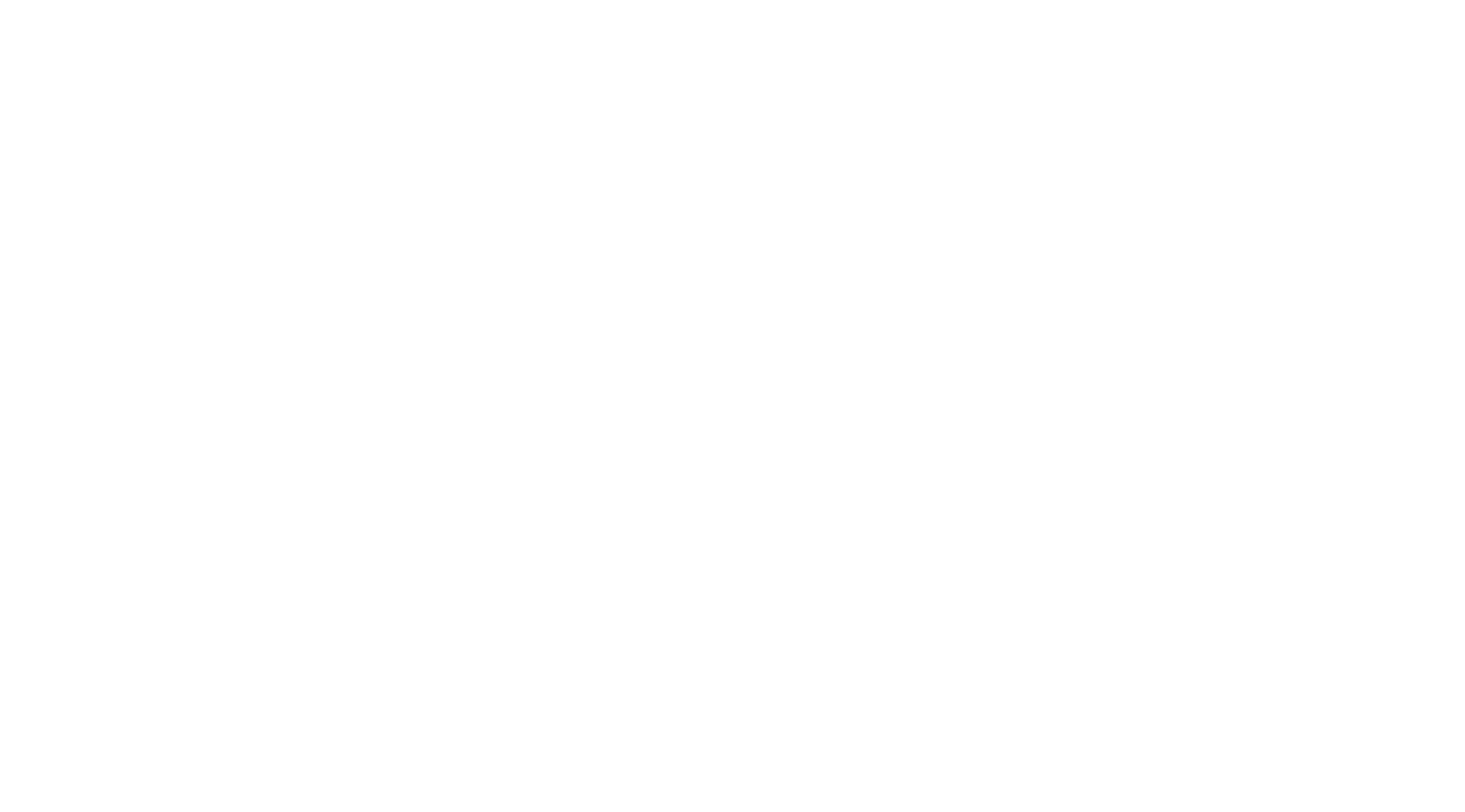


# Creecer para impactar en positivo

**Nuestro compromiso con el planeta,  
la sociedad y la economía**

# 2024





# Índice

<b>01</b>	<b>Carta del Presidente</b>	<b>05</b>
<b>02</b>	<b>McDonald's en números</b>	<b>06</b>
<b>03</b>	<b>Compromiso con la calidad</b>	<b>07</b>
<b>04</b>	<b>Compromiso con el crecimiento sostenible y responsable</b>	<b>09</b>
	Impacto medioambiental	10
	Impacto social	14
	Impacto económico	18

**hola**



# Carta de Luis Quintiliano

Las empresas debemos atender a los compromisos con el planeta, la sociedad, y el crecimiento económico con hechos y acciones. Es un reto y una necesidad tan relevante como urgente, que nos exigen los consumidores y que solo podemos alcanzar con la unidad de todos los actores sociales y económicos implicados. Y para ello, actuar en consecuencia y con determinación es más necesario que nunca para hacerlo posible.

Soy consciente de ello y estoy convencido de que las empresas debemos ser agentes activos del cambio positivo para la sociedad y el planeta. En este sentido, nuestra adhesión al Pacto Mundial de la ONU España refleja nuestro compromiso por la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible recogidos en la Agenda 2030.

En McDonald's defendemos que nuestra actividad debe ser sostenible y responsable, y que debemos ser un agente importante de cambio y crecimiento para las comunidades en las que operamos. Por ello seguimos trabajando para generar un impacto positivo a través de nuestro liderazgo, apoyando firmemente nuestra economía, la generación de empleo y el origen local. También somos conscientes del importante rol que tenemos para conseguir la transformación de todo aquello que nos hace mejores como sociedad, promoviendo valores como la igualdad, la diversidad y la inclusión.

Nuestra compañía lleva más de cuatro décadas en España practicando un negocio que aporta valor a nuestro país junto a nuestros franquiciados, proveedores, empleados y consumidores. Con ellos hacemos posible nuestro propósito: impulsar el crecimiento de las comunidades en las que estamos presentes. Este informe del que me siento especialmente orgulloso muestra todo lo que somos y lo que hacemos para crecer e impactar en positivo.

**Luis Quintiliano**

# McDonald's® en números

Somos la compañía líder del sector de la restauración organizada en el mundo

## En el mundo

**40.000**  
restaurantes en  
**+ 115** países



**2** millones de  
empleados/as  
repartidos entre restaurantes  
propios y franquicias

**63** millones  
de **clientes al día**



## En España



Desde **1981**

**+ 600**  
restaurantes

**+ 120**  
franquiciados/as

**+ 620.000**  
clientes al día  
**40** millones  
de clientes al año



**70%**  
de nuestra **cesta**  
de la compra es de  
origen local

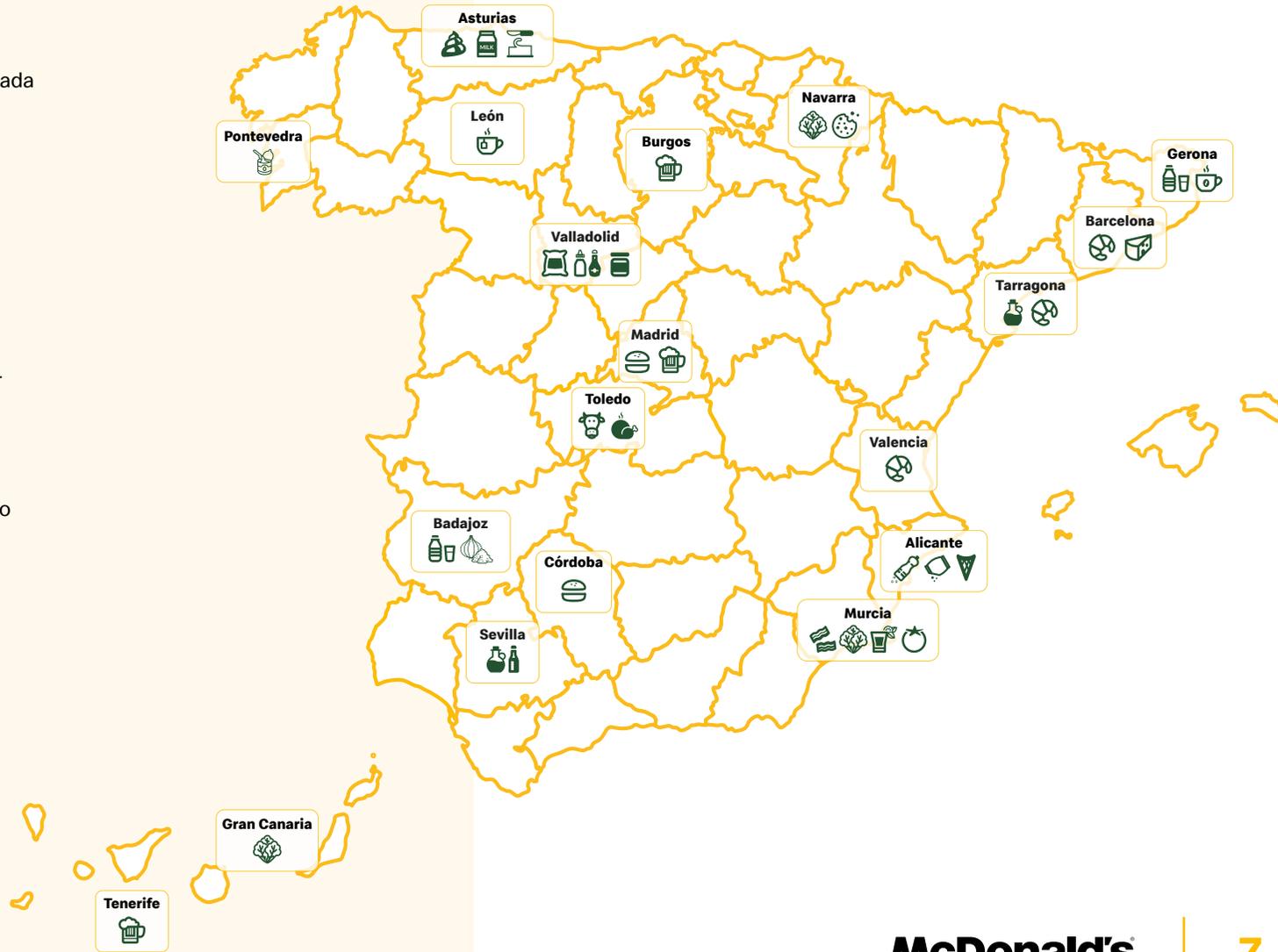


**+ 26.000**  
puestos de trabajo  
directos  
y **60.000**  
indirectos

# 03 Compromiso con la calidad

Más del 70% de nuestra cesta de la compra es de origen local

- |  |  |
|--|--|
|  Aceite de girasol    |  Leche            |
|  Aceite/Vinagre       |  Leche condensada |
|  Agua mineral         |  Mantequilla      |
|  Azúcar               |  Mermeladas       |
|  Bacon                |  Nescafé          |
|  Base de Helado       |  Pan              |
|  Bollería             |  Pimienta         |
|  Botellas de Lipton   |  Queso            |
|  Carne de pollo       |  Sal y sazónador  |
|  Carne de vacuno      |  Salsas           |
|  Cebolla deshidratada |  Té e infusiones  |
|  Cerveza              |  Topping de Oreo  |
|  Galleta del helado  |  Vegetales       |
|  Gazpacho           |  |



**Nuestra carne de vacuno proviene de +14.000 ganaderías españolas que cumplen con altos estándares de bienestar animal y respeto ambiental**

## Proyecto Big Good

Para apoyar a los agricultores y ganaderos afectados por la crisis de la Covid-19 lanzamos la hamburguesa Big Good. Así nace el **Proyecto Big Good** para apoyar al campo español.

Surgen de esta forma iniciativas como **+Campo** para contribuir a que el sector agrario español sea más sostenible, competitivo e igualitario con la presentación del primer **Libro Blanco “Primero el sector primario”**. O **“La hamburguesa que no pudo ser”** para ayudar a ganaderos y agricultores impactados por los incendios del verano de 2022.

**“El pedido más esperado”** es un ejemplo más de este compromiso. Un pedido que se empezó a cultivar en el momento de pedirlo y que nos ha permitido compartir durante ese tiempo, el esfuerzo y la dedicación que conlleva producir los ingredientes con la calidad que ofrecemos.

## Seguridad alimentaria y calidad nutricional



Avanzamos hacia la **eliminación de aromas artificiales y colorantes, reduciendo la presencia de sal y grasas saturadas y favoreciendo el consumo de verduras frescas, frutas y agua**. Nuestro compromiso es especialmente importante en lo que respecta a los aportes nutricionales de nuestro Happy Meal® y ponemos la información a disposición de las familias en nuestros canales de comunicación y la **aplicación móvil**.

Nos adherimos al “Plan de colaboración para la mejora de la composición de los alimentos y bebidas y otras medidas 2020” de la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AECOSAN).



# **Compromiso con el crecimiento sostenible y responsable**

- **Impacto medioambiental**
- **Impacto social**
- **Impacto económico**

04

# Impacto medioambiental



Cuidamos el medioambiente a través de **nuestra estrategia Happy Change** centrada en energía y movilidad eléctrica, reciclaje y envases.

Nos hemos propuesto alcanzar la neutralidad climática en **2050**



## Energías renovables

**95%** de restaurantes, Casas Ronald McDonald y oficinas utilizan **energía renovable**

Puesta en marcha de **paneles solares** fotovoltaicos



## Movilidad eléctrica

**+ 150** restaurantes con **puntos de recarga para vehículos eléctricos**

En **38** de las **50** provincias españolas

**Tiempo medio de recarga del 80%** de la batería: **30 minutos**



## Restaurantes más inteligentes y sostenibles

### **Diseño eficiente**

en cocina, iluminación y climatización

### **Menor consumo**

**eléctrico** con freidoras, tostadores y planchas inteligentes

Nuevos restaurantes

con **iluminación LED**

en marquesinas, terrazas y farolas



## Envases y reciclaje

Compromiso de alcanzar **100%** de envases de fuentes renovables, recicladas o certificadas y **100%** de **envases reciclados**

Que cada juguete de nuestro **Happy Meal** esté creado únicamente con **materiales renovables, reciclados o certificados**



**+ 90%** de nuestros envases provienen de **orígenes renovables, reciclados o certificados**

**+ 800** toneladas de plástico eliminadas

Formamos parte de **Ecoembes** desde **1998**

El **95%** de nuestros restaurantes ya cuentan con **papeleras de separación** de residuos en los salones. Fuimos la primera cadena de restaurantes en el país en instalarlas. Nuevo contenedor para líquidos

**1.000** horas de formación ambiental



## Logística inteligente

Convertimos, a través de gestores autorizados, el **aceite usado en biodiesel**

El **30%** de restaurantes con McAuto reciclan el embalaje de cartón que consumen a través de **logística inversa** (con la colaboración de Havi Logistics)



## Desperdicio de alimentos

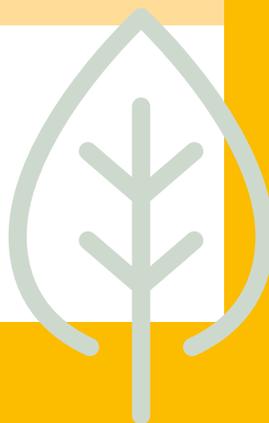
Contamos con herramientas de apoyo a los restaurantes que evitan la **preparación innecesaria de productos**

Café certificado por **Rain Forest Alliance** desde **2017**



## No a la deforestación

Trabajamos para eliminar la deforestación de la cadena de suministro para **2030**



## Pescado sostenible



# Impacto social

## 01

### Fundación Infantil Ronald McDonald

La Fundación Infantil Ronald McDonald brinda apoyo a familias con niños en tratamientos médicos prolongados mediante **Casas y Salas Familiares**, proporcionándoles un hogar fuera del hogar.

Cada año celebramos el **McHappy Day**, una jornada solidaria donde el 100% de la recaudación de las ventas de nuestras Big Mac y de los peluches solidarios se destinan a apoyar la labor de la Fundación Infantil Ronald McDonald España.

## 02

### + por las familias: Happy Meal Readers

Tenemos un claro compromiso con las familias. Bajo esta premisa nace Happy Meal Readers para promover la lectura en los más pequeños. Desde su lanzamiento en 2019:

**9,8 millones de libros** repartidos en España

Hemos adaptado algunas obras en formato audiolibro



**5 Casas Ronald McDonald de España**

**4 Salas Familiares Ronald McDonald**

**+ 15.000 familias beneficiadas**

**Casi 6.000 niños atendidos desde el 2002**

**180 voluntarios**

**Servicio las 24 horas del día, 365 días del año**

**1 millón de € de nuestras ventas aportados a la Fundación**

**Casi 600.000 € donados por nuestros clientes**

# 03

## Plan de Igualdad



Contamos con un **Plan de Igualdad** con **más de 35 medidas** para cumplir con nuestro compromiso con la diversidad, equidad e inclusión.



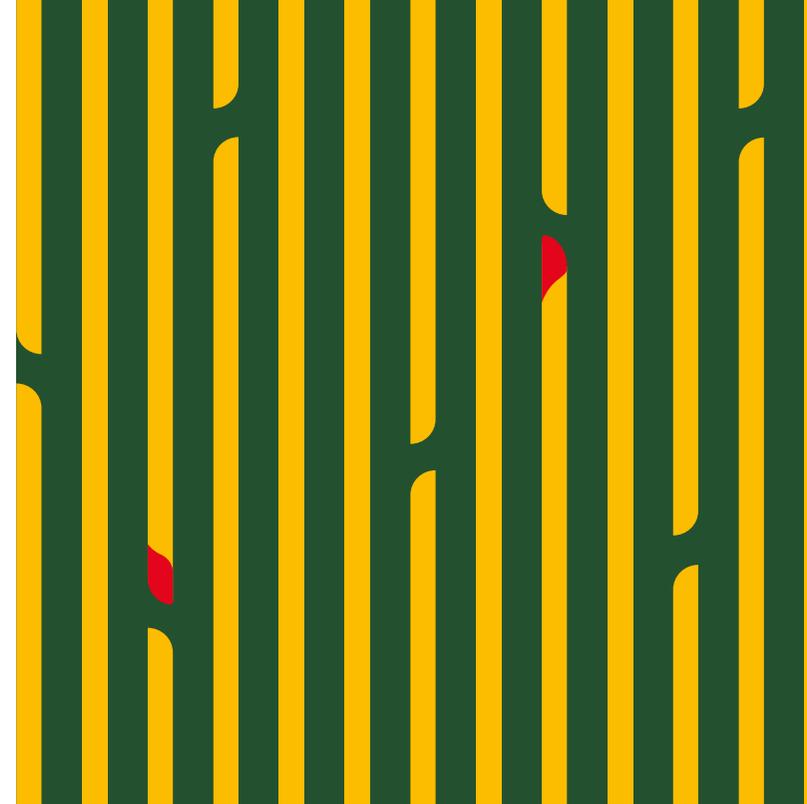
El Plan ha sido distinguido con **la certificación AENOR del Sistema de Gestión de Igualdad de Género (SGIG)**, lo que nos convierte en la primera empresa de restauración en España en obtenerla.

**Protocolo para la gestión de la diversidad sexual y reasignación de género**

Pionero en España y el mundo.

**Protocolo para la gestión de mujeres víctimas de violencia de género**

La **brecha salarial** se sitúa en un 4%, superando los requisitos de la Directiva Europea que exigirá en 2026 una brecha igual o inferior al 5%. La compañía en España ha liderado con el ejemplo el **proyecto global Gender Pay Equity**, siendo un país de referencia para el sistema McDonald's.



## “Hoy el campo tiene voz de mujer”

Comprometidos con el apoyo al campo español, en el marco del Día Internacional de la Mujer de 2023 quisimos dar visibilidad y llevar la voz de la mujer rural a la ciudad con historias de trabajadoras vinculadas al sector primario y proveedoras que compartieron su orgullo de trabajar por y para el campo con el lema “Hoy el campo tiene voz de mujer”.

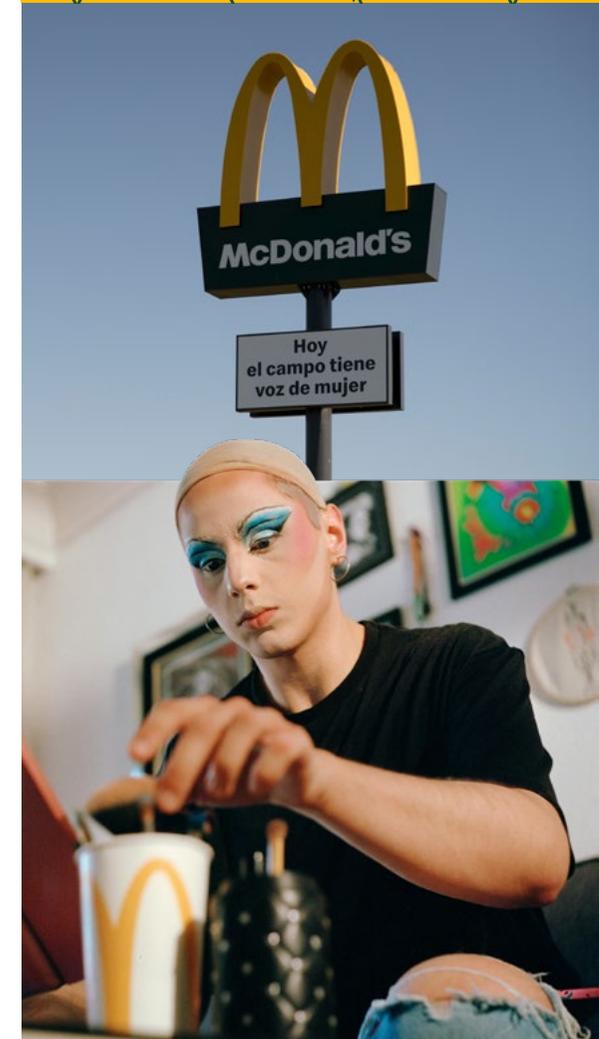
Para comunicar este mensaje rediseñamos uno de nuestros tótems ubicado en la finca El Campete (Extremadura), de donde obtenemos carne para nuestras hamburguesas, cambiando nuestra conocida frase “Todo tiene un origen” por “Hoy el campo tiene voz de mujer”. De esta forma mostramos el punto de partida desde donde iniciamos nuestro compromiso con la igualdad y ponemos en valor el talento femenino.

## “Celebrate tal y como eres”

Nuestra compañía es un espacio seguro donde todos pueden sentirse y mostrarse tal y como son.

En el marco de una nueva campaña de apoyo al Orgullo fuimos la primera empresa del sector restauración en adherirse a la Red Empresarial por la Diversidad e Inclusión LGBTI (REDI). Hacemos público este compromiso año tras año para reivindicar a McDonald's como un espacio seguro y para promover la autenticidad de las personas.

“Celebrate tal y como eres” fue una exposición fotográfica en colaboración con PHotoEspaña protagonizada por empleados y empleadas de nuestra compañía miembros del colectivo LGTBIQ+.



## “Más mujeres. Más McDonald’s”

Nuestra plataforma para apoyar el emprendimiento y liderazgo femenino y captar nuevas franquiciadas. Mostramos nuestro firme compromiso con la diversidad, la equidad y la inclusión, y respondemos así a uno de los desafíos del sistema franquiciador: apostar por el talento femenino.

## “Hecho en igualdad”

Hemos lanzado “**Hecho en igualdad**”, el primer sello que certifica que nuestros productos están elaborados en un entorno de trabajo diverso, igualitario e inclusivo. Una muestra más de nuestro compromiso con la igualdad de género y que, en el marco del Día Internacional de la Mujer, incorporamos a los envases de nuestras hamburguesas y bolsas de McDelivery en más de 600 restaurantes por toda España.

El sello incluía un código QR que dirigía al site de campaña [www.mcdonaldshechoenigualdad.es](http://www.mcdonaldshechoenigualdad.es) para conocer en detalle nuestro compromiso con la igualdad.



# Impacto económico

## 01

### Apoyo a la economía española

Apoyamos la economía española a través del negocio de más de **600 restaurantes en nuestro país** y mediante la creación de **más de 26.000 puestos de trabajo directos y 60.000 indirectos**. Somos una de las principales marcas empleadoras del país.

Los franquiciados en España forman uno de nuestros pilares estratégicos: actualmente contamos con más de 600 restaurantes, de los cuales el **95% están operados por franquiciados**, todos ellos empresarios y empresarias con un marcado compromiso con la sostenibilidad económica, social y medioambiental.



# 02

## Creación de empleo

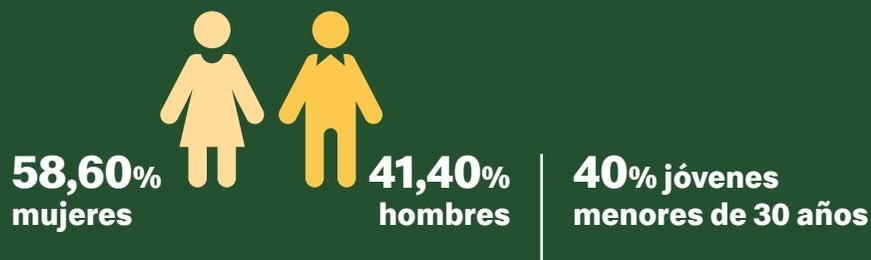


Somos una de las **principales marcas empleadoras del país**. En los últimos años hemos triplicado el ritmo de aperturas de restaurantes y, con ello, hemos triplicado la creación de puestos de trabajo. Actualmente generamos **más de 26.000 empleos directos y 60.000 indirectos**.

### Composición de nuestro equipo (oficinas y restaurantes propios):

Nuestra plantilla cuenta con un alto porcentaje de personas jóvenes y mujeres, que nos eligen por **nuestra flexibilidad laboral y oportunidades de desarrollo profesional**.

### En nuestras oficinas y restaurantes propios:



### Dirección y gerencia:



