Sistemas de <u>supervisión y auditorías</u> y resultados de las mismas.                                                                                                                                                              | 3-3            | 80-81              | España  | Sí                        |
|                                                                       | <b>Consumidores</b>                                                                                                                                                                                                                  |                |                    |         |                           |
|                                                                       | Medidas para la salud y la seguridad de los consumidores;                                                                                                                                                                            | 3-3            | 84-87              | España  | Sí                        |
| 416-1                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                      |                |                    |         |                           |
| Sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de las mismas. | 3-3                                                                                                                                                                                                                                  | 87-88          | España             | Sí      |                           |
|                                                                       | 416-2                                                                                                                                                                                                                                |                |                    |         |                           |






| ÁMBITOS | Contenidos                                                               | Estándares GRI | Página del Informe | Alcance | Asunto Material (SI / NO) |
|---------|--------------------------------------------------------------------------|----------------|--------------------|---------|---------------------------|
|         | <b>Información fiscal</b>                                                |                |                    |         |                           |
|         | Beneficios obtenidos país por país<br>Impuestos sobre beneficios pagados | 207-4          | 24                 | España  | Sí                        |
|         | Subvenciones públicas recibidas                                          | 201-4          | 24                 | España  | Sí                        |



## Anexo 2. Compromiso y contribución a los ODS en relación con las áreas de impacto

| OBJETIVO DE DESARROLLO SOSTENIBLE                                                                                                                                                                        | METAS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | ÁREAS DE IMPACTO                                                                                                                                                                                                                                                   |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>ODS 2</b></p>  <p><b>HAMBRE CERO</b><br/>Poner fin al hambre.</p>                                                 | <p><b>META 2.3</b> “Para 2030, poner fin a todas las formas de malnutrición, incluso logrando, a más tardar en 2025, las metas convenidas internacionalmente sobre el retraso del crecimiento y la emaciación de los niños menores de 5 años, y abordar las necesidades de nutrición de las adolescentes, las mujeres embarazadas y lactantes y las personas de edad”</p>                                                                                          | <p>Agricultura Sostenible y Carne de Vacuno</p> <p>Comunidades Agrícolas</p> <p>Apoyo a la Comunidad y Respuestas a Crisis</p> <p>Salud y Bienestar de los Animales</p>                                                                                            |
|                                                                                                                                                                                                          | <p><b>META 2.4</b> “Para 2030, asegurar la sostenibilidad de los sistemas de producción de alimentos y aplicar prácticas agrícolas resilientes que aumenten la productividad y la producción, contribuyan al mantenimiento de los ecosistemas, fortalezcan la capacidad de adaptación al cambio climático, los fenómenos meteorológicos extremos, las sequías, las inundaciones y otros desastres, y mejoren progresivamente la calidad del suelo y la tierra”</p> | <p>Agricultura Sostenible y Carne de Vacuno</p> <p>Comunidades Agrícolas</p> <p>Apoyo a la Comunidad y Respuestas a Crisis</p> <p>Uso Responsable de Antibióticos</p> <p>Salud y Bienestar de los Animales</p> <p>Suministro Responsable Seguridad Alimentaria</p> |
| <p><b>ODS 3</b></p>  <p><b>SALUD Y BIENESTAR</b><br/>Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos.</p> | <p><b>META 3.8</b> “Lograr la cobertura sanitaria universal, en particular la protección contra los riesgos financieros, el acceso a servicios de salud esenciales de calidad y el acceso a medicamentos y vacunas seguros, eficaces, asequibles y de calidad para todos”</p>                                                                                                                                                                                      | <p>Casas Ronald McDonald</p>                                                                                                                                                                                                                                       |
|                                                                                                                                                                                                          | <p><b>META 3.5</b> “Fortalecer la prevención y el tratamiento del abuso de sustancias adictivas, incluido el uso indebido de estupefacientes y el consumo nocivo de alcohol”</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                   | <p>Nutrición y Prácticas de Marketing</p>                                                                                                                                                                                                                          |
| <p><b>ODS 5</b></p>  <p><b>IGUALDAD DE GÉNERO</b></p>                                                                 | <p><b>META 5.1</b> “Poner fin a todas las formas de discriminación contra todas las mujeres y las niñas en todo el mundo”</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | <p>Diversidad, Equidad e Inclusión</p> <p>Entornos de Trabajo Respetuosos</p>                                                                                                                                                                                      |






| OBJETIVO DE DESARROLLO SOSTENIBLE                                                                                                                                                                                                          | METAS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | ÁREAS DE IMPACTO                                                   |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|
| <p><b>IGUALDAD DE GÉNERO</b><br/>Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas.</p>                                                                                                                     | <p><b>META 5.5</b> “Asegurar la participación plena y efectiva de las mujeres y la igualdad de oportunidades de liderazgo a todos los niveles decisorios en la vida política, económica y pública”</p>                                                                                                                                | <p>Mujer se escribe con M de McDonald's</p>                        |
| <p><b>ODS 6</b></p>  <p><b>AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO</b><br/>Garantizar la disponibilidad de agua, su gestión sostenible y el saneamiento para todos.</p> | <p><b>META 6.4</b> “De aquí a 2030, aumentar considerablemente el uso eficiente de los recursos hídricos en todos los sectores y asegurar la sostenibilidad de la extracción y el abastecimiento de agua dulce para hacer frente a la escasez de agua y reducir considerablemente el número de personas que sufren falta de agua”</p> | <p>Gestión Hídrica</p>                                             |
| <p><b>ODS 7</b></p>  <p><b>ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE</b><br/>Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna.</p>  | <p><b>META 7.2</b> “De aquí a 2030, aumentar considerablemente la proporción de energía renovable en el conjunto de fuentes energéticas”</p> <p><b>META 7.3</b> “De aquí a 2030, duplicar la tasa mundial de mejora de la eficiencia energética”</p>                                                                                  | <p>Acción por el Clima</p>                                         |
| <p><b>ODS 8</b></p>                                                                                                                                     | <p><b>META 8.5</b> “De aquí a 2030, lograr el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todas las mujeres y los hombres, incluidos los jóvenes y las personas con discapacidad, así como la igualdad de remuneración por trabajo de igual valor”</p>                                                                        | <p>Comunidades Agrícolas</p>                                       |
|                                                                                                                                                                                                                                            | <p><b>META 8.6</b> “De aquí a 2030, reducir considerablemente la proporción de jóvenes que no están empleados y no cursan estudios ni reciben capacitación”</p>                                                                                                                                                                       | <p>Habilidades y Educación<br/>Diversidad, Equidad e Inclusión</p> |





| OBJETIVO DE DESARROLLO SOSTENIBLE                                                                                                                                                                                                              | METAS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | ÁREAS DE IMPACTO                                                                                                           |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO</b></p> <p>Promover el crecimiento económico inclusivo y sostenible, el empleo y el trabajo decente para todos</p>                                                                               | <p><b>META 8.7</b> “Adoptar medidas inmediatas y eficaces para erradicar el trabajo forzoso, poner fin a las formas contemporáneas de esclavitud y la trata de personas y asegurar la prohibición y eliminación de las peores formas de trabajo infantil, incluidos el reclutamiento y la utilización de niños soldados, y, de aquí a 2025, poner fin al trabajo infantil en todas sus formas”</p> | <p>Derechos Humanos en la Cadena de Suministro</p> <p>Entornos de Trabajo Respetuosos</p>                                  |
|                                                                                                                                                                                                                                                | <p><b>META 8.8</b> “Proteger los derechos laborales y promover un entorno de trabajo seguro y sin riesgos para todos los trabajadores, incluidos los trabajadores migrantes, en particular las mujeres migrantes y las personas con empleos precarios”</p>                                                                                                                                         | <p>Derechos Humanos en la Cadena de Suministro</p> <p>Seguridad de las Personas</p> <p>Entornos de Trabajo Respetuosos</p> |
| <p><b>ODS 10</b></p>  <p><b>REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES</b></p> <p>Reducir la desigualdad en y entre los países</p>                                       | <p><b>META 10.3</b> “Garantizar la igualdad de oportunidades y reducir la desigualdad de resultados, incluso eliminando las leyes, políticas y prácticas discriminatorias y promoviendo legislaciones, políticas y medidas adecuadas a ese respecto”</p>                                                                                                                                           | <p>Mujer se escribe con M de McDonald's</p>                                                                                |
| <p><b>ODS 11</b></p>  <p><b>CIUDAD Y COMUNIDADES SOSTENIBLES</b></p> <p>Lograr que las ciudades sean más inclusivas, seguras, resilientes y sostenibles</p> | <p><b>META 11.6</b> “De aquí a 2030, reducir el impacto ambiental negativo per cápita de las ciudades, incluso prestando especial atención a la calidad del aire y la gestión de los desechos municipales y de otro tipo”</p>                                                                                                                                                                      | <p>Desperdicio Alimentario y Donaciones</p>                                                                                |




| OBJETIVO DE DESARROLLO SOSTENIBLE                                                                                                                                                                                       | METAS                                                                                                                                                                                                                                                                                             | ÁREAS DE IMPACTO                                                                                                                                             |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>ODS 12</b></p>  <p><b>PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES</b><br/>Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles</p>   | <p><b>META 12.2</b> “De aquí a 2030, lograr la gestión sostenible y el uso eficiente de los recursos naturales”</p>                                                                                                                                                                               | <p>Agricultura Sostenible y Carne de Vacuno</p> <p>Comunidades Agrícolas</p> <p>Uso Responsable de Antibióticos</p> <p>Salud y Bienestar de los Animales</p> |
|                                                                                                                                                                                                                         | <p><b>META 12.3</b> “De aquí a 2030, reducir a la mitad el desperdicio de alimentos per cápita mundial en la venta al por menor y a nivel de los consumidores y reducir las pérdidas de alimentos en las cadenas de producción y suministro, incluidas las pérdidas posteriores a la cosecha”</p> | <p>Desperdicio Alimentario y Donaciones</p>                                                                                                                  |
|                                                                                                                                                                                                                         | <p><b>META 12.5</b> “De aquí a 2030, reducir considerablemente la generación de desechos mediante actividades de prevención, reducción, reciclado y reutilización”</p>                                                                                                                            | <p>Envases y residuos</p> <p>Desperdicio Alimentario y Donaciones</p>                                                                                        |
|                                                                                                                                                                                                                         | <p><b>META 12.6</b> “Alentar a las empresas, en especial las grandes empresas y las empresas transnacionales, a que adopten prácticas sostenibles e incorporen información sobre la sostenibilidad en su ciclo de presentación de informes”</p>                                                   | <p>Suministro Responsable</p>                                                                                                                                |
| <p><b>ODS 13</b></p>  <p><b>ACCIÓN POR EL CLIMA</b><br/>Adoptar medidas urgentes para combatir el Cambio Climático y sus efectos</p> | <p><b>META 13.2</b> “Incorporar medidas relativas al cambio climático en las políticas, estrategias y planes nacionales”</p>                                                                                                                                                                      | <p>Agricultura Sostenible y Carne de Vacuno</p> <p>Acción por el Clima</p> <p>Conservación de Bosques</p>                                                    |
| <p><b>ODS 14</b></p>  <p><b>VIDA SUBMARINA</b></p>                                                                                   | <p><b>META 14.1</b> “De aquí a 2025, prevenir y reducir significativamente la contaminación marina de todo tipo, en particular la producida por actividades realizadas en tierra, incluidos los detritos marinos y la polución por nutrientes”</p>                                                | <p>Gestión Hídrica</p> <p>Envases y residuos</p>                                                                                                             |



| OBJETIVO DE DESARROLLO SOSTENIBLE                                                                                                                                                                                                                                                                                      | METAS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | ÁREAS DE IMPACTO                                                                                                                                     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>VIDA SUBMARINA</b><br/>Conservar y utilizar sosteniblemente los océanos, los mares y los recursos marinos</p>                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                      |
| <p><b>ODS 15</b></p>  <p><b>VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES</b><br/>Gestionar sosteniblemente los bosques, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras, detener la pérdida de biodiversidad</p> | <p><b>META 15.1</b> “Para 2030, velar por la conservación, el restablecimiento y el uso sostenible de los ecosistemas terrestres y los ecosistemas interiores de agua dulce y los servicios que proporcionan, en particular los bosques, los humedales, las montañas y las zonas áridas, en consonancia con las obligaciones contraídas en virtud de acuerdos internacionales”</p> <p><b>META 15.2</b> “Para 2030, promover la gestión sostenible de todos los tipos de bosques, poner fin a la deforestación, recuperar los bosques degradados e incrementar la forestación y la reforestación a nivel mundial”</p> <p><b>META 15.5</b> “Adoptar medidas urgentes y significativas para reducir la degradación de los hábitats naturales, detener la pérdida de la diversidad biológica y, para 2030, proteger las especies amenazadas y evitar su extinción”</p> | <p>Agricultura Sostenible y Carne de Vacuno</p> <p>Conservación de Bosques</p> <p>Comunidades Agrícolas</p> <p>Salud y Bienestar de los Animales</p> |
| <p><b>ODS 16</b></p>  <p><b>PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS</b><br/>Promover sociedades justas, pacíficas e inclusivas</p>                                                                                                    | <p><b>META 16.5</b> “Reducir considerablemente la corrupción y el soborno en todas sus formas”</p> <p><b>META 16.6</b> “Crear a todos los niveles instituciones eficaces y transparentes que rindan cuentas”</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | <p>Derechos Humanos en la Cadena de Suministro</p>                                                                                                   |





| OBJETIVO DE DESARROLLO SOSTENIBLE                                                                                                                                                                                        | METAS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | ÁREAS DE IMPACTO                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>ODS 17</b></p>  <p><b>ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS</b><br/>Revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible</p> | <p><b>META 17.16</b> “Mejorar la cooperación regional e internacional Norte-Sur, Sur-Sur y triangular en materia de ciencia, tecnología e innovación y el acceso a estas, y aumentar el intercambio de conocimientos en condiciones mutuamente convenidas, incluso mejorando la coordinación entre los mecanismos existentes, en particular a nivel de las Naciones Unidas, y mediante un mecanismo mundial de facilitación de la tecnología”</p> | <p>Derechos Humanos en la Cadena de Suministro</p> <p>Entornos de Trabajo Respetuosos</p> <p>Agricultura Sostenible y Carne de Vacuno</p> <p>Acción por el Clima</p> <p>Envases y residuos</p> <p>Desperdicio Alimentario y Donaciones</p> <p>Conservación de Bosques</p> <p>Comunidades Agrícolas</p> <p>Uso Responsable de Antibióticos</p> <p>Salud y Bienestar de los Animales</p> |
|                                                                                                                                                                                                                          | <p><b>META 17.17</b> “Promover el desarrollo de tecnologías ecológicamente racionales y su transferencia, divulgación y difusión a los países en desarrollo en condiciones favorables, incluso en condiciones concesionarias y preferenciales, según lo convenido de mutuo acuerdo”</p>                                                                                                                                                           | <p>Diversidad, Equidad e Inclusión</p> <p>Gestión Hídrica</p> <p>Agricultura Sostenible y Carne de Vacuno</p> <p>Comunidades Agrícolas</p> <p>Apoyo a la Comunidad y Respuestas a Crisis</p> <p>Casas Ronald McDonald</p> <p>Salud y Bienestar de los Animales</p>                                                                                                                     |



***Anexo 3. Verificación externa del estado de información no financiera***