

Estado de Información No Financiera Consolidado

2019



***MAPEL SPAIN 2012 S.L. y
sociedades dependientes***



Índice de contenidos

1. Sobre la compañía	2
1.1 Organización y estructura de la Compañía	2
1.2 Perfil de la Compañía	3
1.4 Entorno de mercado y tendencias sectoriales	5
1.5 Modelo de negocio y estrategia	7
1.6 Políticas	8
2. Gestión ética e integridad y cumplimiento normativo	9
2.1 Lucha contra la corrupción y el soborno	9
2.2 Respeto a los Derechos Humanos	12
3. Gestión de riesgos no financieros	15
4. Gestión económica y transparencia fiscal	17
5. Gestión de Recursos Humanos	18
5.1 Enfoque de gestión	18
5.2 Perfil de la plantilla	28
5.3 Remuneración	31
6. Gestión medioambiental	33
6.1 Uso sostenible de los recursos	35
Consumo energético y medidas de reducción	35
Consumo de agua y medidas de reducción	37
Consumo de materias primas	38
6.2 Lucha contra el cambio climático	39
6.3 Contaminación atmosférica	40
6.4 Contaminación acústica y lumínica	40
6.5 Economía circular y prevención y gestión de los residuos	41
6.6 Protección de la biodiversidad	43
7. Compromiso social	44
7.1 Compromiso con el desarrollo sostenible	44
7.2 Diálogo con los grupos de interés	46
7.3 Gestión de la cadena de suministro	47
7.4 Gestión responsable del cliente/ consumidor	50
Anexo 1. Alcance y metodología utilizada en el desarrollo de este informe	54
Anexo 2. Hechos posteriores sobre las circunstancias acaecidas por causa del COVID-19	63
Anexo 3. Verificación externa del estado de información no financiera	66



1. Sobre la compañía

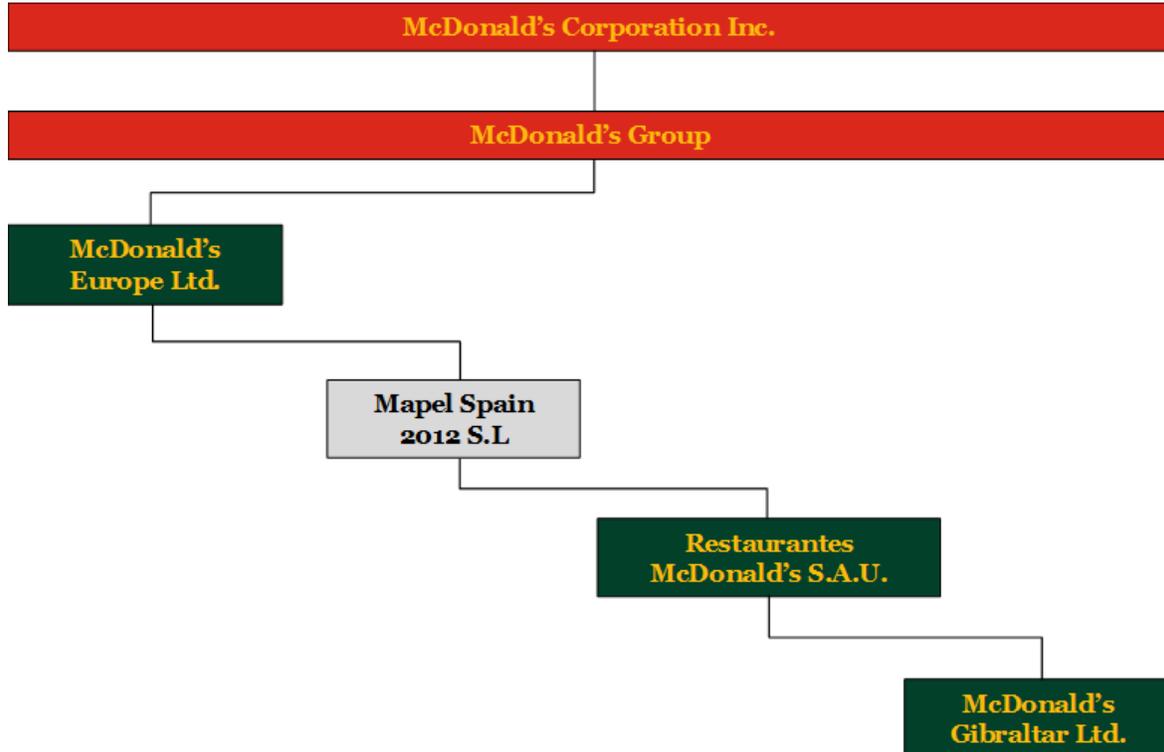
1.1 Organización y estructura de la Compañía

Mapel Spain 2012 S.L. es la sociedad que consolida 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.

Mapel Spain 2012 S.L. es una empresa *holding* que tiene por objeto social la compraventa de terrenos, bienes muebles e inmuebles y licencias u otros tipos de derecho de propiedad intelectual o industrial que facilitan la administración de establecimientos de alimentación. Mapel Spain 2012 S.L. tiene por única subsidiaria a Restaurantes McDonald's S.A.U (en adelante, "la Compañía" o "McDonald's España"), 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:



La actividad de McDonald's España representa la mayor parte del negocio del consolidado de MAPEL SPAIN 2012 S.L. y sociedades dependientes, por lo que el presente Estado de Información No Financiera se centra en presentar datos sobre la gestión y el rendimiento de la Compañía en materia no financiera durante el último ejercicio.



1.2 Perfil de la Compañía

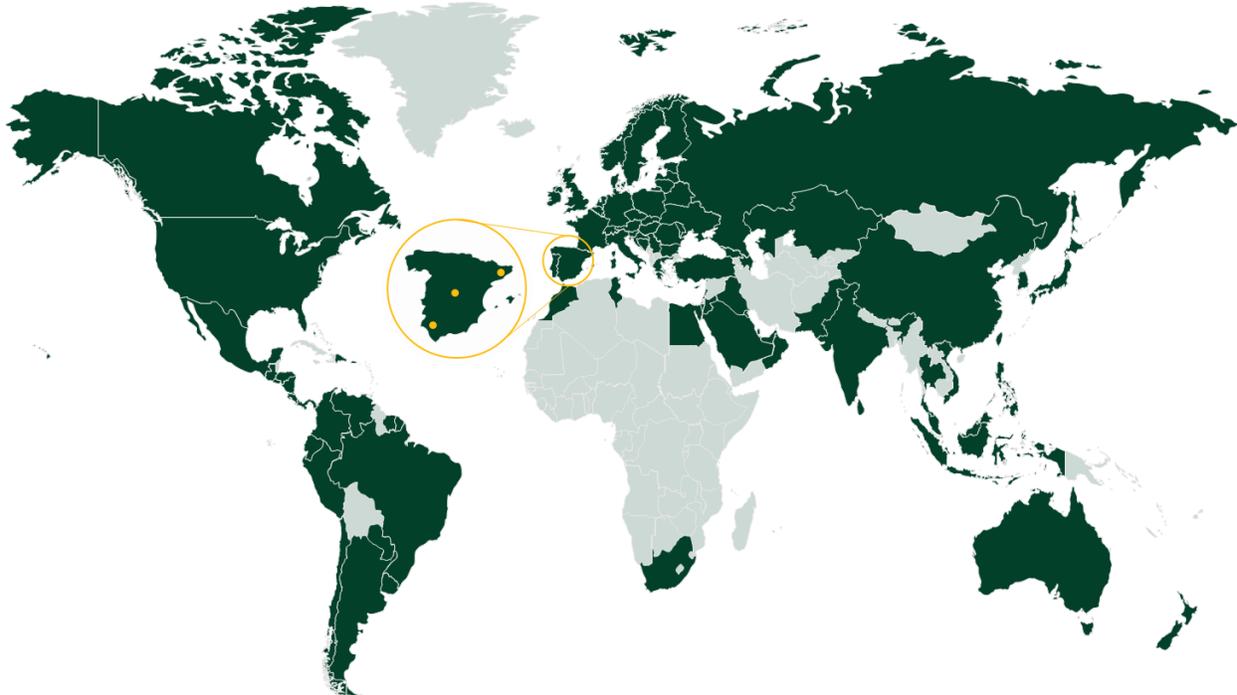
McDonald's es la compañía líder del sector de restauración de servicio rápido en todo el mundo, con más de 38.000 restaurantes en más de cien países de los cinco continentes. Cuenta con alrededor de 205.000 empleados dando servicio a más de 65 millones de personas cada día a través de la venta de productos alimenticios como hamburguesas, patatas fritas, refrescos, ensaladas o postres.

En España, la venta de estos productos representa alrededor del 50% de los ingresos, atribuyéndose el porcentaje restante a cuotas cobradas a restaurantes explotados en régimen de franquicia. Asimismo, la empresa tiene una fuerte actividad inmobiliaria, principalmente dedicada a construir y remodelar locales.

A pesar de que la Compañía tiene su origen en Estados Unidos, ha mantenido un firme compromiso con el mercado español, demostrado mediante la apertura de nuevos restaurantes que ha resultado en el establecimiento de 527 restaurantes a finales de 2019 (por 515 en 2018) repartidos por todo el territorio nacional, Andorra y Gibraltar.

De estos, 478 restaurantes son franquiciados y 49 restaurantes (los denominados *McOpCo* o "*McDonald's Operating 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, Barcelona y 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 en España de más de 20.000 empleados a finales de 2019, entre restaurantes *McOpCo* y en régimen de franquicia), un impulso de la economía mediante la apuesta por la contratación de proveedores locales (alrededor del 75% 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 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 Misión, visión y valores

La misión, visión y 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 cuatro principios básicos corporativos que caracterizan su filosofía empresarial:



Estos cuatro principios se traducen 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 los empleados o en la forma de contribuir a las comunidades en las que opera.

En McDonald's España se comparten estos valores corporativos, que son aceptados y respetados por todos los empleados, y que se definen como se detalla a continuación:

La experiencia de nuestros clientes

Es el centro de todo lo que hacemos. Ellos son la razón de nuestra existencia. Les mostramos nuestro aprecio ofreciéndoles productos de alta calidad, con el mejor servicio, en un ambiente limpio y agradable y a un precio asequible.

Creemos en el sistema McDonald's

El modelo empresarial caracterizado como el taburete de las tres patas, integrado por franquiciados, proveedores y empleados, es nuestro cimiento, por lo que resulta crucial el equilibrio de intereses entre estos tres grupos.

Devolvemos a la comunidad lo que nos ha dado

Nos tomamos en serio las responsabilidades que conlleva el liderazgo. Por eso, ayudamos a nuestros clientes a crear mejores comunidades, prestamos apoyo a instituciones benéficas como la Fundación Infantil Ronald McDonald y aprovechamos nuestro tamaño, alcance y recursos para ayudar a que el mundo sea un lugar mejor para todos.

Nos esforzamos en mejorar de forma continua

Creemos en la evolución e innovación constantes. Somos una organización en continuo aprendizaje, con el fin de prever y responder a las necesidades cambiantes de clientes, empleados y de nuestro Sistema.

Gestionamos nuestro negocio de forma ética

La integridad ética es esencial para el negocio. En McDonald's España aplicamos, tanto a nosotros mismos como a nuestro negocio, altos estándares de imparcialidad, honestidad e integridad. Asumimos nuestra responsabilidad tanto a nivel individual como colectivamente.

Trabajamos por la rentabilidad de nuestro negocio

McDonald's Corporation, empresa propietaria de Mapel Spain 2012 S.L y Restaurantes McDonald's S.A.U, es una compañía que cotiza en Bolsa. Es por ello que nos esforzamos para proporcionar un crecimiento sostenido a nuestros accionistas, lo que exige una atención continua a nuestros clientes y a la vitalidad de nuestro Sistema.

Nuestro compromiso con las personas

Ofrecemos oportunidades, fomentamos el talento, desarrollamos líderes y recompensamos la consecución de objetivos. Creemos que un equipo de personas bien formadas, con trayectorias profesionales y experiencias diversas, trabajando juntos en un ambiente de respeto y que estimule altos niveles de compromiso, resulta esencial para nuestro éxito continuo.



1.4 Entorno de mercado y tendencias sectoriales

Entorno global

Para contextualizar el desempeño de la Compañía en el ejercicio 2019 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 incertidumbre en la política comercial mundial provocó la inestabilidad del crecimiento económico global de 2019, causando de este modo un descenso global del crecimiento del PIB, del 3,7% al 2,9% en un año.

Entorno *Informal Eating Out*

El mercado *Informal Eating Out (IEO)*, en el cual se encuadra 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*.

En este mercado se ha visto un aumento del 47% en los últimos años del número total de locales pertenecientes a compañías *Quick Service Restaurant*, con las subcategorías *Burger*, *Pizza* y *Tapas* acaparando gran parte de este porcentaje, aspecto que además ha impulsado el aumento de los ingresos de este segmento hasta alcanzar la cifra de 13.000 millones de euros.

Según los datos de Euromonitor International, el segmento mundial de la IEO estaba compuesto por aproximadamente 9 millones de puntos de venta y generó 1,2 billones de dólares en ventas anuales en 2018, el año más reciente del que se dispone de datos. El negocio de restaurantes de McDonald's en 2018 representó el 0,4% de esos puntos de venta y el 8,2% de las ventas.

El mismo estudio también compara a McDonald's con toda la industria de la restauración, incluyendo el segmento IEO definido anteriormente y el resto de restaurantes. Según datos de Euromonitor International, la industria de la restauración se componía de aproximadamente 20 millones de puntos de venta y generaba 2,7 billones de dólares en ventas anuales en 2018. McDonald's representó el 0,2% de esos puntos de venta y el 3,6% de las ventas.

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 44% de los consumidores estaría dispuesto a pagar más si las marcas les ofrecieran experiencias únicas.

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. 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.

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 datos del Estudio Kantar Worldpanel en el que se tienen en cuenta los datos del año 2017 y el primer cuatrimestre de 2018, 1 de cada 3 personas realizó algún tipo de pedido de comida a domicilio durante los primeros cuatro meses del año, y la tendencia sigue en aumento.

Esta situación está dando lugar a un nuevo modelo de negocio, plantándole cara a los estándares clásicos de la restauración.

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.

Los ingresos obtenidos a través de esta vía se encuentran al alza, promovidos por la consolidación de determinadas plataformas de servicios *delivery* que los *Quick Service Restaurant* utilizan para externalizar esta prestación, lo cual permite a la Compañía estar a la altura de su competencia directa en términos de ingresos totales, a pesar de un menor ritmo de apertura de nuevos establecimientos.



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 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 Empleados**
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 Franquiciados**
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.

Adicionalmente, la estrategia de la Compañía se mantiene en constante cambio según las características de su entorno y se basa actualmente en el plan "Destino 21", que representa la visión de la Compañía para retener la posición de liderazgo que le caracteriza. Esta estrategia está centrada en:

- Ofrecer el mejor **Producto** con la mejor calidad y el mejor precio.
- Crear la mejor **Experiencia** para cada uno de sus clientes.
- Capacitar a su **Gente** para sacar la mejor versión de cada uno.
- Conectar la **Marca** con sus clientes a través de la emoción.
- Crecer como **Compañía** de manera sostenible y comprometida con la sociedad.

Destino 21 ha sido diseñado como plan estratégico a tres años (2018-2021) con el objetivo de acelerar el crecimiento y construir una vía rápida hacia el éxito y el liderazgo, a través de una conexión más profunda y relevante con el consumidor y con la sociedad. Esta hoja de ruta sienta las bases del futuro de la marca.



1.6 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. A continuación, se resumen las principales políticas aplicables a McDonald's España:

Principales Políticas McDonald's España	
• Política Global Anticorrupción	• Retribución Variable
• Política de Recursos Informáticos: uso de redes, internet	• Política de Sabático
• Política de Contribuciones Políticas	• Igualdad de Oportunidades
• Políticas para la Prevención de la Corrupción fuera de los EEUU	• Contra la Discriminación y el Acoso de McDonald's – Protocolo de Activación
• Políticas para transacciones inmobiliarias fuera de los EEUU	• Trabajo Flexible y Formación
• Código de Conducta de Proveedores	• Protección de Datos Personales
• Código de los Arcos Dorados	• Protocolo para el Tratamiento de la Diversidad
• Derechos Humanos	• Selección y Contratación de Proveedores
• Prohibición de Represalias	• Política Ambiental
• Aceptación de Regalos	• Protocolo de Actuación en Quejas y Reclamaciones



2. Gestión ética e integridad y cumplimiento normativo.

Hitos de 2019	Retos a futuro
<ul style="list-style-type: none"> • 300 empleados certificados en las Normas de Conducta en los Negocios. • Publicación en la plataforma interna de información acerca del compromiso de McDonald's en asegurar lugares de trabajo seguros, respetuosos e inclusivos. • Implantación de un e-learning de formación y sensibilización en Derechos Humanos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de un Protocolo de gestión de mujeres (empleadas) víctimas de violencia de género.

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 se aplica a todos los administradores, directivos y empleados 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. debe completar un Certificado de Cumplimiento Anticorrupción. Este certifica que el mercado está en conformidad con esta Política, las leyes locales aplicables y la Foreign Corrupt Practices Act. La certificación debe ser completada anualmente y devuelto 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 los empleados de la Compañía. Estas Normas de Conducta se certifican anualmente, de manera online, por todos los empleados.

En estas Normas se expresa la importancia de cumplir con la Ley de Prácticas Corruptas en el Extranjero de los EEUU, 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





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 de cara a la prevención de casos de 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*, a través de la plataforma *Campus-5*.

Durante 2019, como se ha comentado anteriores, dichos cursos contaron con la participación de 300 empleados en España (259 empleados de oficinas y 41 gerentes de restaurantes McOpCo), suponiendo un aumento frente a los 250 empleados formados durante 2018.

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 también pone a disposición de sus empleados 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 tener que se vaya a hacer ningún intento por identificarlos. Asimismo, McDonald's prohíbe las represalias contra las personas que formulen algún tipo de denuncia.

En 2019 no se han tramitado comunicaciones ni denuncias relacionadas con la vulneración de normativa sobre corrupción o fraude, ni otras denuncias de incumplimientos sobre otros aspectos relacionados con sus políticas y normas de conducta empresarial, incluyendo denuncias por incidentes de discriminación o vulneración de derechos humanos.



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. A pesar de que este canal no es anónimo, permite que los empleados puedan corregir la situación de incumplimiento de forma rápida y directa.

Colaboración de los empleados en materia de cumplimiento

Los empleados que tengan conocimiento de asuntos contables, de control interno o de auditoría cuestionables, o de 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, usando la Herramienta de Información Online de Integridad Empresarial o llamando a la Línea de Integridad Empresarial.



Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro

McDonald's España realizó durante 2019 una donación a la Fundación Infantil Ronald McDonald por valor de 93.203,47 euros (superando los 81.529,06 euros donados en 2018). Además, la Compañía y sus franquiciados realizaron las siguientes aportaciones durante 2019:

Otras aportaciones a la Fundación Infantil Ronald McDonald's de la Compañía y sus franquiciados durante 2019			
			
1.066.300€	340.632€	534.767€	63.842€
Donación 0,1% de las ventas: 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.	Jornada McHappy Day: 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.	Otras vías de recaudación: 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. Además, se han instalado en distintos restaurantes futbolines, sobre los que se donan 50 céntimos por partida jugada.	



2.2 Respeto a los Derechos Humanos

Políticas Corporativas

Durante más de 60 años, McDonald's se ha comprometido en fomentar la seguridad, la inclusión y el respeto en los lugares de trabajo donde hace negocios. 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 establece el marco para fomentar lugares de trabajo seguros, inclusivos y respetuosos allí donde sea que McDonald's haga negocios y se compromete a respetar los derechos fundamentales de sus empleados, que son: libertad frente a la esclavitud y el trabajo infantil; libertad para asociarse (o no asociarse) y negociar colectivamente; igualdad de oportunidades para todos; un lugar de trabajo seguro y saludable; y luchar contra la discriminación y hostigamiento.

Esta política ha creado el marco idóneo a través del cual la Compañía ha seguido implementando en 2019 iniciativas que cimenten el firme compromiso de McDonald's con los Derechos Humanos y el aseguramiento de entornos de trabajo seguros e inclusivos.



La Compañía también dispone de las Normas de Conducta en los Negocios de McDonald's Corporation, adoptadas por McDonald's España, que desarrollan esta política y, en este contexto, establece 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.

En este sentido, las propias Normas de Conducta en los Negocios detallan explícitamente el compromiso de McDonald's España en este ámbito, con el fin de evitar cualquier actuación que pueda afectar los derechos fundamentales de las personas, y establecen el compromiso de no emplear a menores de edad ni a trabajadores obligados a realizar trabajos forzados.



Adicionalmente, estas Normas detallan el compromiso de McDonald's con garantizar la igualdad de trato y el respeto de todos los empleados en su lugar de trabajo, reconociendo explícitamente el derecho a trabajar en un lugar libre de hostigamiento, intimidación, abuso (ya sea sexual o de otro tipo) y actos o amenazas de violencia física.

Como empresa española, la Compañía está también sujeta a la normativa europea, que a su vez se sustenta en el cumplimiento de los convenios fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo. Estos convenios aluden, entre otros aspectos, a la no vulneración de los derechos humanos y al respeto por la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva.

Asimismo, 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*, y el *Protocolo para el Tratamiento de la Diversidad Sexual*.

La adhesión de McDonald's España a la normativa anteriormente mencionada no se trata de la única medida tomada por la Compañía para reforzar y promover la integridad ética en su entorno. Además, 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.

Infografía de respeto a los Derechos Humanos

Junto a los comunicados realizados en la plataforma ClickMcD se incluye una infografía que de forma muy visual permite a los empleados 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.



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 empleados 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 todos los empleados de McDonald's España cumplan 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, los empleados de McDonald's España disponen de los canales de denuncia previamente mencionados para reportar este comportamiento y facilitar su corrección.

Durante 2019, McDonald's España no ha tramitado ninguna denuncia a través de su canal de denuncias directo (en contraste con las seis que tramitó el año 2018). 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 2019.



Por último, para garantizar el correcto seguimiento de las directrices marcadas por el Código de Conducta para Proveedores, la Compañía periódicamente lleva a cabo auditorías (con previo aviso o no) en las instalaciones de los proveedores. El resultado de estas auditorías se plasma en un informe que detalla las observaciones y, en casos de incumplimiento, un plan de corrección personalizado que, en caso de no aplicarse, puede derivar en la terminación de la relación comercial con el proveedor.

Formación y sensibilización de los empleados sobre Respeto a los Derechos Humanos

De forma complementaria a las publicaciones llevadas a cabo en la plataforma de comunicación interna, desde el mes de abril de 2019 se puso en marcha un programa e-learning de formación y sensibilización en materia de Derechos Humanos, diseñada para instruir a sus empleados en el conocimiento de sus derechos, así como en la responsabilidad compartida de McDonald's España en respetar los derechos de los demás.

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.



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.

Los principales 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 empleados cualificados 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, nuestros sistemas contienen datos personales de clientes, empleados, franquiciados, proveedores y otros grupos de interés que pueden estar expuestos ante ciberataques. El riesgo de pérdida de datos personales, en el caso de McDonald's España, es limitado ya que la compañía solo es responsable del tratamiento de datos de clientes para la celebración de cumpleaños y reclamaciones. Los tratamientos para otras finalidades (app, web, promociones, concursos, acciones de marketing, etc.) se llevan a cabo, como responsable, por la Asociación de Licenciarios del Sistema McDonald's en España, entidad distinta sobre la que McDonald's España no dispone de control operacional.
- **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 nuestros empleados, 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 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 a nivel España debido a la incertidumbre a nivel político y al desarrollo potencial de nuevas regulaciones, sobre todo a nivel laboral. 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.

En España, los riesgos anteriormente expuestos no se materializaron durante 2019 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 2019, McDonald's España obtuvo un beneficio antes de impuestos de 67,01 millones de euros, lo cual supone un aumento del 10,6 % respecto al año anterior (60,61 millones de euros). Además, la Compañía cumplió con sus obligaciones fiscales al destinar 15,54 millones de euros al pago del Impuesto sobre Sociedades correspondiente al ejercicio anterior, cantidad que se muestra desglosada a continuación según las distintas sociedades de McDonald's España:

- Restaurantes McDonald's S.A.U: 13.856.584 euros.
- McDonald's Gibraltar Ltd. (sociedad dependiente de McDonald's España): 35.702 libras esterlinas, equivalente a 41.963 euros a 31 de diciembre de 2019.

A continuación, se desglosan por concepto los impuestos pagados por la Compañía durante 2019 y su evolución respecto al año anterior:

Concepto	Pago (millones de euros, 2019) ¹	Pago (millones de euros, 2018) ²
Impuesto sobre la renta de no residentes	5,78	5,91
Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA)	23,84	25,76
Impuesto General Indirecto Canario (IGIC)	2,14	2,14
Cuotas ingresadas por retenciones e ingresos a cuenta del IRPF	5,82	6,44
Cuotas ingresadas por retenciones sobre rentas procedentes del arrendamiento de inmuebles	2,09	1,96
Cuotas ingresadas a la Seguridad Social	18,53	19,75
Impuesto sobre sociedades	13,90	15,54
TOTAL	72,10	77,50

Asimismo, McDonald's España no recibió durante 2019 subvenciones, recibiendo durante 2018 4.354€ en este concepto³, otorgadas por distintos organismos públicos.

¹ Las cifras de impuestos del presente apartado se refieren a las cantidades efectivamente pagadas en referencia a los anteriores conceptos durante el año 2019.

² Las cifras de impuestos del presente apartado se refieren a las cantidades efectivamente pagadas en referencia a los anteriores conceptos durante el año 2018.

³ Las cifras de subvenciones se refieren a las otorgadas durante 2018, excluyéndose amortizaciones de subvenciones otorgadas en años anteriores.



5. Gestión de Recursos Humanos

Hitos de 2019	Retos a futuro
<ul style="list-style-type: none"> Actualización de la Política de Bono y desarrollo de las Políticas de registro de la Jornada de Trabajo y la de Desconexión Digital y Uso de dispositivos electrónicos. Digitalización de todos los aspectos del proceso del área de selección con el fin de tener un proceso virtual. Puesta a disposición de los empleados de toda la documentación de PRL a través de Orión. Negociación de un nuevo Convenio Colectivo para Restaurantes McDonald's S.A.U. (RMSAU) en la provincia de Sevilla y un acuerdo con la RLT de Barcelona que modifica su Convenio Colectivo. Constitución de una nueva Comisión de Valoración de Becas en Sevilla. Actualización del Protocolo de Acoso con la participación de la Representación Legal de los Trabajadores (RLT). Elaboración de un Plan de Igualdad. 	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollo del proyecto <i>Total Rewards Frame</i> que consisten en la elaboración de un estudio de eficacia y eficiencia de todos los beneficios que ofrece la Compañía y en la evaluación de la aceptación de nuevas propuestas, con el objetivo de implantar un módulo donde los empleados puedan customizar sus beneficios en función a sus necesidades personales. Certificación Sello Sistema de Gestión de la Igualdad de Género (AENOR) Nivel 1. Negociación de un nuevo Convenio Colectivo para RMSAU en Islas Baleares.

5.1 Enfoque de gestión

Compromiso con el empleo de calidad. McDonald's va contigo

Los empleados de McDonald's son el principal activo de la Compañía. En la actualidad, McDonald's España da trabajo a más de 20.000 personas en España, tanto de forma directa como indirecta. Algunas de ellas vienen sólo para un verano, y otras se quedan toda la vida, porque en McDonald's siempre hay oportunidades para crecer.

Aquellos que deciden irse después de un tiempo, se llevan consigo aprendizajes que les abren puertas allá donde van. Y esto nos enorgullece como Compañía.

Para desarrollar este compromiso, McDonald's cuenta con cuatro pilares:





Política Corporativa

El compromiso con las personas es uno de los valores corporativos de McDonald's, considerando a los empleados como uno de los tres principales pilares de la Compañía, al mismo nivel que los proveedores y franquiciados 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 conciliación laboral, la prevención de riesgos laborales, la formación de los empleados y la igualdad de oportunidades. Dichos aspectos se desarrollan a lo largo del siguiente capítulo.

Nuevas políticas desarrolladas en 2019 en el ámbito de Recursos Humanos

En el ejercicio 2019, la Política de Bono se ha actualizado y mejorado con la finalidad de incluir a los trabajadores temporales y prorratear el bono cuando se lleve menos de un año. Asimismo, con el objeto de alinear las actividades de McDonald's con la vigente legislación y las mejores prácticas de gestión se han desarrollado nuevas políticas corporativas en este ámbito, concretamente la Política de Registro de la Jornada de Trabajo y la Política de Desconexión Digital y Uso de dispositivos electrónicos.

Organización del trabajo y políticas de flexibilidad/desconexión laboral



Segundo pilar de empleo: Un trabajo flexible, adaptado a cada persona

McDonald's apuesta por la **flexibilidad horaria** para que sus empleados puedan adaptar su trabajo a su estilo de vida. Decimos que "**McDonald's va contigo**" porque creemos que para crear un buen entorno de trabajo los puestos deben adaptarse a las necesidades de las personas, y no a la inversa.

McDonald's España, consciente de la importancia del equilibrio entre la vida laboral y personal, ofrece varias alternativas a aquellos empleados 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 de la *Política de Sabático*. Esta política aplica a empleados 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, los trabajadores que cumplan con los requisitos mencionados pueden optar a recibir 30 días de licencia sabática remunerada, la cual se renueva al transcurrir otros 10 años de trabajo.



Además de la política mencionada, se ha implementado recientemente una *Política de Trabajo Flexible* que ofrece tres fórmulas diferentes para flexibilizar la jornada mediante el trabajo remoto. De esta manera, se puede optar a tener 2 horas al día durante 4 días a la semana, dos medias jornadas de 4 horas o una jornada completa de 8 horas. Para la implantación de esta política, se han identificado tres grandes colectivos de trabajadores de oficina en función de la organización de su tiempo de trabajo:

- **Habituales:** este grupo se compone por todos aquellos empleados que desarrollan la mayor parte de su jornada de trabajo en las oficinas (por ejemplo, empleados dedicados a la función financiera, contable o de compras).
- **Nómadas:** pertenecen a este colectivo aquellos empleados corporativos cuya jornada laboral se desarrolla habitualmente fuera de las oficinas (por ejemplo, Consultores de Operaciones, Representantes Inmobiliarios, ingenieros de construcción o Consultores de Recursos Humanos, que deben realizar gran parte de sus tareas visitando distintos restaurantes u otros emplazamientos).
- **Indispensables:** grupo formado por aquellas personas cuya labor se debe desarrollar siempre presencialmente en las oficinas (por ejemplo, los recepcionistas).

De estos tres colectivos identificados, tanto el colectivo de “*habituales*” y “*nómadas*” podrían acogerse a esta Política, mientras que el colectivo de “*indispensables*” estaría excluido dadas sus funciones.

McDonald’s España cuenta también con las siguientes medidas de conciliación que aplican a todos los empleados de las 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
	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, todos los empleados de restaurantes de McDonald’s España pueden disfrutar de las siguientes medidas de conciliación:

	Flexibilidad de horario, de forma que los padres puedan coincidir con el horario escolar de hijos menores de 8 años, atendiendo siempre a sus posibilidades, necesidades y circunstancias particulares		Facilitación de turnos, tareas y labores a personas con discapacidad
	Elección de horarios por parte de empleados que estén estudiando, de forma que se adapten a sus clases y necesidades		Prioridad de las peticiones padres y madres con bebés de hasta 1 año, de forma que puedan evitar turnos nocturnos
	Flexibilidad al programar horarios con aquellos empleados que tengan familiares a su cargo, atendiendo siempre a las posibilidades, necesidades y circunstancias particulares del restaurante		Posibilidad de solicitar trabajar un festivo o cambiar el turno con un compañero, si con ello se facilitasen las gestiones personales del solicitante
			Coordinación entre Gerente y empleado para la programación de vacaciones



Estas medidas de conciliación, así como sus políticas relacionadas, se encuentran disponibles en el portal de intranet “ClickMcD” para que los empleados de McDonald’s España puedan tener acceso a las mismas y decidir sobre aquellas que quieran disfrutar.

Adicionalmente, todos los empleados de la Compañía cuentan 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 los empleados y desarrollar la competencia profesional de los trabajadores.

Empleados que han accedido a los beneficios adicionales en el ejercicio 2019

La totalidad de los empleados 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 España elaboró e implantó en 2019 la Política de Desconexión Digital, de aplicación a sus empleados de oficina (dada la naturaleza del trabajo que los empleados de restaurantes realizan). Esta política tiene por objeto sensibilizar sobre el uso razonable de los dispositivos digitales y regular los principios del derecho de desconexión digital de los empleados de McDonald’s España, a 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.

Esta política establece el marco para impulsar medidas que persiguen potenciar el respeto al tiempo de descanso de los trabajadores 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.

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 de la confianza, enraizada en el Cambio Cultural y que se pone de manifiesto en iniciativas como el Programa de Trabajo Flexible, guía las decisiones de la Compañía en materia de horarios y conciliación.



En este marco se desarrolló en 2019 la Política de Registro Horario que establece, entre otras cuestiones, la obligación del personal laboral de McDonald's de registrar diariamente la jornada, que incluye el horario concreto de inicio y finalización de la jornada de trabajo de cada persona trabajadora.

Impacto de las políticas en materia de flexibilidad y desconexión laboral



Condiciones de Salud y Seguridad Laboral

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 los Delegados de 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 los asistentes en el primer Comité de Salud y Seguridad del año.

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	
	2019	2018	2019	2018	2019	2018
Número de accidentes	88	101	64	63	152	164
Índice de frecuencia de accidentes*	38,24	50,2	32,61	36,8	35,65	44,03
Índice de gravedad de accidentes**	1,0	1,7	0,99	0,8	0,99	1,27

* 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

Durante 2019, 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 2019 un total de 384.750 horas de absentismo⁵, lo que supone un incremento del 21% respecto al ejercicio 2018. Esta cifra representa un 9,9% sobre el total de horas trabajadas por los empleados de McDonald's España en 2019⁶.

	2019	2018
Número de horas de absentismo	384.750	318.833

⁴ Dentro del dato correspondiente a las medidas de conciliación, se incluyen las disponibilidades de jornada solicitadas por la plantilla y aceptadas por la Compañía, así como las concreciones horarias sin reducción de jornada del artículo 34.8 del Estatuto de los Trabajadores y las concreciones horarias con reducción de jornada del artículo 37. Asimismo, muchas de las disponibilidades horarias solicitadas y aprobadas en 2019 son modificaciones de disponibilidades horarias solicitadas por los mismos empleados en el año 2018 quienes, en el ejercicio 2019, han solicitado una variación en su número.

⁵ Se incluyen horas perdidas por enfermedad, por accidente y por ausencias (fuera de plazo y permisos sin sueldo).

⁶ Esta ratio se ha calculado asumiendo que la jornada laboral promedio es de 4 horas (al haber diferentes tipos de contrato que contemplan distintos números de horas de trabajo).



Formación e información

Dentro del plan formativo establecido para el año 2019, diversos empleados 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 2019 ha sido de 3.695 asistencias a los cursos realizados.

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, todos los empleados de los restaurantes *McOpCo* están cubiertos por Convenio Colectivo, lo que supone aproximadamente el 94% de la totalidad de la plantilla de la Compañía.

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, los empleados de los restaurantes *McOpCo* en estos territorios se encuentran cubiertos 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") de forma que se traten diferentes temas del día a día, la aplicación del Convenio Colectivo y se analicen determinadas situaciones.

En cuanto a los empleados 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.

Negociaciones de convenios colectivos en 2019

En 2019 se negoció un nuevo Convenio Colectivo para Restaurantes McDonald's S.A.U. (RMSAU) en la provincia de Sevilla. Asimismo, en este ejercicio se cerró un acuerdo con la RLT de Barcelona que modifica el Convenio Colectivo de RMSAU para esa provincia.

En cuanto a las iniciativas de relaciones y diálogo social en los próximos ejercicios, en 2020 se negociará un nuevo Convenio Colectivo para RMSAU en Islas Baleares.

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 los trabajadores y la prevención de riesgos laborales, tales como la vigilancia de la salud pública y exámenes de salud, ya sean periódicos a empleados, 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 los representantes de los trabajadores en materia de salud y seguridad laboral, orientado a mejorar el Sistema de seguridad y salud. Estos Comités de Salud y Seguridad (formados por Delegados de Prevención de Riesgos Laborales) obtienen la información pertinente a través de reuniones con el área de PRL. Esto permite un dialogo 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



Primer pilar de empleo: Muchas carreras empiezan en McDonald's

Desde el primer día, McDonald's facilita a sus empleados todas las **herramientas y formación** necesarias para dominar su puesto de trabajo. Y esta formación se prolonga y amplía durante todo el tiempo que una persona permanezca en la Compañía. Por eso decimos que **"McDonald's va contigo"**: porque la experiencia y la formación que adquieren nuestros empleados los acompaña toda su vida, independientemente del camino profesional que elijan.

McDonald's España considera que el desarrollo profesional de su plantilla es un pilar fundamental en su estrategia de atracción y retención de sus trabajadores, apostando firmemente por la formación de sus empleados 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 y un CSL sobresaliente



Actualmente, la formación se gestiona a través de un proveedor común para todo McDonald's España. Este proveedor es líder mundial en el sector de la formación empresarial y se encarga de planificar y organizar el Plan de Formación.

Durante 2019 se ofrecieron 207 acciones formativas (122 correspondientes al Plan de Formación Bidual 2018-2019 y 85 formaciones adicionales incluidas en la Adenda al Plan de 2019) enfocadas a la mejora del nivel de inglés, la transición al liderazgo y la experiencia del cliente, entre otras, lo que supone un incremento del 70% respecto a las acciones formativas ofertadas en el anterior ejercicio.

Esto ha sido principalmente debido a acciones de formación del programa WoW (*Ways of Working*), obligatorio para acceder a las medidas contempladas de trabajo flexible y teletrabajo, consistentes en temáticas tales como la gestión de tareas o del tiempo.

Asimismo, McDonald's España ha constituido tres Comisiones de Valoración de Becas entre la Compañía y la Representación Legal de los Trabajadores (RLT) de Barcelona y Madrid, a las que se suma la constitución en 2019 de una nueva Comisión en Sevilla.

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 los candidatos y decidir de manera objetiva quiénes serán los beneficiarios de las mismas.



En 2019 se han concedido un total de 72 Becas por estudios. En todos los casos, los beneficiarios han sido empleados de restaurantes.

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

Categoría profesional	Horas de formación	
	2019	2018
Directores y gerentes	1.124	189
Técnicos y profesionales científicos e intelectuales	489	386
Técnicos; profesionales de apoyo	3.776	878
Empleados contables, administrativos y otros empleados de oficina	946	516
Trabajadores de los servicios de restauración, personales, protección y vendedores	4.486	2.407
TOTAL	10.821	4.376

Respeto a la igualdad de oportunidades y diversidad



Tercer pilar de empleo: Apuesta por la diversidad, la inclusión y la autenticidad

McDonald's un firme compromiso con la **inclusión y la diversidad**, y junto a ello fomentamos que las personas que integran la familia McDonald's puedan expresar libremente su autenticidad. Seas como seas, McDonald's va contigo.

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.

Los empleados disponen 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 y Sexual*, de aplicación a todos los empleados de la Compañía, que recoge la voluntad de la Compañía por evitar cualquier forma de acoso.



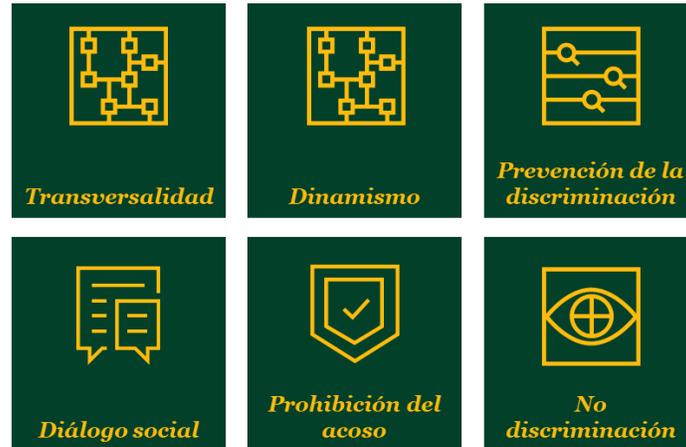
No se ha recibido en 2019 ninguna denuncia interpuesta en materia de discriminación debido a la orientación sexual e identidad de género.



Adicionalmente, en 2019 McDonald's España ha llevado 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.

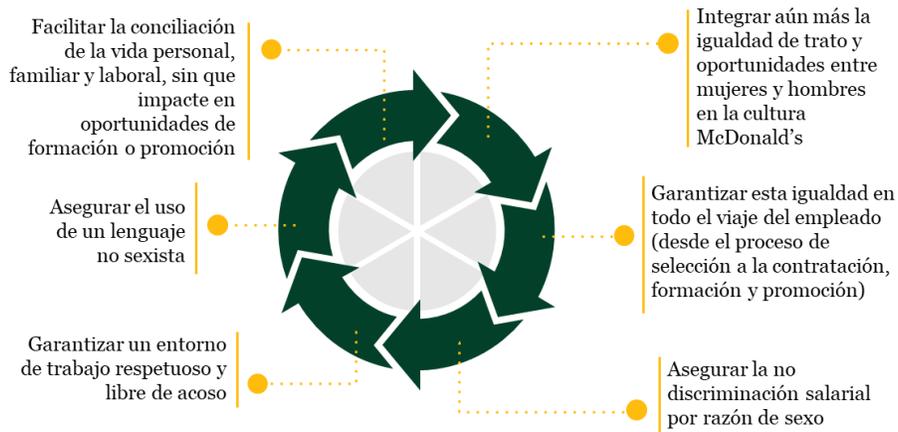
Este II Plan ha sido elaborado con el objeto de erradicar cualquier conducta empresarial que se interponga con la plena aplicación del Principio de Igualdad y no discriminación por razón de sexo, ya sea esta directa o indirecta.

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 estas 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



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

Con motivo de la elaboración del Plan de Igualdad, McDonald's España también ha constituido una serie de Comisiones de Igualdad en todas las provincias en las que está presente (a través del Convenio propio o del Convenio Sectorial provincial aplicable) para velar por el cumplimiento, aplicación y consecución del Plan de Igualdad.



Estas Comisiones han obtenido el feedback necesario para construir el Plan de Acción del Plan de Igualdad (en Comisión Negociadora Nacional). Se han incluido la mayoría de las acciones propuestas.

Constitución de una mesa negociadora única del Plan de Igualdad

En 2019 se ha constituido una mesa negociadora única del Plan de Igualdad de Restaurantes McDonald's S.A.U. Como consecuencia de esta Comisión Negociadora, se creó una única Comisión de Seguimiento del Plan de Igualdad a nivel estatal.

Adicionalmente a la creación de la Comisión de Seguimiento, se ha creado un Equipo de Gestión de la Igualdad con empleados de oficinas.

Asimismo, 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 empleados 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, colaborando la Compañía desde el año 2000 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, 33 de las cuales continúan trabajando en la Compañía a cierre del ejercicio 2019.

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 62 empleados con discapacidad, un 7,4% menos que en 2018.

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, lo que ha derivado en que estas plantillas cuenten con 5 trabajadores activos a día de hoy en Tenerife y 4 en Gran Canaria.



5.2 Perfil de la plantilla



Cuarto pilar de empleo: Combatir el desempleo juvenil

En 2018 McDonald's presentó a nivel global la iniciativa "Youth Opportunity", a través de la cual, desde entonces y hasta 2025, McDonald's se compromete a ayudar a dos millones de jóvenes en todo el mundo a combatir el desempleo a través de un programa que incluye formación en competencias para la empleabilidad, práctica en el entorno laboral y oportunidades de crecimiento y desarrollo profesional.

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 2019, McDonald's España contaba a cierre del ejercicio 2019 con una plantilla de 3.179 empleados (excluyendo franquicias), de los cuales más del 94% realiza su actividad en los restaurantes. La Compañía demuestra, a través de sus contrataciones y de su plantilla:

- Compromiso con la diversidad de género: más del 55% de su fuerza laboral está compuesta por mujeres. Asimismo, un 43% de las posiciones de director y gerente está ocupado por una mujer.
- Compromiso con el empleo joven: más del 55% de su fuerza laboral tiene menos de 30 años.
- Compromiso con el empleo de calidad: casi el 98% de su fuerza laboral tiene un contrato indefinido.
- Compromiso con la flexibilidad laboral: el 76% 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.

A continuación, se detalla la composición de la plantilla:

Plantilla a cierre de ejercicio (31/12/2018 – 31/12/2019)

Distribución por categoría ⁷	MUJERES	HOMBRES	TOTAL
Directores y gerentes	21	28	49
Técnicos y profesionales científicos e intelectuales	8	10	18
Técnicos; profesionales de apoyo	47	61	108
Empleados contables, administrativos y otros empleados de oficina	27	2	29
Trabajadores de los servicios de restauración, personales, protección y vendedores	1676	1.299	2975
TOTAL	1779	1400	3179

Distribución por edad	MUJERES		HOMBRES		TOTAL	
	2019	2018	2019	2018	2019	2018
< 30	901	839	862	871	1763	1.710
30 - 50	767	899	491	585	1258	1.474
>50	111	115	47	51	158	166
TOTAL	1779	1.853	1400	1.507	3179	3.360

⁷ McDonald's establece sus categorías profesionales bajo el asesoramiento de Hays, agrupándose éstas en una herramienta informática específicamente configurada durante 2018 para dar respuesta a los requerimientos legales a los que está sujeto el presente Estado de Información No Financiera. Durante 2019, con el objetivo de proporcionar una imagen más fidedigna y realista de la empresa, se adaptaron ligeramente los grupos incluidos en todas las categorías excepto "Trabajadores de los servicios de restauración, personales, protección y vendedores" (agregando esta última categoría, que no sufre cambios respecto a 2018, el 96% de los empleados de McDonald's España).



Distribución de modalidades de contrato de trabajo	2019	2018
Indefinidos tiempo completo	747	781
Indefinidos tiempo parcial	2363	2.509
Eventuales tiempo completo	9	11
Eventuales tiempo parcial	60	59
TOTAL	3179	3.360

Empleados con discapacidad 2019 ⁸	2018	Evolución 2018-2019 (%)
45	52	-13,46%

Promedios de contratos anuales

Distribución de modalidades de contrato de trabajo	2019	2018
Indefinidos	3.321	3.553
Temporales	192	238
TOTAL	3.513	3.791

Distribución de modalidades de contrato de trabajo	2019	2018
Tiempo completo	817	1.073
Tiempo parcial	2.696	2.718
TOTAL	3.513	3.791

	INDEFINIDOS		TEMPORALES		TIEMPO PARCIAL		TOTAL	
	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018
Hombres	1.484	1.606	94	112	1.239	1.359	1.578	1.718
Mujeres	1.837	1.947	98	126	1.457	1.359	1.935	2.073
TOTAL	3.321	3.553	192	238	2.696	2.718	3.513	3.791

	INDEFINIDOS		TEMPORALES		TIEMPO PARCIAL		TOTAL	
	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018
< 30	1.840	1.051	171	187	1.796	1.113	2.011	1.238
30 - 50	1.316	2.347	20	51	827	1539	1.336	2.398
>50	165	155	1	0	73	66	166	155
TOTAL	3.321	3.553	192	238	2.696	2.718	3.513	3.791

⁸ Se contabilizan únicamente aquellos empleados que estén asociados a la Compañía a través de un contrato de discapacidad a cierre del ejercicio. Existen 17 trabajadores adicionales en plantilla a cierre de 2019 (17 a cierre de 2018) que contaban con un certificado de discapacidad, pero no están suscritos mediante el contrato anteriormente mencionado.



Categoría ⁹	INDEFINIDOS	TEMPORALES	TIEMPO PARCIAL	TOTAL
Directores y gerentes	49	0	0	49
Técnicos y profesionales científicos e intelectuales	15	0	0	15
Técnicos; profesionales de apoyo	108	7	0	115
Empleados contables, administrativos y otros empleados de oficina	24	13	2	37
Trabajadores de los servicios de restauración, personales, protección y vendedores	3125	172	2.694	3.297
TOTAL	3.321	192	2.696	3.513

Despidos

Nº de despidos	HOMBRES 2019				MUJERES 2019			
	<30	30-50	>50	TOTAL	<30	30-50	>50	TOTAL
Directores y gerentes	0	0	0	0	0	0	1	1
Técnicos y profesionales científicos e intelectuales	0	0	0	0	0	0	0	0
Técnicos; profesionales de apoyo	0	1	0	1	0	0	0	0
Empleados contables, administrativos y otros empleados de oficina	0	0	0	0	0	0	0	0
Trabajadores de los servicios de restauración, personales, protección y vendedores	16	8	0	24	5	8	3	16
TOTAL	16	9	0	25	5	8	4	17

Nº de despidos	HOMBRES 2018				MUJERES 2018			
	<30	30-50	>50	TOTAL	<30	30-50	>50	TOTAL
	10	4	1	15	3	4	0	7

⁹ McDonald's establece sus categorías profesionales bajo el asesoramiento de Hays, agrupándose éstas en una herramienta informática específicamente configurada durante 2018 para dar respuesta a los requerimientos legales a los que está sujeto el presente Estado de Información No Financiera. Durante 2019, con el objetivo de proporcionar una imagen más fidedigna y realista de la empresa, se adaptaron ligeramente los grupos incluidos en todas las categorías excepto "Trabajadores de los servicios de restauración, personales, protección y vendedores" (agregando esta última categoría, que no sufre cambios respecto a 2018, el 96% de los empleados de McDonald's España).



5.3 Remuneración

McDonald's España se esfuerza en ofrecer una remuneración competitiva a sus empleados. Asimismo, la Compañía trabaja para garantizar la igualdad en temas retributivos. En este sentido, la brecha salarial¹⁰ de la compañía se sitúa actualmente en 2,9% (-0,4 p.p. respecto a 2018), siendo la remuneración media anual de 18.573 euros.

La diferencia de salarios entre hombres y mujeres, a cierre de 2019, se situó en solo un -1,9 en la categoría “trabajadores de los servicios de restauración, personales, protección y vendedores” (la cual englobó al 94% de la plantilla en 2019), mientras que en las distintas categorías corporativas se situó entre un -1,4% y un 13%.

A continuación, se muestran distintos desgloses sobre remuneraciones medias¹¹ de la plantilla de McDonald's España:

	HOMBRES		MUJERES	
	2019	2018	2019	2018
Remuneración media (€)	18.872	18.366	18.328	17.782

Edad	HOMBRES (€)		MUJERES (€)		TOTAL (€)
	2019	2018	2019	2018	2019
18 - 20	14.741	14.204	14.597	14.107	14.671
21 - 25	15.114	14.411	15.243	14.699	15.178
25 - 30	15.969	15.527	16.296	15.842	16.133
31 - 35	17.955	17.729	17.558	16.916	17.726
36 - 40	20.700	19.540	20.105	19.730	20.344
41 - 45	28.463	29.355	20.677	20.684	23.436
46 - 50	39.086	40.845	26.017	25.349	28.171
51 - 55	42.249	42.300	25.097	24.075	30.891
56 - 60	41.457	32.786	31.837	37.597	34.880
61 - 66	16.086	16.524	18.947	18.781	18.381
67 - 100	0	17.109	16.708	16.146	16.708

Categoría ¹²	Hombres 2019 (€)	Mujeres 2019 (€)	TOTAL (€)
Directores y gerentes	83.893	86.035	86.504
Técnicos y profesionales científicos e intelectuales	51.923	52.625	52.299
Técnicos; profesionales de apoyo	44.661	38.857	42.172
Empleados contables, administrativos y otros empleados de oficina	30.505	28.642	28.738
Trabajadores de los servicios de restauración, personales, protección y vendedores	16.370	16.674	16.538

¹⁰ Calculada como: $(\text{salario medio hombres} - \text{salario medio mujeres}) / \text{salario medio hombres}$.

¹¹ Las remuneraciones medias incluyen salario base, complementos salariales y personales, y remuneración variable.

¹² McDonald's establece sus categorías profesionales bajo el asesoramiento de Hays, agrupándose éstas en una herramienta informática específicamente configurada durante 2018 para dar respuesta a los requerimientos legales a los que está sujeto el presente Estado de Información No Financiera. Durante 2019, con el objetivo de proporcionar una imagen más fidedigna y realista de la empresa, se adaptaron ligeramente los grupos incluidos en todas las categorías excepto "Trabajadores de los servicios de restauración, personales, protección y vendedores" (agregando esta última categoría, que no sufre cambios respecto a 2018, el 96% de los empleados de McDonald's España).



Actualización de la Política de Bono

En el año 2019 se ha llevado a cabo la actualización de la Política de Bono. En esta actualización, McDonald's tiene reconocida una política de retribución variable para la totalidad de los empleados, ya sean temporales o indefinidos. Asimismo, se ha modificado también el perímetro, incluyendo a los trabajadores que lleven menos de un año en la Compañía, pero que se hayan incorporado a la empresa antes del 1 de septiembre del año del devengo.

Remuneración media de los consejeros y directivos

La remuneración media del Comité de Dirección¹³, incluyendo todos los conceptos (salario base, complementos salariales, variable y retribución en especie) fue de 304.373 euros en el caso de los hombres (236.406 euros en 2018, lo que supone un incremento del 29% respecto al anterior ejercicio) y 205.336 euros en el caso de las mujeres (209.038 euros en 2018, lo que representa un 1,7% menos).

En el caso de los consejeros de administración de Restaurantes McDonald's S.A.U, estos no perciben remuneración por su actividad en el consejo, estando su remuneración delimitada a su actividad corporativa y siendo esta pagada por otras sociedades no españolas. Mapel Spain 2012 S.L. no dispone de consejo de administración.

¹³ El Comité de Dirección se compone de 4 hombres y 2 mujeres a 31 de diciembre de 2019. Las "Stock Options" de las que disponen los miembros del Comité de Dirección computan como retribución en especie en el momento de venta, lo que implica variaciones interanuales significativas.



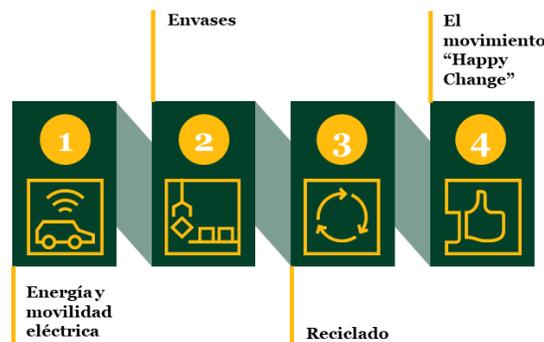
6. Gestión medioambiental

Hitos de 2019	Retos a futuro
<ul style="list-style-type: none"> Compra de energía eléctrica verde en prácticamente la totalidad de los activos de la Compañía. 	<ul style="list-style-type: none"> Adquisición de energía eléctrica renovable en el 100% de los activos de McDonald's España en 2020. Instalación de más de 150 cargadores de vehículos eléctricos en los restaurantes para 2021. Reducción de las emisiones en oficinas y restaurantes en un 36% en 2030 con respecto a las emisiones de 2015. Reducción de la intensidad de emisiones su cadena de suministro en un 31% en 2030 con respecto a las emisiones de 2015. Obtener toda la fibra utilizada en la producción del embalaje de la Compañía a través de fuentes reciclables o certificadas para el año 2020. 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 todos los restaurantes McDonald's en 2025.

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.

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. Estas tres grandes áreas de actuación se articulan en el movimiento "Happy Change", un movimiento colaborativo que llama a la acción, a modificar los hábitos y que implica una mayor concienciación sobre el impacto que tienen las acciones sobre el planeta:



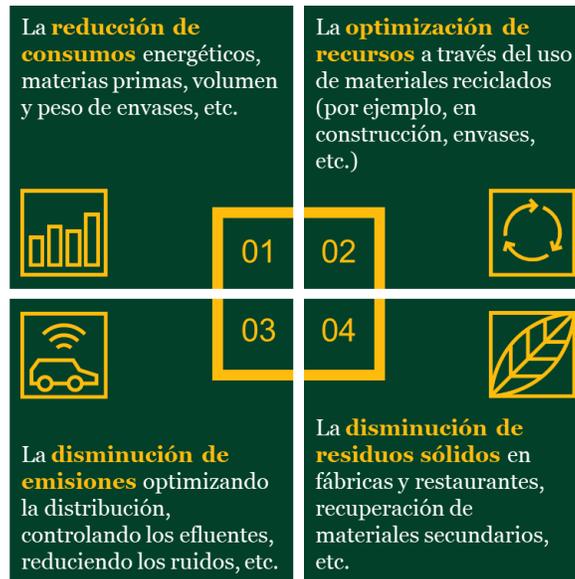
Política Ambiental

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, la cual 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.



Las principales metas de la Compañía en materia ambiental son:



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.

La formación del personal de los restaurantes en cuestiones de medio ambiente es otro de los compromisos presentes en esta Política, 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 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 ISO 14001:2004* 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 aspectos 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 la Compañía, liderado por el Sustainability Market Lead.



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 nuevos empleados sobre los requisitos ambientales o la comunicación de iniciativas relacionadas.

Provisiones y garantías establecidas para riesgos ambientales

No existieron en 2019 provisiones ni garantías para riesgos ambientales.

6.1 Uso sostenible de los recursos

Consumo energético y medidas de reducción



Energía y movilidad eléctrica

McDonald's España lleva diez años **implementando medidas de eficiencia energética**, diseñando sus restaurantes con instalaciones eficientes en todo lo referente a cocina, iluminación y climatización. Monitoriza el consumo eléctrico, y más del 99% de sus restaurantes ya funcionan con **energías renovables**. En el año 2020 la Compañía alcanzará el 100%. Además, McDonald's España ha firmado un acuerdo con Endesa e Iberdrola para instalar más de 150 **cargadores de vehículos eléctricos** en sus restaurantes para 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.

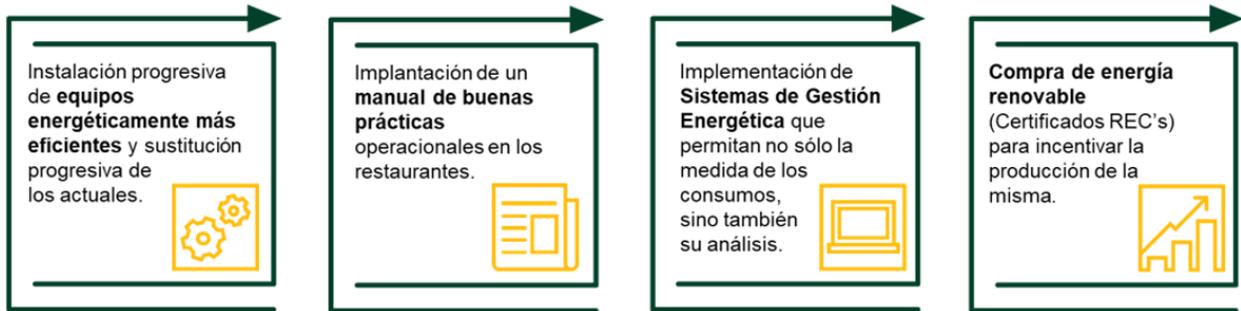
Asimismo, los restaurantes de nueva construcción incorporan algunas de las medidas de diseño recogidas en *Green Building Guidelines*, un manual interno que clasifica las diferentes medidas de eficiencia energética y de ahorro en el consumo de recursos, ordenándolas en función de su coste y periodo de 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; la instalación de iluminación LED tanto en cocina como en salón, con regulación de iluminación y sensores de ocupación para zonas interiores. Además, desde 2019 se ha comenzado la recuperación de agua caliente a partir de la condensación de la instalación de las cámaras y la recuperación de calor emitido por las cámaras para calentar el agua..



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 2019 prácticamente la totalidad del consumo energético de McDonald's España.



A continuación, se presenta el desglose por fuentes del consumo de energía de la Compañía y la intensidad energética de los restaurantes *McOpCo* durante 2018 y 2019, mostrando la evolución anual de los indicadores. La variación en el consumo de energía de los restaurantes viene parcialmente explicada por la venta de varios restaurantes propios a franquiciado y la apertura de nuevos locales en 2019.

Consumo de directo de energía (GJ)		2019	2018	Evolución (%)
Electricidad - Restaurantes <i>McOpCo</i>	Fuentes No Renovables	2.003,52	14.892,91	-86,55%
	Fuentes Renovables	97.734,39	94.828,35	3,06%
Electricidad - Oficinas	Fuentes Renovables	2.435,23	2.768,36	-12,03%
Gas - Oficinas		584,20	1.095,67	-46,68%
Consumo Total de Energía Dentro de la Organización		102.757,34	113.585,29	-9,53%

Consumo de indirecto de energía (GJ)		2019	2018	Evolución (%)
Consumo de Electricidad - Franquiciados*	Fuentes no renovables	156.275,19	173.622,25	-9,99%
	Fuentes renovables	552.978,52	546.448,99	1,19%
Consumo Total de Energía Fuera de la Organización		709.253,71	720.071,24	-1,50%

*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 2018 de 381 restaurantes (sobre un total de 462 franquicias) que consumieron 161.054.896 kWh (579.798 GJ), y para de 411 restaurantes (sobre un total de 485 franquicias) que consumieron 153.605.143 kWh (552.979 GJ). En ambos casos, la electricidad extrapolada se asume como no renovable.

	2019	2018	Evolución (%)
Intensidad energética en restaurantes <i>McOpCo</i> (GJ/1.000 visitas a restaurante)	4,77	4,34	9,86%

Consumo de agua y medidas de reducción

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.

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. 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:



Consumo de Agua (m3)	2019	2018	Evolución (%)
Restaurantes*	131.977,52	118.411,09	11,46%
Oficinas	2.758	2.334	18,17%
Total	134.735,52	120.745,09	11,59%

*No se dispone del consumo de agua para la totalidad de los restaurantes *McOpCo* durante 2018 y 2019, por lo que se ha realizado una estimación a partir del consumo promedio de los restaurantes que reportaron sus datos al respecto. En concreto, 35 restaurantes (sobre 53) reportaron un consumo de 78.196 m3 de agua durante 2018, mientras que 28 restaurantes (sobre 49) reportaron un consumo de 75.760 m3 durante 2019.

Consumo de materias primas



Envases

McDonald's España trabaja constantemente para que sus envases sean cada vez más sostenibles. En materia de plásticos de un solo uso, la Compañía **retirá las pajitas de plástico en 2020** y ha implementado sucesivos **cambios en otros envases como**, por ejemplo, el vaso de McFlurry o el bol de las ensaladas. En 2018, más del 80% de sus envases ya procedían de **fuentes renovables, recicladas o certificadas**. McDonald's España tiene el compromiso de que este porcentaje aumente al **100% en un plazo máximo de cinco años**.

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)	2019	2018	Evolución (%)
Carne de Vacuno	1.707,65	1.630,5	4,73%
Pan	2.004,80	2.057,6	-2,57%
Queso	416,14	449,2	-7,36%
Pollo	2.236,83	2.195,5	1,88%
Café	37,38	40,9	-8,62%
Huevos	27,06	35,1	-22,92%
Hortalizas, Frutas y Productos IV Gama	804,05	837,7	-4,02%
Productos Lácteos	1.917,95	1.987,9	-3,52%
Aceite de Girasol	646,01	650,2	-0,64%
Carne de Cerdo	218,82	89,2	145,31%
Patatas	3.921,83	4.092,5	-4,17%
Pescado	36,59	36,6	-0,04%

Cabe destacar que, durante 2019 y con el objetivo de seguir mejorando hacia una cadena de suministro más sostenible y que asegure la calidad y seguridad de los productos, se ha cambiado el sistema de reporte de volumen de materias primas, implementándose software de TraQtion (especializado en la industria alimentaria).



6.2 Lucha contra el cambio climático

Medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático

El Grupo desarrolló durante 2018 el marco de referencia “Scale for Good”, de aplicación a todas sus filiales y el cual sirve como hoja de ruta para avanzar a un paso acelerado en materia ambiental y social, con el objetivo de adaptarse a riesgos y futuros impactos del cambio climático sobre su actividad.

Estos posibles impactos han sido identificados en el proceso de gestión de riesgos del Grupo e incluyen, entre otros, la emersión 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 volatilidad 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 su cadena de suministro en un 31%.

Para liderar el cambio en este aspecto, el Grupo McDonald’s se ha comprometido a, junto con sus franquiciados, 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, la Compañía 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), un organismo que valida la coherencia de retos ambientales autoimpuestos.

Las metas y compromisos anteriormente mencionados son también adoptados por McDonald’s España, cuya principal fuente de emisiones GEI, compensado parcialmente con la compra de certificados de energía renovable, sigue siendo el consumo de energía eléctrica de la red de restaurantes.

Este consumo eléctrico, en el caso de las franquicias (alcance 3, según la guía de contabilidad de emisiones de gases de efecto invernadero *GHG Protocol*), supondría el elemento más significativo de la huella de carbono de McDonald’s España.

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, la compra de energía eléctrica de origen renovable o el uso de gas natural en sus restaurantes.

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.



Estas iniciativas se extienden también a la cadena de suministro. McDonald's España es consciente de la importancia del impacto ambiental que suponen las actividades de sus proveedores directos, por lo que colabora estrechamente con ellos a través de diversas iniciativas encaminadas a medir el impacto ambiental de sus actividades, estimulándoles a disminuir dicho impacto.

La principal medida tomada por McDonald's España para la reducción de huella de carbono ha sido impulsar decididamente la compra de electricidad de origen renovable, pasando del 80% de los restaurantes al 99% y permitiendo reducir a más de la mitad la huella de carbono bajo control operacional de McDonald's España:

Emisiones GEI (tCO ₂ eq) *	2019	2018	Evolución (%)
Emisiones Alcance 1 - Gas Natural y Gases Refrigerantes	730,00	776,25	-5,96%
Emisiones Alcance 2 - Electricidad	105,74	1.017,68	-89,61%
TOTAL ALCANCES 1 Y 2	835,74	1.793,93	-53,41%
Emisiones Alcance 3 - Franquiciados	15.153,76	18.102,75	-16,29%

***Nota metodológica:** el consumo y las emisiones de gases refrigerantes (los cuales, según 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 2018 de 1.905,7 kg (5.846,97 tCO₂eq) de gases refrigerantes entre 433 restaurantes (incluyendo *McOpCo* y franquicias) sobre el total de 515, y un consumo de 1301,66 kg (4.214,73 tCO₂eq) entre 296 restaurantes sobre el total de 534. Fuente de los factores de emisión para gases refrigerantes: IPCC 2007, Ch.2.10.2. Fuente de los factores de emisión para gas natural: Adème V7.1. En cuanto a la fuente de los factores de emisión para el consumo eléctrico, en el EINF 2018 y para garantizar la homogeneidad dentro del grupo McDonald's se reportaron los datos en base a los factores de emisión proporcionados por Ecoinvent 2.2, incluidos en una herramienta propia para el control de la huella de carbono corporativa. A fecha de elaboración del presente EINF, se está trabajando en una nueva herramienta corporativa, no habiéndose actualizado los factores de la anterior herramienta. Con el propósito de ofrecer datos comparables, se han recalculado los datos de 2018 y usado, tanto para dicho año como para 2019, los respectivos factores de emisión del mix eléctrico español ofrecidos por Red Eléctrica de España.

Intensidad de las Emisiones (tCO ₂ eq/1.000 visitas)	2019	2018	Evolución (%)
Intensidad de las Emisiones de Alcance 1	0,034	0,031	9,68%
Intensidad de las Emisiones de Alcance 2	0,005	0,040	-87,50%

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 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



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. 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. Por último, 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.

Objetivos de economía circular a 2025.



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

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.

McDonald's trabaja también para disminuir el impacto de los plásticos en el medio ambiente, por distintos medios:

- Reduciendo el plástico difícil de reciclar o no indispensable para garantizar la seguridad alimentaria en los envases de nuestros clientes, como es el caso de pajitas.
- Priorizando la innovación en nuevos materiales y el rediseño de envases de plástico más fácilmente reciclables.
- Incrementando el contenido de plástico reciclado en nuestros restaurantes, donde sea posible, para aumentar la demanda de plástico reciclado.
- Creando alianzas con otras compañías y ONGs que apoyen el desarrollo y expansión de programas de reciclado de plásticos, lo que incluye también la utilización de nuestros restaurantes que apoyen iniciativas locales de comunicación o recogida de residuos plásticos

La adecuada gestión de los residuos representa un paso importante para cumplir con la meta mencionada anteriormente. Por ello, McDonald's España cuenta desde hace una década con dos versiones de los denominados Procedimientos de Gestión de Residuos.

Una versión que aplica a las oficinas corporativas y otra que fue diseñada 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 y fluorescentes, para cuya correcta gestión se contrata a empresas (elegidas según el criterio del responsable de *Office*



Services en colaboración con el Departamento de Medio Ambiente) 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 de cocina:** 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 gestionados por los municipios, también en su mayoría.
- **Aceite Usado:** se entrega a gestores autorizados en cada Comunidad Autónoma para su conversión en biodiesel, por política de la Compañía.
- **Luminaria:** considerada como RAEE, agrupa a residuos como los fluorescentes, bombillas, halógenos y demás. 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.
- **Juguetes de Happy Meal:** existen contenedores específicos en cada restaurante dispuestos para la recogida de los RAEE procedentes de estos, los cuales no se consideran peligrosos.
- **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, debido a la estandarización de procesos y productos se puede considerar que este tipo de residuo es mínimo. A continuación, se muestra las figuras asociadas a la gestión de residuos no peligrosos provenientes de restaurantes *McOpCo* durante 2019, teniendo todos estos como destino final el reciclaje con la excepción del aceite vegetal, usado para la producción de biodiésel:

Residuos No Peligrosos - Restaurantes (t) ¹⁴	2019	2018	Evolución (%)
Papel y Cartón	2.252,15	1.160,56	94%
PET	123,58	104,26	19%
PE	100,68	411,34	-76%
PP	107,64	9,73	1.006%
PVC	7,17	2,27	216%
Acero	0,01	0,00	n/a
Aluminio	3,43	0,79	334%
Otros ¹⁵	1,99	-	n/a
Aceite Vegetal ¹⁶	256,76	418,34	-39%
Total McOpCo	2.853,42	2.107,29	35%
Total (McOpCo y franquiciados)	11.346,69	10.958,60	4%

¹⁴ Estas cifras de residuos han sido obtenidas mediante una estimación, partiendo de los datos de residuos correspondientes a toda la red de restaurantes (McOpCo y franquiciados) y basada en el porcentaje de visitas sobre el total que se le 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.

¹⁵ La categoría "Otros" está definida según la declaración de envases de Ecoembes en 2019. No se dispone de esta información para 2018.

¹⁶ 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

Para McDonald's España, es también 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

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, por lo que este aspecto no se considera material por la Compañía y sus principales grupos de interés.

No obstante, con la finalidad de minimizar los posibles impactos indirectos causados por su cadena de valor sobre la biodiversidad, se ha comprometido a luchar contra la deforestación. En este sentido, a nivel global, se ha propuesto acabar con la deforestación en su cadena de suministro para 2030. Desde 2020, se realizarán iniciativas empezando por las materias primas más relevantes y sobre las que puede tener un mayor impacto, enfocadas a la obtención sostenible de materias primas como la carne, el café la fibra de papel, la soja destinada a la alimentación de pollo y ganado vacuno y el aceite de palma.

Para lograrlo, McDonald's España ha desarrollado e implantado varios programas e iniciativas a 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 con los criterios de *Rain Forest Alliance*, una organización independiente sin ánimo de lucro comprometida con el apoyo y mantenimiento de explotaciones cafetera sostenibles.

Con esta certificación, obtenida en 2007, la Compañía vela por la subsistencia de las futuras generaciones, al conservar los recursos naturales de los que dependen.

McDonald's también es la primera empresa de restauración en vender 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

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 527 restaurantes generaron en el ejercicio 2019 más de 24.000 empleos directos (90% de estos con contrato indefinido) y más de 60.000 puestos de trabajo indirectos.

Nuevos restaurantes abiertos en 2019

Durante el ejercicio 2019 se han abierto al público 19 nuevos restaurantes en España, 5 más que en 2018.

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 75% del volumen de compra de proveedores con sede en España.

Impacto en el desarrollo sostenible de las comunidades

Fundación Infantil Ronald McDonald

Adicionalmente al impacto socioeconómico que McDonald's tiene en las comunidades en las que opera, la Compañía mantiene un fuerte compromiso con su desarrollo sostenible.

En palabras de su fundador, Ray A. Kroc, "*debemos devolver a la comunidad parte de lo que ésta nos da día a día*", siendo este uno de los principales valores del Grupo. Esta involucración se refleja en colaboraciones de distinta índole como, por ejemplo, ayudas económicas, acciones de voluntariado o de cooperación con organizaciones culturales y sociales.

Es de especial importancia para McDonald's España su apoyo de causas sociales a favor de la infancia y las familias, llevado a cabo en su mayor parte a través de la Fundación Infantil Ronald McDonald.



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 4.900 familias diferentes, que han realizado más de 9.500 ingresos.

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.

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, y a esto se añaden las donaciones que los clientes depositan directamente en los restaurantes. 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.

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 o del Vall D'Hebron en Barcelona, 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.



Sala Familiar Vall d'Hebron

En noviembre de 2019 la Fundación Infantil Ronald McDonald inauguró la Sala Familiar Ronald McDonald del Hospital Infantil Vall d'Hebron de Barcelona, que se integra en el servicio de Neonatología del hospital y se suma a la primera Sala Familiar que abrió sus puertas en 2018 en el Hospital Universitario La Paz.

Esta sala, que ocupa 350 metros cuadrados, destaca por su diseño alegre y funcional. Dispone de cocina y comedor, duchas, taquillas, acceso a Internet, salas de descanso, zona de estar con televisión, zona de lectura, sala de lactancia y un área de actividades y juego para los hermanos de los niños ingresados.

Otras iniciativas de acción social



Happy Readers

Como parte del compromiso con las familias, la Compañía lanzó en 2019 **Happy 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 su día a día, 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 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 más de 1.300.000 libros en 2019, que se unen a los cerca de 450 millones de libros que McDonald's, a nivel global, ha distribuido históricamente con iniciativas similares en más de 85 países. 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 ha patrocinado los Premios Lazarillo 2019. Por último, McDonald's patrocinó en 2019 el Pabellón Infantil de la Feria del Libro de Madrid, creando la Happy Academia de las Letras de McDonald's.



Adicionalmente a las iniciativas enfocadas a la infancia y a las familias, el Grupo trata de fomentar el talento joven y por ello lanzó en 2018 a nivel global la iniciativa “*Youth Opportunity*”, a través de la cual se compromete a ayudar desde 2018 a 2025 a dos millones de jóvenes en todo el mundo a combatir el desempleo mediante un programa que incluye formación en competencias para la empleabilidad, práctica en el entorno laboral y oportunidades de crecimiento y desarrollo profesional.

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	
Consumidores	<ul style="list-style-type: none"> Panel de Consumidores Crest Corporate Brand Barometer Ipsos Fast Track TNS Kids Track Ipsos Estudios de entorno y competencia Servicio de Atención al Consumidor (consultas, sugerencias y reclamaciones Voice) Hojas de reclamaciones 	<ul style="list-style-type: none"> Tarjetas respuesta Email Web corporativa Visitas “cliente misterioso” Formulario Atención Consumidor en web corporativa Visitas institucionales a proveedores Encuestas de cliente Redes sociales
Empleados	<ul style="list-style-type: none"> Sesiones de trabajo empleados y personal de gerencia restaurantes Participación empleados en grupos de trabajo y proyectos prioritarios Reuniones para desarrollo del Plan de Marketing / Comunicación Encuesta de opinión Teléfono de atención al empleado / prevención del acoso 	<ul style="list-style-type: none"> Comité de Seguimiento del Plan de Igualdad Sugerencias y opiniones de empleados Herramientas de comunicación interna Herramientas de evaluación de rendimiento
Franquiciados	<ul style="list-style-type: none"> Encuesta de opinión franquiciados Canales de comunicación para implementar iniciativas en los restaurantes 	<ul style="list-style-type: none"> Participación en Asambleas COOP para información y aprobación de iniciativas de Marketing / Comunicación
Proveedores	<ul style="list-style-type: none"> Reuniones con Departamento de Compras, Calidad y Sostenibilidad 	<ul style="list-style-type: none"> Grupo de trabajo del Plan de Ejecución del Plan de Marketing
Instituciones y autoridades	<ul style="list-style-type: none"> Encuentros institucionales con participación de directivos y franquiciados 	<ul style="list-style-type: none"> Asistencia de autoridades en las aperturas de restaurantes
Organizaciones empresariales y asociaciones	<ul style="list-style-type: none"> Participación en asociaciones sectoriales (Marcas de Restauración, Franquicias) 	<ul style="list-style-type: none"> Participación en congresos y foros de nutrición y sanidad
Medios de comunicación	<ul style="list-style-type: none"> Comunicados de prensa y actos informativos diversos 	<ul style="list-style-type: none"> Documentos informativos para grupos de interés



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**. Así lo certifica **el Sello AENOR**, siendo McDonald's la **primera compañía del sector** de la restauración en obtener esta certificación.

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 sus empleados y franquiciados, en su modelo apodado 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

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:

Derechos Humanos



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 empleados que estén autorizados 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.

Prevención de Riesgos Laborales



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.



Gestión Medioambiental

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.



Integridad en los Negocios

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 los empleados 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 un empleado de McDonald's.

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 por parte del proveedor.

Durante 2019, los requisitos a proveedores se han actualizado con el objetivo de cumplir con la estrategia de sostenibilidad corporativa (Scale For Good).

Este procedimiento incluye 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 2019, diferentes compañías independientes han llevado a cabo 29 auditorías a distintas instalaciones de los proveedores (21 en 2018). Más del 90% de las mismas no han mostrado desviaciones con impacto en el negocio, y ninguna ha supuesto el cese de la relación con el proveedor.



Extensión de la sostenibilidad a la cadena de valor



Granjas insignia

McDonald's, junto con **Food Animal Initiative** (FAI), ha desarrollado el programa “**granjas insignia**” para estimular la puesta en común de prácticas agrícolas y ganaderas **innovadoras y sostenibles**, y para demostrar su compromiso a largo plazo con el sector primario.



Café certificado

El café de McDonald's es **sostenible** y está **certificado por Rainforest Alliance** desde 2007. Este certificado garantiza el cultivo sostenible del café, y vela por la subsistencia de las futuras generaciones, al conservar los recursos naturales de los que dependen.



Pescado certificado

McDonald's es la **primera empresa de restauración** en vender productos con el logo **MSC** en todos los países de Europa en los que está presente. Esta certificación avala que la cadena de suministro de McDonald's cumple en términos de trazabilidad y pesca sostenible.



7.4 Gestión responsable del cliente/ consumidor



Compromiso con la Nutrición

Cada día, millones de familias visitan los restaurantes de McDonald's. Como compañía líder y comprometida con la sociedad, 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 aspira a que los padres puedan estar tranquilos cuando ofrezcan un Happy Meal a sus hijos y demostrarles que se 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.

Calidad, seguridad alimentaria y nutrición infantil

Calidad y seguridad alimentaria

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).

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.

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 el que da cobertura al mercado europeo ubicado 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.



La Compañía también imparte formación sobre medidas de seguridad alimentaria y calidad a todos los empleados 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.

Por último, los restaurantes de McDonald's España disponen de un sistema de *Análisis de Peligros y Puntos de Control Crítico* (APPCC) que, habiéndose establecido en España desde mediados de los noventa, cuenta con reconocimiento a nivel mundial.

Como se ha comentado anteriormente, este sistema 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.

Nutrición infantil

Cada día, millones de familias visitan nuestros restaurantes. 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 de demostrar que 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, lo cual ha llevado a la Compañía a asumir cinco compromisos con ellas a nivel global::

1. El compromiso de ofrecer un menú equilibrado a través de nuestro Happy Meal®. Con un aporte calórico inferior a 600 calorías, de las cuales menos del 10% procedentes de grasas saturadas o azúcares añadidos y reduciendo la cantidad de sodio.
2. El compromiso de simplificar ingredientes, eliminar aromas y colorantes artificiales y reducir los conservantes artificiales donde sea posible sin sacrificar el sabor, la calidad o la seguridad de los alimentos.
3. El compromiso de informar de manera transparente sobre los valores nutricionales del Happy Meal® en los canales de comunicación de McDonald's, incluyendo las apps y webs.
4. El compromiso de realizar prácticas responsables de comunicación y promoción de los productos dirigidos a público infantil.
5. El compromiso de fomentar el consumo de frutas, verduras, productos lácteos bajos en grasa, cereales integrales, proteínas y/o agua en el 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 2020" de 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://www.mcdonalds.es/contacta>



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 de estas reclamaciones son pedidos incompletos, incidencias en el Servicio McAuto, incidencias en el Servicio McDelivery (Domicilio), pedidos erróneos y trato recibido.

Durante 2018 se han gestionado un total de 7.891 reclamaciones, lo que supone un 1,35% menos que las gestionadas en 2017 (7.999 reclamaciones). De estas, solo el 0,8% (60 reclamaciones) quedaron pendientes de cierre 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, consistente 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, si han tenido algún problema durante la visita y si se sienten un cliente valorado. Esto permite una monitorización mensual de la satisfacción del cliente, acabando el año 2019 con siete de cada 10 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 respecto al año 2010 un 48%.



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 MAPEL SPAIN 2012, S.L. y sociedades dependientes (en adelante, “MAPEL”), y el impacto de su actividad respecto, al menos, a cuestiones medioambientales y sociales, al respeto a los derechos humanos y a la lucha contra la corrupción y el soborno, así como relativas 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 2019, coincidente con el ejercicio social de MAPEL.

Este informe forma parte del Informe de Gestión Consolidado de MAPEL, 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 MAPEL en 2019.

El alcance de las sociedades consideradas por MAPEL a efectos de la elaboración del presente EINF coincide con la definición de grupo a efectos de la elaboración de los estados financieros consolidados, con las particularidades que en su caso se hacen constar en cada uno de los apartados del informe.

Principios y estándares de elaboración

El desarrollo del EINF se ha llevado a cabo teniendo en cuenta lo establecido en la Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad del Global Reporting Initiative (Estándares 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 la “Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de GRI” se establecen una serie de principios que se han tenido en cuenta de cara a definir el contenido del EINF y que son los siguientes:

- **Contexto.** Se ha llevado a cabo una evaluación sobre cómo las actividades y servicios prestados por la Compañía interactúan con el contexto social, económico y ambiental en el que ejerce su actividad.
- **Exhaustividad.** A partir de la identificación de los aspectos materiales se han diseñado los contenidos del EINF 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 Restaurantes McDonald’s S.A.U.
- **Materialidad.** Se ha llevado a cabo un análisis de materialidad cuya meta ha sido definir los aspectos más relevantes para Restaurantes McDonald’s S.A.U.
- **Participación de los grupos de interés.** El EINF se ha elaborado teniendo presente las expectativas y preocupaciones de los grupos de interés en relación con el funcionamiento y desempeño de la Compañía. A través de los responsables de Restaurantes McDonald’s S.A.U que mantienen contacto con ellos se han tenido en cuenta estas expectativas.



Adicionalmente, para la elaboración del EINF se han seguido los principios establecidos por GRI que buscan garantizar la calidad de la información, detallados a continuación:

- **Claridad.** Restaurantes McDonald's S.A.U trabaja para hacer llegar la información sobre su desempeño de forma accesible y clara para todos sus grupos de interés.
- **Comparabilidad.** La Compañía ha recopilado información que ha sido incluida en los contenidos con el fin de que los grupos de interés sean capaces de analizar cómo el desempeño de la Compañía ha ido evolucionando en los últimos años, facilitando su contraste con el de otras organizaciones.
- **Equilibrio.** Este principio indica que los EINF deben ser capaces de reflejar tanto aspectos positivos como negativos en relación al desempeño de la Compañía. Con la aplicación de este principio se ha logrado una visión amplia y objetiva del desempeño global de Restaurantes McDonald's S.A.U.
- **Fiabilidad.** Restaurantes McDonald's S.A.U ha detallado en el presente EINF el proceso seguido para su elaboración, garantizando que el contenido reflejado pueda ser sometido a una evaluación externa que permita valorar la calidad y el grado de materialidad de la información incluida.
- **Precisión.** Se ha buscado que la información reflejada en el presente EINF incluya suficiente detalle para satisfacer las expectativas manifestadas por los grupos de interés de la Compañía.
- **Puntualidad.** El objetivo de Restaurantes McDonald's S.A.U 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 información sobre el desempeño de la Compañía.

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.

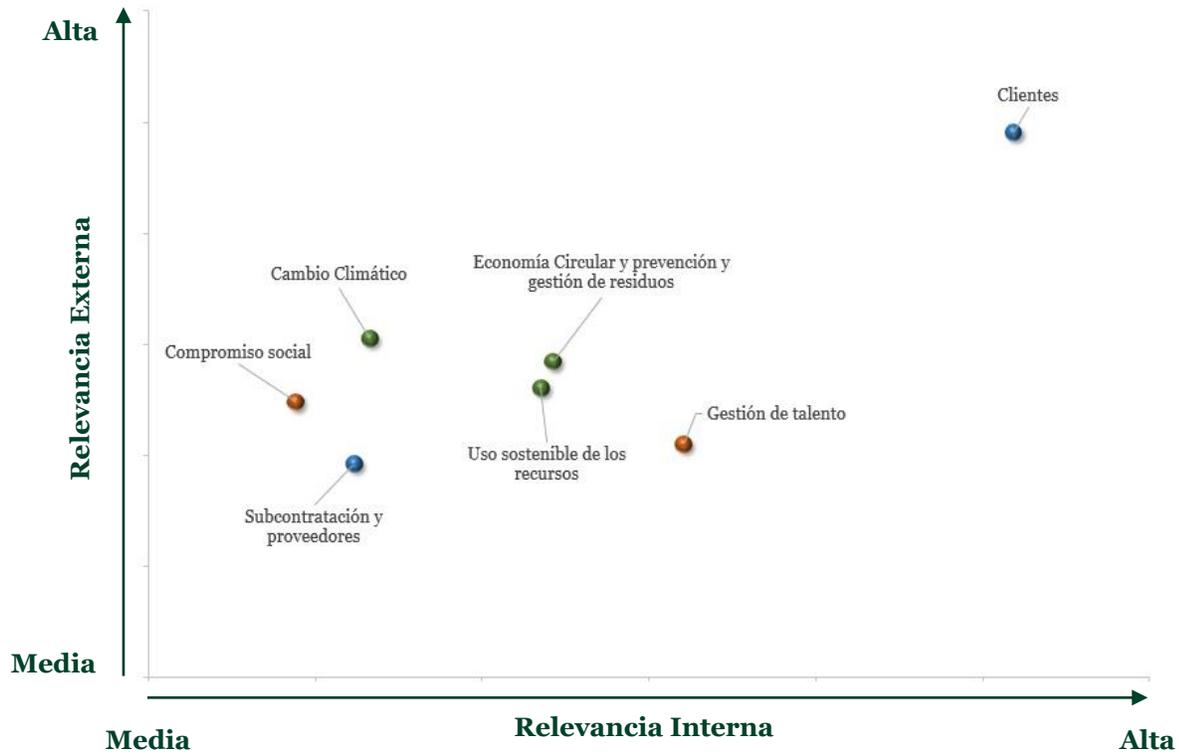
Para alcanzar este objetivo se elaboró durante 2019 un análisis específico valorando las cuestiones clave, bien por su influencia sobre las valoraciones y percepciones de los grupos de interés o bien porque tienen un impacto directo sobre el éxito a medio y largo plazo de la estrategia de MAPEL.

En concreto las principales actividades llevadas a cabo para este análisis de 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, McDonald's Group y McDonald's Alemania en términos de impactos sociales, ambientales, laborales, etc.
- Identificación de requerimientos de prescriptores sectoriales (GRI, SAASB, 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, MAPEL ha elaborado la versión definitiva de este EINF. En la tabla de contenidos que se ha incluido 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. MAPEL 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 MAPEL, puede ponerse en contacto con nuestro departamento de comunicación a través del siguiente número de teléfono: 910213500

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

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: 1.) su entorno empresarial, 2.) su organización y estructura, 3.) los mercados en los que opera, 4.) sus objetivos y estrategias, 5.) los principales factores y tendencias que pueden afectar a su futura evolución.	102-1	2, 3, 4, 5, 6, 7	España	Sí
		102-2			
		102-3			
		102-4			
		102-6			
		102-7			
Políticas	<u>Una descripción de las políticas</u> que aplica el grupo respecto a dichas cuestiones, que incluirá: 1.) los procedimientos de diligencia debida aplicados para la identificación, evaluación, prevención y atenuación de riesgos e impactos significativos 2.) los procedimientos de verificación y control, incluyendo qué medidas se han adoptado.	103	8	España	Sí
Riesgos a CP, MP y LP	<u>Los principales riesgos</u> 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 * cómo el grupo <u>gestiona</u> dichos riesgos, * explicando los <u>procedimientos utilizados para detectarlos y evaluarlos</u> de acuerdo con los marcos nacionales, europeos o internacionales de referencia para cada materia. * Debe incluirse <u>información sobre los impactos que se hayan detectado</u> , ofreciendo un desglose de los mismos, en particular sobre los principales riesgos a corto, medio y largo plazo.	102-15	15, 16	España	Sí



ÁMBITOS	Contenidos	Estándares GRI	Página del Informe	Alcance	Asunto Material (SI / NO)
Cuestiones medioambientales	Global Medio Ambiente				
	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; 2.) Los <u>recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales</u> ; 3.) La aplicación del <u>principio de precaución, la cantidad de provisiones y garantías para riesgos ambientales. (Ej. dedicados de la ley de responsabilidad ambiental)</u>	103	33 - 43	España	Sí
		201-2			
		102-11			
		308-2			
	Contaminación				
	1.) <u>Medidas para prevenir, reducir o reparar las emisiones de carbono</u> que afectan <u>gravemente</u> el medio ambiente;	103	39, 40	España	Sí
		305-5			
	2.) Teniendo en cuenta cualquier forma de contaminación atmosférica específica de una actividad, incluido el ruido y la contaminación lumínica.	305-6	40, 41	España	No
		305-7			
	Economía circular y prevención y gestión de residuos				
	<u>Economía circular</u>	103	41, 42	España	Sí
	<u>Residuos</u> : Medidas de prevención, reciclaje, reutilización, otras formas de recuperación y eliminación de desechos;	103	41, 42	España	Sí
		306-2			
	<u>Acciones para combatir el desperdicio de alimentos.</u>	103	43	España	Sí
	Uso sostenible de los recursos				
	El consumo de agua y el suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales;	303-1	37, 38	España	Sí
	<u>Consumo</u> de materias primas y las <u>medidas adoptadas para mejorar la eficiencia de su uso</u> ;	103	38	España	Sí
		301-1			
	<u>Consumo</u> , directo e indirecto, de <u>energía, medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética y el uso de energías renovables.</u>	103	35, 36, 37	España	Sí
302-1					
302-2					
302-3					
	302-4				



ÁMBITOS	Contenidos	Estándares GRI	Página del Informe	Alcance	Asunto Material (SI / NO)
Cuestiones medioambientales	Cambio Climático				
	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;	103	40	España	Sí
		305-1			
		305-2			
		305-3			
		305-4			
	305-5				
	Las <u>medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático</u> ;	103	39	España	Sí
201-2					
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.	103	39	España	Sí	
	305-5				
Protección de la biodiversidad					
<u>Medidas tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad</u> ;	103	43	España	No	
<u>Impactos</u> causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas.	304-2	43	España	No	
Cuestiones sociales y relativas al personal	Empleo				
	<u>Número total y distribución de empleados por sexo, edad, país y clasificación profesional</u> ;	103	28	España	Sí
		102-8		España	Sí
		405-1		España	Sí
	<u>Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo</u> ,	102-8	29	España	Sí
	<u>Promedio anual de contratos indefinidos, de contratos temporales y de contratos a tiempo parcial por sexo, edad y clasificación profesional</u> ,	102-8	29, 30	España	Sí
		405-1		España	Sí
	<u>Número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional</u> ;	401-1	30	España	Sí
	Las remuneraciones medias y su evolución desagregados por sexo, edad y clasificación profesional o igual valor;	405-2	31	España	Sí
	<u>Brecha salarial</u> , la remuneración de puestos de trabajo iguales o de media de la sociedad,	103	31	España	Sí
		405-2		España	Sí
<u>La 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> ,	103	32	España	Sí	
Implantación de <u>políticas de desconexión laboral</u> ,	103	21, 22	España	Sí	
Empleados con <u>discapacidad</u> .	405-1	27, 29	España	Sí	



ÁMBITOS	Contenidos	Estándares GRI	Página del Informe	Alcance	Asunto Material (SI / NO)
Cuestiones sociales y relativas al personal	Organización del trabajo				
	Organización del tiempo de trabajo	103	20, 21	España	Sí
	Número de horas de <u>absentismo</u>	403-2	22	España	Sí
	<u>Medidas</u> destinadas a facilitar el disfrute de la <u>conciliación y fomentar el ejercicio corresponsable</u> de estos por parte de ambos progenitores.	103	19, 20, 21, 22	España	Sí
	Salud y seguridad				
	Condiciones de salud y seguridad en el trabajo;	103	22, 23	España	Sí
	<u>Accidentes</u> de trabajo, en particular su frecuencia y gravedad, Enfermedades profesionales, desagregado por sexo.	403-2	22	España	Sí
		403-3		España	Sí
	Relaciones sociales				
	Organización del <u>diálogo social</u> , incluidos procedimientos para informar y consultar al personal y negociar con ellos;	103	23	España	Sí
	Porcentaje de <u>empleados cubiertos por convenio colectivo por país</u> ;	102-41	23	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	23	España	Sí
	Formación				
	Las <u>políticas implementadas</u> en el campo de la formación;	103	24, 25	España	Sí
	La <u>cantidad total de horas</u> de formación <u>por categorías profesionales</u> .	404-1	25	España	Sí
	Accesibilidad universal de las personas con discapacidad				
	Igualdad				
	<u>Medidas adoptadas</u> para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres;	103	25, 26, 27	España	Sí
	<u>Planes de igualdad</u> (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> ;		26, 27	España	Sí
	La <u>política</u> contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad.		25	España	Sí



ÁMBITOS	Contenidos	Estándares GRI	Página del Informe	Alcance	Asunto Material (SI / NO)
Derechos humanos	Aplicación de <u>procedimientos de diligencia debida</u> en materia de derechos humanos Prevención de los riesgos de vulneración de derechos humanos y, en su caso, medidas para mitigar, gestionar y reparar posibles abusos cometidos;	103	12, 13, 14	España	Sí
		102-16		España	Sí
		102-17		España	Sí
		412-2		España	Sí
	Denuncias por casos de vulneración de derechos humanos;	406-1	13	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	12	España	Sí
	La <u>eliminación de la discriminación</u> en el empleo y la ocupación;	103	12, 13, 14	España	Sí
		406-1		España	Sí
	La <u>eliminación del trabajo forzoso u obligatorio</u> ;	409-1	12, 13, 14	España	Sí
	La <u>abolición efectiva del trabajo infantil</u> .	408-1	12, 13, 14	España	Sí
Corrupción y el soborno	<u>Medidas</u> adoptadas para <u>prevenir</u> la corrupción y el soborno;	103	9, 10	España	Sí
		102-16		España	Sí
		102-17		España	Sí
		205-2		España	Sí
	<u>Medidas para luchar</u> contra el blanqueo de capitales,	205-2	10	España	Sí
	<u>Aportaciones</u> a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro.	413-1	11	España	Sí
Sociedad	Compromisos de la empresa con el desarrollo sostenible				
	El <u>impacto</u> de la actividad de la sociedad en el <u>empleo</u> y el <u>desarrollo local</u> ;	103	44, 46	España	Sí
		203-1		España	Sí
		203-2		España	Sí
		413-1		España	Sí
	El <u>impacto</u> de la actividad de la sociedad en las <u>poblaciones locales</u> y en el <u>territorio</u> ;	203-1	44, 45, 46	España	Sí
		203-2		España	Sí
		413-1		España	Sí
		413-2		España	Sí
	Las <u>relaciones</u> mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos;	102-43	46	España	Sí
Las acciones de <u>asociación o patrocinio</u> .	102-12	11, 44, 45	España	Sí	
	102-13		España	Sí	



ÁMBITOS	Contenidos	Estándares GRI	Página del Informe	Alcance	Asunto Material (SI / NO)
Sociedad	Subcontratación y proveedores				
	* La inclusión en la <u>política de compras</u> de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales; * Consideración en las <u>relaciones con proveedores y subcontratistas</u> de su responsabilidad social y ambiental;	102-9	47, 48, 49	España	Sí
		103		España	Sí
		308-1		España	Sí
		414-1		España	Sí
	Sistemas de <u>supervisión y auditorías</u> y resultados de las mismas.	103	48, 49	España	Sí
	Consumidores				
	Medidas para la salud y la seguridad de los consumidores;	103	50, 51	España	Sí
		416-1		España	Sí
	Sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de las mismas.	103	52	España	Sí
		416-2		España	Sí
	Información fiscal				
	Beneficios obtenidos país por país Impuestos sobre beneficios pagados	103	17	España	Sí
Subvenciones públicas recibidas	201-4	17	España	Sí	



Anexo 2. Hechos posteriores sobre las circunstancias acaecidas por causa del COVID-19

El pasado 11 de marzo de 2020 la Organización Mundial de la Salud elevó la situación de emergencia de salud pública ocasionada el brote del coronavirus (COVID-19) a pandemia internacional. La rápida evolución de los hechos, a escala nacional e internacional, supone una crisis sanitaria sin precedentes que impactará en el entorno macroeconómico y en la evolución de los negocios. Para hacer frente a esta situación, el Gobierno de España procedió, entre otras medidas, a la declaración del estado de alarma mediante la publicación del Real Decreto 463/2020, de 14 de marzo, y a la aprobación de una serie de medidas urgentes extraordinarias para hacer frente al impacto económico y social del COVID-19, mediante, entre otros, el Real Decreto—ley 8/2020, de 17 de marzo.

Teniendo esto en consideración y la ausencia, por el momento, de un tratamiento médico eficaz contra el virus, las consecuencias para la economía, en general, y para las operaciones de la Compañía, en particular, son inciertas y van a depender en gran medida de la evolución y extensión de la pandemia en los próximos meses, así como de la capacidad de reacción y adaptación de los diferentes agentes económicos.

A fecha de formulación de este Estado de Información No Financiera es prematuro realizar una valoración detallada o cuantificar los posibles impactos que tendrá el COVID-19 sobre la Compañía debido al actual contexto de incertidumbre. No obstante, se ha realizado una evaluación preliminar sobre la repercusión del COVID-19 en los distintos aspectos reflejados en el presente Estado de Información No Financiera:

1. Sobre la Compañía

El entorno global ha sufrido cambios significativos que han requerido una revisión por parte de la Compañía. Si bien el Fondo Monetario Internacional (FMI) preveía a principios de 2020 una posible aceleración del crecimiento económico mundial, estimando una tasa de aproximadamente el 3,3% en 2020 y del 3,4% en 2021, esta situación ha cambiado tras la irrupción de la COVID-19. En la actualidad se estima que la pandemia provoque una recesión global sin precedentes que amenaza con llevar al PIB mundial a una caída del 4,9% en 2020, que se recuperaría en 2021 para ubicarse en un 5,4%.

A nivel nacional la previsión de la tendencia económica es similar. De acuerdo con el último informe del FMI, la economía nacional se reducirá un 12,8% en 2020, recuperándose hasta el 6,3% en 2021.

Además, la crisis sanitaria derivada del COVID-19 ha supuesto cambios importantes en el comportamiento y las preferencias de los consumidores. En este sentido, la compañía ha seguido apostando por la digitalización y, en especial, sus servicios de McDelivery, McAuto y la opción “Para llevar”.

2. Gestión ética e integridad y cumplimiento normativo

La crisis sanitaria no ha tenido un impacto significativo en la gestión ética y en el cumplimiento normativo de la compañía, específicamente en cuanto a las políticas, procedimientos y actuaciones relativas a este ámbito. En cuanto a aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro, a fecha de publicación de este Estado de Información No Financiera no es posible valorar la afectación a la colaboración económica de McDonald’s España con la Fundación Infantil Ronald McDonald.



3. Gestión de riesgos no financieros

El principal riesgo que se ha materializado como consecuencia de la crisis sanitaria derivada del COVID-19 ha sido el riesgo de “eventos concretos disruptivos”. Como consecuencia de ello, se cerraron con fecha 14 de marzo de 2020 temporalmente la totalidad de los restaurantes. McDonald's inició el 11 de mayo la reapertura de sus restaurantes en España de forma escalonada en función de las diferentes fases del proceso de desescalada, con el objetivo de facilitar que cada establecimiento disponga del plazo que necesite para poner en marcha su operativa, adaptada a la nueva normalidad.

Si bien la pandemia del COVID-19 ha interrumpido significativamente las operaciones de los negocios de McDonald's, la compañía ha dado varios pasos centrados en generar un entorno en el que prima la seguridad y el bienestar del personal de restaurantes, franquiciados, empleados y clientes. Además, la sociedad:

- Trabaja con franquiciados para evaluar la viabilidad operativa y liquidez financiera durante este período de incertidumbre.
- Utiliza los servicios de McDelivery, McAuto y la opción 'Para llevar' como un activo crítico durante la desescalada y la nueva normalidad.
- Colabora estrechamente con los proveedores en la planificación de contingencias para el suministro continuo.

4. Gestión económica y transparencia fiscal

Como consecuencia de esta crisis, con fecha 14 de marzo de 2020, se cerraron temporalmente la totalidad de los restaurantes, lo que ha provocado una caída de la actividad prevista la Compañía correspondiente a los primeros meses del año 2020, no siendo posible evaluar en este momento si dicha situación se mantendrá y en qué medida en el futuro, ni su afectación a beneficios, impuestos pagados y subvenciones recibidas.

5. Gestión de recursos humanos

La Compañía ha implementado una serie de medidas para mitigar el impacto de esta crisis. La medida más importante que ha tomado la Compañía ha sido el Expediente de Regulación Temporal de Empleo (ERTE). A fecha de 19 de marzo de 2020, y en virtud del Real Decreto 8/2020, de 17 de marzo, Restaurantes McDonald's S.A.U. presentó un Expediente de Regulación Temporal de Empleo (ERTE) parcial ante la Dirección General de Trabajo (DGT) fundamentado en La Declaración de Fuerza Mayor (RD 463/2020, de 14 de marzo) y solicitando la autorización para la suspensión total de las relaciones laborales de 2.726 trabajadores, comenzando la suspensión de esos contratos de trabajo a partir del día 14 de marzo de 2020, e inicialmente hasta el 28 de marzo de 2020, o hasta la fecha que se indicase por parte del organismo correspondiente a través de las sucesivas prórrogas del Estado de Alarma. La suspensión de los contratos de trabajo afectaba a todos los restaurantes gestionados por Restaurantes McDonald's S.A.U.

En fecha 22 de mayo La Dirección General de Trabajo comunicó a Restaurantes McDonald's S.A.U. la aprobación del ERTE. Con la publicación en el BOE de la Orden 388/2020, de 3 de mayo de 2020, por la que se establecen Las condiciones para la apertura al pública de determinados comercios y servicios, Restaurantes McDonald's S.A.U. inició la reapertura de gran parte de sus restaurantes por cuanto en fecha 5 de mayo de 2020 inició la desafección de sus empleados del ERTE por Fuerza Mayor.

En relación a los trabajadores de oficina, y en parte gracias a los avances relativos en materia de flexibilidad y teletrabajo reportados, el personal ha podido seguir trabajando con normalidad. Aunque por esta situación de Fuerza Mayor no se ha podido respetar la política de trabajo flexible en su totalidad, se prevé una actualización de dicha política en base a la Ley que regule esta modalidad.



Adicionalmente, en mayo de 2020 se publicó un Protocolo de Reapertura de Oficinas en tres etapas (recuperación, reactivación y normalidad) que regula aspectos como medidas de seguridad, aforo en las oficinas, reuniones, etc.

En este contexto y en cuanto a seguridad y salud de los trabajadores de oficina, el Protocolo de Reapertura de Oficinas contempla medidas de higiene personal, organizativas (destinadas a facilitar la distancia social), y de higiene en las instalaciones. En dicho protocolo se exponen también recomendaciones de actuación si se presentan síntomas y medidas específicas sobre los trabajadores que deban viajar. Además, se presta especial atención a los trabajadores especialmente sensibles, sobre los que se toman, medidas concretas.

En relación a los trabajadores de restaurantes, se aplican las medidas relativas a la seguridad y salud de los trabajadores que están contempladas en un Protocolo de Reapertura específico para restaurantes, que incluyen además de medidas higiénicas, de limpieza, de distancia social y de evitar contactos, una guía de uso de EPIs, formación en COVID-19, y medidas para reforzar la motivación y confianza de los empleados, entre las que destaca un kit de bienvenida y una línea gratuita de información laboral y apoyo psicológico para empleados.

6. Gestión medioambiental

La crisis sanitaria no ha tenido un impacto significativo en la gestión medioambiental de la Compañía, específicamente en cuanto a las políticas, procedimientos y actuaciones relativas a este aspecto. No obstante, es previsible una disminución en la magnitud de los principales KPIs medioambientales de la Compañía para el año 2020 a causa del cierre de restaurantes (consumo energético y de agua, huella de carbono, consumo de materias primas, residuos, etc.).

7. Compromiso social

Como medida de contención de la pandemia causada por el coronavirus, los restaurantes McDonald's han estado cerrados durante el confinamiento. Es importante resaltar que en la reapertura de los mismos no ha habido ningún problema de suministro en los restaurantes McDonald's gracias a la coordinación con los proveedores previa al inicio de la actividad y a que se han activado los planes de contingencia. Esto ha supuesto que los proveedores españoles hayan dado soporte a otros países que reiniciaron la actividad antes que nuestro mercado, y viceversa. Esta labor de coordinación ha estado enfocada en el consumo del stock ya producido en los Restaurantes de España en la medida de lo posible y, de no ser factible, en gestionar su donación a entidades sociales como los Bancos de Alimentos y las Cáritas Diocesanas, gestionados respectivamente a través de la FESBAL y Cáritas Española.

Las medidas de salud y seguridad de los clientes han sido una prioridad para McDonald's ante la reapertura de los restaurantes y se han regulado con el Protocolo de Reapertura específico para restaurantes. Durante la fase previa de la reapertura se han implementado medidas de formación a empleados, con un refuerzo en protocolos de seguridad e higiene, se ha creado un nuevo puesto en todos sus restaurantes (Responsable de Seguridad e Higiene, persona que se encarga de garantizar que se siguen las normas establecidas por las Autoridades Sanitarias y por la propia compañía en esta materia), y se ha procedido a la nebulización de todos los restaurantes para asegurar su desinfección total antes de la reapertura. En paralelo, la Compañía ha instalado elementos de protección, como mamparas separadoras en zonas de mostrador, entrega de pedidos, McCafé y McAuto, y ha colocado cajones de seguridad para que los pedidos de McAuto se puedan entregar al cliente sin contacto.

Una vez abiertos los restaurantes, la compañía ha asegurado otra serie de medidas relativas a este aspecto. Tanto los empleados como los clientes tienen gel hidroalcohólico a su disposición, además de guantes desechables para poder utilizar los kioscos. Además, todos los pedidos se entregan en bolsas para extremar las medidas de seguridad, y en la zona de McCafé, en lugar de vajilla se utilizarán envases de papel. Por último, el protocolo contempla también un control de aforo en el acceso de clientes al restaurante, tanto para la recogida de pedidos para llevar, como para la utilización de los salones.



Anexo 3. Verificación externa del estado de información no financiera