

**ELVIS BIDCO IBERIA, S.L.U. Y
SOCIEDADES DEPENDIENTES**

**Informe de Verificación Independiente
del Estado de Información No Financiera Consolidado
correspondiente al ejercicio finalizado
el 31 de diciembre de 2021**

ELVIS BIDCO IBERIA, S.L.U. Y SOCIEDADES DEPENDIENTES

Informe de Verificación Independiente del Estado de Información No
Financiera Consolidado correspondiente al ejercicio finalizado el 31 de
diciembre de 2021

INFORME DE VERIFICACIÓN INDEPENDIENTE DEL ESTADO DE INFORMACION NO FINANCIERA CONSOLIDADO ELVIS BIDCO IBERIA, S.L.U. Y SOCIEDADES DEPENDIENTES DEL EJERCICIO 2021

Al socio único de ELVIS BIDCO IBERIA, S.L.U.:

De acuerdo al artículo 49 del Código de Comercio hemos realizado la verificación, con el alcance de seguridad limitada, del Estado de Información No Financiera Consolidado adjunto (en adelante EINF) correspondiente al ejercicio anual finalizado el 31 de diciembre de 2021, de ELVIS BIDCO IBERIA, S.L.U. y sociedades dependientes (en adelante ELVIS BIDCO IBERIA o la entidad o el Grupo BIDCO) que forma parte del Informe de Gestión Consolidado del Grupo BIDCO.

Elvis Bidco Iberia, S.L.U. se constituyó con la denominación de Versalent Investments, S.L.U. el 26 de mayo de 2021, con carácter indefinido. El 27 de julio de 2021, se acordó la adquisición del 100% del capital social de Restaurant Brands Iberia, S.A., e indirectamente de sus sociedades españolas y portuguesa, que se completó el 21 de octubre. Desde entonces, la Sociedad es cabecera del Grupo BIDCO.

Si bien, la conformación del Grupo BIDCO se completó básicamente el 21 de octubre de 2021, presentando la Sociedad Dominante las cuentas anuales consolidadas para el período de siete meses y seis días terminado el 31 de diciembre de 2021; el informe no financiero tiene como alcance el período anual terminado al 31 de diciembre de 2021. La decisión se ha tomado por los Administradores, teniendo en cuenta que las Sociedades que forman el perímetro de consolidación de la información financiera llevan desarrollando su actividad durante varios ejercicios, pudiendo ser relevante para los grupos de interés observar los principales indicadores para el ejercicio anual.

Responsabilidad de los Administradores

La formulación del EINF incluido en el Informe de Gestión Consolidado del GRUPO BIDCO, así como el contenido del mismo, es responsabilidad de los Administradores de ELVIS BIDCO IBERIA, S.L.U. El EINF se ha preparado de acuerdo con los contenidos recogidos en la normativa mercantil vigente y siguiendo los criterios de los *Sustainability Reporting Standards* de *Global Reporting Initiative* (estándares GRI) seleccionados, así como aquellos otros criterios descritos de acuerdo para cada materia en el Anexo: Índice de contenidos requeridos por la Ley 11/2018 incluido en el citado EINF.

Esta responsabilidad incluye asimismo el diseño, la implantación y el mantenimiento del control interno que se considere necesario para permitir que el EINF esté libre de incorrección material, debida a fraude o error.

Los administradores de ELVIS BIDCO IBERIA, S.L.U. son también responsables de definir, implantar, adaptar y mantener los sistemas de gestión de los que se obtiene la información necesaria para la preparación del EINF.

Nuestra independencia y control de calidad

Hemos cumplido con los requerimientos de independencia y demás requerimientos de ética del Código de Ética para Profesionales de la Contabilidad emitido por el Consejo de Normas Internacionales de Ética para Profesionales de la Contabilidad (IESBA, por sus siglas en inglés) que está basado en los principios fundamentales de integridad, objetividad, competencia y diligencia profesionales, confidencialidad y comportamiento profesional.

Nuestra firma aplica la Norma Internacional de Control de Calidad 1 (NICC 1) y mantiene, en consecuencia, un sistema global de control de calidad que incluye políticas y procedimientos documentados relativos al cumplimiento de requerimientos de ética, normas profesionales y disposiciones legales y reglamentarias aplicables.

El equipo de trabajo ha estado formado por profesionales expertos en revisiones de Información no Financiera y, específicamente, en información de desempeño económico, social y medioambiental.

Nuestra responsabilidad

Nuestra responsabilidad es expresar nuestras conclusiones en un informe de verificación independiente de seguridad limitada basándonos en el trabajo realizado que se refiere exclusivamente al ejercicio 2021. Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de acuerdo con los requisitos establecidos en la Norma Internacional de Encargos de Aseguramiento 3000 Revisada en vigor, “Encargos de Aseguramiento distintos de la Auditoría o de la Revisión de Información Financiera Histórica” (NIEA 3000 Revisada) emitida por el Consejo de Normas Internacionales de Auditoría y Aseguramiento (IAASB) de la Federación Internacional de Contadores (IFAC) y con la Guía de Actuación sobre encargos de verificación del Estado de Información No Financiera emitida por el Instituto de Censores Jurados de Cuentas de España.

En un trabajo de seguridad limitada los procedimientos llevados a cabo varían en su naturaleza y momento de realización, y tienen una menor extensión, que los realizados en un trabajo de seguridad razonable y, por lo tanto, la seguridad que se obtiene es sustancialmente menor.

Nuestro trabajo ha consistido en la formulación de preguntas a la Dirección, así como a las diversas unidades del Grupo BIDCO que han participado en la elaboración del EINF, en la revisión de los procesos para recopilar y validar la información presentada en el EINF y en la aplicación de ciertos procedimientos analíticos y pruebas de revisión por muestreo que se describen a continuación:

- Reuniones con el personal del Grupo RB BIDCO para conocer el modelo de negocio, las políticas y los enfoques de gestión aplicados, los principales riesgos relacionados con esas cuestiones y obtener la información necesaria para la revisión externa.

- Análisis del alcance, relevancia e integridad de los contenidos incluidos en el EINF del ejercicio 2021 en función del análisis de materialidad realizado por el Grupo BIDCO y descrito en el apartado correspondiente del EINF, considerando contenidos requeridos en la normativa mercantil en vigor.
- Análisis de los procesos para recopilar y validar los datos presentados en el EINF del ejercicio 2021.
- Revisión de la información relativa a los riesgos, las políticas y los enfoques de gestión aplicados en relación a los aspectos materiales presentados en el EINF del ejercicio 2021.
- Comprobación, mediante pruebas, en base a la selección de una muestra, de la información relativa a los contenidos incluidos en el EINF del ejercicio 2021 y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información.
- Obtención de una carta de manifestaciones de los Administradores y la Dirección.

Conclusión

Basándonos en los procedimientos realizados en nuestra verificación y en las evidencias que hemos obtenido no se ha puesto de manifiesto aspecto alguno que nos haga creer que el EINF del Grupo RB BIDCO correspondiente al ejercicio anual finalizado el 31 de diciembre de 2021 no ha sido preparado, en todos sus aspectos significativos, de acuerdo con los contenidos recogidos en la normativa mercantil vigente y siguiendo los criterios de los estándares GRI seleccionados.

Uso y distribución

Este informe ha sido preparado en respuesta al requerimiento establecido en la normativa mercantil vigente en España, por lo que podría no ser adecuado para otros propósitos y jurisdicciones.

ETL GLOBAL AUDIT ASSURANCE, S.L.

Pedro Rodríguez Fernández

24 de febrero de 2021

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA

ELVIS BIDCO IBERIA, S.L.U.
Y SOCIEDADES DEPENDIENTES



2021

PRINCIPALES INDICADORES (*)



(*) Excepto para plantilla, nº restaurantes y % de mujeres directivas al cierre, considérese que el resto de datos corresponden a cifras proforma de los doce meses de 2021, bajo la hipótesis de que (i) la constitución de la Sociedad Dominante y (ii) la adquisición de Restaurant Brands Iberia, S.A., se hubiesen producido el 1 de enero de 2021.

(**) Según se explica en el Informe de Gestión Consolidado, "EBITDA ajustado" es igual al resultado de explotación antes de amortización y pérdidas por deterioro, "pre-NIIF 16" y antes de (i) gastos de fusiones y adquisiciones, (ii) determinados gastos de nuevas aperturas y costes de puesta en marcha, y (iii) otros gastos extraordinarios, inusuales o no recurrentes.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1.-Introducción.....	1
2.-Modelo de negocio	3
3.-Análisis de la materialidad y grupos de interés de Grupo BIDCO	15
4.-Gestión de riesgos no financieros.....	18
5.-Compromiso con el Medioambiente.....	20
5.1.- Impactos y gestión ambiental (Política del Grupo).....	20
5.2.- Riesgos identificados	22
5.3.- Economía circular y gestión de residuos	25
5.4.- Uso sostenible de los recursos.....	30
5.4.1.-Consumo de agua	30
5.4.2.-Consumo de materias primas	31
5.4.3.-Consumo de energía y combustible.....	32
5.4.4.-Compromiso con el uso de energías renovables	35
5.5.- Cambio climático.....	36
5.6.- Financiación vinculada a la sostenibilidad	37
5.7.- Protección de la Biodiversidad	40
6.- Compromiso con las personas: empleados	40
6.1.- Riesgos identificados	40
6.2.- Empleo.....	41
6.2.1.-Número total y distribución de empleados por sexo, edad, país, área geográfica y clasificación profesional.....	42
6.2.2.- Modalidades de tipo de contrato y empleo por sexo, edad y clasificación profesional	43
6.2.3.- Número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional	44
6.2.4.- Remuneración y brecha salarial.....	44
6.2.5.- Implantación de políticas de desconexión laboral	46
6.2.6.- Integración de empleados con capacidades diferentes.....	46
6.2.7.- Respeto a la diversidad e igualdad de oportunidades	46
6.3.- Organización del trabajo	47
6.3.1.- Organización del tiempo de trabajo.....	47
6.3.2.- Número de horas de absentismo	49
6.3.3.- Medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio corresponsable de estos por parte de ambos progenitores	49
6.4.- Salud y seguridad en el trabajo	50
6.4.1.- Condiciones de salud y seguridad en el trabajo.....	50
6.4.2.- Salud y Seguridad en el trabajo en relación al Covid-19	52
6.4.3.- Accidentes de trabajo	53
6.5.- Relaciones sociales.....	53
6.5.1.- Organización del diálogo social	53
6.5.2.- Porcentaje de empleados cubiertos por convenio	55
6.6.- Formación	55
6.7.- Acciones relativas a la promoción del desarrollo profesional y retención del talento.....	59
6.7.1.- Acciones en Burger King Spain.....	59
6.7.2.- Acciones en Popeyes.....	61

6.7.3.- Acciones en Tim Hortons.....	62
6.8.- Igualdad.....	65
6.8.1.- Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres. Planes de igualdad.....	65
6.8.2.- 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 capacidades diferentes	66
6.8.3.- Política contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad.....	67
7.- Compromiso con la protección de los derechos humanos.....	67
8.- Prevención de la corrupción, el soborno y el blanqueo de capitales.....	68
8.1.- Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno.....	71
8.2.- Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales	72
8.3.- Aportación a Fundaciones y a entidades sin ánimo de lucro	72
9.- Compromiso con la sociedad.....	72
9.1.- Compromiso del Grupo BIDCO con el desarrollo sostenible	72
9.2.- Subcontratación y proveedores.....	85
9.2.1.- Inclusión en la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales	85
9.2.2.- Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental.....	86
9.2.3.- Sistemas de supervisión y auditorías y resultados de las mismas	86
9.2.4.- Compromiso con el desarrollo local (compras locales)	86
9.2.5.- Actuación con proveedores frente al Covid-19.....	87
9.3.- Compromiso con nuestros clientes.....	87
9.3.1.- Salud y seguridad de los clientes.....	87
9.3.2.- Satisfacción de los clientes.....	94
9.4.- Información fiscal	95
Anexo: Índice de contenidos requeridos por la Ley 11/2018	96

1.-INTRODUCCIÓN

Este documento presenta el Estado de Información No Financiera (en adelante EINF) de Elvis Bidco Iberia y sus sociedades dependientes (en adelante también el Grupo o el Grupo BIDCO) correspondiente al ejercicio 2021, de acuerdo a los requerimientos de la Ley 11/2018, de 28 de diciembre, por la que se modifica el Código de Comercio, el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, y la Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas, en materia de información no financiera y diversidad.

Las entidades incluidas en el perímetro del reporting no financiero son básicamente las mismas que se siguen en los principios de consolidación de la información financiera del Grupo.

SOCIEDAD	PAÍS	2021
Elvis Bidco Iberia, S.L.U.	España	Holding
Restaurant Brands Iberia, S.A.U.	España	Holding
Burger King Spain, S.L.U.	España	Restaurantes Burger King
TIM Iberia, S.L.U.	España	Cafeterías TIM Hortons
PLK Chicken Iberia, S.L.U.	España	Restaurantes Popeyes
BK Portugal, S.A.	Portugal	Restaurantes Burger King
SAS Food Grupo Restauración, S.L. (*)	España	Restaurantes Burger King
SAS Food Salamanca, S.L. (*)	España	Restaurantes Burger King
SAS Portugalete, S.L. (*)	España	Restaurantes Burger King
SAS Food Plaza Salamanca, S.L. (*)	España	Restaurantes Burger King
SAS Food Plaza Santander, S.L. (*)	España	Restaurantes Burger King
Fast Servicios de Hostelería Toledo, S.L. (*)	España	Restaurantes Burger King
Fast Puerta de Toledo, S.L. (*)	España	Restaurantes Burger King
Fast Servicios de Hostelería, S.L. (*)	España	Restaurantes Burger King
Fast Toledo 2012, S.L. (que, a su vez, previamente absorbió a Fast Illescas, S.L., según escritura de fecha 23 de noviembre de 2021) (*)	España	Restaurantes Burger King
Fast Playa de Aro, S.L. (que, a su vez, previamente ha absorbido a Fast Girones, S.L., Fast Lérida, S.L., Fast Lérida Dos, S.L., Fast Igualada, S.L., Fast Calella, S.L. y Fast Vic, S.L., según escritura de fecha 23 de noviembre de 2021) (*)	España	Restaurantes Burger King

(*) Las sociedades SAS y FAST incorporadas al perímetro en la parte final del ejercicio 2021, ostentan de manera agregada únicamente 17 restaurantes. Teniendo en cuenta la limitada información disponible con respecto a los asuntos de referencia del presente informe, y su impacto no significativo en las cifras consolidadas, no se incluye información de las mismas en el presente informe.

Elvis Bidco Iberia, S.L.U. (BIDCO, la Sociedad o la Sociedad Dominante) se constituyó con la denominación de Versalent Investments, S.L.U. el 26 de mayo de 2021, con carácter indefinido. Con fecha 8 de julio de 2021 modificó su denominación por la actual. El 27 de julio de 2021, se acordó la adquisición del 100% del capital social de Restaurant Brands Iberia, S.A., e indirectamente de sus sociedades españolas y portuguesa, que se completó el 21 de octubre. Desde entonces, la Sociedad es cabecera del Grupo BIDCO.

Si bien, la conformación del Grupo BIDCO se completó básicamente el 21 de octubre de 2021, presentando la Sociedad Dominante las cuentas anuales consolidadas para el período de siete meses y seis días terminado el 31 de diciembre de 2021; el presente informe no financiero tiene como alcance el período anual terminado al 31 de diciembre de 2021 (los doce meses de 2021), a excepción de alguna información comentada en los diferentes apartados. De forma análoga, se muestran a lo largo del presente documento, informaciones y datos históricos comparativos (principalmente de 2020). La decisión se ha tomado, teniendo en cuenta que las Sociedades que forman el perímetro de consolidación de la información financiera llevan desarrollando su actividad durante varios ejercicios, por tanto, los grupos de interés pueden observar los principales indicadores para un ejercicio completo.

En cualquier caso, como complemento al presente Estado de Información No Financiera, debe considerarse el contenido completo de las cuentas anuales consolidadas e informe de gestión consolidado de ELVIS BIDCO IBERIA, S.L.U. y Sociedades Dependientes correspondientes al ejercicio de siete meses y seis días terminado el 31 de diciembre de 2021.

Para elaborar el EINF, se ha tenido en cuenta lo establecido en la Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad de Global Reporting Initiative (Estándares GRI). La correspondencia entre los requerimientos de la Ley 11/2018 y los indicadores de GRI, y el apartado del EINF en el que se da respuesta, se detallan en el Anexo "Tabla de contenidos de la Ley 11/2018 de Información No Financiera".

Siguiendo los Estándares GRI, los contenidos incluidos en el presente Estado de Información No Financiera cumplen con los principios de comparabilidad, materialidad, relevancia y fiabilidad siendo la información incluida precisa, comparable y verificable.



Este documento recoge la información necesaria para comprender la evolución, los resultados y la situación del Grupo BIDCO, y el impacto de su actividad respecto a cuestiones medioambientales y sociales, al respeto de los derechos humanos y a la lucha contra la corrupción y el soborno, así como relativas al personal, incluidas las medidas adoptadas para favorecer el principio de igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres, la no discriminación e inclusión de las personas con discapacidad, entre otras.

En la elaboración de este informe y selección de sus contenidos, se ha tenido en cuenta los resultados del análisis de materialidad llevado a cabo a inicios del ejercicio 2022. Este análisis se ha realizado a partir de diversas fuentes de información y valorando la relevancia que tienen para el Grupo BIDCO los asuntos de preocupación para sus grupos de interés; de esta forma se ha determinado que algunos de los indicadores requeridos por la Ley 11/2018 no son relevantes o no aplican para el Grupo BIDCO.

El Consejo de Administración de BIDCO ha optado por formular el Estado de Información no Financiera, en un documento separado, si bien el contenido del Estado de Información No Financiera forma parte del Informe de Gestión Consolidado.

De conformidad con la normativa mercantil vigente, este Estado de Información No Financiera ha sido objeto de verificación por parte de ETL GLOBAL AUDIT ASSURANCE, S.L. El Informe de Verificación independiente consta adjunto al presente documento.

2.-NUESTRA EMPRESA (MODELO DE NEGOCIO)

Como se ha indicado anteriormente, BIDCO se constituyó el 26 de mayo de 2021, con carácter indefinido.

El domicilio social actual se encuentra en Avenida de Europa nº 26, Edificio Ática VII, Pozuelo de Alarcón, Madrid (España).

Su objeto social incluye (i) la constitución, participación por sí misma o de forma indirecta en la gestión y control de otras empresas y sociedades; (ii) la adquisición, enajenación, tenencia y explotación de bienes inmuebles y otros; (iii) la negociación y explotación de patentes, marcas, licencias, know-how y derechos de propiedad intelectual; (iv) la intermediación en operaciones comerciales, empresariales e inmobiliarias, no reservadas por la Ley para determinadas entidades o profesionales; y (v) prestar servicios relacionados con estas actividades descritas.



El 27 de julio de 2021, se acordó la adquisición del 100% del capital social de Restaurant Brands Iberia, S.A., e indirectamente de sus sociedades españolas y portuguesa, que se completó el 21 de octubre. Desde entonces, la Sociedad es cabecera de un grupo de sociedades dependientes (el Grupo BIDCO).

El Grupo es titular de acuerdos a largo plazo de máster franquicia y desarrollo (como franquiciado principal) para Burger King en España, Portugal, Andorra y Gibraltar, Popeyes en España y Tim Hortons en España. En base a dichos acuerdos el Grupo ostenta derechos exclusivos de desarrollo y, asimismo, obligaciones de desarrollo, en los territorios, siendo un operador líder en el mercado de la restauración QSR (Quick Service Restaurant) en la península ibérica.

Conforme a lo anterior, el Grupo vende franquicias para nuevos restaurantes, supervisa y promociona los mismos, y provee otros servicios a los franquiciados terceros.

En concreto, en conjunto, la actividad del Grupo comprende actualmente:

- La operación de restaurantes propios, en régimen de franquicia, Burger King en España y Portugal, Popeyes en España, y de cafeterías propias Tim Hortons en España; como franquiciado de Burger King Europe GmbH (BURGER KING EUROPE), PLK Europe GmbH y Tim Hortons Restaurants International GmbH, respectivamente;
- El desarrollo y apertura de nuevos restaurantes Burger King, nuevos restaurantes Popeyes y nuevas cafeterías Tim Hortons en los territorios indicados;
- Y la prestación de servicios, incluyendo servicios operacionales y administrativos a otros franquiciados terceros.

Algunos datos de nuestros restaurantes son los siguientes:



Restaurantes Burger King Spain

- Cadena de hamburgueserías fundada en 1954 en Miami, EE.UU.
- En la actualidad, tiene presencia en más de 100 países alrededor del mundo, donde ha abierto más de 1000 restaurantes al año desde 2017.
- En 1975, Burger King Spain abre su primer restaurante en España, ubicado en Madrid.

- En 1981, el Grupo abre en Benidorm su primer Burger King.
- En 2021, el conjunto del sistema Burger King cerraba con 1042 restaurantes en la Península Ibérica (879 en España, 158 en Portugal, 4 en Andorra y 1 en Gibraltar) frente a los 986 del año anterior, lo que ha supuesto un incremento de 56 restaurantes con respecto al ejercicio anterior.
- De los números anteriores, BIDCO, a través de sus sociedades dependientes, Burger King Spain, S.L.U. y BK Portugal, S.A., cuenta al 31 de diciembre de 2021 con 525 restaurantes propios en España (frente a los 476 de 2020) y 23 en Portugal (frente a los 11 del 2020), constituyéndose como el mayor franquiciado de la marca Burger King en la Península Ibérica, con la titularidad del 52,6% del total de los restaurantes (49,4% en el ejercicio 2020).

Durante el ejercicio 2021, Burger King Spain, S.L.U. ha continuado con su estrategia de crecimiento y posicionamiento en el mercado, con la apertura orgánica de nuevos restaurantes y, asimismo, incorporando a su red 17 nuevos restaurantes procedentes de la adquisición inorgánica de sociedades.

Restaurantes Popeyes

- Cadena líder de restauración QSR (Quick Service Restaurant) especializada en pollo frito, fundada en 1972 en Louisiana, EE.UU.
- En la actualidad, tiene presencia en más de 30 países alrededor del mundo, donde ha abierto más de 3.600 restaurantes.
- Al igual que el resto de cadenas de nuestro Grupo, Popeyes llega a España para complementar el segmento QSR (Quick Service Restaurant) existente en nuestro país.
- En noviembre de 2019, el Grupo abrió su primer restaurante de Popeyes en la calle Mayor de Madrid. Al cierre del ejercicio, terminó con dos aperturas más, en los centros comerciales de La Gavia y Plenilunio de Madrid.
- La expansión de estos restaurantes continua hasta alcanzar al cierre del ejercicio 2021 un total de 42 restaurantes (32 propios y 10 franquiciados).



Cafeterías Tim Hortons

- Cadena de cafeterías fundada en 1964 en Ontario, Canadá.
- En la actualidad, Tim Hortons tiene más de 5.100 cafeterías en todo el mundo.
- Enfocados en un plan de expansión internacional, la marca llega a Europa en 2017 de la mano de Restaurant Brands Iberia, S.A., mediante la firma de un contrato marco de franquicia y desarrollo en virtud del cual, el Grupo se convirtió en el Máster franquicia durante un período de 20 años con exclusividad en España, Portugal, Gibraltar y Andorra.

En 2021, Tim Hortons culmina su cuarto año de operaciones con 4 cafeterías en propiedad y 2 franquiciadas, siendo Madrid la principal área de implantación de los locales.

Debido al impacto de la pandemia de Covid-19, la marca aprovechó para realizar un plan de reposicionamiento para adaptar su modelo de negocio al concepto “*coffee and bakery*” europeo. Entre otras cosas, se llevó a cabo un cambio de imagen, producto y la contratación de proveedores 100% locales; siempre manteniendo señas de sus orígenes.

Nueva imagen de marca de las cafeterías Tim Hortons



Nuestra Visión

“Ser la compañía de QSR más grande y rentable al sur de Europa con las mejores personas y ética profesional ofreciendo una experiencia especial al cliente”

Nuestros Valores

Superación: Siempre queremos mejorar, pero con humildad y sin olvidar nuestros orígenes.

Diversidad: En la variedad está el sabor.

Sentido de Propiedad: Demostramos en cada proyecto de qué salsa estamos hechos.

Autenticidad: Hacemos que nuestra receta sea única.

Innovación: La creatividad es el aroma de todos nuestros proyectos.

Meritocracia: El talento es nuestro ingrediente secreto.

Gran sueño: Nuestros sueños como nuestros menús, siempre grandes.



Nuestra Cultura

- 1.-Soñamos a lo grande, tenemos una visión clara y objetivos ambiciosos para lograr lo imposible.
- 2.-Creemos en los valores corporativos y nos guían en todo lo que hacemos.
- 3.-Actuamos de manera ética, sin tomar atajos y siendo humildes.
- 4.-Tenemos sentido de propiedad y tratamos a la empresa como nuestra.
- 5.-Tenemos ganas de talento que sienta y adopte nuestra cultura.

Elvis Bidco Iberia, S.L.U. es propietaria del 100% del capital social de Restaurant Brands Iberia, S.A.U. e indirectamente de las sociedades Burger King Spain, S.L.U. (en adelante también Burger King Spain y BK Spain y Burger King España), Tim Iberia, S.L.U. (en adelante también Tim Hortons) y PLK Chicken Iberia, S.L.U. (en adelante también PLK Chicken Iberia)

BK Portugal, S.A. (en adelante también BK Portugal) y las sociedades SAS y FAST detalladas en el perímetro de consolidación son subsidiarias de Burger King Spain, S.L.U., ostentando esta sociedad el 100% de su capital social.

El Grupo BIDCO une todas sus divisiones operacionales en una única sede central corporativa en Madrid, ubicada en Avenida de Europa 26, Edificio Ática 7, 28224 Pozuelo de Alarcón, Madrid.

El Socio Único de la Sociedad Dominante es Elvis UK HoldCo Limited (HOLDCO) (Reino Unido). A su vez, HOLDCO está íntegramente participada por Elvis UK MidCo Limited (MIDCO) (Reino Unido); que asimismo está íntegramente participada por Elvis UK JVCo 2 Limited (Reino Unido) (JVCO 2). Asimismo, JVCO 2 está participada en un 89,21% por Elvis UK JVCo 1 Limited (JVCO 1) (Reino Unido) y en un 10,79% por BURGER KING EUROPE. Y, JVCO 1 está participada en un 79% por RB Iberia TopCo Limited (TOPCO) (Jersey); y, minoritariamente, por otros accionistas co-inversores (20,4%) y, en menor medida, directivos del Grupo. TOPCO es el agregador de las inversiones realizadas por los fondos Cinven y otros post-sindicación. Esta estructura holding por encima de BIDCO incluye por tanto a una sociedad en Jersey (TOPCO) y cuatro en Reino Unido (JVCO 1, JVCO 2, MIDCO y HOLDCO).

Cabe remarcar que JVCO 2 es el vehículo co-inversor de (i) los fondos Cinven y de otros accionistas coinversores (a través de JVCO 1) y (ii) de BURGER KING EUROPE; siendo responsable, por tanto, de la supervisión y dirección del Grupo.

MIDCO está incluida en la estructura a efectos bancarios, en la medida en que sus acciones en HOLDCO garantizan la financiación a largo plazo obtenida por ésta última.



ÓRGANOS DE GOBIERNO

Los órganos de gobierno del Grupo BIDCO son el Socio Único y el Consejo de Administración de la Sociedad Dominante. El gobierno y administración de todas las empresas que integran el Grupo están encomendados a estos órganos de gobierno.

DECISIONES TOMADAS POR EL SOCIO ÚNICO

HOLDCO, en calidad de Socio Único, tiene entre otras atribuciones, en el seno de la Sociedad, la toma de decisiones en relación a las modificaciones de estatutos, nombramiento y destitución de administradores, control de la gestión social, la aprobación de las cuentas y la aplicación de sus resultados, el aumento o reducción del capital social, así como todas aquellas actividades de transformación, fusión, escisión, disolución o prórroga de la duración de la sociedad.

El Socio Único actuará bajo Actas de Decisión de Socio Único sobre los asuntos propios de su competencia.

Las actuaciones del Socio Único podrán ser ordinarias y extraordinarias y habrán de ser convocadas por los administradores de la sociedad. Al menos, el Socio Único firmará un acta en los seis primeros meses de cada ejercicio para censurar la gestión social, aprobar en su caso, las cuentas del ejercicio anterior y resolver sobre la aplicación del resultado, entre otros asuntos. Las actuaciones del Socio Único extraordinarias deben ser convocada por el Consejo de Administración cuando así lo estime conveniente o cuando lo solicite un número de socios que represente al menos un 5% del capital social.

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

El Consejo de Administración de la Sociedad Dominante ELVIS BIDCO IBERIA, S.L.U., ostenta el poder de representación de la Sociedad y puede ejecutar todo cuanto esté comprendido dentro del objeto social, realizando toda clase de actos y contratos, de administración, disposición o riguroso dominio, principales o accesorios, y sobre todo tipo de bienes y derechos, así mismo podrá ejercitar cuantas facultades no estén reservadas por Ley o Estatutos a la Junta General. El Consejo de Administración de la Sociedad Dominante del Grupo está actualmente integrado por seis consejeros, elegidos por el Socio Único.



Sus integrantes son los siguientes:

Nombre del Consejero	Cargo en el Consejo
D. Gregorio Jiménez Blázquez	Presidente
D. Jorge Quemada Saenz Badillos	Vocal
D. Ignacio García-Altozano Fesser	Vocal
D. Guillermo Gabriel Jónas Rubí	Vocal
Dña. Lucía Méndez de la Maza	Vocal
D. José Eduardo Cil	Vocal

ANÁLISIS DEL ENTORNO ECONÓMICO E IMPACTO DEL COVID-19

En marzo de 2020, la Organización Mundial de la Salud declaró la pandemia global de la COVID-19. A lo largo de 2020 y en 2021, el virus se ha propagado por todo el mundo, suponiendo un alto coste en vida humanas y un impacto significativo en el entorno macroeconómico y en la evolución de los negocios.

La mayoría de los gobiernos han aplicado medidas para reducir la propagación de la COVID-19. Estas incluyen restricciones sobre los viajes fuera de los países de origen, el cierre o la imposición de limitaciones a los negocios y otras actividades, así como la recomendación de mantener la distancia social. En función de la situación epidémica en países y regiones concretos, las restricciones se levantan, se reducen o se imponen de nuevo. La pandemia de la COVID-19 tiene un impacto especialmente negativo en los sectores de la restauración. La constante insistencia en mantener la distancia social afecta a la demanda, la vida diaria y los patrones de comportamiento de los clientes.

Los gobiernos han desarrollado y llevado a cabo programas de vacunación masiva en 2021, que han permitido relajar paulatinamente los niveles de restricciones. Destacando, por ejemplo, muy altos porcentajes de población total con segunda dosis administrada a 31 de diciembre de 2021 en España y Portugal (países donde el Grupo opera).

El impacto económico total de la pandemia es difícil de estimar debido a la incertidumbre que genera la escasa información sobre el virus, la inmunidad de las vacunas y la posible aparición de nuevas variantes.



No obstante, el Banco Mundial ha concluido en su informe anual del ejercicio 2021, que a nivel global se está llevando a cabo una recuperación desigual, incrementando la brecha existente entre la población mundial más vulnerable, debido al acceso desigual a las vacunas, la infraestructura que garantice el correcto reparto y distribución de las mismas, así como el acceso a la financiación.

En España, la crisis del COVID-19 ha supuesto la mayor contracción económica de la historia reciente. Durante el ejercicio 2020, se ha producido una caída media del PIB superior al de resto de países del entorno (11%), así como una destrucción de puestos empleo significativa, ligeramente contenida mediante los Expedientes de regulación temporal de empleo (ERTE).

Al cierre del ejercicio 2021, acorde con la recuperación económica global, España presentó un crecimiento interanual del 5%, una tasa de paro del 13,33%, y un número total de desempleados de 3.103.800 personas y de ocupados en 20.184.900 (nivel más alto desde 2008).

IMPACTO DE LA PANDEMIA COVID-19 EN LA ACTIVIDAD DEL GRUPO BIDCO

Como se ha puesto de manifiesto en el apartado anterior, la pandemia del COVID-19 afectó significativamente al sector de la restauración, en el que GRUPO BIDCO desarrolla su actividad.

En consecuencia, las sociedades que integran Grupo BIDCO procedieron al cierre temporal de sus establecimientos desde el día 16 de marzo al 20 de marzo de 2020, momento a partir del cual se reanudó únicamente el servicio de entrega a domicilio. Por ello, las sociedades del Grupo se acogieron a un ERTE de fuerza mayor que incluyó a un total de 10.640 empleados, y que, con la reanudación del servicio esencial de entrega a domicilio, se redujo a 1.666 personas.

Por otra parte, el Grupo procedió a adaptarse a los protocolos higiénicos-sanitarios necesarios para la reapertura, así como, al establecimiento de los procedimientos necesarios para el desarrollo de la actividad en entorno de pandemia.

La prioridad de las sociedades del Grupo fue desde el comienzo de la pandemia garantizar la seguridad de los empleados y sus familias y de las comunidades en las que opera, reduciendo al mínimo la posibilidad de propagación del virus.



Durante el ejercicio 2021 y debido a la recuperación económica global, se ha producido un incremento de la actividad de restauración en local, que representó, por ejemplo, el 50,9% de las ventas totales en los dos últimos meses de 2021 (considérese que la Sociedad Dominante adquirió el 100% del capital social de Restaurant Brands Iberia, S.A., e indirectamente de sus sociedades españolas y portuguesa, el 21 de octubre). No obstante, este nivel todavía dista del potencial y de los niveles pre-pandemia de noviembre y diciembre de 2019 cuando las ventas en este canal representaban entorno al 66,6% de las ventas totales.

Por otra parte, continúa el desarrollo del canal de entrega a domicilio, que representa un sustancial incremento de la capacidad y alcance de nuestro modelo de negocio (27,4% de las ventas totales en este canal en los dos últimos meses de 2021, frente a un 15,3% en niveles pre-pandemia a finales de 2019).

Considerando el conjunto de canales, por ejemplo, para el segmento principal de Burger King en España, las ventas comparables (es decir, para el conjunto de restaurantes comparables en el periodo) agregadas de noviembre y diciembre de 2021, frente a los mismos meses de 2019, registraron un decremento neto de únicamente un 0,2% (específicamente, con un impacto negativo en el mes de diciembre por la variante Omicron).



RESTAURANTES GRUPO BIDCO 2021**548**RESTAURANTES
BURGER KING**32**RESTAURANTES
POPEYES**4**CAFETERÍAS
TIM HORTONS**GRUPO BIDCO EN CIFRAS (*)****584**RESTAURANTES
Y CAFETERÍAS
PROPIAS**16.866**EMPLEADOS A
31.12.2021**637.141**(miles de euros)
VENTAS DE
RESTAURANTES**8.348**(miles de euros)
PAGO DE
IMPUESTOS**104.083**(miles de euros)
EBITDA
AJUSTADO

(*) Respecto a ventas de restaurantes, pago de impuestos y EBITDA ajustado, considérese que son cifras proforma de los doce meses de 2021, bajo la hipótesis de que (i) la constitución de la Sociedad Dominante y (ii) la adquisición de Restaurant Brands Iberia, S.A., se hubiesen producido el 1 de enero de 2021.



3.- ANÁLISIS DE LA MATERIALIDAD Y GRUPOS DE INTERÉS (STAKEHOLDERS) DEL GRUPO BIDCO

El Grupo ha llevado a cabo un análisis de materialidad para las sociedades que forman parte del perímetro y sus grupos de interés, al objeto de determinar aquellos temas más relevantes no solo a efectos de tener una referencia para definir la información a reportar en este EINF, sino también como elemento clave para la definición de la estrategia sostenible de nuestro Grupo.

Este análisis de materialidad constituye una de las herramientas más importantes que nos permite conocer los temas que más preocupan o interesan a nuestros grupos de interés, y que también son relevantes para nuestro Grupo.

Para el Grupo BIDCO sus grupos de interés son todos aquellos agentes de la sociedad (personas u organizaciones) que afectan, o que pueden contribuir significativamente, a su actividad y a sus decisiones, o respecto de los cuales sus acciones y el desarrollo de su práctica profesional conllevan o pueden producir efectos asociados significativos.

En el Código de Conducta de las sociedades que forman Grupo BIDCO se procede a la identificación de todos los grupos de interés con los que se relaciona.

Los principales grupos de interés del Grupo BIDCO son los siguientes:

Clientes	Empleados
Comunidades locales	Administraciones públicas
Socios y Accionistas	Competidores
Entidades financieras	Autoridades y Organismos reguladores
Proveedores	Sociedad



El Grupo BIDCO consciente de la importancia de los anteriores grupos de interés con los que se relaciona, está en continua interrelación con ellos, buscando constantemente nuevas formas o canales de comunicación con los mismos, al objeto de intentar aunar sus intereses y expectativas con respecto al desarrollo de la actividad del Grupo BIDCO. Para ello, el Grupo BIDCO revisa periódicamente la identificación de sus grupos de interés, y completa dicha revisión con un análisis de relevancia y un análisis de materialidad para detectar aquellos aspectos que pudieran ser importantes.

En base al modelo de negocio del Grupo BIDCO hemos establecido las prioridades que nos permitan avanzar en la creación de valor económico, social y medioambiental, asegurando que las necesidades de los grupos de interés son satisfechas a la vez que el negocio se desarrolla y genera valor.

La herramienta más relevante para establecer prioridades es el análisis de la materialidad, que permite conocer las cuestiones y los asuntos que centran la atención de los grupos de interés y que son, al mismo tiempo, relevantes estratégicamente para el Grupo. En definitiva, se trata de determinar las prioridades del Grupo, mediante el análisis de la materialidad, para asegurar que la estrategia sostenible está en línea con las expectativas de los grupos de interés.

Dado lo anterior, el Grupo BIDCO ha determinado mediante un análisis de materialidad los aspectos significativos considerados para la comprensión de la evolución, los resultados y la situación de la firma, y el impacto de su actividad respecto a cuestiones medioambientales y sociales, al respeto de los derechos humanos y a la lucha contra la corrupción y el soborno, así como relativas al personal, incluidas las medidas que se han adoptado para favorecer el principio de igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres, la no discriminación e inclusión de las personas con discapacidad y la accesibilidad universal.

Para la elaboración del estudio de materialidad se han tenido en cuenta las Directrices de la Comisión Europea sobre presentación de información no financiera y los Estándares GRI.



ASUNTO MATERIAL	DESCRIPCIÓN
GOBIERNO CORPORATIVO	
Transparencia, Ética e Integridad	Políticas para garantizar que se opera de una forma transparente, ética e íntegra
Sistema de gestión y control de riesgos	Procedimientos de diligencia debida, políticas y procedimientos comunicados al personal para garantizar una correcta gestión del riesgo.
Corrupción y Soborno	Medidas adoptadas para sumarse a la lucha contra la corrupción y el soborno.
Cumplimiento normativo	Políticas y procedimientos para garantizar el estricto cumplimiento con la regulación aplicable, monitorizando continuamente todo cambio que se pueda producir en ésta.
Ciberseguridad y protección de datos	Medidas implementadas para la minimización de estos riesgos
AMBIENTAL	
Gestión Eficiente de los Recursos	Gestión apropiada del consumo y suministro del agua, materiales y energía.
Economía Circular	Apuesta de la organización por la prevención, el reciclaje, la reutilización y otras formas de recuperación y eliminación de desechos. Uso eficiente de los recursos.
Cambio climático	Gestión y eficiencia de las emisiones.
LABORAL	
Retención del talento	Nuestra prioridad son las personas, atracción y retención del talento.
Conciliación	Impulso de medidas para garantizar la conciliación de la vida laboral, personal y familiar.
Igualdad y Diversidad	Medidas implementadas en la organización para fomentar la diversidad, asegurar la igualdad de oportunidades y la inclusión y garantizar la proporción de una retribución justa a todas las personas empleadas
Formación y Retención del Talento	Programas para mejorar el desarrollo de aptitudes de las personas trabajadoras a través de formación continua, adaptada a necesidades individuales.
Seguridad y Salud de los Empleados	Asegurar que las condiciones de los puestos de trabajo garantizan la seguridad y salud de nuestras personas empleadas.
Derechos Humanos	Medidas definidas y puestas en marcha para garantizar los Derechos Humanos de todas las personas trabajadoras de la organización o que tienen relación laboral con ésta.
SOCIAL	
Inversión en la Comunidad	Contribución al bienestar comunitario
Compromiso Social	Contribución al desarrollo sostenible de la comunidad en la que opera. Aseguramos contar con canales de comunicación bidireccionales para impulsar las relaciones y colaboraciones con la Comunidad Local.
Relación con los grupos de interés	Contribución al cumplimiento de los intereses de los distintos grupos de interés.
ECONÓMICO	
Compra responsable	Prácticas de compra responsable (prioridad gestión sostenible de la cadena de suministro)
Cadena de Suministro	Transparencia y trazabilidad de la cadena de suministro (prioridad: gestión sostenible de la cadena de suministro)
Respeto derechos laborales	Respeto derechos laborales en la cadena de suministro
Sostenibilidad del negocio a largo plazo	Medidas para asegurar la rentabilidad y la continuidad del negocio a largo plazo.
GESTIÓN DEL PRODUCTO Y SERVICIO	
Relación con Clientes	Canales de comunicación establecidos para garantizar una comunicación transparente y fluida con los clientes.
Compromiso con los clientes	Prioridad nuestros clientes
Producto sostenible	Ofrecer productos de calidad, compromiso con la excelencia de nuestros productos.
Seguridad y Salud de Clientes	Compromiso de velar por la máxima seguridad y salud de sus clientes a lo largo de toda la cadena de valor de la organización.

A través del informe, se recogen todos los aspectos identificados como materiales, alineados con los requerimientos contemplados por la Ley 11/2018 de Información No Financiera.

Los resultados del análisis de materialidad se reflejan en la siguiente matriz:

RELEVANCIA PARA LOS GRUPOS DE INTERÉS	ALTA	Diversidad e igualdad de oportunidades	Respeto de los derechos humanos	
		Contribución a la comunidad	Calidad y gestión de clientes	
		Gestión de impactos socioeconómicos sobre la comunidad local	Seguridad y Salud Laboral Huella de carbono y cambio climático	
	MEDIA	Gobierno ético y buen gobierno	Desarrollo profesional y gestión del talento	
		Protección y compromiso con el desarrollo local	Eficiencia energética	
		Prácticas de aprovisionamiento responsable	Eficiencia en la gestión del agua	
		Lucha contra la corrupción	Contratación responsable de empleados	
		Participación de los grupos de interés		
		Consumo de materiales y generación de residuos		
Biodiversidad y salvaguarda del entorno				
MODERADA	Análisis de los riesgos y oportunidades de negocio	Ética e integridad	Compromiso e implicación de los empleados	
	Estrategia y modelo de negocio	Comunicación responsable y transparencia		
		Promoción del empleo juvenil		
		MODERADA	MEDIA	ALTA
RELEVANCIA PARA EL NEGOCIO				

En la evaluación y validación de los aspectos materiales se ha tenido en cuenta la irrupción de la pandemia COVID-19 durante el ejercicio 2020 y su impacto en el ejercicio 2021, el cual ha tenido un efecto en el análisis de la materialidad, en la medida que ha tenido reflejo en las políticas corporativas del Grupo adoptadas o modificadas por este hecho.

4.-GESTIÓN DE RIESGOS NO FINANCIEROS

Para el Grupo BIDCO la gestión del riesgo es uno de los pilares clave del Sistema de Control Interno del Grupo, y, por lo tanto, de la propia estrategia de la organización.

El Consejo de Administración es responsable de la determinación de la Política de Control y Gestión de Riesgos y la supervisión de los sistemas internos de auditoría. El Consejo de Administración tiene el compromiso de desarrollar todas sus habilidades para que los riesgos corporativos relevantes de todas las actividades y negocios del Grupo se encuentren adecuadamente identificados, evaluados, gestionados y controlados, y a establecer, a través de la Política de Control y Gestión de Riesgos, los mecanismos y principios básicos para una adecuada gestión de los mismos con un nivel de riesgo que permita:

- Cumplir los objetivos estratégicos que determine el Grupo;
- Dar el máximo nivel de garantías a los accionistas;
- Proteger los resultados y la imagen del Grupo;
- Defender los intereses de los accionistas, clientes, otros grupos interesados en la marcha de la Sociedad y de la sociedad en general; y
- Garantizar la solidez y estabilidad financiera de forma sostenida en el tiempo.

El modelo de gestión de riesgos del Grupo BIDCO se basa en el enfoque integrado de gestión PDCA (Planificar-Hacer-Verificar-Actuar) en todos los niveles de la organización: en el nivel estratégico, en el nivel de los procesos (tanto operativos como de soporte) y en el nivel de los sistemas para gestionar todos los aspectos relevantes de su estrategia y sus operaciones.

Para asegurar la gestión adecuada de los riesgos se ha definido el siguiente modelo de gobierno, que diferencia tres líneas de defensa:

- Una primera línea de defensa que lleva a cabo la gestión diaria de los riesgos, compuesto por las distintas Áreas de Negocio.
- Una segunda línea de defensa, a la que compete la implantación y monitorización del Modelo de Control Interno y Cumplimiento. Está compuesto por el Comité de Compliance, que lleva a cabo la función de Cumplimiento Normativo.
- Una tercera línea de defensa formada por la función de Auditoría Interna responsable de la supervisión de la eficacia del Control Interno, reportando al Consejo de Administración, el cual determina el nivel de riesgo a asumir por la organización.



Para la correcta identificación y evaluación de los riesgos, se ha desarrollado una Matriz de Riesgos y Controles Operacionales que se actualiza de forma anual. Dicha matriz tiene 9 categorías de riesgos.

Cabe destacar que, por la naturaleza de las actividades del Grupo BIDCO el riesgo de mayor impacto es el operacional y el reputacional, siendo el detalle de los riesgos que componen la matriz de riesgos del Grupo el siguiente:

Categorías de riesgo
Operativos
Información financiera
Reputación
Crédito
Tecnológicos
Estratégicos
Desarrollo
Integridad
Riesgos externos

La revisión de la matriz de Riesgos y Controles Operacionales del Grupo es revisada anualmente por el departamento de auditoría interna, al objeto de asegurar que dicha matriz incluya todos los posibles riesgos vinculados al desarrollo de su actividad y sociedades del Grupo.

5.- COMPROMISO CON EL MEDIOAMBIENTE

5.1. IMPACTOS Y GESTIÓN AMBIENTAL (POLÍTICA DEL GRUPO)

En el Grupo BIDCO estamos muy comprometidos con la protección del medioambiente en el desarrollo de nuestra actividad, promoviendo medidas de acuerdo con nuestra capacidad y alcance, que apuestan por su cuidado, previenen su deterioro o mitigan el impacto ambiental.

El Grupo BIDCO es consciente de la importancia de compatibilizar las necesidades de crecimiento continuo y de rentabilidad económica con un modelo de desarrollo eficiente, sostenible y transparente haciendo un uso racional de recursos mediante planes y programas medioambientales y el impulso de la economía circular.



Es por ello que, dentro de la política medioambiental del Grupo, se establecen una serie de directrices encaminadas a satisfacer las necesidades de los grupos de interés en cuanto al impacto ambiental de nuestra cadena de valor, minimizar el impacto negativo del conjunto de actividades mediante una adecuada gestión de las incidencias y crisis en materia medioambiental, aportar valor a las marcas con una optimización continua de los recursos necesarios para una adecuada gestión medioambiental, y contribuir a la imagen y reputación del Grupo BIDCO, en base a una adecuada gestión medioambiental.

El Grupo está plenamente comprometido con el cuidado del entorno, quedando este compromiso plasmado de manera explícita en el Código de Conducta, del cual están informados todos los empleados del Grupo desde su incorporación en cualquiera de las sociedades que lo integran.

Este firme compromiso de preservar y respetar el medioambiente se recoge en Código de Conducta del Grupo BIDCO, sobre la base de los siguientes principios:

- Reducir la generación de residuos, gestionarlos adecuadamente y fomentar su reutilización.
- Formar e informar al personal en materia medioambiental.
- Aceptar de los proveedores aquellas alternativas que favorezcan el medio ambiente. Homologación de proveedores bajo criterios ambientales.
- Contribuir a la conservación de los recursos naturales, que se consumirán en todo caso con criterios de razonabilidad, eficacia y ahorro.
- Planificar los procesos y desarrollar las obras de construcción y apertura de nuevos locales adoptando todas aquellas medidas necesarias para prevenir, y en su caso, minimizar al máximo el eventual impacto ambiental.

Debido a su actividad, los principales retos ambientales a los que se enfrenta nuestro Grupo son los relativos a la optimización del uso de los recursos y de la energía, la minimización del impacto generado por la producción de residuos, y la emisión de gases contaminantes que contribuyen al calentamiento global, manteniendo en todo momento los máximos estándares de calidad en el desarrollo de su actividad.



Por este motivo, se diseñan estrategias para llevar a cabo un consumo responsable de la energía y el agua, reducir la generación de los residuos y realizar una segregación óptima de los mismos que permita su reciclado.

5.2.- RIESGOS IDENTIFICADOS

El Grupo BIDCO mantiene un fuerte compromiso de minimizar el impacto medioambiental, desde las actividades desarrolladas en sus restaurantes y oficinas centrales, a través de una optimización continua de los recursos necesarios para una adecuada gestión medioambiental, contribuyendo a la imagen y reputación de la organización, en base a una gestión de riesgos medioambientales cada vez más comprometida.

Para la evaluación y análisis de los principales impactos y riesgos en el ámbito ambiental, el Grupo BIDCO tiene en cuenta las distintas actividades desarrolladas tanto en sus oficinas centrales como en cada uno de sus restaurantes.

Del análisis realizado, se han identificado los siguientes riesgos diferenciados en función de la actividad propia desarrollada por los restaurantes y cafeterías del Grupo, de la actividad correspondiente al desarrollo de las actividades propias de oficina:

Principales riesgos restaurantes y cafeterías:

ASPECTO	IMPACTO
Generación de residuos	Agotamiento de recursos y contaminación atmosférica, contaminación del mar y el suelo.
Uso de materias primas	
Consumo eléctrico	
Consumo de agua	
Consumo de otros recursos	
Emisiones de CO2 asociadas a desplazamientos y equipos de los restaurantes	

De los anteriores riesgos, la reducción del consumo de energía, junto con la disminución de la generación de residuos, constituye a día de hoy, el principal reto con el que se encuentra el Grupo BIDCO.



Por tanto, la implementación de medidas tendentes al objetivo de reducción de los envases desechables, así como el aumento de los materiales reciclables en la elaboración de dichos envases, se ha establecido como su principal reto, unido junto con la implementación de innovadoras medidas que permitan el desarrollo de su actividad con un menor consumo de energía.

Principales riesgos oficinas:

ASPECTO	IMPACTO
Consumo eléctrico	Agotamiento de recursos y contaminación atmosférica
Consumo de papel de impresión	
Emisiones de CO2 asociadas a desplazamientos	

En cuanto a los riesgos asociados al desarrollo de la actividad de oficina, el principal reto del Grupo está en llegar a la meta de eliminar en todo lo posible la utilización de papel, mediante la utilización cada vez mayor de documentos digitalizados como herramienta de trabajo.

En concreto, en relación con los anteriores riesgos que han sido identificados, Restaurant Brands Iberia, S.A. implementó durante el ejercicio 2019 una política de reducción de su impacto medioambiental, la cual se materializó en un Plan Estratégico 2020-2025, entre cuyos objetivos se encuentran los siguientes:

En cuanto a la reducción del consumo de energía:

- Aumentar el número de restaurantes en los que se implemente la refrigeración por CO2.
- Aumentar el número de restaurantes con aerotermia (bombas de calor aire-agua)
- Reducir la huella de carbono hasta un 18% en 2025.
- Ahorro de energía eléctrica en hasta un 3,5% anualizado, reduciendo así de manera indirecta las emisiones de CO2 a la atmósfera.
- Controles de temperatura en los locales para que la temperatura esté en el rango recomendado entre 18 y 24 grados.

Con respecto a la refrigeración por CO2, en los últimos años, cuando se comprobó que los refrigerantes halogenados perjudicaban seriamente la capa de ozono, el CO2 volvió a ganar popularidad como gas refrigerante.

Dado lo anterior, una de las principales apuestas del Grupo BIDCO por la sostenibilidad y reducción del impacto del medioambiente fue la de implementar el sistema de refrigeración por CO2 en sus restaurantes de nueva construcción. La principal ventaja de este sistema es que se deja de usar un gas dañino para la atmósfera por un gas que ya se encuentra en la propia atmósfera.

En particular; el Grupo ha elegido el sistema Green & COOL, el cual es parte de Carrier, el gigante proveedor de innovación en materia de Climatización y tecnología para la edificación.

El proyecto se inició a principios del 2019 por el instalador de confianza del Grupo, FRIMATEC. Durante el proceso de implementación FRIMATEC ha asegurado que fue complicado al principio, pero que están seguros de haber dado con la mejor solución, la que combina refrigerante natural con la eficiencia de los pequeños formatos dentro de altas temperaturas.

Después de este Test; los niveles alcanzados son satisfactorios. No hay que olvidarse de que España es uno de los países más calurosos de la Comunidad Europea, llegando a temperaturas superiores a 40º en muchos puntos del país. Disponer de la correcta y más fiable tecnología en materia de refrigeración es esencial.

Las unidades de refrigeración han sido especialmente diseñadas para ser instaladas en exteriores, en concreto en nuestras azoteas transitables, donde además lleva muy poca instalación de tubería ofreciendo mayor rendimiento si cabe.

En relación a las bombas de calor aire-agua, hay que llamar la atención sobre el hecho de que son generadores de calor que no utilizan energía fósil, sino que recuperan energía procedente del aire, una fuente de energía renovable reconocida por la Directiva Europea 2009/28. Estos sistemas constan de una bomba de calor instalada en el exterior de uno de nuestros restaurantes, que es el que absorbe la energía contenida en el aire, y de un módulo hidráulico cuya misión es la de ceder al circuito de calefacción toda la energía recuperada por la bomba de calor.

Como la aerotermia utiliza como fuente de energía el aire, una energía renovable gratuita disponible las 24 horas del día, sus ventajas frente a otros sistemas tradicionales, como por ejemplo la biomasa o el gasóleo, son muy significativos.



Durante el ejercicio 2021, las sociedades que componen el Grupo BIDCO han continuado con su plan de ir aumentando progresivamente el número de restaurantes en los que se ha implementado la refrigeración por CO2 y la aerotermia, tal y como se puede observar en el siguiente cuadro:

Cuadro. - N.º de restaurantes medidas implementadas para reducción del consumo de energía.

Medidas implementadas/Nº Restaurantes	2021	2020
Cámaras frigoríficas CO2	28	22
Aerotermia/Hidrokyt	102	25
Instalación Fotovoltaica (Placas solares)	180	3
Contadores inteligentes	107	-
Con carga vehículos eléctricos	8	1

En cuanto a la reducción y gestión de los residuos:

La reducción paulatina de los residuos generados, así como la gestión cada vez más eficiente de los mismos, constituye como se expondrá a continuación, uno de los principales retos implementados para el Grupo.

Por último, hay que señalar que durante el ejercicio 2021 no se ha producido ninguna contingencia relacionada con la mejora y protección del medio ambiente¹.

Este análisis de riesgos es realizado por la sociedad con carácter anual.

El Grupo BIDCO no tiene dotadas provisiones y garantías para riesgos medioambientales.

5.3.- ECONOMÍA CIRCULAR Y GESTION DE REDISUOS

El Grupo BIDCO es consciente de que el paso de una economía lineal a una circular es clave en la mejora y el cuidado medioambiental, ya que conlleva una reducción considerable de los residuos mediante un aprovechamiento óptimo de los recursos disponibles.



¹ Durante el ejercicio 2021 no se ha identificado ningún incumplimiento de las leyes o normativa en materia de medioambiente.

El Grupo BIDCO quiere contribuir hacia una economía más eficiente en el uso de los recursos, a través de una adecuada gestión de los distintos residuos generados tanto en el desarrollo de la actividad en nuestros restaurantes, como en nuestras oficinas centrales.

Los envases y residuos de plástico suponen una amenaza para nuestro planeta y el Grupo BIDCO está comprometido con contribuir a resolver este reto. Para ello, trabaja estrechamente con sus proveedores innovando para reducir el uso de envases, hacer la transición a materiales más sostenibles y ayudar a sus clientes a reutilizar y reciclar.

Burger King Spain comenzó a eliminar los plásticos de un solo uso en 2019 reemplazando las pajitas de plástico por alternativas más sostenibles e implementado una política de reducción de plásticos, manteniendo las tapas de bebida solo para usos necesarios: Autoking y Take Away. Dio comienzo así a un plan que tenía como objetivo retirar los envases de plástico de sus restaurantes, y colaborar con la sostenibilidad y el cuidado del medioambiente.

Las icónicas coronas y los manteles de Burger King Spain están elaborados con material reciclado.

En el caso de Tim Hortons, tanto los cafés como el producto que se hornea diariamente en cafetería se sirven en envases sostenibles, fabricados a base de papel o madera y se prevé eliminar el 100% del uso de plásticos a lo largo de 2022.

Por otro lado, Popeyes Louisiana Kitchen fue la primera gran cadena de su segmento en el sector (QSR Chicken) en utilizar pajitas de papel y el 93% de sus envases están fabricados con materiales 100% compostables.

A continuación, se contabilizan las cantidades de residuos estimadas por el Grupo BIDCO²:

Sociedad/ Tipo de residuos	2021				2020		
	Papel/Cartón (kg)	Plástico (kg)	Madera/Co rcho (kg)	Aceite (Tn)	Papel/Cartón (kg)	Plástico (kg)	Aceite (Tn)
BK Spain	5.432.798,50	120.515,41	10.256,78	1.676,79	4.150.574,22	338.538,67	1.203,00
BK Portugal	-	-	-	38,52	-	-	12,45
Tim Hortons	7.099,28	3.183,50	-	-	7.213,42	3.024,55	-
PLK Chicken Iberia	118.998,09	1.103,51	419,76	114,19	32.710,16	1.755,71	42,76

² En el EINF del 2020 y 2021 no ha sido posible obtener los datos correspondientes a los residuos de BK Portugal, S.A (a excepción del aceite usado). TIM Hortons no genera residuos de aceite. Considérese que BK Portugal, S.A. representó un porcentaje de la cifra de negocio del Grupo inferior a un 3,3% en el ejercicio 2021.

Durante el ejercicio 2020 el Grupo no obtuvo información con respecto al consumo de madera/corcho.

Como se puede observar, durante el ejercicio 2021, Burger King Spain ha continuado experimentado una fuerte reducción en el consumo de plástico con respecto a los ejercicios precedentes, y ello, pese al incremento en el número de restaurantes que Grupo ha tenido durante este ejercicio (pasando de 476 restaurantes propios a finales de 2020 a 525 restaurantes al cierre del 2021) y el aumento de las ventas del ejercicio.

Este logro es debido a la implantación desde finales del ejercicio 2019 de nuestra política de reducción de plástico materializada en los siguientes hechos:

- Desde noviembre de 2019 se han reemplazado los vasos y las tapas de nuestro Mini Sandy por un vaso de papel.
- Desde diciembre de 2019, se ha comenzado a sustituir las pajitas de plástico por una alternativa de papel, llegando a cubrir el 100% de nuestros restaurantes en marzo de 2020.
- Desde finales de 2019, nos hemos marcado como reto reducir el uso de las tapas en nuestras bebidas al 30%, entregándose exclusivamente en nuestro servicio de Autoking y Take Away.
- Desde noviembre de 2019 hemos comenzado a sustituir nuestras bolsas de plástico por bolsas de papel, llegando a cubrir el 100% de los restaurantes en marzo de 2020.
- Desde junio de 2020 hemos sustituido todos nuestros cubiertos (tenedores, cucharas, agitadores), por nuevos cubiertos de madera.
- Desde junio de 2020 se han sustituido las pajitas de nuestro shake por una alternativa de papel.

Esta disminución paulatina del consumo de plástico ha conllevado al uso de otros materiales sustitutivos como es el caso del papel/cartón o la madera, en el caso de los cubiertos, produciéndose por consiguiente un incremento en el consumo de los mismos con respecto al ejercicio anterior.

Con respecto a TIM Hortons, su nivel de consumo de estos residuos se mantiene en niveles similares a los del ejercicio precedente.



Con respecto a PLK Chicken Iberia se puede observar cómo durante el ejercicio 2021, se ha reducido considerablemente el consumo de plástico con respecto al ejercicio 2020, y ello pese al incremento tan significativo que ha experimentado esta sociedad en el número de restaurantes durante este ejercicio, pasando de tener abiertos un total de 10 restaurantes a finales del ejercicio 2020, a un total de 32 restaurantes a finales del ejercicio 2021. Este incremento en el número de restaurantes, y por tanto de su actividad, se ha traducido en un aumento del consumo de materiales como papel/cartón, utilizados en sustitución del plástico.

Como se ha expuesto, hay que tener en cuenta que, los residuos generados van íntimamente ligados con el desarrollo de nuestra actividad, y que su reducción y eliminación constituyen hoy el principal reto de las sociedades del Grupo.

En relación con los residuos peligrosos, como es el caso del aceite, todos los meses, un gestor autorizado, con certificado ISCC, procede a la retirada del mismo, garantizando que se realice conforme a la legislación vigente, y con el máximo cuidado para el medioambiente.

Este gestor encargado de la retirada del aceite en los distintos restaurantes y cafeterías del Grupo BIDCO ha certificado que estos residuos recogidos han sido utilizados para la producción de biodiesel, consiguiendo con ello un ahorro de emisión de CO₂ a la atmósfera de 5.001 Tn y 3.439 Tn durante los ejercicios 2021 y 2020, respectivamente, siendo su detalle el siguiente:

Sociedad	2021			2020		
	Aceite (Tn)	Biodiesel (L)	Ahorro emisión CO2 (Tn)	Aceite (Tn)	Biodiesel (L)	Ahorro emisión CO2 (Tn)
Burger King Spain	1.676,79	1.825.614,00	4.584,00	1.202,71	1.309.459,00	3.288,00
BK Portugal	38,52	41.940,00	105,00	12,45	13.555,00	34,00
PLK Chicken Iberia	114,10	124.322,00	312,00	42,76	46.555,00	117,00
Total	1.829,41	1.991.876,00	5.001,00	1.257,92	1.369.569,00	3.439,00

Con respecto a los residuos generados en la oficina, otra de las medidas implementadas para prevenir, reducir o reparar las emisiones de carbono que afectan al medio ambiente ha sido la del reciclaje del material de oficina como son los tóneres de las impresoras y el reciclaje de papel.

En el ejercicio 2019, las sociedades que integran el Grupo BIDCO comenzaron a trabajar en la implantación de medidas que permitieran la segregación y contabilización de los recursos generados tanto en los restaurantes como en las oficinas centrales, desarrollándose para ello protocolos de gestión de residuos, que garantizaran un tratamiento y gestión correcta de los mismos.

Entre estas medidas a implementar para la mejora de la gestión de los residuos se encontraban la dotación a cada uno de los restaurantes, así como, de las oficinas centrales, de cubos que permitan a los clientes/empleados, separar los envases de papel/cartón, de los envases de plástico y los residuos orgánicos.

La implementación de esta medida finalizó en el ejercicio 2020 en todos los restaurantes de nueva apertura, así como en aquellos que han sido objeto de "remodelling" y en las oficinas centrales del Grupo.



Por último, y con respecto a las acciones para combatir el desperdicio de alimentos, las medidas implementadas por el Grupo BIDCO están centradas en una política de control exhaustivo del stock de comida en cada uno de los establecimientos, optimizando de esta manera al máximo la cadena de suministro. Para ello, el gerente de cada restaurante realiza una labor de control de stock diaria, semanal, quincenal y mensual. Por otra parte, el sistema informático del Grupo tiene una aplicación que muestra los desperdicios de alimentos por producto y su registro y control. Gracias a ello, es posible llevar a cabo un registro y control más eficaz para minimizarlo.

Adicionalmente, el Grupo BIDCO adquiere en la medida de lo posible productos de cercanía, trabajando con los proveedores en la durabilidad de cada alimento.

Asimismo, desde abril del 2019, Tim Hortons firmó un acuerdo de colaboración con *Too Good To Go* para luchar contra el desperdicio de alimentos. Al sumarse a esta iniciativa la marca quiere contribuir a ser un agente del cambio y trabajar en la recuperación y el desarrollo sostenible, mediante la optimización de los alimentos que generan los establecimientos. En 2021, Tim Hortons ha salvado 7 toneladas de comida (7.134 packs salvados), lo que equivale a una reducción de 17,8 toneladas de CO₂ emitidas a la atmósfera.

5.4.- USO SOSTENIBLE DE LOS RECURSOS

5.4.1.-Consumo de agua

El agua que se consume, tanto en todos los restaurantes del Grupo BIDCO, como en las oficinas centrales, proviene de las distintas redes de abastecimiento de los distintos servicios municipales donde están ubicados los restaurantes u oficinas centrales.

Dado el elevado número de restaurantes y cafeterías de las que es titular el Grupo BIDCO, a fecha actual se está trabajando por la implantación de un sistema que permita obtener el consumo de los mismos en términos de metros cúbicos. A fecha actual, el dato del consumo de agua del que se dispone es el del consumo medido en euros, y cuyo detalle es el siguiente:

Consumo de agua	2021		2020	
	Consumo de agua total por sociedad (Expresado en euros)	Consumo de agua medio por establecimiento (restaurante o cafetería) (Expresado en euros)	Consumo de agua total por sociedad (Expresado en euros)	Consumo de agua medio por establecimiento (restaurante o cafetería) (Expresado en euros)
Burger Kins Spain	1.110.066,45	2.238,04	1.085.662,00	2.360,13
Tim Hortons	6.531,64	1.632,91	11.489,94	1.641,42
PLK Chicken Iberia	29.847,47	1.421,31	7.900,62	1.128,66
Burger King Portugal	43.023,75	2.530,81	9.972,47	1.662,08
TOTAL	1.189.469,31		1.115.025,03	

Durante el ejercicio 2021 el consumo total de agua ha sido de 1.189.469,31 euros. Este cálculo se ha obtenido a partir del importe contabilizado correspondiente a las facturas de la compañía de suministro.

Hay que llamar la atención sobre el hecho de que el ejercicio 2021 ha sido un año más estable o normalizado en relación con el ejercicio 2020, en cuanto al desarrollo de la actividad y la prestación del servicio por parte de las Sociedades que integran el Grupo BIDCO; como consecuencia de la relajación de las restricciones y el proceso de vacunación masiva. Asimismo, respecto a PLK Chicken Iberia y BK Portugal, cabe destacar el fuerte crecimiento orgánico en número de restaurantes en el ejercicio 2021.

Respecto a Burger King Spain, podemos concluir que la reducción interanual, producida por restaurante, es debido al esfuerzo del Grupo por reducir el consumo de dicho recurso.

Las medidas implementadas que impulsaron la disminución del consumo de agua, son las siguientes:

- Control del consumo de agua mediante la implementación de un sistema automático de corte de agua en los grifos de los restaurantes (grifos mono mando temporizados), que evita pérdidas de agua innecesarias al dejarla correr sólo por un tiempo determinado, así como limita el consumo excesivo de agua caliente.
- Estudio de la colocación de grifería que permita la dosificación del caudal.
- Implantación paulatina del sistema "Hidrokit": el agua se calienta por aerotermia (a través del sistema de aire acondicionado) con la energía que estos generan en su funcionamiento.
- De igual manera, se están valorando otras medidas para llevar a cabo en los restaurantes como es la separación de aguas grises: aguas pluviales que puedan usarse para las cisternas de los inodoros sin hacer un gasto innecesario de las aguas limpias.

5.4.2.-Consumo de materias primas

Los consumos principales de materias primas en el desarrollo de la actividad propia del Grupo BIDCO se refieren a papel, cartón y aceites.

El consumo de materias primas de cartón, papel, plástico y aceite coincide prácticamente con el importe de los residuos generados a este respecto, y que ha sido analizado en el anterior apartado 5.3.

Asimismo, y como se ha expuesto, entre las medidas implantadas por la sociedad para reducir el consumo de materias primas se encuentran las siguientes:

- Reducir paulatinamente el consumo de papel en las oficinas centrales aumentando el trabajo por documentos digitalizados.
- Reducir los materiales utilizados en envases.
- Apuesta por envases más sostenibles.
- Sustitución del cartón por papel (por ejemplo, durante el ejercicio 2019 se sustituyeron los embalajes de cartón de las patatas fritas por bolsas de papel)



5.4.3.- Consumo de energía y combustible

La electricidad que se consume para el desarrollo de las actividades de las Sociedades que forman el Grupo BIDCO procede de la red eléctrica y, en menor medida, la obtenida por las placas solares instaladas en algunos restaurantes.

Durante el ejercicio 2021, el consumo energético se situó en 153.893.281,79 Kwh (de los cuáles 1.119.000 Kwh han sido generados por las placas solares instaladas), de acuerdo con el siguiente desglose:

Consumo de electricidad (Kw)	2021		2020	
	Consumo de electricidad (Expresado en Kwh)	Consumo medio de electricidad por establecimiento (Expresado en Kwh)	Consumo de electricidad (Expresado en Kwh)	Consumo medio de electricidad por establecimiento (Expresado en Kwh)
BK SPAIN	143.242.779,61	288.795,93	108.962.371,00	236.874,72
TIM HORTONS	399.130,36	99.782,59	580.752,00	82.964,57
PLK CHICKEN IBERIA	5.356.503,41	255.071,59	1.664.590,00	237.798,57
BK PORTUGAL	4.894.868,41	287.933,44	-	-
TOTAL	153.893.281,79		111.207.713,00	

Como se puede observar, durante el ejercicio 2021 el consumo medio de energía por establecimiento ha sido superior con respecto al consumo medio de energía obtenido en el ejercicio 2020, motivado básicamente por el descenso de actividad que tuvo lugar durante el ejercicio 2020 por la crisis sanitaria de la Covid-19.

Tal y como se expondrá a continuación, durante el ejercicio 2021, Burger King Spain firmó un acuerdo con EDP para la instalación de 12.000 placas fotovoltaicas que permitirán la obtención de energía renovable por parte del Grupo BIDCO.

En relación al consumo de gas, durante el ejercicio 2021 se han consumido un total de 19.306.327,01 Kwh repartido entre las sociedades del Grupo, del siguiente modo:



Consumo de gas (Kwh)	2021		2020	
	Consumo de gas (Expresado en Kwh)	Consumo medio de gas por establecimiento (Expresado en Kwh)	Consumo de gas (Expresado en Kwh)	Consumo medio de gas por establecimiento (Expresado en Kwh)
BK SPAIN	17.419,088	148.881,10	14.892.090	129.496,43
PLK CHICKEN IBERIA	595,464	74.433,01	893,127	127.589,56
BK PORTUGAL	1.291,775	161.471,83	31,158	31.158,11
TOTAL	19.306,327		15.816,375	

Respecto a consumo medio por establecimiento, considérese, como se ha indicado antes, que el ejercicio 2020 estuvo especialmente afectado por la pandemia.

El ejercicio 2021 ha sido el primero del que se ha dispuesto de información con respecto a los litros consumidos de gasolina y diésel en los desplazamientos, estando sólo disponible el dato para Burger King Spain. Su detalle el siguiente:

Consumo de combustible	2021	
	Consumo de gasolina (Expresado en litros)	Consumo de diésel (Expresado en litros)
BK SPAIN	1.192.013,01	156.540,10

En cuanto a las emisiones del alcance 1 y 2, esto es, las emisiones de CO2 directas e indirectas generadas por la electricidad consumida y comprada del exterior, el gas y los litros de combustible (gasolina y diésel consumido)³, su detalle es el siguiente⁴:

Emisiones GEI (alcance 1 y 2)	Total CO2 emitido a la atmósfera (2021) (Kg)	Total CO2 emitido a la atmósfera (2020) (Kg)
Alcance 1	6.573.091,20	2.878.580,25
Alcance 2	34.599.699,53	20.654.110,04

Huella de Carbono	Emisiones totales 2021 (KgCO2e)		Emisiones totales 2020	
	(Alcance 1)	(Alcance 2)	(Alcance 1)	(Alcance 2)
Burger King Spain	6.229.613,75	31.937.073,98	2.710,360	20.092,775
Tim Hortons	108.374,46	99.782,59	162,549	145,188
PLK Chicken Iberia	-	1.339.125,85	5,671	416,148
Burger King Portugal	235.102,98	1.223.717,10	-	-
TOTAL	6.573.091,20	34.599.699,53	2.878.580,25	20.654.110

Para la eficiencia energética, se han tomado las siguientes medidas:

³ El ejercicio 2021 ha sido el primero del que se ha dispuesto de información con respecto a los litros de gasolina y diésel consumidos por el Grupo (Burger King Spain) en los desplazamientos.

⁴ El cálculo de las emisiones de GEI correspondiente al 2020 ha sido actualizado con los factores de conversión disponibles de dicho ejercicio a la fecha del presente informe.

- Instalaciones eléctricas más eficientes: iluminación LED y VOLUMÉTRICA en todos los restaurantes.
- Utilización de parrillas “broiler” eléctricas que sustituyen progresivamente a las de gas en restaurantes de nueva apertura y a medida que se renuevan (“remodelling”).
- Búsqueda de la eficiencia en los procesos productivos con instalación de equipos más modernos donde el uso de la energía es un parámetro crítico.
- Implementación de buenas prácticas para el uso de los sistemas eléctricos y en la reducción de pérdidas de energía.
- Optimización en el uso de la calefacción/aire acondicionado.
- Utilización en la construcción de los restaurantes del sistema de aislamiento “Guardiansun”, y fachada ventilada, lo que permite una mayor eficiencia energética.
- Instalación de placas fotovoltaicas en los restaurantes para el autoconsumo energético, tal y como se expondrá a continuación.
- Contadores inteligentes: el 7 de septiembre de 2021, las sociedades Burger King Spain, S.L.U., BK Portugal, S.A. y PLK Chicken Iberia, S.L.U. que forman parte del Grupo han firmado un acuerdo con ODF para la instalación de contadores con telemedida en todos aquellos centros que aún no lo tenían, así como en las aperturas que realicen en los próximos cinco años. Se trata de contadores eléctricos que permiten realizar lecturas reales y por tanto una gestión más eficiente del consumo.

Por tanto, las sociedades del Grupo tienen como objetivo instalar a corto plazo 447 contadores, de los cuales a fecha de este informe se habían colocado 220. Se prevé que se coloquen la totalidad en el primer trimestre del ejercicio 2022.

- Cargadores eléctricos: El 19 de mayo de 2021, las sociedades Burger King Spain, S.L.U. y PLK Chicken Iberia, S.L.U. firmaron un contrato con Iberdrola para la instalación y explotación por parte de dicho proveedor, de dos puntos de recarga de 50 KWh cada uno en 200 restaurantes que ostentan las sociedades del Grupo anteriormente mencionadas.



Debido al fuerte compromiso con la sostenibilidad y el cuidado del medioambiente, el 15 de octubre de 2021, se formalizó un contrato de financiación con entidades de crédito que prevé entre otras cosas, el cumplimiento de determinados indicadores medioambientales; entre ellos, la instalación progresiva de los cargadores eléctricos (ver apartado 5.6).

Otras medidas implementadas para la reducción de la emisión de gases efecto invernadero (CO₂), son las siguientes:

- La compra de los materiales de construcción se realiza a proveedores locales, de manera que el transporte de los elementos se minimiza en kilómetros, con el consiguiente ahorro en la emisión de los gases de efecto invernadero (CO₂).
- Fomento del reparto en moto eléctrica en las zonas que por su situación es posible. Por ello, el incremento constante de la flota de motos de menor consumo, eléctricas o ecoeficientes está en aumento hasta alcanzar en el medio plazo la totalidad.
- El control del consumo de gasolina mediante el análisis periódico de los informes recibidos por el proveedor, así como los gastos de dicha naturaleza incurridos en casa restaurante. El Grupo BIDCO realiza un seguimiento exhaustivo para controlar el consumo de carburantes y evitar desviaciones significativas de los litros estimados.

5.4.4.- Compromiso con el uso de energías renovables

Si bien Burger King Spain contaba en 2020 con cuatro restaurantes con placas solares propias; el 10 de febrero de 2021 dio un gran paso en su estrategia de consumo responsable, con la firma de un contrato con EDP Clientes, S.A: mediante el cual, el Grupo energético EDP se compromete a instalar un total de 12.000 módulos solares en 263 restaurantes de construcción independiente.

El acuerdo entre ambas compañías incluye el diseño, la realización y puesta en marcha de los sistemas de autoconsumo en los restaurantes por parte de EDP, quien gestionará las instalaciones durante los 15 primeros años a través de un acuerdo "as a service" de venta de electricidad 100% renovable. Una vez cumplido dicho plazo, el Grupo BIDCO, a través de su filial Burger King Spain cuenta con un derecho de opción de compra sobre las plantas fotovoltaicas para seguir explotándolas bajo su propiedad.



Este plan de autoconsumo de Burger King Spain se enmarca dentro de su estrategia de sostenibilidad medioambiental denominada "King Planet", la cual se asienta sobre dos grandes áreas de actuación: la reducción de la huella de carbono y la reducción del uso del plástico. Esta medida forma parte del compromiso del Grupo en la reducción del impacto de su actividad en el efecto invernadero.

El objetivo de la compañía es que todos los restaurantes sobre los cuales poseen el derecho de propiedad cuenten con paneles solares, con limitación sobre los locales arrendados.

La implantación de estas 12.000 placas solares supondrá, la utilización de una superficie de 25.000 metros cuadrados, lo que equivaldrá a cuatro campos de fútbol. Durante el ejercicio 2021, 149 restaurantes generaban energía renovable.

Durante el ejercicio 2021, Burger King Spain ha culminado la instalación de las placas fotovoltaicas en 180 restaurantes.



5.5.- CAMBIO CLIMÁTICO

El Grupo BIDCO y las sociedades que lo componen están comprometidos con la reducción de la huella de carbono asociada a su actividad. A principios del ejercicio 2021, se desarrolló por parte del Grupo la estrategia corporativa denominada "King Planet", cuya finalidad es ir incorporando paulatinamente medidas de eficiencia y ahorro energético que repercuten en menores emisiones a la atmósfera.

Las emisiones a la atmósfera generadas por las actividades desarrolladas en el Grupo BIDCO, provienen fundamentalmente de:

- Los vehículos y maquinaria utilizados tanto en los restaurantes como oficinas centrales.
- El consumo de energía eléctrica.
- El consumo de combustible para los equipos fijos como bombas y generadores.

La Dirección General del Grupo está fuertemente comprometida con la minimización del impacto y la mejora permanente de nuestra actuación ambiental, incorporando, en la medida de lo posible, la mejor tecnología disponible en el ámbito ambiental e incrementando los controles sobre los consumos hacia un consumo sostenible. Las medidas implementadas durante el ejercicio 2021 han sido expuestas en los apartados anteriores.

Asimismo, tal es el compromiso del Grupo con el medioambiente y con el cumplimiento de los objetivos medioambientales, que MIDCO y HOLDCO (como garante y prestamista, respectivamente) y las sociedades materiales que forman parte del Grupo BIDCO (como garantes), suscribieron un contrato de financiación con entidades de crédito ligado al cumplimiento de un ratio financiero consolidado y tres indicadores medioambientales, los cuales se detallan en el apartado siguiente.

5.6.- FINANCIACIÓN VINCULADA A LA SOSTENIBILIDAD

El 15 de octubre de 2021, Elvis UK MidCo Limited (MIDCO, a su vez accionista al 100% de HOLDCO, como garante) y HOLDCO (esta última como prestamista) suscribieron un contrato de financiación (novado y refundido el 15 de noviembre de 2021) sujeto a ley inglesa por importe de 688 millones de euros; con ING Bank N.V., Sucursal en España, Banco Santander, S.A., The Governor and Company of the Bank of Ireland, Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A. y Coöperatieve Rabobank U.A. como coordinadores, Alter Domus Agency Services (UK) Limited como agente y Alter Domus Trustees (UK) Limited como agente de garantías, entre otros. Dicho contrato de financiación incluye:

- Un préstamo a largo plazo ("Facility B") totalmente dispuesto de 538 millones de euros (de los que 535.844 miles de euros fueron transferidos a continuación desde HOLDCO a las sociedades del Grupo BIDCO; con tipo de interés variable; y que deberá ser repagado en su totalidad el 21 de octubre de 2028; y,



- Una línea de crédito a largo plazo (“Revolving Facility”) de límite 150 millones de euros (para financiar el plan de desarrollo del Grupo en nuevas aperturas y adquisiciones); con tipo de interés variable, más un margen adicional respecto al saldo no dispuesto; con fecha de vencimiento el 21 de octubre de 2027. El saldo no dispuesto asciende a 120 millones de euros a fin de 2021.

La Sociedad Dominante y las sociedades dependientes más materiales (Burger King Spain, S.L.U., BK Portugal, S.A. y PLK Chicken Iberia, S.L.U.) están adheridas como garantes en el citado contrato de financiación.

El contrato de financiación requiere el cumplimiento de un ratio financiero a nivel consolidado (deuda financiera neta / EBITDA). Asimismo, contempla tres indicadores medioambientales, que afectarán a la determinación del coste de la financiación (ajustes a los tipos de interés).

Grupo BIDCO centra su estrategia de negocio en línea con 9 metas de desarrollo sostenible de las 17 establecidas por las Naciones Unidas en la Agenda 2030, las cuales se detallan a continuación:

Metas de desarrollo sostenible	
2	Cero Hambre
7	Energía Asequible y Limpia
8	Trabajo digno y crecimiento económico
9	Industria, innovación e infraestructura
10	Reducir la desigualdad
11	Ciudades y comunidades sostenibles
12	Consumo y producción responsable
13	Acción frente al cambio climático
17	Alianzas para alcanzar los objetivos



Los indicadores medioambientales que el Grupo asocia a la financiación vinculada a la sostenibilidad se corresponden con las metas 7,11 y 13, y son los siguientes:

- Evitar la emisión de gases que incrementen el efecto invernadero del planeta.

El Grupo debe reducir la emisión de CO2 en 1.132 toneladas durante la vigencia del préstamo mediante la instalación de plantas fotovoltaicas de autoconsumo.

En consecuencia, se desarrollará el proyecto con EDP para la instalación de placas solares, que se explica en el punto 5.4.4.



- Instalar cargadores eléctricos en los restaurantes.

Compromiso de instalar puntos de carga eléctrica con una capacidad de 10.000 KW, en los restaurantes del Grupo durante la duración del contrato de financiación. Para ello, el Grupo firmó el contrato Iberdrola descrito en el punto 5.4.3.

- Incrementar el porcentaje de productos vendidos con proteínas de base vegetal en comparación con productos de proteína animal.

Incremento de ventas de productos de proteína vegetal en torno a un 1% anual comparado con productos de proteína animal (apartado 9.3).

La evolución esperada de los tres indicadores medioambientales durante la duración del préstamo es la siguiente:

KPIs	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028
KPI 1- Tn CO2 reducidas (<i>acumulado</i>)	38	495	657	752	847	942	1.037	1.132
KPI2 - Potencia instalada (Kwh) (<i>acumulado</i>)	-	2.500	3.750	5.000	6.250	7.500	8.750	10.000
KPI 3- Porcentaje de productos proteicos de origen vegetal vs. productos proteicos de origen animal (%)	Hasta Sept 2,324%	3,509%	4,471%	5,433%	6,395%	7,357%	8,318%	9,280%

El cumplimiento de los objetivos establecidos permitirá realizar ajustes en los tipos de interés, y será revisado al menos una vez al año por el Grupo. Adicionalmente, un experto independiente realizará una revisión anual de la evolución de los KPI's.

Al 31 de diciembre de 2021, el Grupo cumplía con los KPI's presentando los siguientes valores en los indicadores medioambientales:

KPIs	2021	
	Esperado	Real
KPI 1- Tn CO2 reducidas (<i>acumulado</i>)	38	280
KPI2 - Potencia instalada (KWh) (<i>acumulado</i>)	-	1.150
KPI 3- Porcentaje de productos proteicos de origen vegetal vs. productos proteicos de origen animal (%)	Hasta Sept 2,324%	2,68%

5.7.- PROTECCIÓN DE LA BIODIVERSIDAD

La Dirección del Grupo BIDCO considera que la actividad que desarrolla no genera impactos significativos sobre la biodiversidad, no considerando por tanto este aspecto como un asunto material.

6.-COMPROMISO CON LAS PERSONAS: EMPLEADOS

Para el Grupo BIDCO el equipo humano que lo compone constituye el principal activo de todas las sociedades que lo integran, dado que sin ellos no sería posible la consecución de los objetivos del Grupo.

El éxito de nuestro Grupo está ligado a nuestras personas. Motivar a los empleados de forma adecuada para conseguir su participación en la mejora continua de nuestros procesos, informándoles de forma continua y sistemática sobre la relevancia de su trabajo y de su repercusión en los resultados alcanzados, constituye uno de nuestros principales objetivos.

6.1. RIESGOS IDENTIFICADOS

Los principales riesgos identificados en el seno del Grupo BIDCO en relación a las personas empleadas se centran en la protección de la seguridad y salud.

Dado la actividad que desarrolla el Grupo BIDCO los principales riesgos de personal son los siguientes:

- Riesgo de incorporación de un candidato cuyo perfil es inadecuado.
- Error en los cálculos relativos a las nóminas.
- Pérdidas derivadas de actuaciones contrarias a la legislación o acuerdos sobre empleo, higiene, seguridad en el trabajo, pago de reclamaciones o eventos de discriminación.
- Discontinuidad de los procesos debido a incendios u otros fenómenos naturales adversos, huelgas, pandemias u otros acontecimientos inesperados.
- No identificación de la totalidad de los riesgos laborales.



Con el objetivo de gestionar e implantar medidas de control para este riesgo, BIDCO ha establecido un Plan de Prevención de Riesgos Laborales con tres responsables clave: el responsable de Sistemas de Gestión de la Prevención, el Comité de Seguridad y Salud, y el delegado de Prevención, cuyas funciones y responsabilidades vienen definidas en el documento antes mencionado.

6.2.- EMPLEO

Integrada en nuestra cultura corporativa inclusiva e integradora, entendemos la gestión de la diversidad, como una fuente de talento, trabajando con ella como un elemento estratégico y transversal, creando entornos de trabajo inclusivos, en los que respetamos las diferencias.

Indicadores de este compromiso y de su alineamiento con la inclusión, desde el punto de vista de la composición de nuestra plantilla, para medir nuestra diversidad, obtenemos los siguientes datos, atendiendo a la plantilla del Grupo, de 16.866 empleados al 31 de diciembre de 2021:

- En cuanto a género, un 52,7% son hombres y un 47,3% son mujeres.
- En referencia a la edad de nuestra plantilla está integrada por un 2,5% de mayores de 50 años, un 37,3% entre 30 y 50 años y un 60,2% menor de 30 años.

Nuestro capital humano, está formado por personas de diferentes perfiles, culturas, orígenes y experiencias, incluyendo factores de diversidad como: raza, género, identidad, edad, educación, etc.

A continuación, se muestran los principales **indicadores claves sobre empleados del Grupo BIDCO**.



6.2.1.- Número total y distribución de empleados por sexo, edad, país, área geográfica y clasificación profesional

	31.12.2021	31.12.2020
Empleados por género		
Hombre	8.887	7.131
Mujer	7.979	6.239
Total	16.866	13.370
Empleados por edad		
Menores de 30	10.153	4.604
Entre 30 y 50	6.287	6.966
Mayores de 50	426	1.800
Total	16.866	13.370
Empleados por país		
España	16.268	13.061
Portugal	598	309
Total	16.866	13.370

	31.12.2021	31.12.2020
Comunidad de Madrid	3.792	3.171
Castilla La Mancha	810	568
Castilla y León	646	497
Comunidad Valenciana	2.692	2.293
Andalucía	2.556	2.040
Murcia	715	526
Cataluña	2.248	1.866
Baleares	263	219
Canarias	512	244
Ceuta y Melilla	78	69
Aragón	276	227
Asturias	37	31
Cantabria	225	170
Galicia	618	472
La Rioja	96	94
Navarra	147	116
Pais Vasco	557	458
Portugal	598	309
Total	16.866	13.370

Empleados por categoría profesional y sexo	31.12.2021			31.12.2020		
	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total
Directores	12	6	18	7	6	13
Gerentes	222	310	532	214	277	491
Encargados	172	257	429	134	219	353
Auxiliares	711	1.223	1.934	896	1.478	2.374
Operarios	7.768	6.175	13.943	5.887	4.241	10.128
Becarios	2	8	10	5	6	11
Total	8.887	7.979	16.866	7.143	6.227	13.370

6.2.2.- Modalidades de tipo de contrato y empleo por sexo, edad y clasificación profesional

Empleados por tipo de contrato de trabajo y sexo	31.12.2021			31.12.2020		
	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total
Contratos indefinidos	5.143	5.473	10.616	4.946	5.083	10.029
Contratos temporales	3.744	2.506	6.250	2.197	1.144	3.341
Total	8.887	7.979	16.866	7.143	6.227	13.370

Empleados por tipo de empleo y sexo	31.12.2021			31.12.2020		
	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total
Completo	1.673	2.123	3.796	1.433	2.060	3.493
Parcial	7.214	5.856	13.070	5.710	4.167	9.877
Total	8.887	7.979	16.866	7.143	6.227	13.370

Empleados por tipo de empleo y edad	31.12.2021			31.12.2020		
	Completo	Parcial	Total	Completo	Parcial	Total
Menores de 30	1.400	8.753	10.153	1.399	6.603	8.002
Entre 30 y 50	2.257	4.030	6.287	1.995	3.074	5.069
Mayores de 50	140	286	426	115	184	299
Total	3.797	13.069	16.866	3.509	9.861	13.370

Empleados por tipo de contrato y edad	31.12.2021			31.12.2020		
	Indefinido	Temporal	Total	Indefinido	Temporal	Total
Menores de 30	5.322	4.831	10.153	5.439	2.563	8.002
Entre 30 y 50	4.945	1.342	6.287	4.305	764	5.069
Mayores de 50	349	77	426	285	14	299
Total	10.616	6.250	16.866	10.029	3.341	13.370

Empleados por tipo de contrato y categoría profesional	31.12.2021			31.12.2020		
	Indefinido	Temporal	Total	Indefinido	Temporal	Total
Directores	18	0	18	13	0	13
Gerentes	525	7	532	473	18	491
Encargados	383	46	429	328	25	353
Auxiliares	1.906	28	1.934	2.345	29	2.374
Operarios	7.784	6.159	13.943	6.870	3.258	10.128
Becarios	0	10	10	0	11	11
Total	10.616	6.250	16.866	10.029	3.341	13.370

Empleados por tipo de empleo y categoría profesional	31.12.2021			31.12.2020		
	Completo	Parcial	Total	Completo	Parcial	Total
Directores	18	0	18	13	0	13
Gerentes	523	9	532	488	3	491
Encargados	404	25	429	343	10	353
Auxiliares	1.774	160	1.934	2.026	348	2.374
Operarios	1.068	12.875	13.943	612	9.516	10.128
Becarios	10	0	10	11	0	11
Total	3.797	13.069	16.866	3.493	9.877	13.370

6.2.3.- Número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional

Clasificación del número de despidos	2021	2020
Número de despidos por género		
Hombres	336	437
Mujeres	193	329
Total	529	766
Número de despidos por edad		
Menores de 30 años	341	442
Entre 30 y 50 años	177	307
Mayores de 50 años	11	17
Total	529	766
Número de despidos por clasificación profesional		
Directores		
Gerentes	33	29
Encargados	25	30
Auxiliares	118	144
Operarios	352	562
Junior	1	1
Total	529	766

Considérese que la tabla anterior no incluye (ni en 2021 ni en 2020) la información referente a BK Portugal, S.A.

6.2.4.- Remuneración y brecha salarial

De conformidad con lo regulado en el Código de Conducta del Grupo BIDCO, no se acepta ningún comportamiento discriminatorio. **Dado lo anterior, y en línea con este principio, los trabajadores de BIDCO son retribuidos por su trabajo según su categoría profesional y el trabajo desempeñado.** La retribución se adapta al mercado, a la preparación, experiencia del empleado y a su rendimiento individual y potencial desarrollo.

El modelo retributivo de BIDCO se encuentra vinculado al desempeño y a la evolución de los salarios según convenio y mercado, de tal manera que en el proceso anual de revisión salarial los mayores incrementos se asignan a los empleados que demuestran un mejor desempeño y/o cuya retribución se encuentra más alejada de la referencia del mercado.

Remuneración media	2021
<i>(Euros bruto anual)</i>	
Hombres	9.230
Mujeres	10.322
Directivos	91.308
Gerentes	23.169
Encargados	18.751
Auxiliares	16.407
Operarios	7.840
Becarios	6.215
Directivos hombres	88.944
Directivos mujeres	95.591
Menores de 30 años	8.251
Entre 30 y 50 años	11.769
Mayores de 50 años	13.204

A efectos de la tabla de remuneración media anterior, se han considerado, para cada grupo, las retribuciones salariales fijas brutas efectivamente devengadas en cada periodo para el tiempo trabajado (y sin incluir retribución variable ordinaria y/o extraordinaria). Considérese asimismo que las retribuciones medias incluyen tanto a los empleados a tiempo completo como a los empleados a tiempo parcial.

Como se puede observar, durante el ejercicio 2021, la remuneración media de las mujeres a nivel de todo el Grupo ha sido superior a la remuneración media de los hombres, por lo que no existe brecha salarial como tal.

D. Gregorio Jiménez Blázquez es el Presidente del Consejo de Administración de Elvis Bidco Iberia, S.L. y Consejero Delegado de la Sociedad Dominante desde el 21 de octubre de 2021. Dicho Consejo de Administración de Elvis Bidco Iberia, S.L. tiene seis miembros, de los que uno de ellos es una mujer.

La retribución percibida por el Consejo de Administración de Elvis Bidco Iberia, S.L. (en concreto por su consejero ejecutivo en noviembre y diciembre de 2021) ha ascendido a 25 miles de euros.

El Consejo de Administración de la Sociedad Dominante ha aprobado un esquema de incentivo a largo plazo en favor de determinados ejecutivos del Grupo, que se devengará, en su caso, bajo el cumplimiento de determinados requerimientos futuros.

Existe una póliza de seguros de responsabilidad civil de administradores y directivos por perjuicios causados en el ejercicio del cargo con un coste anual de 127 miles de euros.

6.2.5.-Implantación de políticas de desconexión laboral

Si bien, actualmente, el Grupo BIDCO no dispone de una política específica de desconexión laboral, existe por parte de la Sociedad un compromiso de respetar el tiempo de descanso de los empleados, así como sus permisos y vacaciones.

A tal efecto, se evita programar reuniones fuera del horario laboral, así como, evitar cuando sea posible las comunicaciones profesionales fuera del horario laboral o en vacaciones o periodos de descanso.

6.2.6.-Integración de empleados con capacidades diferentes

La accesibilidad universal de las personas con capacidades diferentes es un valor fundamental que sigue el Grupo BIDCO, procurando su integración tanto en sus restaurantes, como en las oficinas centrales.

El Grupo BIDCO tenía firmado un acuerdo con la ONG Cruz Roja en el 2019, en el que, entre otras cuestiones, se procedía a canalizar donaciones y cooperar con dicha organización, así como a la incorporación de personas con capacidades diferentes a la organización.

Al 31 de diciembre de 2021 y 2020, el Grupo BIDCO empleaba un total de 170 personas y 129 personas con capacidades diferentes, respectivamente, lo que acredita la concienciación y apoyo de esta organización con la integración de este tipo de personas en su organización.

6.2.7.- Respeto a la diversidad e igualdad de oportunidades

Tal y como se recoge en nuestro Código de Conducta, en BIDCO no se acepta ningún comportamiento discriminatorio por razón de raza, color, nacionalidad, origen social, edad, sexo, estado civil, orientación sexual, ideología, opiniones políticas, religión o cualquier otra condición personal, física o social de los profesionales.



En el ejercicio 2014 la dirección de la empresa y los representantes sindicales firmaron un "Plan de Igualdad" cuyo objetivo ha sido promover la igualdad de oportunidades de todos los trabajadores y prevenir cualquier tipo de acoso laboral y en especial por razón de sexo. Actualmente, este Plan se encuentra en fase actualización pendiente de firma del nuevo plan con el objetivo de recoger las nuevas demandas de la sociedad.

Durante el ejercicio 2021 el Grupo BIDCO ha tenido 3 casos de denuncias por una posible discriminación en su plantilla, pero una vez investigado se han cerrado sin que se haya podido verificar que existe tal discriminación.

6.3. ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO

6.3.1.-Organización del tiempo de trabajo

La organización del tiempo de trabajo es un factor fundamental de la gestión de recursos humanos de BIDCO, estando regulada a través de los diferentes Convenios Colectivos que le aplican. La organización del trabajo es facultad y responsabilidad de la Dirección del Grupo BIDCO, con intervención de los representantes de los trabajadores establecida en la legislación laboral y en Convenio.

La organización del trabajo tiene por objeto alcanzar en el desarrollo de la actividad del Grupo un adecuado nivel de productividad basado en la utilización óptima de los recursos humanos y materiales. Ello es posible con una actitud activa y responsable de todas las partes integrantes.

La manera de cómo se organiza el tiempo de trabajo difiere según se trate de personal de restaurante o de las oficinas centrales. Con respecto al personal de restaurante, la jornada se organiza en turnos de trabajo, que normalmente cubren (mañana, tarde y noche) el periodo de apertura de cada restaurante de lunes a domingo, respetando siempre el número de horas máximas según la normativa vigente de cada país.

En cuanto al personal de las oficinas centrales, el horario laboral se organiza mediante jornada partida ajustándose en cada caso igualmente el total de horas de trabajo a la normativa vigente.



▪ **Nuestra actuación ante el COVID-19.**

Dado el tipo de actividad desarrollada por el Grupo BIDCO, la implantación del teletrabajo solo fue posible instaurarla al inicio de la pandemia para el personal de oficina, no así, con el personal de restaurantes y cafeterías en la que la única medida posible fue acogerse a los ERTES de fuerza mayor durante los primeros meses de la pandemia en 2020.

Como consecuencia de lo anterior, con fecha 13 de marzo del 2020 se procedió al cierre de las oficinas centrales del Grupo, pasando desde dicha fecha todo el personal de estas a trabajar desde casa, el cual se fue incorporando paulatinamente al trabajo a la oficina a partir de la tercera semana de abril del 2020.

La incorporación gradual del personal a la oficina se llevó a cabo con la adopción de las siguientes medidas:

- Durante los primeros meses, se continuó con el teletrabajo alternado con el trabajo en la oficina.
- El horario de oficina implementado fue el de jornada intensiva, al objeto de cada empleado pueda comer en su casa y evitar el riesgo por este hecho en el comedor de la oficina.
- Antes de la incorporación a la oficina para trabajar, a todo el personal se le realizó una prueba de diagnóstico detección de Covid-19 (prueba de detección rápida de antígenos).
- Se han realizado pruebas masivas de detección de antígenos a toda la plantilla después de las vacaciones de verano y después de Reyes.
- Cualquier empleado puede solicitar en cualquier momento la realización de una prueba de detección de antígenos.
- Se han realizado y siguen realizándose limpiezas masivas a fondo de las instalaciones.
- Se ha implementado un protocolo de acceso a la oficina, de desinfección de manos y toma de temperatura a la entrada.
- Se han instalado medidores de CO2.
- Se han instalado mamparas y limitado aforos en las salas de reuniones.



Durante el ejercicio 2021, la actividad en oficinas centrales ha estado normalizada, manteniendo las medidas adoptadas durante el 2020.

La actual pandemia ha cambiado por completo nuestra forma de trabajar ya sea en nuestras oficinas, restaurantes o cafeterías. Proteger a los empleados y a sus familias del riesgo de infección de Covid-19 es una de las principales prioridades del Grupo BIDCO.

6.3.2.- Número de horas de absentismo⁵

El número total de horas de absentismo ha sido durante el ejercicio 2021 de 1.292.555 horas (956.937 horas en el ejercicio 2020), lo que supone una tasa de absentismo total (calculada como el número total de horas absentismo entre el número total de horas trabajadas por 100) del 9,75%, siendo su detalle el siguiente:

Absentismo BIDCO	2021			2020(*)		
	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total
Nº total de horas de absentismo	572.968	719.587	1.292.555	416.237	540.700	956.937
Tasas de absentismo laboral	4,86%	14,64%	9,75%	4,68%	6,10%	5,39%

6.3.3.- Medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio corresponsable de estos por parte de ambos progenitores

En BIDCO se considera importante el equilibrio entre la vida profesional y la vida personal. Por este motivo existen diferentes medidas para facilitar la conciliación por parte de los empleados, entre las que se encuentra la jornada intensiva los viernes y durante los meses de julio y agosto.

Para los empleados de las oficinas centrales se ha implementado la flexibilidad horaria limitada, al objeto de permitir ajustar el horario de entrada y salida en función de la necesidad personal y las necesidades del puesto de trabajo.

Asimismo, hay que tener en cuenta que, el índice tan elevado de contratos a tiempo parcial y de la juventud de la plantilla son garantía de una buena conciliación entre la vida laboral y familiar y en el caso de los más jóvenes entre la vida laboral y sus estudios.

⁵ La información con respecto al absentismo se refiere a España. No se han obtenido datos de BK Portugal, S.A.

Los turnos de trabajo se establecen teniendo en cuenta siempre la conciliación de la vida laboral y familiar, especialmente con los empleados con hijos, situaciones de necesidades familiares especiales y aquellos que estén cursando estudios.

El Grupo dispone de una herramienta informática de gestión de turnos que permite planificarlos con suficiente antelación en función de la previsión de ventas. Este software nos indica, en función de las ventas estimadas, las horas de trabajo necesarias por tramos horarios (medias horas). Igualmente, al asignar a un trabajador sus turnos, el sistema tiene en cuenta su jornada, las horas trabajadas por éste en el mes (de manera que no se exceda el máximo de horas legales), sus periodos de descanso obligatorios, si está de baja médica, vacaciones y demás circunstancias a tener en cuenta.

Adicionalmente, el Grupo BIDCO tiene un fondo social para empleados destinado a ayudas para situaciones familiares especiales (ver apartado 6.6).

Por último y en relación con los permisos por maternidad y paternidad, durante el ejercicio 2021 en el Grupo BIDCO un total de 652 personas han disfrutado de un permiso de paternidad/maternidad, de los cuales 345 han sido mujeres y 307 hombres, siendo su detalle por sociedad el siguiente:

Permisos parentales	2021			2020		
	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total
Burger King Spain	295	334	629	220	358	578
Tim Hortons	1	1	2	1	3	4
PLK Chicken Iberia	6	6	12	2	-	2
BK Portugal	5	4	9	1	4	5
Total	307	345	652	224	365	589

Asimismo, durante el ejercicio 2021, un total de 19 personas han disfrutado de una excedencia por cuidado de hijos o familiares, de los cuales 4 han sido hombres y 15 mujeres.

6.4.- SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO

6.4.1.- Condiciones de salud y seguridad en el trabajo

El Grupo BIDCO es consciente de lo fundamental de la salud y seguridad en el trabajo de todos sus empleados, por ello hay un departamento interno en el Grupo encargado de cumplir la ley de protección de riesgos laborales y demás normativa vigente. Además, asegura que se han establecido y existen las condiciones de salud y seguridad y se hacen cumplir por todos los empleados desde su contratación, momento el que se pone a disposición del empleado un reconocimiento médico.

En el convenio colectivo se establece que la empresa garantiza a los trabajadores la vigilancia periódica de su estado de salud en función de los riesgos de su trabajo. Por su parte los trabajadores se comprometen a cumplir con la ley de protección de riesgos laborales y demás normativa vigente.

Por lo expuesto anteriormente el Grupo BIDCO cuenta con una política de Salud y Seguridad en el trabajo por la que se informa de los riesgos laborales: riesgos en el centro de trabajo, equipos de trabajo, normas internas, normas de evacuación, funciones y responsabilidades, uso de escaleras y otros medios auxiliares, equipos manuales. Existe la posibilidad de consultas en correo electrónico y Web.

El Grupo está comprometido activamente con el cumplimiento de los objetivos de la seguridad y salud cuyos objetivos son:

- Reconocer el valor de las personas y de sus condiciones de trabajo para el propio desarrollo y éxito de la empresa, cuidando la salud de sus empleados resolviendo sus necesidades con una actitud abierta. La seguridad es fundamental para nuestro trabajo.
- Proporcionar los recursos adecuados para poner en práctica dicho programa preventivo. Establecer y mantener un programa preventivo de gestión y mejora continuada en nuestros restaurantes y oficinas centrales.
- Llevar a cabo auditorias y evaluaciones periódicas de nuestro Sistema de Gestión de Seguridad y Salud para garantizar su eficacia y la mejora continua.

El Sistema de Prevención de Riesgos Laborales ha sido evaluado en 2017 y sometido a la Auditoría Reglamentaria establecida en el art. 30 del RD 39/97 Reglamento de los Servicios de Prevención, la cual ha superado de forma favorable al cumplir, a criterio técnico de FULL AUDIT, S.A., los requisitos legales establecidos en la Ley 31/1995 de Prevención de Riesgos Laborales y reglamentos que la desarrollan.

Esta auditoria tiene como finalidad garantizar la eficacia del sistema y su mejora continua, superando los mínimos exigidos en la legislación vigente.

Asimismo, anualmente, dentro del Plan de Formación se planifica la formación en materia de prevención, orientada principalmente a la formación de nuevos trabajadores y formación específica para los riesgos del puesto de trabajo.



Los principales indicadores en 2021 y 2020 de la seguridad y salud en el entorno de trabajo del Grupo han sido los siguientes:

Principales indicadores de seguridad y salud en el entorno de trabajo	2021	2020
Nº de horas de formación en PRL (Prevención de Riesgos Laborales)	64.350	11.944
Nº de asistentes a los cursos de PRL	31.575	5.034
Nº de reconocimientos médicos	2.275	1.435

6.4.2.- Salud y seguridad en el trabajo en relación con el COVID-19

Como se ha expuesto anteriormente, la protección de la salud y seguridad de nuestro equipo humano, sus familias y demás grupos de interés ha constituido la principal estrategia del Grupo BIDCO.

Desde el inicio de la pandemia se estuvo trabajando en el desarrollo e implantación de protocolos de actuación para el desarrollo de nuestra actividad en los restaurantes y cafeterías de forma segura, así como, en nuestras oficinas de servicios centrales.

Asegurar la continuidad de nuestras operaciones dentro de las restricciones y limitaciones por la pandemia impuestas, y dar servicio de atención a domicilio desde el inicio de la crisis sanitaria, ha sido de vital importancia para el Grupo BIDCO.

Al objeto de reducir el riesgo de transmisión del Covid-19, en el Grupo BIDCO se adoptaron medidas que fueron adaptándose a las distintas situaciones y regulaciones expuestas en cada momento por el gobierno. Entre las medidas tomadas, se encontraban las siguientes:

- A partir del 16 de marzo de 2020 (apertura del servicio a domicilio) los empleados de los restaurantes trabajaban con guantes, así mismo una vez abierto el sector de la restauración los clientes tenían guantes a su disposición en todos nuestros restaurantes. Esta medida se eliminó posteriormente, una vez obtenidas conclusiones científicas al respecto.
- Se implementó el teletrabajo al inicio de la crisis sanitaria, se redujeron los desplazamientos y viajes de negocios y se desarrollaron distintos protocolos preventivos del Covid-19 en oficinas y restaurantes, los cuáles han sido actualizados continuamente conforme a la evolución de la pandemia.
- Se han realizado pruebas masivas de detección del Covid, pruebas de antígenos y PCR al personal.

- Se han implementado protocolos de reapertura de oficinas y sistemas automáticos de detección de riesgos (medidores de temperatura y de CO2).

6.4.3.- Accidentes de trabajo

En 2021 el Grupo BIDCO ha comunicado a los organismos de la Seguridad Social un total de 2.243 accidentes de trabajo con baja (mujeres 636, hombres 1.580). En referencia a las enfermedades profesionales, solo ha habido 1 caso reconocido oficialmente durante el ejercicio 2021. La información más significativa en relación a los accidentes laborales se detalla a continuación:

Número de accidentes	Hombres	Mujeres	Total
Ejercicio 2021	1.607	636	2.243
Ejercicio 2020	1.098	389	1.487
Jornadas perdidas por accidentes	Hombres	Mujeres	Total
Ejercicio 2021	40.544	18.128	58.672
Ejercicio 2020	26.505	7.180	33.685
Promedio jornadas perdidas por accidentes	Hombres	Mujeres	Total
Ejercicio 2021	25,23	28,50	26,16
Ejercicio 2020	24,14	18,46	22,65

Índices de accidentalidad	Hombres	Mujeres	Total
Ejercicio 2021			
Índice de frecuencia accidentes laborales	75,65	32,31	56,24
Índice de frecuencia enfermedades profesionales	-	0,06	0,02
Índice de gravedad accidentes laborales	2,03	1,12	1,79
Índice de gravedad enfermedades profesionales	-	0,01	-
Ejercicio 2020 (*)			
Índice de frecuencia accidentes laborales	123,41	43,85	83,69
Índice de frecuencia enfermedades profesionales	-	-	-
Índice de gravedad accidentes laborales	2,98	0,81	1,90
Índice de gravedad enfermedades profesionales	-	-	-

Índice frecuencia: (N.º de accidentes en jornada de trabajo con baja/ (N.º trabajadores x horas trabajadas) x 1000000

6.5.- RELACIONES SOCIALES

6.5.1.-Organización del diálogo social

El diálogo social del Grupo BIDCO está organizado a través de la interlocución con los distintos sindicatos y órganos de representación de cada centro de trabajo de conformidad en cada caso con lo establecido en la legislación laboral.

Todos los empleados del Grupo BIDCO tienen total libertad y protección para pertenecer a la organización sindical de su preferencia.

Todas las sociedades en España cuentan con representación legal de los trabajadores.

A 31 de diciembre de 2021, las sociedades españolas del Grupo BIDCO contaban con un total de 330 representantes de los trabajadores, distribuidos de la siguiente forma por provincia y sindicato de procedencia:

Provincia	CCOO	UGT	CSIF	SB	USO	ELA	CIGA	Total General
A Coruña	3	-	-	-	-	-	1	4
Álava	-	-	-	-	-	1	-	1
Albacete	7	-	2	-	-	-	-	9
Alicante	10	11	-	-	-	-	-	21
Almería	5	4	-	-	-	-	-	9
Ávila	1	-	-	-	-	-	-	1
Baleares	10	-	-	-	3	-	-	13
Barcelona	15	8	-	-	-	-	-	23
Bizcaia	5	1	-	-	-	3	-	9
Burgos	9	-	-	-	-	-	-	9
Cádiz	13	-	-	-	-	-	-	13
Cantabria	8	1	-	-	-	-	-	9
Castellón	6	3	-	-	-	-	-	9
Ceuta	-	3	-	-	-	-	-	3
Córdoba	9	-	-	-	-	-	-	9
Gerona	9	-	-	-	-	-	-	9
Granada	5	-	-	-	-	-	-	5
Guadalajara	6	3	-	-	-	-	-	9
Guipuzcoa	4	-	-	-	-	1	-	5
Huelva	4	1	-	-	-	-	-	5
Jaen	5	4	-	-	-	-	-	9
Las Palmas	-	-	-	9	-	-	-	9
Lugo	1	-	-	-	-	-	1	2
Madrid	20	5	-	-	-	-	-	25
Málaga	1	1	-	-	-	-	-	2
Melilla	-	1	-	-	-	-	-	1
Murcia	7	6	-	-	-	-	-	13
Navarra	1	1	-	-	-	3	-	5
Orense	1	-	-	-	-	-	-	1
Pontevedra	2	-	-	-	-	-	-	2
Rioja	9	-	-	-	-	-	-	9
Santa Cruz	3	-	-	6	-	-	-	9
Sevilla	17	-	-	-	-	-	-	17
Tarragona	6	3	-	-	-	-	-	9
Toledo	-	-	-	9	-	-	-	9
Valencia	8	15	-	-	-	-	-	23
Zamora	1	-	-	-	-	-	-	1
Zaragoza	6	3	-	-	-	-	-	9
Total general	217	74	2	24	3	8	2	330

El índice de representación sindical del ejercicio 2021 en el Grupo BIDCO es del 1,96%

En cuanto a la negociación colectiva de BK Portugal, se está a lo establecido en la legislación local aplicable, y manteniendo un diálogo continuo con los trabajadores para contemplar sus expectativas y necesidades en las gestiones internas.

6.5.2.- Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país

El 100% de los empleados del Grupo BIDCO, tanto en España como en Portugal, están cubiertos por los convenios colectivos.

Los empleados de Burger King Spain y Tim Iberia, S.L.U. cuentan con convenio colectivo propio, los cuáles son revisados periódicamente con la representación legal de los trabajadores.

Por su parte, respecto a la otra sociedad española del Grupo, PLK Chicken Iberia, S.L.U., con fecha 3 de noviembre de 2020 se produjo la inscripción, tras llegarse a un acuerdo con los representantes de los trabajadores, de su convenio colectivo propio en el Registro Especial de Convenios Colectivos de la Dirección General de Trabajo de la Consejería de Economía, Empleo y Competitividad de la Comunidad de Madrid.

En Portugal los trabajadores se rigen por el convenio de la AHRESP (Associação da hotelaria, restauração e similares de Portugal).

Los convenios colectivos aplicables a los empleados del Grupo BIDCO recogen la obligación de dar cumplimiento al derecho a una protección eficaz, garantizando la seguridad y salud de los trabajadores. Dicha obligación se materializa a través de la adopción por parte de nuestra organización, de las medidas necesarias en materia de evaluación de riesgos, planificación de la actividad preventiva, información, consulta, participación y formación de los trabajadores, actuación en casos de emergencia y de riesgo grave e inminente, vigilancia de la salud y organización de un servicio de prevención.

6.6.- FORMACIÓN

El Grupo BIDCO confiere una gran importancia a la formación de todos sus empleados, como medida de desarrollo de los conocimientos, habilidades y actitudes. Para ello, tiene implementada una política de formación inicial y continua como base y pilar para una buena preparación, profesionalidad y atención al cliente.

El objetivo de la política de formación del Grupo BIDCO es velar por la formación global, la excelencia, así como, la permanente actualización en el conocimiento de los profesionales que componen el Grupo BIDCO.



Se persigue una formación integral, que abarca todas las competencias de (conocimientos técnicos, metodológicos, de negocio, habilidades, idiomas, et), así como estratégicas marcadas por la Dirección, e integrada mediante el establecimiento de itinerarios formativos específicos por carreras profesionales.

La responsabilidad última de esta política de formación del Grupo recae sobre el departamento de Recursos Humanos, quién tiene entre sus funciones:

- Diagnosticar las necesidades formativas
- Realizar el Plan de Formación
- Preparar y coordinar las acciones formativas previstas
- Realizar el seguimiento y evaluación de las acciones formativas
- Evaluar el cumplimiento del Plan establecido
- Comunicar el resultado de la evaluación de las acciones formativas al responsable de Departamento

Anualmente, se realiza un plan de formación mediante la planificación de las acciones formativas, considerando:

- Tipo de Curso
- Responsable de la impartición
- Contenido y alcance
- Metodología
- Fechas de ejecución
- Asistentes
- Comunicación FUNDAE

Algunos indicadores de la formación impartida a los empleados del Grupo BIDCO durante los ejercicios 2021 y 2020, son los siguientes:

Principales indicadores de formación, adicionales a la formación en salud y seguridad en el entorno de trabajo (ver 6.4.1)

Indicadores formación	2021	2020
Total horas de formación impartidas	67.362	49.426
Inversión en formación (euros)	426.097	212.720
Nº total de cursos impartidos	133	52
Nº total de asistentes	9.615	3.508



Durante el ejercicio 2021 han participado en formación 9.615 empleados y se han impartido un total de 67.362 horas de formación entre todos los empleados del Grupo.

Distribución formación entre hombres y mujeres

Género	Horas	Nº asistentes	% Horas
Ejercicio 2021			
Hombre	28.156	3.784	41,80%
Mujer	39.206	5.831	58,20%
Total	67.362	9.615	100%
Ejercicio 2020			
Hombre	21.537	1.466	43,57%
Mujer	27.889	2.042	56,43%
Total	49.426	3.508	100%

Del total de horas de formación impartidas el 41,8 % corresponden a hombres y el 58,20 % a mujeres.

Tipo de formación (interna o externa)

La inversión en formación contempla tanto formación interna como externa, y durante el último ejercicio ha contemplado las áreas de idiomas, laboral, ofimática, gestión de bases de datos y urbanismo, entre otras cuestiones.

Tipo de formación	Horas	Nº asistentes	% Horas
Ejercicio 2021			
Interna	1.822	392	2,70%
Externa	65.540	9.223	97,30%
Total	67.362	9.615	100%
Ejercicio 2020			
Interna	1.604	144	3,25%
Externa	47.822	3.364	96,75%
Total	49.426	3.508	100%

Como se puede observar el 97,3% de la formación ha sido impartida por empresas externas al Grupo BIDCO.

Modalidad de formación (online o presencial)

Modalidad de formación	Horas	Nº asistentes	% Horas
Ejercicio 2021			
Online	63.777	8.747	94,68%
Presencial	3.585	868	5,32%
Total	67.362	9.615	100%
Ejercicio 2020			
Online	46.520	3.243	94,12%
Presencial	2.906	265	5,88%
Total	49.426	3.508	100%

Con respecto a la modalidad de formación, como se puede observar, el 94,68% de la misma ha sido online.

A continuación, se detallan las horas de formación impartidas durante el ejercicio 2021 y 2020 por categoría profesional a personal de restaurantes/cafeeterías:

Modalidad de formación	Horas	Nº asistentes	% Horas
Ejercicio 2021			
Auxiliar	25.989	3.980	39,49%
Becarios	-	-	0,00%
Empleado Base	33.468	4.177	50,85%
Encargado	2.477	652	3,76%
Gerente de área	100	4	0,15%
Gerente de zona	145	14	0,22%
Gerente de restaurante	3.636	748	5,52%
Total	65.815	9.575	100%
Ejercicio 2020			
Auxiliar	19.436	1.878	39,32%
Becarios	-	-	0,00%
Empleado Base	20.915	984	42,32%
Encargado	2.653	258	5,37%
Gerente de área	678	13	1,37%
Gerente de zona	2.608	73	5,28%
Gerente de restaurante	3.136	302	6,34%
Total	49.426	3.508	100%

Los cursos impartidos al personal de las oficinas centrales del Grupo ha sido el siguiente:

NOMBRE DEL CURSO	PARTICIPANTES	HORAS	MODALIDAD	TIPO	% Horas
Comisión de igualdad	3	60	Online	EXTERNA	3,88%
Excel avanzado	10	200	Online	EXTERNA	12,93%
Excel básico	2	60	Online	EXTERNA	3,88%
Excel Medio	3	60	Online	EXTERNA	3,88%
Inglés	1	20	PRESENCIAL	EXTERNA	1,29%
Ingles Advanced	1	17	PRESENCIAL	EXTERNA	1,10%
Nóminas y seguros sociales con legislación portuguesa	7	105	PRESENCIAL	EXTERNA	6,79%
Power BI Intermedio	5	100	Online	EXTERNA	6,46%
Power Pivot y PowerQuery	1	15	Online	EXTERNA	0,97%
Tecnico profesional en urbanismo	5	750	Online	EXTERNA	48,48%
The Power MBA	2	160	Online	EXTERNA	10,34%
	40	1.547			100%

6.7 ACCIONES RELATIVAS A LA PROMOCIÓN DEL DESARROLLO PROFESIONAL Y RETENCIÓN DEL TALENTO

Durante el ejercicio 2021 y 2020, se ha desarrollado por parte del Grupo BIDCO distintas acciones encaminadas a fortalecer el trabajo en equipo, reforzar los valores del Grupo y retener el talento del mayor activo que posee, su personal.

Entre estas medidas, se destacan las siguientes:

6.7.1 Acciones en Burger King Spain

- Encuentros tú a tú

Durante el ejercicio 2020 se inició en Burger King Spain una campaña denominada “*Encuentros tú a tú*”, cuya finalidad es la de poner en valor el crecimiento y desarrollo de los empleados en la compañía.

El objetivo era dar voz a historias personales reales de crecimiento profesional y desarrollo, a través de una entrevista en la que personal de la compañía cuenta su trayectoria y evolución en el Grupo.



▪ Lanzamiento Club de los 100 coches en una hora: envío de diplomas y trofeos

Como reconocimiento al trabajo realizado por los equipos de aquellos restaurantes que son capaces de atender 100 coches en una hora, lo que supone entregar un pedido a cada coche en 36 segundos. Para alcanzar esas cifras el equipo debe estar coordinado al máximo. De esta manera, se envía un email a todo el sistema cada vez que un coche alcanza ese objetivo y entra en el club y se manda un diploma a todo el equipo.



▪ Comunicación Fondo Familiar a toda la plantilla

Comunicación de un fondo a nivel internacional mediante el cual se proporciona ayuda financiera a empleados que vivan una situación complicada. Se comunica regularmente la existencia de este fondo.

BURGER KING Foundation

BK Fondo Familiar
 APOYANDO A NUESTRA FAMILIA EN TIEMPOS DE NECESIDAD

¿Qué es?
 Un Fondo Familiar que apoya a Burger King® a nivel mundial mediante el que se proporcionan ayudas de hasta \$4.000 para apoyar a los miembros de la familia BK® en momentos de necesidad.

¿Quién puede recibir esta ayuda?
 Las subvenciones del fondo se otorgan para ayudar con necesidades de los socios a corto plazo o los empleados de Burger King® y sus familiares directos que padezcan ser víctimas de emergencias inesperadas (enfermedades, desastres naturales, accidentes, emergencias médicas...) u otras situaciones.

Si estás en una situación similar y necesitas ayuda, puedes acceder a la plataforma y solicitar la donación:
familyfund.bk.com/es

El proceso es sencillo, tan solo deberás entrar en la web y rellenar los datos solicitados para que el Comité de Aprobación te ponga en contacto contigo. Una vez confirmada la incidencia y aprobada la solicitud se procederá la donación.

¿Quieres aportar tu granito de arena?
 Después de un año marcado por la pandemia del COVID-19, este programa se ha vuelto todavía más relevante. Cualquier cantidad donada puede ser de gran ayuda y contribuir al bienestar de nuestros familiares BK® cuando más lo necesitan.
 Puedes realizar tu donación en la siguiente web:
www.bkfamilyfund.org

En el documento adjunto encontrarás toda la información relativa al Fondo Familiar.

¡IMPORTANTE!
 Si tienes alguna duda, o quieres más información, envíe un email a bk_familyfund@bkgp.com



- Desarrollo app de empleados

Trabajar en el desarrollo de una app de empleados que se lanzará en próximos ejercicios con numerosas funcionalidades. Noticias, ranking de restaurantes en función de objetivos, acceso a canales de internos (canal de denuncias entre otros), álbumes de fotos y otros.



6.7.2 Acciones en Popeyes

- Celebración del Pop Team Day

Un día dedicado a los cuatro empleados TOP del año anterior en el que celebramos una jornada todo el equipo de oficinas de Popeyes (incluido director general) y ellos cuatro: Desayuno juntos, juegos y dinámicas, presentaciones de marketing y operaciones para descubrir cómo trabajamos, visita a un restaurante en obras y acciones benchmarking.



- Inicio de campaña de Kitchen Band

Campaña interna por la que hemos elegido a unos empleados que se presentaron a un casting para participar en la Kitchen Band una banda que grabará este 2022 una serie de piezas audiovisuales representando el espíritu de la marca.



6.7.3 Acciones en Tim Hortons

- Concurso Cooking The Future

Durante el ejercicio 2020 y 2021 se ha desarrollado en Tim Hortons un concurso entre los empleados cuyo objetivo es el lanzamiento al mercado en las cafeterías de la compañía el producto ganador del concurso.

Para ello se ha solicitado a los empleados que envíen sugerencias de recetas, las cocinen en las instalaciones y se presenten ante el jurado constituido para tal evento.

Con esta medida se pretende implicar a los empleados en desarrollo y lanzamiento de nuevos productos.



▪ Taller cocreación de valores

Tim Hortons se encuentra en un proceso de transformación de la marca, para el que está contando con la implicación del personal de la compañía.

Durante el ejercicio 2020 se invitó a distintos empleados de cafetería y oficina a una reunión conjunta en la que abordar la definición, enfoque y establecimiento de los valores de la marca.

“Hacer felices a nuestros clientes de todos los días ofreciéndoles una experiencia especial y de calidad siendo la cadena líder en rentabilidad del sector coffe shop en Iberia”



[Handwritten signature]

Adicionalmente a las anteriores acciones, se han seguido desarrollando en el Grupo las siguientes que ya venían realizando desde años anteriores: envío de newsletters mensuales con noticias de interés de la marca, entrevistas a compañeros, premios, etc., comunicados por parte de la dirección de cada una de las compañías del Grupo, reuniones de empleados trimestrales para presentación de resultados, programas de formación y desarrollo y trabajo en equipo, plan de acogida de nuevos empleados, etc.

No obstante lo anterior, debido a la crisis sanitaria del Covid-19, durante el ejercicio 2020 y 2021 el Grupo BIDCO ha visto limitado el desarrollo de algunas de las acciones que venía desarrollando en ejercicios anteriores con el objeto de retener el talento y promover el desarrollo profesional, como es el caso de, los desayunos de bienvenida, actividades de equipo (Whopper Challenge, torneos de padel, etc), convenciones, etc. El Grupo BIDCO espera poder retomar las mismas una vez superada la pandemia.

En el siguiente cuadro se procede a resumir las acciones llevadas a cabo tanto en las oficinas centrales del Grupo como en cada una de las filiales que lo componen:

ACCIONES 2021	
En oficinas	Lanzamiento de newsletter de oficina mensual para informar de novedades, noticias, beneficios
	Comunicaciones sobre situació COVID de manera regular
	Sorteo de Navidad
	Encuestas participación/opinión iniciativas de nuestras marcas
	Campaña recogida de alimentos y juguetes
En Burger King	Plan de acogida onboarding de oficinas: materiales, encuesta, planificación y formación de managers
	Trabajar en el desarrollo de la app de empleados para lanzar
	Lanzamiento Club de los 100 coches en una hora: envío de diplomas y trofeos
	Comunicación Fondo Familiar a toda la plantilla
	Comunicación incentivo Navidad
En Popeyes	Formación en protocolo de prevención de crisis reputacional a Responsables Territoriales y GZ
	Comunicación regular de claves estratégicas de la marca: FGAF, cambio de identidad visual...
	Celebración del POP Team Day, un día dedicado a los cuatro empleados TOP del año anterior en el que celebramos una jornada todo el equipo de oficinas de Popeyes (incluido Director General) y ellos cuatro: Desayuno juntos, juegos y dinámicas, presentaciones de mkt y operaciones para descubrir cómo trabajamos, visita a un restaurante en obras y comida en la competencia para comparar
	Plan de acogida restaurantes con todos los materiales: d'ptico, manuales de empleados base/moteros y Popeyes Academy)
	Inicio de campaña de Kitchen Band, banda de música formada por empleados. Ya están seleccionados falta grabar
En Tim Hortons	Comunicados
	Newsletter mensual
	Newsletter mensual
En Tim Hortons	Inicio campaña Cooking the future, empleados proponen recetas. Ya se han elegido finalistas, el año que viene se lanzara el berlitim seleccionado ganador

6.8. IGUALDAD

6.8.1.-Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres. Planes de igualdad.

Desde que se publicó en el año 2007, la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, El Grupo BIDCO, ha tratado de hacer realidad lo que debía regir dentro de la organización sobre este aspecto de la vida laboral de sus empleados.

El Grupo BIDCO está seriamente comprometido con el respeto por la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, y conforme el Plan de Igualdad persigue la consecución de los siguientes objetivos:

- Fomentar el incremento de la participación de las mujeres en el mercado de trabajo.
- Mejorar la empleabilidad de la mujer.
- Mejorar la permanencia en el empleo de las mujeres.
- Potenciar el nivel formativo de las mujeres con el objeto de facilitar el acceso al empleo y su desarrollo profesional.
- Potenciar la adaptabilidad de la mujer a los requerimientos del mercado de trabajo.
- Promover la conciliación de la vida laboral, familiar y personal de las personas trabajadoras.
- Eliminar toda forma de discriminación directa o indirecta, por razón de sexo que pueda existir en la empresa, en particular, las derivadas de la maternidad, cargas familiares y el estado civil.
- Prevenir y evitar las situaciones de acoso que pudieran presentarse en el ámbito de las relaciones laborales, estableciendo mecanismos eficaces para su detención y eliminación.

En el Plan de Igualdad se hace mención de las acciones que lleva a cabo la empresa en materia de conciliación de la vida personal, familiar y laboral.



Entre las medidas adoptadas por la empresa para la conciliación de la vida laboral y familiar, está la concesión de turnos específicos, así como las reducciones de jornadas.

Con el fin de llevar a la práctica el contenido y espíritu de la política de igualdad y materializar el compromiso con el contenido de esta, tanto la Dirección de la compañía como los empleados y sindicatos están alineados para hacerla cumplir.

Actualmente, el Grupo está en proceso de actualización y aprobación de un nuevo Plan de Igualdad con los representantes de los trabajadores.

Durante el ejercicio 2021 se ha recibido en el canal de denuncias un total de 25 denuncias por acoso, las cuáles han sido estudiadas y analizadas por parte del Grupo BIDCO, con la adopción de las medidas correctivas oportunas en cada caso.

6.8.2.- 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 capacidades diferentes.

Todos los empleados, directivos y miembros del Consejo de Administración del Grupo BIDCO, tienen derecho a que se respete su dignidad, así como la obligación de tratar a las personas con las cuáles se relacionan por motivos laborales (clientes, proveedores, compañeros, etc.) con respeto.

El Grupo tiene una política que prohíbe el acoso, esforzándose e implementando todas las medidas posibles para ofrecer y garantizar un ambiente de trabajo que fomente el respeto mutuo y las relaciones de trabajo libres de acoso.

Con el objetivo de dar las mismas oportunidades a todos los empleados, el Grupo cuenta con un procedimiento de desarrollo de carreras de sus profesionales dentro de las propias entidades. En este proceso, la igualdad de oportunidades y la no discriminación se presentan como valores indiscutibles.



6.8.3.- Política contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad

Un de los aspectos más importantes del Grupo BIDCO es la diversidad de su personal, que representa nacionalidades, culturas, idiomas, religiones, etnias, estilos de vida y antecedentes profesionales y educativos de amplio alcance.

Al objeto de garantizar y promover que nuestros empleados se sientan valorados y respetados, el Grupo se compromete a proporcionar un lugar de trabajo que incluya una cultura de diversidad e inclusión y que esté libre de acoso e intimidación.

Basamos las decisiones sobre empleo en cualificaciones laborales y mérito, que incluyen la educación, la experiencia, habilidades, capacidad y rendimiento.

7.-COMPROMISO CON LA PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS HUMANOS

Nuestro compromiso con el respeto de los derechos humanos aparece recogido expresamente en el Código Ético del Grupo. Este Código recoge los valores y principios de todo el Grupo, así como las pautas y criterios de actuación que les son exigibles a todos los empleados, directivos y demás miembros que lo componen, en sus relaciones con el Grupo, con el resto de los miembros, y con terceros en general.

El cumplimiento de este Código se entiende sin perjuicio de la estricta observancia de la normativa aplicable y de las demás disposiciones del Sistema Normativo Interno de Grupo BIDCO que resulten de aplicación.

El Grupo BIDCO reconoce que los derechos humanos son derechos fundamentales y universales debiendo interpretarse y reconocerse de conformidad con las leyes y prácticas internacionales, y en particular, con respecto a lo establecido en la Declaración Universal de los Derechos Humanos de las Naciones Unidas y los principios que proclama la Organización Internacional del Trabajo.

Todos los procesos de gestión de recursos humanos parten del respeto a la dignidad y a los derechos de las personas.

El Grupo BIDCO está comprometido con la creación y mantenimiento de un ambiente de trabajo positivo, libre de discriminación, acoso y represalias.



Por tal motivo, nuestra organización no acepta ningún tipo de comportamiento discriminatorio por razón de raza, etnia, género, religión, orientación sexual, afiliación sindical, ideas políticas, situación familiar o discapacidad, ni ningún tipo de acoso verbal o físico basado en lo mencionado anteriormente o por cualquier otro motivo, tampoco se aceptará en el trato dentro de la empresa, ni en sus decisiones organizativas, ni en su relación con clientes, franquiciados, proveedores o terceros.

Asimismo, el Grupo, promueve la igualdad de trato entre hombres y mujeres y rechaza cualquier manifestación de acoso, abuso de autoridad, violencia o cualesquiera otras conductas que generen un entorno de trabajo intimidatorio u ofensivo para los derechos personales de sus miembros.

Asumimos el compromiso de salvaguardar y reforzar los derechos laborales y humanos, de promover la seguridad y salud en el trabajo y de brindar a nuestros empleados verdaderas oportunidades de aprendizaje.

Desde el 2014 contamos con un «Plan de Igualdad» que supuso un compromiso real de la firma con la aplicación en todas sus políticas de los principios clave en materia de igualdad.

Desde la implantación del canal de denuncias en el ejercicio 2016 no se han recibido denuncias por casos de vulneración de derechos humanos.

8.- PREVENCIÓN DE LA CORRUPCIÓN, EL SOBORNO Y EL BLANQUEO DE CAPITALES

Con el fin de prevenir la corrupción, el blanqueo de capitales y el soborno, el Grupo ha implementado una política de anticorrupción cuyo objetivo es la promoción de una cultura de cumplimiento y la lucha contra la corrupción y el soborno y otras conductas ilícitas.

El Grupo BIDCO tiene un firme compromiso con la actuación ética y responsable en el ejercicio de su actividad, que se traduce en la exigencia de que todos empleados, directivos, miembros del Consejo de Administración y demás miembros integrantes de la organización no sólo actúen en estricto cumplimiento de la legalidad, sino que se abstengan de realizar cualquier actuación que pudiera considerarse cuestionable desde una perspectiva ética.

Para ello, el Grupo cuenta con un Sistema de Gestión de Compliance, integrado por el Sistema Normativo de todo el Grupo, que recoge las normas, políticas, procedimientos y pautas de conducta exigibles a los todos los empleados que forman parte del Grupo, tanto internamente, como en sus relaciones con clientes y terceros en general.



Este Sistema de Gestión de Compliance o Modelo de Prevención de Delitos Penales, es un sistema estructurado de control, cuyo objetivo es mitigar riesgos de comisión de delitos de los que se puedan derivar responsabilidades penales para las personas jurídicas, incluyendo aquellos que hacen referencia a riesgos de corrupción.

El Sistema de Gestión de Compliance está integrado por:

- El Código Ético o de Conducta.

Grupo BIDCO dispone de un Código de Conducta que tiene como objetivo promover una cultura ética, basada en los más altos valores y estándares de conducta en el desarrollo de sus actividades. Este Código se aplica a todos los miembros de la organización, directores, empleados, consejeros, etc. Además, es de cumplimiento obligatorio total o parcial, según el caso, para nuestros clientes, proveedores, y demás miembros que se relacionen con nuestra sociedad. No se establecerá ningún tipo de relación sin la diligencia debida adecuada y sin un acuerdo que contenga las garantías anticorrupción necesarias.

- El Manual de Prevención y Detección de Riesgos Penales y las Políticas Internas

En este documento se desarrollan y concretan los principios y pautas establecidas en el Código Ético o de Conducta.

- La Normativa Interna sobre Anticorrupción y Soborno

La política anticorrupción contempla que todas las personas de la organización, así como aquellas que actúen en nombre del Grupo BIDCO, no podrán pagar sobornos o tratar de influir indebidamente de otra manera en ninguna otra persona, ya sea en el sector público o en el privado. Esto se aplica a pagos indebidos tanto realizados directamente a través de empleados o empleadas como de un tercero, agentes o representantes, clientes, socios, u otros proveedores de servicios.

Asimismo, el Grupo BIDCO ayuda a las personas de la organización a entender y cumplir con aquellos aspectos contenidos en esta política, si bien la responsabilidad de su cumplimiento recaerá en estos de manera individual. En caso de detectarse prácticas que pudieran ser indicativas de soborno o corrupción, los empleados, se enfrentarán a medidas disciplinarias que pueden incluir el despido o a sanciones monetarias y a ser procesados penalmente.



- Política de aceptación de regalos

El Grupo BIDCO prohíbe a sus a sus empleados dar o aceptar regalos, obsequios, atenciones o favores en el desarrollo de sus actividades. De manera excepcional, se admitirá la entrega o recepción de regalos y obsequios siempre que no estén prohibidos por la ley, se correspondan con prácticas comerciales o signos de cortesía normales y usuales (generalmente aceptados) tengan en todo caso un valor económico simbólico o irrelevante y no se realicen con el ánimo de influir en la objetividad e independencia que debe de regir en el desarrollo de todas nuestras actividades.

La asistencia a cualquier tipo de acto en el que sea un tercero quien satisfaga total o parcialmente los costes de estancia y desplazamiento deberá contar con la aprobación previa del compliance officer.

Cuando la persona que reciba ofrecimientos de cualquier tipo que pudieran estar asociados con un intento del oferente de obtener algún tipo de compensación en sus relaciones con nuestra organización, deberá de ponerse tal circunstancia en conocimiento de su compliance officer.

- La Normativa Interna sobre Prevención del Blanqueo de Capitales y de la Financiación del Terrorismo

En esta política se recogen las obligaciones y procedimientos establecidos en BIDCO para dar cumplimiento a la normativa vigente en esa materia que le resulta de aplicación.

En concreto, se presta especial atención a que los empleados pongan cuidado en todos aquellos casos en los que se pongan de manifiesto indicios de la falta de integridad de las personas físicas o jurídicas con las que se contratan, para evitar y prevenir la intervención en eventuales operaciones de blanqueo de capitales provenientes de actividades delictivas o ilícitas.

El Grupo BIDCO cuenta con este Sistema de Gestión de Compliance desde el año 2016, el cuál ha sido comunicado a todo el personal técnico y de administración, así como a toda la dirección y órganos de gobierno de la organización. Durante el ejercicio 2021 como consecuencia de la crisis sanitaria se han pospuesto la realización de los cursos de formación en relación con el Sistema de Gestión Compliance para el ejercicio 2022.



Asimismo, con el propósito de dar cumplimiento a este Modelo de Prevención de delitos, se creó por parte de la organización un Comité de Cumplimiento Normativo, que junto con el Compliance Officer, ostentan la responsabilidad de velar por el respeto de los compromisos éticos del Grupo BIDCO, así como, detectar y mitigar incumplimientos de la normativa aplicable y conductas indebidas. Este Comité de Cumplimiento Normativo reporta directamente al Consejo de Administración.

El Grupo BIDCO, a través de su Compliance Officer, tiene establecido también un procedimiento de "investigaciones internas" para investigar posibles conductas ilícitas imputables a las sociedades, con el fin de prevenir el riesgo de su eventual comisión.

Durante el ejercicio 2021 no ha habido ningún caso de corrupción confirmado, no se ha despedido a ningún empleado por corrupción, ni han tenido que tomarse medidas disciplinarias al respecto, no se ha confirmado ningún caso en el que se haya rescindido contratos por infracciones relacionadas con corrupción, ni se han interpuesto ninguna denuncia o procedimiento judicial relacionado con la corrupción contra el Grupo BIDCO o sus empleados.

8.1.- MEDIDAS ADOPTADAS PARA PREVENIR LA CORRUPCIÓN Y EL SOBORNO

El Grupo BIDCO no tolera la corrupción vinculada a ningún aspecto relacionado con el desarrollo de su actividad empresarial. Este hecho es recogido en su Código de Ética o de Conducta, que actúa como criterio rector de todas sus actividades.

Con el objetivo de identificar posibles casos de fraude, corrupción y soborno, el Grupo BIDCO cuenta con un canal de denuncias online como herramienta clave en su Modelo de Cumplimiento. Tal y como se especifica en su Código Ético este canal de denuncias es un canal de comunicación que permite prevenir o detectar cualquier tipo de conducta inapropiada y es accesible para empleados, clientes, proveedores, colaboradores y cualquier tercero que lo requiera.

Para poder garantizar la independencia y confidencialidad de la denuncia en todo el proceso, la gestión de la herramienta es realizada por una empresa externa.

Según el protocolo implementado en el Grupo, en el caso de que se detectara un caso de fraude o corrupción, se procedería a reportar por parte del Compliance Officer al Comité de Cumplimiento Normativo, al objeto de analizar el expediente y determinar la acción a llevar a cabo.



8.2.- MEDIDAS PARA LUCHAR CONTRA EL BLANQUEO DE CAPITALS

El blanqueo de capitales está estrictamente prohibido en BIDCO. El Grupo BIDCO está comprometido con el cumplimiento de las leyes y reglamentos vigentes en materia de prevención del blanqueo de capitales, de anticorrupción y de prevención de la financiación del terrorismo.

8.3.- APORTACIÓN A FUNDACIONES Y A ENTIDADES SIN ÁNIMO DE LUCRO

Durante el ejercicio 2021, el Grupo BIDCO ha llevado a cabo acciones de recaudación de fondos en los restaurantes para un proyecto de reforestación junto con Cruz Roja que se desarrollará a nivel nacional durante el ejercicio 2022, el importe aproximado recaudado ha sido de 260.000,00 euros, tal y como se procede a detallar en el apartado siguiente.

9.-COMPROMISO CON LA SOCIEDAD

9.1.-COMPROMISO DEL GRUPO BIDCO CON EL DESARROLLO SOSTENIBLE

El Grupo tiene un compromiso firme con la creación de empleo prueba de ello es el aumento significativo de empleados año tras año.

La relación y el diálogo con las comunidades locales es también un compromiso fundamental para contribuir y lograr su desarrollo sostenible.

Como parte de esta responsabilidad con el desarrollo sostenible y las comunidades locales, el Grupo tiene una fuerte presencia local y atento a las necesidades realiza compras de productos locales en cada región que tiene presencia, tal y como se detalla a continuación.

Abastecimiento sostenible

Abastecerse de manera sostenible contribuye también a reducir el impacto por el desarrollo de la actividad de las sociedades que forman Grupo BIDCO. La compañía está plenamente comprometida con la **gestión responsable de su cadena de suministro** y, en la medida de lo posible, trabaja con proveedores locales con los que busca establecer relaciones a largo plazo, apostando por productos de proximidad que contribuyen a reducir las emisiones en el transporte.



La carne de las hamburguesas de **Burger King Spain** procede de ganaderías españolas y se cocina a la parrilla.

Nuestro proveedor cumple con los estándares más exigentes de calidad, higiene y seguridad alimentaria. Al día se producen en torno a 110 toneladas de hamburguesas para Burger King Spain y todas ellas están elaboradas con piezas enteras y seleccionadas de carne fresca de vacuno de calidad que procede de la parte delantera de la vaca y de la falda. Además, nuestro proveedor cuenta con la patente BRC Global Standards, que avala la seguridad de los productos agroalimentarios y con el sello IFS Foods, que certifica la transparencia a través de toda la cadena de suministro.

Todos los ingredientes frescos (tomates, cebollas y lechugas) utilizados en sus ensaladas y hamburguesas proceden de huertos locales de Navarra y Murcia y se cortan diariamente en los restaurantes para mantener su frescura. El pan y el aceite también tienen origen nacional. Además, la compañía ha lanzado recientemente su sello de hamburguesas gourmet Originals by Burger King Spain, con el que apuesta por ingredientes de origen local y con Denominación de Origen Protegida.

El 100% del pollo de **Popeyes® Louisiana Kitchen** procede de un proveedor español que cuenta con cuatro granjas, con el certificado Welfare Quality y AWUIN®, es decir, que todos los pollos empleados en la elaboración de nuestros platos proceden de granjas certificadas en bienestar animal, lo que asegura el bienestar de los animales respecto a su alimentación, iluminación, temperatura y ventilación, entre otros aspectos. Igualmente, los animales tampoco se tratan con antibióticos.

Además, en el caso de Popeyes® Louisiana Kitchen los ingredientes frescos utilizados en sus ensaladas y hamburguesas también proceden de huertos locales. Tanto el pan como el aceite también procede de proveedores españoles.



El café de Tim Hortons es de su propia marca, se produce en su totalidad en Canadá y la compañía tiene el control completo de la cadena de valor, desde el campo hasta la cafetería. El café proviene de Latinoamérica (Guatemala, Honduras, Colombia, Perú, Nicaragua y Brasil), África (Tanzania) y Asia (Indonesia y Papúa Nueva Guinea), países del 'Coffee Belt' que cumplen con las directrices de abastecimiento. Tim Hortons colabora con proveedores, Asociaciones Nacionales del Café y autoridades cafeteras para desarrollar programas para colaborar con las personas y lugares que forman parte de la cadena de suministro. En 2005, con el objetivo de mejorar la vida de los agricultores y sus familias, se estableció la 'Tim Hortons Coffee Partnership (THCP)', que ha permitido dar trabajo a más de 14.000 agricultores. Se han trabajado más de 28.000 hectáreas de tierra bajo gestión sostenible y se han fortalecido más de 200 organizaciones de productores.

Además, a través del 'Programa Generaciones' se ha ofrecido una amplia gama de oportunidades profesionales locales a más de 3.000 jóvenes en comunidades cafeteras.

Adicionalmente, y siguiendo con este deber para con la sociedad, durante el ejercicio 2021 se han realizado diferentes acciones de asociación, patrocinio, o donaciones, cuyo detalle es el siguiente:

- **Burger King España y Cruz Roja unidos en la prevención de incendios forestales**

En todos los restaurantes Burger King fueron colocadas urnas para que los clientes tuvieran la oportunidad de donar fondos para proyectos de reforestación de zonas dañadas por los incendios producidos en la Comunidad de Madrid. El dinero es depositado en una cuenta bancaria de Cruz Roja y a partir del presupuesto se fija el proyecto. A fecha de este informe se habían recaudado aproximadamente 260 miles de euros.

- **Recogida de juguetes en las oficinas centrales para cooperación internacional.**

Durante el mes de diciembre el Grupo participó en la iniciativa organizada por cooperación internacional, mediante la cual más de 7.000 niños y niñas de todo el territorio nacional, en situación de vulnerabilidad recibieron regalos estas Navidades.

La iniciativa se realizó mediante dos vías: recogida de juguetes en las oficinas centrales del Grupo y donación de paquetes de cromos de nuestra colaboración con la Liga.





- **Recogida de alimentos en las oficinas centradas para cooperación internacional**

Recogida de alimentos en las oficinas centrales para Cooperación Internacional para hacer cestas de Navidad con alimentos para familias en riesgo de exclusión social.

- **Campañas de apoyo al colectivo LGBTI+**

Creación de la menina "Meninxs currantes", un icono de inclusión y protesta contra la homofobia, la transfobia y la bifobia en ambientes laborales, que ha estado expuesta en la calle Velázquez 92, desde el día 1 de noviembre hasta el día 15 de diciembre.

Además de nuestra característica corona y una de nuestras sabrosas hamburguesas, llevaba en su mano una bolsa de take away con un código QR que redirigía a nuestro perfil en la plataforma myGwork, la mayor comunidad para profesionales LGBTQ+, empresas inclusivas y todas las personas que creen en la igualdad en los espacios de trabajo, a la que desde Burger King Spain nos hemos adherido.

Para llevar a cabo la iniciativa, hemos contado con la colaboración del modista Lorenzo Caprile, quién manifestó que con esta obra buscaba jugar con esa ambigüedad y reivindicar que lo importante es sentirse persona y estar orgulloso de quien es cada uno, sin tantas etiquetas.

Esta menina será subastada y su recaudación destinada a REDI.LGBTI, la primera asociación sin ánimo de lucro en España de empresas y profesionales con el compromiso de fomentar un ambiente inclusivo y respetuoso en las organizaciones, valorando el talento ante todo.

En Burger King Spain damos la bienvenida a todo el mundo, y nos esforzamos por crear lugares de trabajo auténticos e inclusivos en los que todos los empleados se sientan orgullosos de ser ellos mismos.



Adicionalmente, durante el mes de julio, coincidiendo con las fiestas del orgullo, y bajo el lema "Nuestro Equipo, [#NuestroOrgullo](#)", este año hemos querido que nuestros empleados sean los verdaderos protagonistas de la celebración por la diversidad, compartiendo en redes sociales las fotos de aquéllos compañeros que han querido anunciarse como orgullosos [#LGTBQ+](#) y contarnos su historia.



- **Patrocinio de La Liga**

Burger King Spain ha firmado un acuerdo como patrocinador oficial de La Liga para las temporadas 2021/2022, 2022/2023 y 2023/2024.

Un acuerdo estratégico que supone la unión de dos entidades con la misma filosofía.

En Burger King Spain defendemos una forma de vida que resumimos en nuestro claim, "Have It Your Way®" - A tu manera – y esta alianza, es justo eso, una invitación a personalizar la forma de disfrutar del fútbol y un estímulo para hacerlo como quieras.

Así gracias a nuestra extensa red de restaurantes y nuestro servicio de #delivery, ofreceremos las mejores experiencias a nuestros clientes y a los aficionados de La Liga.

Llega la alianza de la temporada: las mejores hamburguesas y el mejor fútbol.





▪ Patrocinio de LaLiga Genuine Santander

El acuerdo de patrocinio con La Liga incluye el Patrocinio de **LaLiga Genuine Santander** por las temporadas 2021/2022, 2022/2023 y 2023/2024 de LaLiga Genuine Santander, una competición de fútbol integradora y pionera en el mundo, puesta en marcha por La Liga a través de su Fundación, formada por equipos de personas con discapacidad intelectual.

Estamos muy orgullosos de sumarnos como marca asociada a esta gran iniciativa donde valores como el compañerismo, el respeto y la tolerancia destacan sobre el terreno de juego y donde lo que realmente importa es compartir antes que competir.

Todo el equipo de Burger King Spain estamos entusiasmados de poder acompañar a las grandes estrellas de esta Liga durante la próxima temporada.



- **Patrocinio de La Liga de Portugal**

El Grupo se asocia con el fútbol profesional portugués

BK Portugal, S.A. y la Liga Portugal acaban de celebrar una alianza que asociará la marca a las competiciones de Fútbol Profesional, concretamente a la Liga Portugal bwin y a la Liga Portugal SABSEG para la temporada 2021-2022. La marca de restauración se convierte así en patrocinador oficial de las competiciones oficiales del deporte rey en Portugal, y junto a la Liga Portugal creará las mejores experiencias para los aficionados: el mejor fútbol aliado a las mejores hamburguesas.

En el marco de esta asociación, BK, Portugal, S.A. dará nombre a los premios del delantero del mes de la Liga Portugal bwin y de la Liga Portugal SABSEG. El patrocinio también incluye la asociación de la marca al 11 de la Jornada de la Liga Portugal bwin, emitido semanalmente en los canales propios de la Liga Portugal. BK, Portugal, S.A. también tendrá presencia en algunos medios de comunicación de visibilidad, entre otras campañas e iniciativas para promover la Liga Portugal bwin y la Liga Portugal SABSEG.

El fútbol es un momento en el que disfrutamos y reunimos a amigos y familiares para animar a nuestro equipo favorito y en el que la comida siempre está presente. La asociación de BK, Portugal, S.A. con la Liga Portugal está creando una dinámica entre los más de 150 restaurantes de la marca en Portugal y el servicio de entrega a domicilio y todos los espectadores de la Liga Portugal bwin y la Liga Portugal SABSEG, permitiéndoles disfrutar del espectáculo de la mejor manera.

▪ Patrocinios de Clubs de Fútbol y Baloncesto

Desde finales del ejercicio 2019 (temporada deportiva 2019/2020), Burger King Spain ha venido siendo el patrocinador de distintos clubes de futbol y de baloncesto situados a lo largo de toda la geografía española.

La finalidad del Grupo BIDCO es la de contribuir con la comunidad al apoyo del deporte local en todos sus ámbitos. Valores como la tolerancia, la superación, el respeto y la honestidad que están presentes en todas las disciplinas deportivas, son valores con los que se identifica y está comprometido el Grupo.

En concreto, durante la temporada deportiva 2020/2021, se han llevado a cabo por parte de Burger King Spain los siguientes patrocinios:

▪ Patrocinio del Club de Baloncesto Villarobledo

Durante el ejercicio 2021, Burger King Spain continúa siendo el patrocinador del Club de Baloncesto de Villarobledo, apostando con ellos por el deporte local.

Este acuerdo, que se alargará durante una temporada, y tiene como objetivo ayudar al Club de Baloncesto para continuar con su labor de fomento del deporte profesional y del deporte base en la localidad.



- **Patrocinio Club de Balonmano Mare Nostrum Torrevieja**

El Club deportivo Balonmano Mare Nostrum es una entidad compuesta por un total de 19 equipos en la modalidad de balonmano, dos equipos juveniles y dos senior y con una estructura de BASE compuesta por un total de 15 equipos (6 equipos femeninos, 8 equipos masculinos y 1 equipo mixto) desde la categoría benjamín hasta cadete.

Durante la temporada 2020/2021, Burger King Spain ha continuado contribuyendo con este Club para el desarrollo y fomento del deporte en todas las categorías.



- **Patrocinio del Club de Fútbol Las Rozas**

Las Rozas Club de Fútbol es una entidad de fútbol base que surgió como escuela de fútbol para los niños de la zona noroeste de la comunidad de Madrid y apostando por el talento local han llegado a ser un club profesional militando en 3ª RFEF.

Burger King Spain sigue apostando durante la temporada 21/22 por el club apoyando tanto al primer equipo, como a los jóvenes que vienen por detrás y que serán los futuros jugadores del club apareciendo en la camiseta como sponsor principal del Juvenil A.

- **Patrocinio del Club de Fútbol Ausarta Barakaldo**

El Club de Baloncesto Ausarta Barakaldo es un club local proveniente de Barakaldo que milita en la segunda división del campeonato de baloncesto femenino de España. Apoyamos al deporte femenino para que tengan las mismas posibilidades que el deporte masculino e impulsamos su desarrollo mediante las aportaciones que podamos hacer a los equipos que más lo necesitan.



▪ **Patrocinio del Real Murcia Club de Fútbol**

El Real Murcia es un club histórico de nuestro país, militando durante toda su historia en la primera y segunda división española. Actualmente, no están pasando por su mejor momento, por eso, hemos decidido apoyar al primer equipo y al equipo que va a constituir su futuro, el Juvenil A que disputa el campeonato de división de honor, máxima división de la categoría, demostrando una vez más que en Burger King Spain apostamos por el talento joven ya que pensamos que lo mejor lo tenemos en casa y hay que apostar por ello.

▪ **Patrocinio del Club deportivo Tenis Base Linares**

El club deportivo Tenis Base Linares es una escuela de tenis para los niños de Linares, un pequeño municipio de Jaén. El club se fundó en 2002 con el propósito de promover el deporte entre los jóvenes del municipio y hacer crecer la figura del tenis como deporte en la zona.

Además de inculcar los valores del deporte entre los niños, desde Burger King Spain queremos que aprendan lo máximo posible y apoyar a los que despuntan por su talento y ganas de triunfar en el mundo del tenis. Por ejemplo, uno de sus mejores alumnos ahora mismo está en un centro de alto rendimiento en Sevilla e incluso ha sido convocado por la selección española para disputar algunos campeonatos. Desde Burger King Spain apoyamos al club para que los niños de las zonas pequeñas tengan las mismas oportunidades que los niños de las grandes ciudades y demostrar así que el talento se encuentra en todas partes.

▪ **Patrocinio del Club de Fútbol Real Ávila.**

El Real Ávila es un club histórico de Castilla y León fundado en 1923. Actualmente juega en 3º RFEF, pero ha llegado a jugar 11 temporadas en Segunda División B casi logrando el ascenso a 2º en alguna ocasión y haciendo un buen papel en dos ediciones de las 15 que han disputado de la Copa del Rey.

Apoyamos a este club histórico mediante la aparición en sus equipaciones y con una amplia visibilidad en su Estadio para ayudar a que el club vuelva a ser lo que fue.



▪ **Patrocinio del Centro Deportivo Laguna**

El Club Deportivo Laguna es una escuela de fútbol del pueblo de Valladolid Laguna de Duero. El club surgió con el propósito de que los niños de Laguna de Duero y de los pequeños pueblos que les rodean tengan la oportunidad de aprender y disfrutar del fútbol con sus amigos y no se les prive de esta experiencia por el simple hecho de vivir en zonas menos pobladas.

Desde Burger King Spain apoyamos estas iniciativas ya que creemos en la igualdad de posibilidades para todo el mundo por eso, tras una temporada de "descanso" del patrocinio que mantuvimos durante 3 temporadas, hemos decidido retomarlo para que el Club pueda sobrevivir a la pandemia.

▪ **Patrocinio del Club de Fútbol Atlético Coruña Montañeros**

El Club Atlético Coruña Montañeros surgió de la fusión de dos clubes de fútbol de Coruña, el Montañeros C.F. y al Sp. Universidade da Coruña fundados en 1978. Se fusionaron en el 2019 dejando rivalidades a un lado, para poder subsistir y seguir con el propósito de formar niños y jóvenes inculcándoles los valores del deporte y lo más importante, que disfruten del deporte que más les gusta con sus amigos, el fútbol.

Desde Burger King Spain hemos decidido apoyar a este nuevo club con base histórica para que pueda sobrevivir a los duros primeros años que les ha tocado vivir con el COVID para que los niños del extrarradio de Coruña puedan seguir disfrutando del deporte rey.

▪ **Patrocinio del Club Deportivo Almeda**

El CD Almeda fue fundado en 1969 por un grupo de amigos y vecinos de Cornellà de Llobregat con el propósito de pasárselo bien jugando al fútbol. Poco a poco más vecinos y amigos de la zona de distintos rangos de edad se fueron uniendo al Club, lo que les permitió poder crear más categorías y profesionalizarse para darle una enseñanza de calidad a los más pequeños.

Desde Burger King Spain queremos que el CD Almeda pueda seguir inculcando los valores del deporte a los más pequeños de Cornellà, y por eso patrocinamos al primer equipo y al equipo de jóvenes A de fútbol 11 durante la temporada 21/22.



▪ **Patrocinio UE Finestrat**

La Unión Esportiva Finestrat es una entidad de fútbol base del pequeño pueblo de Finestrat, Alicante. Su principal y único propósito es el de poder ofrecer a los niños de Finestrat y de las pequeñas comarcas de alrededor la oportunidad de crecer en el ámbito futbolístico y disfrutar del proceso con sus amigos del pueblo.

El club es una asociación sin ánimo de lucro, por lo que sus ingresos se han visto afectados por la pandemia COVID-19. Por ello, desde Burger King Spain hemos decidido apoyar al club patrocinando a todos los equipos de todas las categorías por igual durante la temporada 21/22, para que, de esta forma, los niños de la zona puedan seguir disfrutando del fútbol y no se les corte el crecimiento que están experimentando. Por ejemplo, varios integrantes del equipo A de las categorías Infantil, Cadete y Juvenil han sido llamados por la selección de la Comunidad Valenciana para disputar campeonatos nacionales.

▪ **Patrocinio UD Altea**

UD Altea nace como una escuela de fútbol base con el propósito de formar a los niños de Altea y de los pueblos de su alrededor. Se fundó en 1962 y pese a los altibajos y dificultades que han tenido actualmente militan en Primera Regional de la Comunidad Valenciana.

Desde Burger King Spain queremos seguir apoyando este proyecto con tan largo recorrido para que un club que ya ha pasado suficientes dificultades a lo largo de su historia pueda sobrevivir al varapalo que supone la pandemia. Para ello, aparecemos en el chándal que llevan todos los integrantes del club con y con presencia de nuestra marca en el estadio en el que disputan sus partidos como local durante la temporada 21/22.

▪ **Patrocinio carrera de bicis El Hellinero**

El 28 de septiembre del 2021 volvía tras el punto álgido de la pandemia la popular carrera de ciclismo que se ha celebrado en Hellín organizada por el ayuntamiento. Para impulsar el desarrollo de esta carrera que tanto disfrutan los amantes del ciclismo de esta pequeña población decidimos hacer una aportación a cambio de aparecer en el listado de sponsors de la carrera, de esta forma, Burger King Spain demostró una vez más su propósito por apoyar a las pequeñas poblaciones y seguir promoviendo los valores del deporte que tanto coinciden con los valores de la marca.



- **Patrocinio del CD Fátima:**

El Club Deportivo Fátima es un equipo modesto de Portugal, más concretamente de la ciudad de Fátima. Es un club histórico fundado en 1966 y que ha llegado a disputar el campeonato nacional de Segunda División y que actualmente milita en el grupo F del Campeonato de Portugal organizado por la Federación de Fútbol Portuguesa. Desde BK Portugal, S.A. queremos apoyar a este gran club para intentar devolverle al sitio que se merece apareciendo como uno de sus sponsors en sus camisetas de juego.

- **Trail Fátima 2021:**

En octubre del 2021 se celebró la 8ª edición del Trail de running de la ciudad de Fátima. Este Trail es uno de los más importantes del país con más de 1000 participantes procedentes de todas las ciudades de Portugal. Decidimos apoyar esta edición ofreciendo menús gratis para más de los 60 voluntarios que trabajaron para que se pudiese desarrollar el Trail con éxito. Además, tuvimos presencia de marca en el evento para mostrar nuestro apoyo mediante banderas al inicio y al final de la carrera.

9.2.- SUBCONTRATACIÓN Y PROVEEDORES

9.2.1.- Inclusión en la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales

En el ejercicio de sus funciones, los trabajadores del Grupo BIDCO mantienen un diálogo fluido y transparente con los proveedores, con el objeto de optimizar los suministros y contrataciones de la organización.

Para materializar este compromiso, el Grupo pone a su disposición el sistema de comunicación de situaciones potencialmente anómalas, a través del canal de denuncias implementado en cada una de las sociedades, a fin de que puedan denunciar la comisión de cualquier actuación ilícita, delictiva o contraria a la legislación vigente.

La relación con los proveedores del Grupo BIDCO se rige conforme a las directrices establecidas en la Política de Compras que aplica a todas las contrataciones de productos y servicios.



Los principios en los que se basan son los siguientes:

- Concurrencia competitiva
- Independencia
- Transparencia
- Objetividad
- Actuación ética y responsable
- No discriminación

9.2.2. Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental

Asimismo, la política de compras del Grupo BIDCO contempla que los proveedores a contratar por las distintas empresas del Grupo deben de mantener un enfoque preventivo orientado al desafío de la protección medioambiental, adoptar métodos que beneficien una mayor responsabilidad ambiental y favorecer el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas con el medio ambiente.

Este hecho es recogido expresamente en el Código de Conducta del Grupo BIDCO.

9.2.3.- Sistemas de supervisión y auditorías y resultados de las mismas.

Anualmente, el departamento de auditoría y control interno del Grupo BIDCO, junto con el departamento de Compliance, realizan revisiones del área de compras, al objeto de constatar el cumplimiento de la política implementada en el Grupo.

Durante el ejercicio 2021 no se han identificado incumplimientos con respecto a la política de compras del Grupo.

9.2.4.- Compromiso con el desarrollo local (compras locales)

Como se ha expuesto con anterioridad, el Grupo BIDCO está comprometido con el desarrollo local, procediendo a realizar todas sus compras a proveedores nacionales, próximos en la medida de lo posible a cada una de sus zonas de actuación.



9.2.5.-Actuación con proveedores frente al Covid-19

Durante el ejercicio 2021, y como consecuencia de la crisis sanitaria provocada por la pandemia Covid-19, el Grupo BIDCO ha continuado trabajando conjuntamente con sus proveedores en el desarrollo de protocolos de prevención del riesgo de transmisión del Covid-19.

9.3.-COMPROMISO CON NUESTROS CLIENTES

9.3.1.-Salud y Seguridad de los clientes

El Grupo tiene un compromiso firme en relación con la salud y seguridad de los consumidores, tomando las medidas necesarias para lograr el mayor bienestar en este sentido.

Por las características de su actividad, el Grupo BIDCO trabaja activamente por garantizar la calidad del producto y minimizar los riesgos en materia de salud y seguridad de sus clientes. Para ello, cada una de las sociedades que conforman el Grupo BIDCO establecen sus propios mecanismos de control a través de distintos procedimientos internos.

Todas las sociedades tienen implementado un plan de Análisis de Peligros y Puntos de Control Críticos (APPCC), a través del cual se realizan una serie de actuaciones y procedimientos y controles para asegurar que cada uno de los productos cumple con todos los requisitos en materia de seguridad y salud alimentaria. Estos procedimientos son supervisados tanto por el departamento de operaciones como el de auditoría interna.

Todos los proveedores de alimentos están homologados por Restaurant Brands Internacional a través de sus respectivas sociedades que gestiona cada una de las marcas (Burger King Spain, Tim Hortons y Popeyes), siendo la empresa SGS la encargada de realizar las certificaciones y verificaciones correspondientes previas a la aprobación de los proveedores.



Por otro lado, nuestro compromiso con los consumidores sensibles en su alimentación al gluten y prolaminas nos ha llevado a la colaboración con la Federación de Asociaciones de Celiacos de España (FACE) haciendo realidad que dicho tipo de personas puedan consumir los productos adecuados a su enfermedad en nuestros establecimientos. Para ello, todos los empleados han sido formado en cursos sobre el control de alérgenos y en la preparación de productos sin gluten.

Durante el ejercicio 2020 se reforzó en el Grupo el departamento de calidad y seguridad alimentaria, implementándose nuevos protocolos y procedimientos actualizados, todo ello como muestra de su compromiso continuo de mejora de la seguridad y salud de los consumidores.

Asimismo, durante este ejercicio 2021, se ha finalizado el proceso de eliminación de los conservantes, colorantes y aromas artificiales de todos los productos Burger King en España y Portugal, en el cuál se llevaba trabajando en el Grupo desde el ejercicio 2018 con más de 65 proveedores para adaptar todos los ingredientes de la carta a productos 100% de verdad, frescos y conservando todo su sabor.



BURGER KING

En BURGER KING® creemos en la belleza real de nuestros ingredientes.

Nuestros tomates no tienen un rojo brillante, las lonchas de bacon no son todas iguales y puede que el pan tenga alguna arruga.

Es lo que pasa cuando ninguno de nuestros productos BURGER KING® contiene conservantes, colorantes ni aromas artificiales.

Por eso defendemos la belleza real de nuestros ingredientes, con sus imperfecciones, pero 100% de verdad, frescos y con todo su sabor.

Porque ser real, sabe muy bien.

#BellezaRealSaborReal

Hotels, restaurantes y puntos BURGER KING® de todos los continentes. El primer restaurante BURGER KING® en España abrió sus puertas en 1983. Todos los derechos reservados.

PEFC
www.pefc.org





Queremos que nuestros clientes se sientan bien con lo que comen. Por eso, creamos y defendemos la belleza real de nuestros ingredientes, con sus imperfecciones, pero 100% de verdad, frescos y con todo su sabor.



PREGUNTAS FRECUENTES

¿Todos los productos del menú son 100% sin colorantes, conservantes y aromas artificiales?
 Sí. Todos los productos de BURGER KING (hamburguesas, snacks y postres). Estamos trabajando con nuestros proveedores de bebidas de terceros (refrescos...) para eliminarlos también, se trata de un proceso continuo.

¿Ha cambiado el sabor?
 No, lo mejor prueba de ello es que llevamos un año con el 95% de nuestro menú sin estos aditivos y nadie ha notado el cambio. El sabor sigue siendo el mismo, ese tan característico de BURGER KING: es decir, el auténtico sabor de siempre.

¿Esto significa que Burger King ha estado utilizando conservantes, colorantes y aromas artificiales hasta ahora?
 Como al resto de la industria alimentaria, hemos estado usando conservantes artificiales cuando pensábamos que era necesario, pero el trabajo realizado a lo largo de este proceso de adaptación nos ha permitido eliminar los aromas, colorantes y conservantes artificiales de nuestros productos BURGER KING, a la vez que cumplamos con el reto de mantener en todos ellos el sabor tan característico.

¿Afectará al precio de sus productos la eliminación de los colorantes, conservantes y aromas artificiales?
 Actualmente no prevemos un impacto o una diferencia en el precio.



¡Ser real sabe muy bien!
BURGER KING.

Salud y Seguridad de los clientes en tiempos de Covid-19

Como consecuencia de la pandemia motivada por el Covid-19, desde el 4 de mayo del 2020, fecha en la que se inició la desescalada por parte del Grupo BIDCO, y hasta la fecha actual, se adoptaron un conjunto de medidas que han sido recogidas en nuestro plan “Más Seguro que Nunca”, un plan integral de seguridad e higiene sin precedentes para garantizar la seguridad de nuestros empleados y nuestros clientes.

El Grupo BIDCO ha reforzado su protocolo de seguridad en todos sus procesos, adoptando algunas medidas además de las ya implementadas a nivel marcas:

- Los empleados al inicio de cada turno se toma la temperatura para ver que no sea superior a 37°.
- Se ha reforzado el proceso de lavado de manos, el cual estaba establecido con una frecuencia de 30 minutos, al lavado con agua caliente y jabón antibacteriano, además de añadir gel desinfectante.
 - Se ha aumentado la frecuencia del lavado de manos y cada 30 minutos se lavan con agua y jabón antibacteriano, además de añadir gel desinfectante.
- Todos los empleados deben llevar siempre puesta la mascarilla.
- Se han instalados mamparas en mostrador para una atención al cliente más segura.

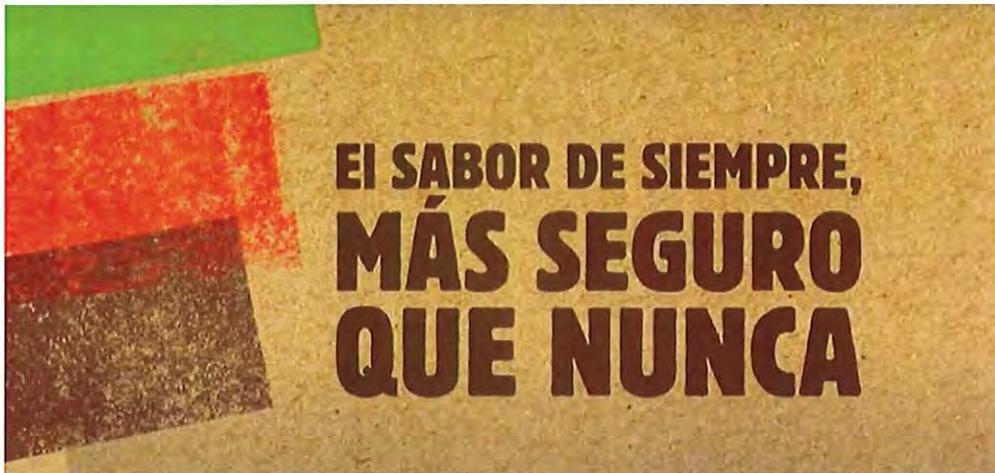


- Las bandejas de entrega de pedido se limpian y desinfectan después de cada uso.
 - Indicaciones de aforo permitido en cada restaurante (sala y terraza) en función de la normativa vigente en cada Comunidad Autónoma.
 - Dispensador de gel desinfectante a disposición de los clientes.
 - Limpieza frecuente de los kioscos.
 - Marcas en el suelo para garantizar la distancia social.
 - Los repartidores siguen un protocolo de limpieza y desinfección cada vez que llegan al restaurante.
 - Sellado de bolsas de pedidos.
 - Entregas seguras sin contacto, con una distancia de dos metros.
 - Aumento de las frecuencias de ventilación y renovación del aire de las estancias.
 - Limpieza y desinfección de las mesas, sillas y cualquier otra superficie de contacto, de forma frecuente.
 - Limitación del uso de las mesas a los porcentajes establecidos en cada Comunidad Autónoma.

Todas estas estrictas medidas, convirtieron al Grupo BIDCO en una cadena de restauración pionera en adaptar e implantar todos los protocolos de seguridad e higiene en un tiempo récord desde el inicio de la pandemia, los cuáles a día de hoy se siguen manteniendo.

Durante el ejercicio 2021, en el Grupo BIDCO, no se ha producido ni reportado ninguna incidencia en materia de seguridad y salud en los consumidores.





Acciones encaminadas a mejorar la satisfacción de nuestros clientes

▪ Lanzamiento de Burger King Vegetal

Burger King Spain en su compromiso con los clientes vegetarianos desde el ejercicio 2019 ha venido ofreciendo al mercado distintos productos como ha sido el Whopper Vegetal y los Nuggets Vegetales, lanzando el 18 de octubre de 2021 el Long Vegetal, esto es, la versión vegetariana de nuestro icónico.

El lanzamiento de estos productos 100% vegetarianos se ha realizado de la mano de la compañía The Vegetarian Butcher.

Adicionalmente, y al objeto de ofrecer a sus clientes una experiencia completa, desde el 19 de octubre del 2021 al 13 de enero del 2022, en el restaurante sito en Paseo del Prado 26 (Madrid), se ha ofrecido una carta 100% vegetariana.



Handwritten signature or mark.



Durante el ejercicio 2021 Burger King ha firmado convenios con V-Label para España y Portugal.

El sello V-Label es un símbolo registrado y reconocido internacionalmente para el etiquetado de productos y servicios veganos y vegetarianos. Para los consumidores, es una guía sencilla y fiable para ayudarles cuando están de compras. Con V-Label, las empresas promueven la transparencia y la claridad.

Por último, señalar que, el Grupo BIDCO esta adherido a la “UD PLEDGE” manifestando así su compromiso a fomentar iniciativas destinadas a promover estilos de vida saludables en niños, entre ellas cambiar la forma en que se anuncian los productos para niños menores de doce años en los diferentes medios.

Programa fidelización de clientes

Durante el ejercicio 2021, Burger King Spain ha procedido al lanzamiento de su programa de fidelización My Burger King en todos sus canales de venta.

Se trata de un programa de fidelización donde los clientes acumulan puntos (coronas) por las compras realizadas, que les da derecho a canjear por productos en futuras compras.

Burger King Spain se convierte así en la primera compañía del sector que extiende su programa de fidelización a restaurante, para llevar, kiosko, servicio a domicilio y Autoking.

Cada usuario registrado contará con un código QR personalizado que podrá usar en cada compra para acumular coronas y acceder a múltiples ventajas, beneficios, regalos y experiencias.

Con este programa, nuestro principal objetivo es premiar y reconocer la confianza de nuestros clientes, además de seguir afianzando nuestro liderazgo en digitalización.





9.3.2.-Satisfacción de los clientes

Para el Grupo BIDCO la satisfacción de sus clientes es una cuestión fundamental, por lo que, para ello, tiene implementados los canales necesarios para hacer un seguimiento de todas aquellas consultas, quejas o reclamaciones recibidas por parte de los clientes.

A través de estos canales de denuncias, el Grupo BIDCO gestiona cada una de las consultas, quejas o reclamaciones recibidas, procediendo a hacer un seguimiento de las mismas, y en los casos que corresponda, se procede a la adopción de las medidas correctoras oportunas.

A través de este sistema el Grupo recopila los principales motivos de estas quejas de sus clientes, al objeto de implementar en todos aquellos casos posibles los aspectos de mejora correspondientes.

Durante el ejercicio 2021 y 2020, se han recibido un total de 13.612 y 5.692 reclamaciones respectivamente, estando más del 75% de las mismas relacionadas con pedido realizado y el servicio prestado a los clientes. El resto de las reclamaciones están relacionadas con temas de calidad de la comida, marketing, nutrición y alérgenos, entre otros.

Sociedad	Nº de reclamaciones	
	2021	2020
BK Spain	12.665	5.398
BK Portugal	402	97
PLK Chicken Iberia	525	171
Tim Hortons	20	26
Total	13.612	5.692

El grado de satisfacción del cliente es alto. El número de reclamaciones recibidas son poco significativas, representando el 0,02% de las transacciones realizadas.

En todos los casos se ha procedido a la investigación y seguimiento por parte del Grupo, procediendo a la adopción de las medidas oportunas.

9.4.-INFORMACIÓN FISCAL

El resultado del ejercicio individual - beneficio (pérdida) - antes de impuestos obtenido en 2021 y 2020 de las principales sociedades que forman el Grupo BIDCO (en miles de euros), ha sido el siguiente:

Resultado del ejercicio	2021	2020
Elvis Bidco Iberia, S.L.U. (*)	(11.452)	-
Restaurant Brands Iberia, S.A.	(7.081)	(15.191)
Burger King Spain, S.L.U.	(11.482)	1.507
Tim Iberica, S.L.U.	(1.564)	(10.847)
PLK Chicken Iberia, S.L.U.	(4.611)	(711)
BK Portugal, S.A.	853	1.564

(*) Para la sociedad dominante Elvis Bidco Iberia, S.L.U. se presenta el resultado al ejercicio de siete meses y seis días terminado el 31 de diciembre de 2021.

Durante el ejercicio 2021, las sociedades que forman el Grupo BIDCO han pagado en concepto de impuestos sobre sociedades (criterio de caja), un importe neto de 8.348 miles de euros (un importe de 981 miles de euros en 2020), incluyendo 8.064 y 284 miles de euros pagados en España y Portugal, respectivamente.

Durante el ejercicio 2021 no se han recibido subvenciones por importe significativo.





ANEXO I

“TABLA DE CONTENIDOS DE LA LEY 11/2018 DE
INFORMACIÓN NO FINANCIERA”

ÁMBITOS GENERALES		MARCO DE REFERENCIA	Nº DE PÁGINA
General	Marco de <i>reporting</i> utilizado	GRI Estándar o marco interno	2-3
	Periodo informe	102-50 Periodo objeto del informe	1-2
	Verificación externa	102-56 Verificación externa	Anexo II
Descripción del modelo de negocio del grupo	Breve descripción del modelo de negocio del grupo, que incluirá su entorno empresarial, su organización y estructura, los mercados en los que opera, sus objetivos y estrategias y los principales factores y tendencias que pueden afectar a su futura evolución	102-1 Nombre de la organización	1
		102-2 Actividades, marcas, productos y servicios	3-6
		102-3 Ubicación de la sede	3
		102-4 Ubicación de las operaciones	3-6
		102-5 Propiedad y forma jurídica	8-9
		102-6 Mercados servidos	3-6
		102-7 Tamaño de la organización	3-6
		102-18 Estructura de gobernanza	8-11
		102-19 Delegación de autoridad	8-11
		102-22 Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités	10-11
Análisis de la materialidad y grupos de interés		102-23 Presidente del máximo órgano de gobierno	11
		102-26 Función del máximo órgano de gobierno en la selección de objetivos, valores y estrategia	10
Análisis de la materialidad y grupos de interés		102-40 Lista de grupos de interés	15
		102-47 Lista de temas materiales	17-18
Gestión de riesgos no financieros		102-14 Declaración de altos ejecutivos responsables de tomas de decisiones	18-20

II. CUESTIONES AMBIENTALES		MARCO DE REFERENCIA	Nº DE PÁGINA
Políticas	Políticas que aplica el grupo, que incluya los procedimientos de diligencia debida aplicados de identificación, evaluación, prevención y atenuación de riesgos e impactos significativos, y de verificación y control, así como las medidas que se han adoptado	103-2 Enfoque de gestión	20-22
Principales riesgos	Principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del grupo, entre ellas, cuando sea pertinente y proporcionado, sus relaciones comerciales, productos o servicios que puedan tener efectos negativos en esos ámbitos, y cómo el grupo gestiona dichos riesgos, explicando los procedimientos utilizados para detectarlos y evaluarlos de acuerdo con los marcos nacionales, europeos o internacionales de referencia para cada materia. Debe incluirse información sobre los impactos que se hayan detectado, ofreciendo un desglose de los mismos, en particular sobre los principales riesgos a corto, medio y largo plazo.	102-11 Principio o enfoque de precaución	22-23
		102-15 Principales impactos, riesgos y oportunidades	22-23

Gestión ambiental	Efectos actuales y previsible de las actividades de la empresa en el medio ambiente y en su caso, la salud y la seguridad	102-15 Principales impactos, riesgos y oportunidades	22-23
		102-31 Evaluación de temas económicos, ambientales y sociales	22-23
	Procedimientos de evaluación o certificación ambiental	102-31 Evaluación de temas económicos, ambientales y sociales	22-23
	Recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales	103-2 Enfoque de gestión	22-25
	Aplicación del principio de precaución	Marco interno	22-23
	Cantidad de provisiones y garantías para riesgos ambientales	307-1 Incumplimientos de la legislación y normativa ambiental	25
Contaminación	Medidas para prevenir, reducir o reparar las emisiones de carbono que afectan gravemente el medio ambiente (incluye también ruido y contaminación lumínica)	103-2 Enfoque de gestión	23-29
Economía circular y prevención y gestión de residuos	Medidas de prevención, reciclaje, reutilización, otras formas de recuperación y eliminación de desechos	103-2 Enfoque de gestión	25-29
	Acciones para combatir el desperdicio de alimentos	103-2 Enfoque de gestión	29
Uso sostenible de los recursos	Consumo de agua y el suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales	303-3- Extracción de agua	30-31
	Consumo de materias primas	301-1 Materiales utilizados por peso o por volumen	25, 26, 31
	Medidas adoptadas para mejorar la eficiencia del uso de materias primas	103-2 Enfoque de gestión	27-29
	Consumo directo de energía	302-1 Consumo energético dentro de la organización	32
	Medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética	302-4 Reducción del consumo energético	33-36
		302-5 Reducción de los requerimientos energéticos de productos y servicios	33-36
	Uso de energías renovables	103-2 Enfoque de gestión	35-36
Cambio climático	Elementos importantes de las emisiones de gases efecto invernadero generados como resultado de las actividades de la empresa, incluido el uso de los bienes y servicios que produce	305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	33
	Medidas de reducción establecidas voluntariamente a medio y largo plazo para reducir las emisiones de gases efecto invernadero y los medios implementados para tal fin	103-2 Enfoque de gestión	33-37
Protección de la biodiversidad	Medidas tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad	103-2 Enfoque de gestión	40
	Impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas	103-2 Enfoque de gestión	40

II. CUESTIONES SOCIALES Y RELATIVAS AL PERSONAL		MARCO DE REFERENCIA	Nº DE PÁGINA
Políticas	Políticas que aplica el grupo, que incluya los procedimientos de diligencia debida aplicados de identificación, evaluación, prevención y atenuación de riesgos e impactos significativos, y de verificación y control, así como las medidas que se han adoptado	103-2 Enfoque de gestión	41

Principales riesgos	Principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del grupo, entre ellas, cuando sea pertinente y proporcionado, sus relaciones comerciales, productos o servicios que puedan tener efectos negativos en esos ámbitos, y cómo el grupo gestiona dichos riesgos, explicando los procedimientos utilizados para detectarlos y evaluarlos de acuerdo con los marcos nacionales, europeos o internacionales de referencia para cada materia. Debe incluirse información sobre los impactos que se hayan detectado, ofreciendo un desglose de los mismos, en particular sobre los principales riesgos a corto, medio y largo plazo.	102-15 Principales impactos, riesgos y oportunidades	41
		102-31 Evaluación de temas económicos, ambientales y sociales	41
Empleo	Número total y distribución de empleados por sexo, edad, país y clasificación profesional	102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores 405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados	42
	Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo	102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores	43-44
	Número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional	102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores	44
	Las remuneraciones medias desagregadas por edad y clasificación profesional	102-35 Políticas de remuneración	44-45
	Brecha salarial	103-2 Enfoque de gestión	45
	Remuneración por puestos de trabajo iguales o de media de la sociedad	103-2 Enfoque de gestión	44-45
	Remuneración media de los consejeros (incluyendo la retribución variable, dietas, indemnizaciones, el pago a los sistemas de presión de ahorro a largo plazo y cualquier otra percepción) por sexo	102-35 Políticas de remuneración	44
	Implantación de políticas de desconexión laboral	Marco interno	46
	Empleados con discapacidad	405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados	46
Organización del trabajo	Organización del tiempo de trabajo	Marco interno	47-49
	Número de horas de absentismo	Marco interno	49
	Medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio corresponsable de estos por parte de ambos progenitores	401-3 Permiso parental 103-2 Enfoque de gestión	49-50
Salud y seguridad	Condiciones de salud y seguridad en el trabajo	103-2 Enfoque de gestión	50-53
	Número de accidentes de trabajo por sexo	403-9 Lesiones por accidente laboral	53
	Tasa de frecuencia por sexo	403-10 Dolencias y enfermedades laborales	53
	Tasa de gravedad por sexo	403-9 Lesiones por accidente laboral	53
	Enfermedades profesionales por sexo	403-9 Lesiones por accidente laboral	53
Relaciones sociales	Organización del diálogo social, incluidos procedimientos para informar y consultar al personal y negociar con ellos	102-13 Afiliación a asociaciones 102-43 Enfoque para la participación de los grupos de interés	53-55
	Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país	102-41 Acuerdos de negociación colectiva	55
	Balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y seguridad en el trabajo	403-1 Sistema de gestión de la salud y seguridad en el trabajo	55

Formación	Políticas implementadas en el campo de la formación	103-2 Enfoque de gestión	55-58
		404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	
	Cantidad total de horas de formación por categorías profesionales	404-1 Media de horas de formación al año por empleado	56-58
Accesibilidad universal de las personas con discapacidad		103-2 Enfoque de gestión	46
		405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados	
Igualdad	Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres	103-2 Enfoque de gestión	65-67
	Planes de igualdad, medidas adoptadas para promover el empleo, protocolos contra el acoso sexual y por razón de sexo	103-2 Enfoque de gestión	65-67
	Integración y la accesibilidad universal de las personas con discapacidad	103-2 Enfoque de gestión	66
	Política contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad	103-2 Enfoque de gestión	67
406-1 Casos de discriminación y acciones coercitivas emprendidas			

III.- INFORMACIÓN SOBRE EL RESPETO DE LOS DERECHOS HUMANOS	MARCO DE REFERENCIA	Nº DE PÁGINA
Aplicación de procedimientos de diligencia debida en materia de derechos humanos	103-2 Enfoque de gestión	67-68
	102-6 Valores, principios estándares y normas de conducta	67-68
	102-7 Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	67-68
Prevención de los riesgos de vulneración de derechos humanos y, en su caso, medidas para mitigar, gestionar y reparar posibles abusos cometidos	103-2 Enfoque de gestión	67-68
Denuncias por casos de vulneración de derechos humanos	406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	68
Promoción y cumplimiento de las disposiciones de los convenios fundamentales de la OIT relacionados con el respeto por la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva	103 Enfoque de gestión	67-68
Eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación	103 Enfoque de gestión	67-68
Eliminación del trabajo forzoso u obligatorio	103 Enfoque de gestión	67-68
Eliminación efectiva del trabajo infantil	103 Enfoque de gestión	67-68

IV.- INFORMACIÓN RELATIVA A LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN Y EL SOBORNO	MARCO DE REFERENCIA	Nº DE PÁGINA
Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno	103-2 Enfoque de gestión	68-71
	102-16 Valores, principios, Estándares y normas de conducta	68-71
	102-17 Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	68-71
Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales	205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos	72
Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro	202-1 Valor económico directo generado y distribuido	72

V.- INFORMACIÓN SOBRE LA SOCIEDAD		MARGO DE REFERENCIA	Nº DE PÁGINA
Compromisos de la empresa con el desarrollo sostenible	Impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local	103 Enfoque de gestión	72-74
	Impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio	202-4 Proporción del gasto en proveedores locales	72-74
		413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	72-74
	Relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con éstos	102-43 Enfoque para la participación de los grupos de interés;	72-85
	Acciones de asociación o patrocinio	102-13 Afiliación a asociaciones 2013-1 Inversión en servicios de apoyo público	72-85
Subcontratación y proveedores	Inclusión en la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales	103 Enfoque de gestión	85-87
	Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental	103 Enfoque de gestión	85-87
		308-1 Selección de proveedores con criterios ambientales	85-87
	Sistemas de supervisión y auditorías y resultados de las mismas	308-1 Selección de proveedores con criterios ambientales	85-87
Consumidores	Medidas para la salud y seguridad de los consumidores	103 Enfoque de gestión	87-93
	Sistemas de reclamación	102-17 Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	94-95
	Quejas recibidas y resolución de las mismas	102-43 Enfoque para la participación de los grupos de interés; 102-44 Temas y preocupaciones clave mencionados	94
Información fiscal	Beneficios obtenidos país por país	201-1 Valor económico directo generado y distribuido	95
	Impuestos sobre beneficios pagados	201-1 Valor económico directo generado y distribuido	95
	Subvenciones públicas recibidas	201-4 Asistencia financiera recibida del gobierno	95

ETL GLOBAL

EN CIFRAS

Presencia
en más de

60
países

Un equipo internacional
con más de

9.500
profesionales

Más de

200.000
clientes en todo el mundo

Más de

1.000 oficinas
en todo el mundo



www.etlglobalaudit.com