

# INFORME DE SOSTENIBILIDAD 2023



restaurant  
brands  
iberia

BURGER KING® POPEYES® Tim Hortons®



# ÍNDICE

<b>CARTA DEL PRESIDENTE</b>	<b>03</b>	<b>2. BUEN GOBIERNO Y COMPORTAMIENTO DE NEGOCIO</b>	<b>30</b>	<b>3. NUESTRA GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL</b>	<b>49</b>	<b>4. PERSONAS</b>	<b>91</b>
<b>ALCANCE DE LA MEMORIA</b>	<b>04</b>			Hitos 2023	50	Hitos 2023	92
				Gestión medioambiental	51	Nuestro equipo y valores	93
				Estrategia climática	53	Diversidad, inclusión e igualdad	105
				Gestión de la energía	66	Seguridad y salud	112
<b>1. PRESENTE Y FUTURO DE RB IBERIA</b>	<b>05</b>					<b>5. COMPROMISO SOCIAL</b>	<b>118</b>
Sobre RB IBERIA	06	Gestión ética y cumplimiento normativo	36	Economía circular	69	Hitos 2023	119
Cifras Clave	08	Lucha contra la corrupción, soborno y blanqueo de capitales	40	Biodiversidad	75	Impacto en las comunidades locales	120
Hitos 2023	09	Evaluación de nuestros proveedores	42	Gestión responsable de nuestros suministros	81	Compromiso con los clientes	132
Reconocimientos	10	Articulación de alianzas	44	Nuestro compromiso con los clientes	87	Nuestro compromiso con los derechos humanos	136
Modelo de negocio y ambición de futuro	11	Mirando al futuro	46	Financiación en base a criterios de sostenibilidad	90	Cadena de suministro	138
Nuestra estrategia de sostenibilidad	20					Información fiscal	140
Ánalisis de materialidad	23						
Plan director de sostenibilidad 2023-2026	26					<b>ANEXOS</b>	<b>142</b>
Gestión de riesgos no financieros	28						
Compromisos ESG	29						



HOME OF THE WHOPPER®



# CARTA DEL PRESIDENTE

Estimados clientes, socios, empleados, inversores y demás colaboradores:

Como presidente de Restaurant Brands Iberia (RB IBERIA), tengo la satisfacción de presentar el Estado de Información No Financiera de nuestra compañía correspondiente al ejercicio fiscal 2023. Siguiendo con el compromiso de transparencia en nuestras actividades, el objetivo de este informe es facilitaros información detallada acerca de nuestra organización, políticas, objetivos y desempeño en cuestiones ambientales y sociales. Dado que nuestro

propósito final es tener clientes satisfechos a través de productos y servicio de calidad, necesitamos gestionar los aspectos de sostenibilidad de forma responsable.

La ambición de RB IBERIA es liderar la sostenibilidad en el sector y ser un referente para el resto de las compañías. Por eso, estamos convencidos de la importancia y la necesidad de integrar la ESG de forma transversal en todas las áreas de la compañía. Es más, los cambios estratégicos más importantes llevados a cabo en RB IBERIA durante los últimos años están vinculados a nuestros compromisos medioambientales, sociales y de buen gobierno.

En este sentido, me gustaría destacar los importantes avances que hemos logrado este año a través de la definición de nuestro Plan Director de Sostenibilidad, que marca la hoja de ruta en ESG para el periodo 2023-2026 y en el que ya estamos trabajando para hacer realidad nuestros compromisos. Nuestro objetivo es generar ese impacto positivo en la sociedad a través del desarrollo económico, la creación de empleo y la minimización de nuestro impacto ambiental, a la vez que promovemos un modelo de negocio ético y responsable.

Como parte de nuestro Plan Director de Sostenibilidad, el Plan de Transición Net-Zero que hemos definido juega un papel fundamental ya que nos permitirá descarbonizar nuestra actividad a través de ambiciosos objetivos tales como reducir las emisiones de GEI en un 50% en 2030 y lograr las cero emisiones netas en 2050. En este marco, continuamos impulsando iniciativas a lo largo de toda la cadena de valor, desde el trabajo con los proveedores, pasando por el cuidado de la materia prima, y por supuesto, la actividad de los restaurantes cada vez más eficiente, incluyendo el *delivery* y por supuesto la generación y gestión de los residuos.

El compromiso, la pasión, y el sentido de la responsabilidad son la clave que nos está ayudando a avanzar en esta línea. Concluido el 2023, estamos en disposición de decir que estamos avanzando en la descarbonización: ya tenemos 230 restaurantes con paneles solares, hemos electrificado el 68% de nuestra flota de motos y el 80% de nuestros proveedores son nacionales, priorizando los productos frescos y de proximidad. Esto nos permite reducir la huella

de carbono de nuestras operaciones, manteniendo los costes y ofreciendo una mayor calidad a nuestros clientes.

Nos enfocamos en generar un impacto positivo en las comunidades próximas a nuestro negocio, asegurando puestos de trabajo, en especial en el campo español que se enfrenta a serios problemas de despoblación. Asimismo, estamos centrados en mejorar la experiencia de nuestros empleados y nuestros clientes, a la vez que devolvemos a la sociedad parte de lo que nos da a través de proyectos sociales y colaboraciones. Por supuesto, tenemos el firme compromiso de garantizar un empleo de calidad y duradero. Hemos desarrollado una cultura de diversidad e inclusión que nos ha permitido aumentar las oportunidades para trabajadores con discapacidad. En cuanto a nuestros clientes, queremos avanzar en el compromiso de ofrecer mejores productos y más diversos, asegurando nuestros altos estándares de calidad.

Desde el punto de vista del negocio, hemos visto la consolidación del *home delivery* como un canal de venta clave en la compañía, que debemos seguir potenciando. También hemos incrementado nuestra presencia en poblaciones medianas y más alejadas a través de Burger King® y Popeyes®, acercando nuestro producto cada vez a más personas y creando empleo local.

Tengo la plena seguridad de que, con nuestra apuesta decidida por la sostenibilidad y nuestra naturaleza apasionada y comprometida con una cultura de constante esfuerzo por mejorar, el negocio se verá reforzado, e impulsaremos un modelo de crecimiento sostenible a largo plazo. Para conseguir estos objetivos y aplicarlos en toda la cadena de valor, es clave la involucración y compromiso de todos los *stakeholders* (proveedores, empleados, franquiciados, clientes, accionistas e inversores). Estoy convencido de que con la colaboración de todos alcanzaremos todas nuestras metas.

Espero que la lectura os resulte amena.

Atentamente,

**Gregorio Jiménez**

Presidente Restaurant Brands Iberia

# ALCANCE DE ESTA MEMORIA

Fieles a nuestra misión y valores, nos orgullece presentar nuestro Informe de Sostenibilidad que incluye el Estado de Información No Financiera (EINF) de Restaurant Brands Iberia, S.A.U, y sociedades dependientes (en adelante, RB IBERIA), con el objetivo de compartir de manera transparente y rigurosa nuestros esfuerzos e impactos en la sociedad y el medio ambiente a través de un modelo de gobernanza ético y responsable. El informe está elaborado conforme a los requisitos de la Ley 11/2018, de 28 de diciembre, en materia de información no financiera y diversidad.

Para su elaboración se ha tomado como referencia lo establecido en la guía para la elaboración de

memorias de sostenibilidad del Global Reporting Initiative (estándares GRI). El detalle de los contenidos requeridos por la Ley 11/2018 y su correspondiente reporte a lo largo de este informe se detallan en el Anexo I *Índice de contenidos GRI - Ley 11/2018 de información no financiera*.

El EINF es de carácter anual y su alcance comprende las actividades, iniciativas y datos de RB IBERIA al cierre del ejercicio fiscal con fecha de 31 de diciembre de 2023. Las entidades que forman parte del ámbito del informe no financiero son aquellas que se acogen a los principios de consolidación de la información financiera del grupo, esto es:

País	Sociedad	Actividad 2023
España	Restaurant Brands Iberia S.A.U.	Sociedad holding
	Burger King® Spain, S.L.U. (Burger King® España)	Restaurantes Burger King® España
	PLK Chicken Iberia, S.L.U. (Popeyes®)	Restaurantes Popeyes®
	Tim Iberia, S.L.U. (Tim Hortons®)	Cafeterías Tim Hortons®
Portugal	BK Portugal S.A. (Burger King® Portugal)	Restaurantes Burger King® Portugal

**Tabla 1.** Entidades incluidas en el perímetro de las Cuentas Anuales consolidadas y en este EINF.



01 |  
**PRESENTE  
Y FUTURO  
DE RB IBERIA**



## Sobre RB IBERIA

Somos uno de los principales operadores de restauración organizada en España y Portugal, y gestionamos los derechos de máster franquicia de Burger King®, Tim Hortons® y Popeyes® en ambos países. Como compañía española, nos respaldan casi 50 años de experiencia en el sector, lo que nos consolida como uno de los líderes de la restauración organizada en los mercados en los que operamos.

Además de los derechos de máster franquicia de las tres marcas, somos operadores del 69% del sistema en España y del 87% en Portugal. Nos enfocamos en la gestión y crecimiento de nuestras marcas, incluyendo las operaciones, estrategias de marketing e innovación; y brindamos apoyo y asesoramiento a nuestros franquiciados en España, Portugal, Andorra y Gibraltar.

**Nuestro presente y futuro inmediato es seguir expandiendo nuestras marcas mediante restaurantes propios y franquiciados, reafirmando nuestro compromiso como un importante agente socioeconómico en los territorios donde operamos.**



Para mantener nuestro crecimiento sostenible y consolidar nuestro liderazgo en el sector, hemos adaptado nuestra estrategia de negocio al contexto actual, en el que los hábitos de consumo evolucionan rápidamente por lo que la prioridad de las empresas como RB IBERIA debe ser garantizar una sostenibilidad ambiental y social, además de económica.

En sectores como el alimentario o el de la restauración de marca, estamos especialmente expuestos a estas preferencias de consumo, y tenemos una responsabilidad en todos los aspectos relacionados con nuestra cadena de suministro como en el ejercicio de un abastecimiento responsable, la lucha contra el desperdicio o el fomento del bienestar animal. No atender a la sostenibilidad puede suponer no sólo la pérdida de confianza de los clientes, empleados o inversores, sino también la pérdida de competitividad.

La sostenibilidad se ha convertido pues en un aspecto clave para el desarrollo y la supervivencia del negocio. En consecuencia, en 2023 elaboramos el **Plan Director de Sostenibilidad 2023-2026**, que define nuestro posicionamiento dentro del sector de servicios al consumidor y una hoja de ruta para alcanzar nuestros ambiciosos objetivos en materia de ESG durante los próximos tres años.

Conscientes de nuestro impacto en la comunidad, en RB IBERIA nos enfocamos en dos aspectos clave: nuestra relevancia como uno de los principales empleadores y dinamizadores de la economía, siendo responsables de 25.068 empleos directos en España y Portugal, además de los generados a través de los restaurantes operados por franquiciados (contando

con ellos nuestras marcas generan en España más de 35.000 empleos) y por supuesto, todos los empleos indirectos generados en nuestra cadena de valor con los proveedores nacionales. También, al interactuar diariamente con proveedores y miles de clientes, tenemos una responsabilidad adicional en liderar y facilitar la transformación del negocio hacia prácticas sostenibles. El éxito final de la sostenibilidad del

sector dependerá de la colaboración entre empresas, consumidores y administraciones.

**Nuestra principal motivación es liderar los esfuerzos en sostenibilidad en el sector y ser un referente para el resto de las compañías.**



## Cifras clave

<b>NEGOCIO</b> 	<b>49</b>	<b>2</b>	<b>905</b>	<b>365</b>	<b>1.188M€</b>	<b>184M€</b>
	años de historia	mercados	restaurantes propios	restaurantes franquiciados	cifra de negocio consolidada	EBITDA*
<b>PERSONAS</b> 	<b>25.068</b>	<b>47%</b>	<b>58%</b>	<b>309</b>	<b>11</b>	<b>3</b>
	empleados (+3.178 vs 2022)	mujeres en plantilla	mujeres en puestos gerenciales	personas con discapacidad intelectual (+30% vs 2022)	acuerdos con asociaciones para contratación de personas con discapacidad	patrocinios de competiciones deportivas
<b>MEDIOAMBIENTE</b> 	<b>33%</b>	<b>230</b>	<b>68%</b>	<b>80%</b>	<b>222</b>	
	energía renovable (+31% vs 2022)	restaurantes con paneles solares	flota de motos eléctricas	proveedores locales	cargadores eléctricos instalados (+124 vs 2022)	
	<b>17,6%</b>	<b>-5%</b>	<b>232</b>	<b>566</b>	<b>18,3</b>	
	reducción de intensidad de emisiones por restaurante respecto al año pasado	emisiones alcance 1 y 2	sistemas de aerotermia instalados	contadores inteligentes	hectáreas reforestadas	

\*EBITDA Beneficio antes de intereses, impuestos, depreciación y amortización (por sus siglas en inglés). EBITDA de gestión bajo PGC, antes de gastos de fusiones, nuevas aperturas y otros gastos extraordinarios. El EBITDA bajo IFRS antes de gastos no recurrentes alcanzaría los 255 millones de euros para 2023 y 173 millones de euros para 2022. Ver Informe de Gestión de las Cuentas Anuales Consolidadas 2023 para más información.

## Hitos 2023

### CRECIMIENTO Y EXPANSIÓN

Incorporación de **100 nuevos restaurantes** entre nuevas aperturas y adquisiciones.

Cierre del acuerdo de máster **franquicia de Popeyes®** en Italia.

### DEFINICIÓN ESTRATEGIA SOSTENIBILIDAD

El objetivo del Plan Director de Sostenibilidad 2023-2026 es establecer la **posición estratégica y la guía a seguir** por RB IBERIA en los próximos 3 años.

### DEFINICIÓN PLAN DESCARBONIZACIÓN

Hemos invertido grandes esfuerzos en el diseño de nuestro Plan de Transición Net-Zero. Este tiene como principal objetivo **alcanzar la neutralidad climática en 2050** como compañía.

### ANIVERSARIO 10 AÑOS SERVICIO A DOMICILIO

Hace 10 años nació nuestro reparto a domicilio. Este año hemos repartido **más de 16,5 millones de pedidos**, cumpliendo con el compromiso de llevar la mejor experiencia a nuestros clientes.

### CREACIÓN COMITÉ ESG

RB IBERIA ha creado el Comité de ESG para la **supervisión de actividades y programas relacionados con ESG** para alcanzar los objetivos de descarbonización y estrategia de cambio climático.

### OFICINA CORPORATIVA DE ÉTICA Y COMPLIANCE

En 2023 creamos nuestra **"Oficina Corporativa de Ética y Compliance (OCEC)"**, la cual depende directamente del CEO y del presidente del Consejo de Administración de RB IBERIA. Esta Oficina está dotada de una autonomía e independencia adecuadas en el desempeño de sus funciones y responsabilidades.

### DOCUMENTAL FANÁTICOS DE LO REAL

En mayo de 2023, lanzamos el documental *Fanáticos de lo Real*, que se adentra en la vida de tres jóvenes con discapacidad intelectual y sus familias. Se creó con el objetivo de **visibilizar diferentes realidades y de reforzar nuestro compromiso con la inclusión y la diversidad**.



## Reconocimientos

Nuestros valores de apoyo a personas con discapacidad y nuestra creatividad han sido objeto de reconocimiento público, lo cual nos enorgullece especialmente. Estos son algunos de los principales reconocimientos en el año:



### PREMIOS CREATIVE 100 WARC

Burger King® premiada como la marca más creativa por quinto año consecutivo.



Asociación Síndrome de Down  
Burgos

### PREMIOS DOWN BURGOS

Reconocimiento a Burger King® por contribuir a la inserción laboral de jóvenes con discapacidad.



### X PREMIOS DOWN COMPOSTELA

Premio a Burger King® por su firme compromiso con la integración laboral de personas con discapacidad.



### PREMIOS FANOC

Premio a Burger King® como mejor cadena de restauración para familias numerosas.



### D&AD AWARDS

*“Tiempos aún más confusos” de Burger King®.*

- Lápiz de grafito Film
- Lápiz de madera Redacción Publicitaria
- Lápiz de madera Direct



### PREMIOS EL SOL

*“Menú Bizarrap” de Burger King®*

- Oro en Campañas de Alcance Orgánico e Influencia Digital y Móvil
- Plata en Audio e Innovación
- Plata en Diseño de Experiencia de Usuario
- Bronce en Activación y Experiencia de Marca – Eventos a Pequeña Escala
- Bronce en Activación y Experiencia de Marca – Acción de Guerrilla en Pequeño Formato



### PREMIOS NACIONALES DE CREATIVIDAD

*“Tiempos aún más confusos” de Burger King®*

- Oro en Ideas
- Oro en Estrategia
- Oro en Craft



### THE ONE SHOW AWARDS

*Brand Rankings The One Show 2023*

Burger King® tercer puesto

*“Tiempos aún más confusos” de Burger King®*

Plata en Film & Video

*“Menú Bizarrap” de Burger King®*

Mérito en Music and Sound Craft Artist Brand Collaboration



### PREMIOS CONTROL PUBLICIDAD

Primer puesto categoría Campaña (22/23)



### GERETY AWARDS

*“Tiempos aún más confusos” de Burger King®*

Plata en Campaña Publicitaria



### CLIO AWARDS 2023

*“Menú Bizarrap” de Burger King®*

Bronce categoría Música



### XXV PREMIOS EFICACIA

*“Tiempos aún más confusos” de Burger King®*

Plata en Mejor Campaña de Lanzamiento

## Modelo de negocio y ambición de futuro

### Negocio en cifras en 2023

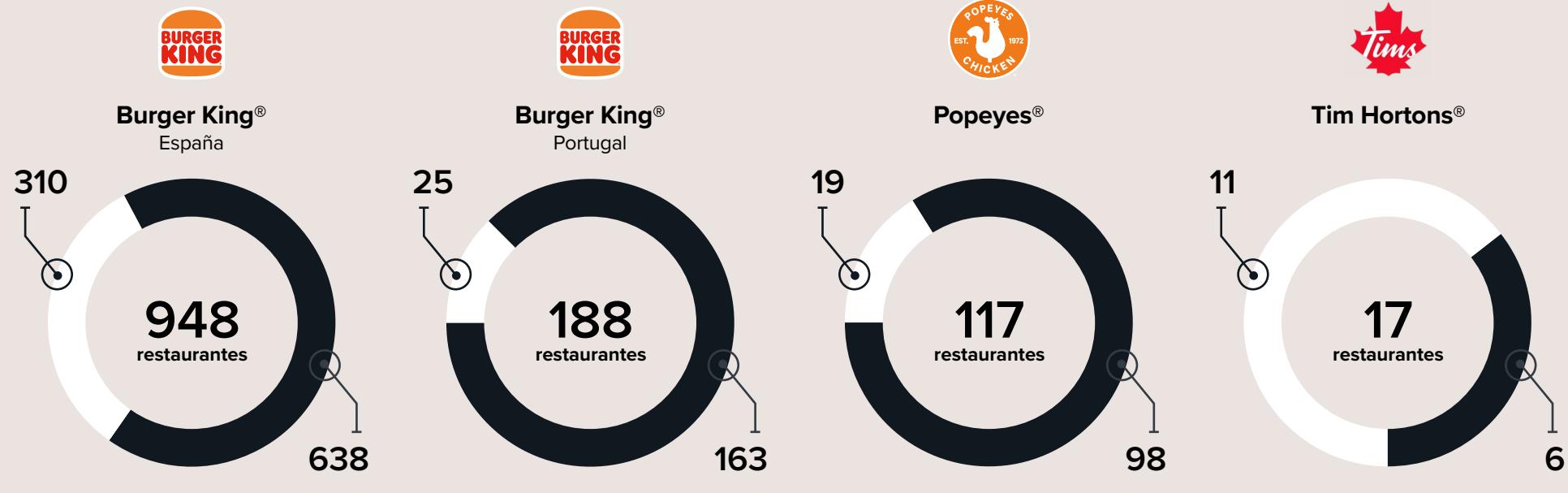
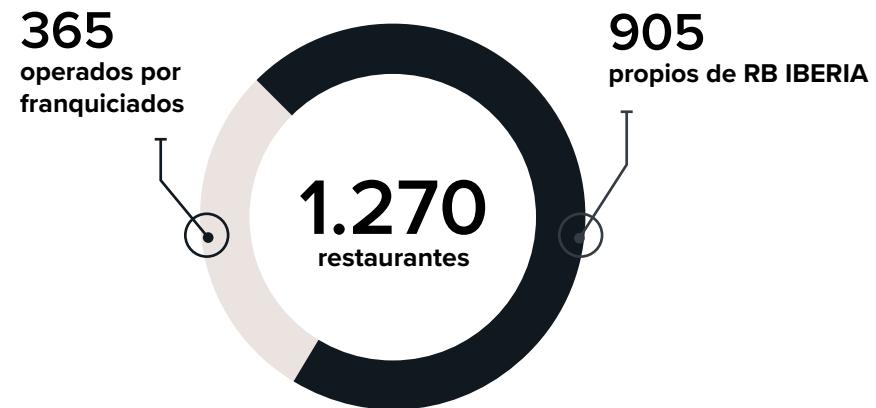
En RB IBERIA, nuestras actividades principales se centran en la administración y expansión de nuestras marcas, abarcando la ejecución de operaciones y el desarrollo de sus estrategias en marketing e innovación.

La compañía está participada de forma mayoritaria por la firma internacional de capital privado, Cinven. Los fundadores y Burger King® Europe GmbH (en adelante Burger King® Europe), una filial íntegramente participada por Restaurant Brands International Inc., siguen manteniendo una participación minoritaria en la compañía, quedando el liderazgo de la gestión y expansión de las marcas en manos del equipo directivo actual.

Desde 2016, en RB IBERIA nos hemos consolidado como socio clave de Restaurant Brands International, destacando por la expansión en España y Portugal. España, el primer país europeo en abrir un restaurante Burger King®, es ahora el segundo mercado con más restaurantes de la marca a nivel mundial, después de Estados Unidos.



Somos el operador de más de dos tercios de los restaurantes de nuestras enseñas (69% en España, 87% en Portugal), mientras que el resto de los establecimientos de nuestra red son operados por franquiciados, a los que apoyamos a través de servicio de asesoramiento y acompañamiento para asistirles en el desarrollo de su negocio con los más altos estándares de calidad y excelencia. A continuación, se indica el número de restaurantes totales de cada marca en España y Portugal, de gestión propia de RB IBERIA y los franquiciados, a cierre de 2023:



● Operados por franquiciados

● Propios de RB IBERIA

En 2023, hemos incorporado 100 nuevos establecimientos a nuestra cadena (85 nuevas aperturas y 15 restaurantes adquiridos de franquiciados).

Los nuevos establecimientos en España y Portugal corresponden a nuestras tres marcas Burger King® (65), Popeyes® (34) y Tim Hortons® (1), lo que representa un aumento del 12% de nuestra red, alcanzando los 905 establecimientos, consolidándonos como una compañía referente en el sector de la restauración en el sur de Europa. En total en 2023, se procedió al cierre de 6 restaurantes Burger King® en España para su posterior reubicación.

Este año hemos continuado nuestra estrategia de crecimiento a través de adquisiciones. Burger King® España adquirió 11 establecimientos de la empresa Araburger y 2 de Resmoher. Popeyes® adquirió 1 restaurante de la empresa Luisiana RTO y otro de The Olivia Chicken.

Cabe destacar que en esta expansión hemos llegado a 16 nuevos municipios españoles y, con

nuestro primer restaurante en la provincia de Teruel, ya estamos presentes en las 50 provincias y dos ciudades autónomas del país.

Como resultado, en RB IBERIA registramos en 2023 una cifra de negocio consolidada de 1.188 millones de euros, con un EBITDA<sup>1</sup> de 184 millones de euros.

Nuestra estrategia de creación de valor pasa, en el presente y en el futuro inmediato, por continuar trabajando en el desarrollo y crecimiento de nuestras marcas a través de restaurantes propios y franquiciados, así como reforzar los compromisos sostenibles en todos los territorios en los que operamos.

El objetivo en RB IBERIA es seguir liderando un modelo de restauración experiencial, innovador y sostenible, para convertirnos en la compañía de restauración organizada más grande y rentable al sur de Europa, con un gran equipo profesional y un modelo de gestión ético y responsable que ponen el foco en la experiencia del cliente.

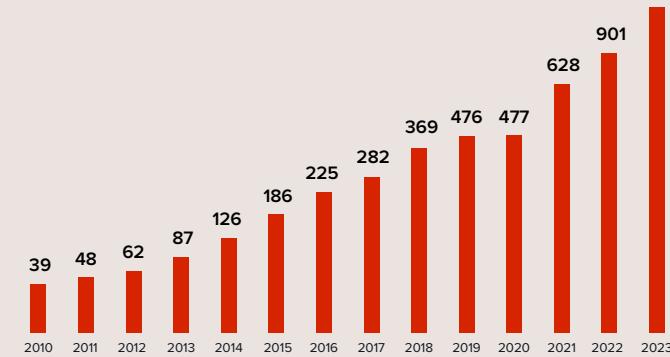
<sup>1</sup>Beneficio antes de intereses, impuestos, depreciación y amortización (por sus siglas en inglés).

EBITDA de gestión bajo PGC, antes de gastos de fusiones, nuevas aperturas y otros gastos extraordinarios. El EBITDA bajo IFRS antes de gastos no recurrentes alcanzaría los 255 millones de euros para 2023 y 173 millones de euros para 2022. Ver Informe de Gestión de las Cuentas Anuales Consolidadas 2023 para más información.

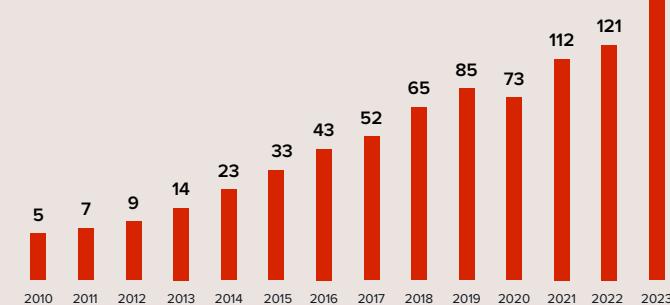
### Evolución del número de restaurantes propios



### Evolución de la cifra de ingresos consolidada (en millones de euros)



### Evolución EBITDA (en millones de euros)



## BURGER KING®

Desde su fundación en 1954, nuestra marca Burger King® se ha convertido en la segunda cadena de hamburguesas más grande del mundo, **presente en más de 100 países y con más de 18.700 restaurantes**. Nuestro éxito se centra en la icónica hamburguesa Whopper®, una creación que ha traspasado fronteras. La marca se distingue por nuestra carne 100% vacuno, cocinada a la parrilla, lo que da un sabor único a nuestras hamburguesas. Burger King®, cuenta sólo en España con 308 millones de clientes en este último año, y se ha consolidado como líder global en el mercado de las hamburguesas.

No solo nos enorgullece ofrecer experiencias gastronómicas excepcionales, sino que también hemos asumido el compromiso de mejorar la calidad nutricional de nuestros productos. En esta línea, hemos eliminado conservantes, colorantes y aromas artificiales de todos nuestros alimentos, demostrando nuestro empeño por proporcionar opciones más saludables a nuestros clientes en todo el mundo.



**755** restaurantes propios en España y Portugal



### 1975

La cadena Burger King® abre su primer restaurante en España, siendo la entrada de la marca a Europa.

### 1981

Quickmeals, propiedad del actual presidente del Grupo, abre la primera franquicia en Benidorm.

### 2011

Lanzamos la primera APP del sector de la restauración rápida y se incluye el sistema de *refill* de bebidas.

### 2013

Impulsamos las aperturas de restaurantes con servicio de Auto y nos convertimos en el franquiciado con exclusividad en la Zona Centro-Levante.

### 2014

Lanzamos nuestra plataforma de entrega a domicilio propia en España, facilitando los pedidos a través de la web y app.

### 2016

Implantamos en los restaurantes de Burger King® el sistema de kioscos para hacer pedidos.

### 2017

Formamos RB IBERIA, implantamos Tim Hortons® como máster franquiciado y adquirimos los derechos de máster franquicia de Burger King® en Portugal.

### 2019

Respondiendo a las tendencias del mercado, incorporamos nuestro primer producto a base de proteína vegetal, ofreciendo opciones más variadas a los consumidores.

### 2020

Lanzamos nuestra nueva identidad visual realzando nuestro compromiso con la modernidad y la frescura, y consolidamos el programa de fidelización multicanal **"My Burger King®"**.

### 2022

Alcanzamos 900 restaurantes en España y 173 en Portugal. Además, RB IBERIA adquiere los restaurantes Burger King® de su mayor franquiciado (IberKing), pasando a gestionar el 88% del sistema en Portugal y afianzando nuestro crecimiento.

### 2023

Burger King® recibió 23 premios como reconocimiento a sus campañas de marketing, reflejando nuestra capacidad de innovación y conexión con los consumidores.

# POPEYES

Popeyes®, con más de 50 años de historia y tradición culinaria, se ha consolidado como una de las principales cadenas de restauración especializada en pollo a nivel mundial, **operando en 25 países con más de 4.000 establecimientos**.

La entrada a España en 2019, siguiendo el mismo camino exitoso de Burger King® en el mercado español en 1975, marcó un hito significativo.

El éxito en los Estados Unidos, donde se posiciona como la marca líder en pollo, se debe al sabor auténtico del pollo con su distintiva mezcla de especias.



**98** restaurantes propios en España



## PRODUCTOS FRESCOS Y DE ORIGEN ESPAÑOL

Comprometidos con la calidad, el pollo de Popeyes® es fresco, proviene al 100% de granjas españolas en Cataluña y Castilla y León, y no tiene conservantes ni colorantes artificiales.

## MARINADO ESPECIAL Y PREPARACIÓN DIARIA

El pollo se marina durante 12 horas con una mezcla de especias única, y su preparación y rebozado se realiza diariamente en los restaurantes, garantizando frescura y autenticidad.

## ADAPTACIÓN AL MERCADO ESPAÑOL

Introducimos productos a la plancha en el mercado español, siendo pioneros y marcando tendencia, una iniciativa que posteriormente se replicó en otros países.

## EQUIPO INTERNACIONAL DE CHEFS

Un equipo de chefs a nivel internacional desempeña un papel crucial en la creación de recetas únicas e innovadoras, asegurando la calidad del producto.

## INSPIRACIÓN CINEMATOGRÁFICA

El nombre de la marca, aunque puede evocar a "Popeye el marino", en realidad está inspirado en el personaje Jimmy Popeye Doyle de la película *The French Connection*.

## IMPACTO DE LA INNOVACIÓN

Nuestra marca ha destacado por su innovación, como se evidenció con el lanzamiento de los sándwiches en 2019 en EE. UU., agotándose en cuestión de horas.

## LIDERAZGO EN CAMBIO DE IMAGEN

En España lideraremos el cambio de imagen de Popeyes®, una transformación que se adoptó a nivel global, subrayando la influencia y el impacto de la marca.

## EXPANSIÓN DE LA MARCA EN ESPAÑA

En noviembre de 2019, abre sus dos primeros restaurantes en Madrid, en octubre de 2023, superaba el centenar de locales y se prevé llegar a 400 en 2028.

## Tim Hortons.

Tim Hortons®, fundada en 1964, se ha convertido en una de las mayores cadenas de cafeterías de Norteamérica, **con más de 4.800 establecimientos en 10 países**. Conocida por el café de alta calidad y la variada oferta, hemos tenido un impacto significativo desde la llegada a España en 2017, destacando

nuestra capacidad de adaptación al mercado local y la combinación de autenticidad e innovación en todos los productos.

 **6** cafeterías propias en España



### CAFÉ SOSTENIBLE

En Tim Hortons® utilizamos café 100% Arábica de marca propia. El grano de café proviene de países de Latinoamérica, África y Asia, regiones pertenecientes al conocido como Coffee Belt, que cumplen con las directrices de abastecimiento y se encuentran bajo gestión sostenible.

### SECRETO DE LA MEZCLA

La fórmula exclusiva de Tim Hortons® es conocida sólo por tres personas a nivel mundial, maestros en el arte de mezclar y tostar el café para lograr un sabor distintivo.

### TRANSFORMACIÓN DE LA MARCA

En 2021, modernizamos la imagen de las cafeterías y presentamos un nuevo menú diseñado para satisfacer todos los momentos del día.

### INNOVACIÓN A TRAVÉS DE EMPLEADOS

Productos como el *Berlitim Dream Choco Brownie* y *Berlitim Bombón* surgieron de la creatividad de los empleados en el concurso interno "Cooking The Future".

### COMPROMISO CON LA CALIDAD

En Tim Hortons® probamos 75,000 tazas de café al año para garantizar que cada taza mantenga su sabor y calidad distintivos.

### PRODUCTOS SALUDABLES

La masa de los productos Berlitim y Timbits es libre de grasas hidrogenadas, colorantes y conservantes artificiales, reflejando el compromiso de la marca con opciones más saludables.

### PRODUCTO RECIÉN HECHO

Todos los productos dulces y salados de la carta de Tim Hortons® se hornean, glasean y decoran cada día en la cafetería.

### EXPANSIÓN

Tim Hortons® ha abierto su sexta cafetería en Madrid y acelera su expansión en España, acabando el año 2023 con 17 cafeterías en total, 16 de ellas repartidas en 9 provincias españolas y una localizada en Andorra.

## Grupos de interés

Para RB IBERIA, los grupos de interés son aquellos que impactan o pueden aportar valor de manera significativa a nuestras operaciones y decisiones. Además, incluimos en esta categoría a aquellos cuyas acciones y práctica profesional pueden tener efectos relevantes en nuestro negocio.

En RB IBERIA, la comunicación efectiva y proactiva con nuestros grupos de interés es clave para el éxito a largo plazo. Esta colaboración, esencial en nuestra estrategia y operativa, nos ayuda a entender y atender sus necesidades y expectativas.

Nuestros grupos de interés incluyen accionistas, directivos, empleados, proveedores, competidores,

entidades financieras y organismos reguladores. Dentro de la empresa, comunicamos la información relevante de forma regular a través de las *newsletters* mensuales. En cuanto a la comunicación externa, comunicamos información relativa a nuestro desempeño financiero a través del informe financiero anual y nuestro desempeño en ESG a través del Estado de Información No Financiera, además de otras informaciones corporativas a través de la página web de RB IBERIA. Finalmente, nuestras partes interesadas pueden comunicarse con nosotros a través del canal ético de cada una de las marcas que nos permite realizar el seguimiento a consultas, quejas y reclamaciones.

### Principales grupos de interés de RB IBERIA



**Innovamos para ofrecer a los clientes soluciones personalizadas, que les ayuden a consumir nuestros productos donde, cuando y como quieran.**

En RB IBERIA, los clientes son el motor que nos ha impulsado durante los últimos 48 años y por ello, nuestro Plan Estratégico tiene como foco fundamental a nuestro Cliente. Nuestro mayor esfuerzo es ofrecer a los clientes soluciones personalizadas, que les ayuden a consumir nuestros productos donde, cuando y como quieran. Por ello, durante el año 2023, RB IBERIA ha puesto en marcha diversas iniciativas enfocadas en la innovación y en estar siempre alineados con las preferencias y demandas de nuestro público objetivo.

Para acercarnos al público joven, en Popeyes® hemos lanzado un nuevo menú infantil con licencias de marcas, packaging mejorado y ofertas diferenciadas para niños de 4-8 años y 9-12 años. En Burger King®, hemos lanzado Foodtrucks aumentando nuestra presencia en festivales y eventos en España y Portugal, y sirviendo más de 96.000 menús. Hemos firmado patrocinios apoyando eventos deportivos y culturales, como el patrocinio de LaLiga por parte de Burger King® y el patrocinio de los campus infantiles de verano y Navidad de Gigantes por parte de Popeyes®.

Para cuidar a nuestros clientes más recurrentes, seguimos apostando por los programas de fidelización y las ofertas personalizadas. En Burger King® hemos desarrollado una funcionalidad para programar pedidos con franjas de 15 minutos. En Popeyes®, hemos lanzado el programa de fidelización Popeyes® Club.

En aras de mejorar la comodidad de nuestros clientes, hemos comenzado a ofrecer el servicio a mesa y trabajado en una decena de proyectos para acelerar la velocidad de servicio y reducir errores.

Para seguir ofreciendo productos de máxima calidad, continuamos con nuestra búsqueda continua de proveedores locales para mejorar la calidad de nuestros productos y reducir el impacto medioambiental debido al transporte. Un ejemplo de esto es el cambio en el suministro de pollo, que ahora se produce en su mayoría en España.

Estas iniciativas suponen un paso más en nuestro compromiso constante con la mejora de la

experiencia del cliente en RB IBERIA. Continuaremos evolucionando y adaptándonos proactivamente a las necesidades de nuestros consumidores, garantizando la excelencia en nuestros productos y servicios. Actualmente, estamos inmersos en un proceso para rediseñar toda nuestra experiencia de cliente, lo que refuerza nuestro enfoque centrado en el cliente y nuestro compromiso por mantenernos a la vanguardia en la industria de la restauración, creando experiencias memorables, personalizadas y satisfactorias para todos nuestros clientes, de los más pequeños a los más veteranos.

**Continuaremos evolucionando y adaptándonos proactivamente a las necesidades de nuestros clientes, para mantenernos a la vanguardia en la industria de la restauración, creando experiencias memorables, personalizadas y satisfactorias para todos nuestros clientes, de los más pequeños a los más veteranos.**



## Nuestra Cultura

En RB IBERIA impulsamos una cultura de empresa basada en la excelencia del servicio, la calidad de nuestros productos y el compromiso con la satisfacción del cliente. Es por ello que:

- Soñamos a lo grande, tenemos una visión clara y objetivos ambiciosos para lograr lo imposible.
- Creemos en los valores corporativos y nos guían en todo lo que hacemos.
- Actuamos de manera ética, sin tomar atajos y siendo humildes.
- Tenemos sentido de propiedad y tratamos a la empresa como nuestra.
- Buscamos personas que sientan y adopten nuestra cultura.

### NUESTRA MISIÓN

**Vivimos para que las generaciones de hoy y de mañana disfruten del sabor de la vida.**

### NUESTRA VISIÓN

Aspiramos a ofrecer a nuestros clientes comida y bebida de calidad, generando experiencias con las que disfrutar y que les hagan sentir bien, a la vez que contribuimos con nuestra actividad a un futuro sostenible para el planeta y generamos un impacto social positivo en las comunidades en las que operamos.

### NUESTROS VALORES



#### Pasión por el cliente

Nos obsesionamos contigo tanto como con nuestro producto.



#### Meritocracia

El talento es nuestro ingrediente secreto.



#### Sentido de la responsabilidad

Demostramos en cada proyecto de qué salsa estamos hechos.



#### Diversidad

En la variedad está el sabor.



#### Autenticidad

Hacemos que nuestra receta sea única.



#### Innovación

La creatividad es el aroma de todos nuestros proyectos.

## Nuestra estrategia de sostenibilidad

Los aspectos relativos a la sostenibilidad han venido ganando peso en el conjunto de nuestras actuaciones y en nuestra convicción de su aportación a la creación de valor de nuestras marcas. Podemos resumir nuestra evolución como sigue:

**En RB IBERIA aspiramos a liderar la transformación del sector de restauración a través de la transformación de nuestro modelo de negocio y nuestra influencia en toda la cadena de valor.**

En base a esta evolución, formulamos nuestra ambición y compromiso con la sostenibilidad a través de un Plan estratégico (Plan Director de Sostenibilidad 2023-2026) que tiene por objetivo definir el posicionamiento en sostenibilidad y la hoja de ruta de RB IBERIA para ese periodo. El Plan analiza los temas relevantes de los tres pilares en materia ESG: el pilar Ambiental, el pilar Social y el de Gobernanza, así como otros aspectos que impactan en dichos pilares ESG de forma transversal. Sobre la base de los resultados de un análisis de materialidad previo, el análisis de nuestro contexto de negocio y de las tendencias sectoriales, así como contando con las respuestas a cuestionarios ESG enviados a partes interesadas clave (empleados, inversores, proveedores y organismos reguladores), identificamos y definimos las líneas de actuación a seguir y las acciones específicas a realizar para alcanzar nuestros objetivos en los próximos tres años.

ANTES DE 2022	2022	2023	2024
<b>Proyectos aislados de ESG</b>	<b>Análisis de materialidad ESG</b>	<b>Definición de nuestra Estrategia y Plan de Acción</b>	<b>Implementación de la Estrategia ESG</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Activación de proyectos de ESG con impacto en la cuenta de resultados, pero sin una estrategia definida en ESG.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Identificación de temas materiales alineados con nuestra actividad empresarial y las expectativas de nuestras partes interesadas.</li> <li>Cálculo de nuestra huella de carbono de emisiones de gases de efecto invernadero alcances 1, 2 y 3.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Plan Director de Sostenibilidad (2023-2026): integrando ESG dentro de la estrategia de negocio.</li> <li>Plan Net-Zero para conseguir la neutralidad en carbono en 2050 y establecer objetivos de reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero de alcances 1, 2 y 3 para 2030.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Trabajar en nuestro ambicioso Plan Director de Sostenibilidad y Plan Net-Zero para alcanzar nuestros compromisos y objetivos, impulsando nuestros proyectos clave en ESG e iniciativas e involucrando a todas nuestras partes interesadas.</li> </ul>



## El Plan Director de Sostenibilidad 2023-2026:

- Incluye nuestros objetivos, iniciativas clave y proyectos para implementar nuestros compromisos ESG en la organización.
- Se trata de un mapa de ruta con más de 50 iniciativas para alcanzar nuestros objetivos para marcar la diferencia.
- Incluye el Plan Net-Zero, que describe la planificación en detalle para alcanzar nuestros compromisos de reducción de los Gases de Efecto Invernadero (en adelante GEIs) para 2023 y nuestro objetivo a largo plazo de convertirnos en empresa net-zero en 2050.

MEDIO AMBIENTE	SOCIAL	GOBERNANZA
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Plan de Descarbonización Net-Zero, que nos permita reducir nuestras emisiones GEI de alcance 1, 2 y 3 un 50% antes de 2030 y la neutralidad carbónica en 2050.</li> <li>• Innovamos y desarrollamos soluciones para fomentar el uso de materiales reciclados y potenciar la circularidad en nuestro negocio para reducir nuestro desperdicio.</li> <li>• Estamos comprometidos con la preservación de la biodiversidad a través del fomento de la protección del bienestar animal en nuestra cadena de suministro y de la reforestación de espacios naturales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Continuar mejorando el valor nutricional de nuestros productos asegurando nuestros altos estándares de calidad.</li> <li>• Trabajamos para garantizar la seguridad y salud de nuestros empleados a la vez que mejoramos su vinculación y fomentamos un entorno diverso e inclusivo.</li> <li>• Queremos continuar ofreciendo oportunidades laborales a personas con capacidades diferentes y su retención.</li> <li>• Devolver a la sociedad aquello que nos da a través de la generación de oportunidades de empleo, directo e indirecto, el apoyo a colectivos desfavorecidos y la apuesta por proveedores nacionales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los objetivos recogidos en la estrategia se han incorporado en la remuneración variable del comité ejecutivo y otros equipos vinculados a su consecución.</li> <li>• Hemos creado un modelo de Ética y <i>Compliance</i> que nos permite garantizar el cumplimiento normativo y gestionar adecuadamente los riesgos de <i>Compliance</i> de nuestra organización.</li> <li>• Reforzar nuestros órganos de gobierno para alinearnos con las mejores prácticas de buena gobernanza corporativa.</li> <li>• Hemos recorrido un gran camino con la apuesta por proveedores nacionales que nos permiten reducir el impacto en distribución para ahora trabajar juntos en la descarbonización de la cadena de suministro.</li> </ul>

RB IBERIA participa activamente en diversas iniciativas y proyectos que contribuyen a la transformación de la compañía en materia de desempeño ESG, abordando los principales desafíos del sector. Estas acciones están a su vez alineadas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) aprobados por Naciones Unidas, tales como:

## SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL



En RB IBERIA estamos promoviendo un impacto positivo en todos los eslabones de la cadena de valor, desde el origen de los ingredientes, prácticas sostenibles en los restaurantes, hasta la entrega de los productos en los hogares de nuestros clientes. En línea con las tendencias de descarbonización y reducción de emisiones, en RB IBERIA hemos implementado iniciativas como instalar placas solares en los restaurantes, electrificar la flota de entrega con motos eléctricas y usar plástico reciclado en el mobiliario de las terrazas.

## CADENA DE SUMINISTRO



En RB IBERIA, nos comprometemos a fortalecer nuestra cadena de suministro y a adaptarnos a los desafíos logísticos actuales. La comunicación constante y transparente con los proveedores es fundamental para establecer relaciones duraderas y optimizar los suministros. Además, la cadena de suministro es clave en la estrategia de descarbonización. Por ello, priorizamos proveedores ambientalmente responsables, como se refleja en nuestra Política de Suministro de Aceite de Palma para prevenir la contribución a la deforestación y promover tecnologías respetuosas con el medio ambiente.

## ALTERNATIVAS VEGETALES



El sector de restauración y hostelería está ampliando su oferta de productos vegetales para adaptarse a la diversificación de las dietas y preferencias de los consumidores. En Burger King® fuimos pioneros introduciendo la versión *plant-based* (vegetal) del Whopper® en 2019. En 2023 en colaboración con *The Vegetarian Butcher* hemos consolidado nuestra oferta vegetal y disponemos de 4 de nuestros productos más icónicos en versión *plant based*. Además, en Portugal ya se puede disfrutar de toda la carta en versión vegetariana.

## DIGITALIZACIÓN



Las empresas del sector están inmersas en un proceso de transformación digital de su operativa, mejorando la eficiencia de sus procesos para optimizar aspectos como la calidad, seguridad alimentaria, reducción de residuos o la trazabilidad. Además, la digitalización también ayuda en la comunicación con el cliente final. En RB IBERIA estos procesos los estamos implantando gracias al sistema de pedido y recogida click&collect, los tickets digitales o el programa de fidelización omnicanal "My Burger King®".

## VALOR NUTRICIONAL



El sector de la restauración está experimentando una transformación significativa hacia la oferta de productos más saludables y nutricionales, cumpliendo con altos estándares de calidad. En este contexto, en Burger King® y Popeyes® hemos logrado ofrecer menús 100% libres de colorantes, conservantes y aromas artificiales en todos nuestros productos (excluyendo bebidas de terceros y postres). Además, contamos con una Política de Nutrición e Ingredientes que establece criterios específicos para alimentos y bebidas, enfocándonos en los aditivos y además realizamos continuos estudios para mejorar nuestras recetas.

## CALIDAD Y TRAZABILIDAD



Ante la demanda de ingredientes más saludables y prácticas más sostenibles, el sector está intensificando sus esfuerzos de cara a la trazabilidad y gestión de la calidad. En RB IBERIA, el Área de Calidad y Seguridad Alimentaria lleva a cabo revisiones regulares de nuestros proveedores de producto propio. Asimismo, colaboramos con los proveedores para fabricar packaging 100% biodegradable de cartón, certificado por el *Forest Stewardship Council* (FSC).

## Análisis de materialidad

En 2022 desarrollamos un análisis de materialidad con el objetivo de evaluar los asuntos más relevantes en materia de sostenibilidad para el negocio, así como los posibles cambios en cuanto a importancia para nuestros grupos de interés, tanto internos como externos. El análisis de materialidad se desarrolló conforme a una metodología propia focalizada en la relevancia que otorgan los prescriptores externos a los diferentes asuntos, cuyo reporte exige la Ley 11/2018 para el sector de RB IBERIA. Este análisis se elaboró en dos fases:

1. La identificación inicial de asuntos potencialmente materiales, a partir del análisis de la información obtenida de diversas fuentes, entre ellas: la matriz de materialidad previa, un análisis contextual y de tendencias sectoriales, visión de analistas ESG, agencias y proveedores de información y regulaciones en materia de ESG.
2. La priorización de asuntos materiales: en RB IBERIA priorizamos los asuntos de forma bidimensional, teniendo en cuenta tanto la relevancia interna, como la relevancia externa. Finalmente, ordenamos los diferentes asuntos atendiendo a la importancia asignada por los grupos de interés consultados.

Para la priorización externa realizamos un análisis exhaustivo de las fuentes de información utilizadas en la fase de identificación, entrevistas a grupos de interés, *benchmarking* del sector y consulta a analistas ESG (S&P y MSCI).

Para la priorización interna llevamos a cabo entrevistas con las principales áreas y directivos de la compañía.

Los asuntos relevantes identificados fueron priorizados en la matriz que se encuentra a continuación, según

la relevancia que tienen para nuestra compañía y para los principales grupos de interés. La matriz ilustra la posición de los diferentes asuntos en función de su relevancia interna y externa y tiene como principal objetivo priorizar los asuntos a los que dar respuesta conforme a la legislación en la materia.

	Low	Mid-Low	Mid	Mid-High	High
E	Emisiones de carbono				●
	Consumo energético				●
	Gestión responsable de la cadena de suministro				●
	Economía circular				●
	Biodiversidad				●
	Desperdicio	●			
S	Compromiso con empleados: bienestar y talento				●
	Seguridad alimentaria				●
	Diversidad e inclusión		●		
	Compromiso con la comunidad	●			
	Alimentación saludable			●	
G	Ética y cumplimiento			●	
	Otros (regulación, derechos humanos...)	●			

Las líneas estratégicas del Plan Director de Sostenibilidad 2023-2026 se asientan sobre las conclusiones del análisis de contexto, y de los asuntos ESG más relevantes para nuestra organización, que a su vez han

sido identificados a través del análisis de materialidad y consulta a los grupos de interés. Cada uno de los asuntos identificados ha sido evaluado para diagnosticar la importancia específica para nuestra compañía en la

actualidad, así como la importancia futura a medio y largo plazo, teniendo en cuenta la evolución del sector y las tendencias que le afectan.

 <b>M</b>	Estrategia climática	Contribución a la mitigación del cambio climático y la descarbonización de la economía e implementación de medidas de adaptación.
	Cero desperdicios alimentarios	Compromiso activo con reducir la pérdida y desperdicio de alimentos en las operaciones propias y colaborando con todos los grupos de interés para lograr un impacto mayor.
	Economía circular	Impulso de la economía circular mediante la extensión de la vida útil de los productos y servicios, uso de materiales reciclados, consumo eficiente de agua y materiales, y gestión responsable de los residuos.
	Gestión ambiental	Conjunto de políticas, compromisos y sistemas de gestión implantados en la empresa con el fin de minimizar el impacto sobre el medio ambiente.
	Cadena de suministro sostenible	Extensión del desempeño y cultura de sostenibilidad de la compañía a la cadena de aprovisionamiento.
 <b>S</b>	Compromiso social	Contribución al desarrollo socioeconómico de las comunidades locales.
	Derechos humanos	Respeto de los derechos humanos y derechos laborales, y mecanismos de vigilancia y supervisión para su cumplimiento.
	Seguridad alimentaria	Compromiso con la seguridad de los productos y satisfacción de clientes.
	Alimentación saludable	Compromiso con la salud nutricional de los consumidores y con aumentar el acceso a una alimentación saludable en su cadena de valor.
	Seguridad y bienestar de empleados	Compromiso con la seguridad y salud de los trabajadores al mismo tiempo que fomentamos su bienestar dentro de la compañía.
 <b>G</b>	Satisfacción y retención de talento	Atracción del talento y fomento del desarrollo formativo y profesional de los empleados, así como garantizar las condiciones de seguridad y salud de los empleados propios y a lo largo de la cadena de valor.
	Diversidad e igualdad	Fomento de la igualdad de oportunidades y la diversidad, inclusión y no discriminación.
	Gobierno corporativo	Estructura de gobierno adecuada que garantiza los desafíos futuros de la compañía y que promueve la extensión de su cultura sostenible en la cadena de valor.
 <b>G</b>	Ética y cumplimiento	Conducta ética de todas las personas que conforman la compañía y de terceros con relación contractual.
	Gestión de riesgos ESG	Implementación de un sistema integrado de gestión de riesgos y oportunidades, que incorpore los relacionados con la sostenibilidad, mecanismos de vigilancia y supervisión para su cumplimiento.

\*En oscuro, los asuntos materiales de relevancia alta; en claro, los asuntos materiales de relevancia intermedia.

Los asuntos materiales anteriormente descritos y los programas que desarrollamos en torno a ellos definen nuestra contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible tal y como muestra la siguiente figura.

### CONTRIBUCIÓN DE LAS LÍNEAS ESTRATÉGICAS DEL PLAN DE SOSTENIBILIDAD 2023-2026 A LOS ODS



# Plan Director de Sostenibilidad 2023-2026

El sector servicios para consumidores se encuentra ante diversos desafíos, tales como el cambio climático, lograr una transformación hacia una gestión circular de los residuos generados, la preservación

y el respeto de la biodiversidad, la digitalización de procesos, las nuevas pautas de consumo, cambios en normativos, la transparencia y el reporte de información, así como la dificultad para atraer y retener talento.

Por este motivo, durante el 2023 en RB IBERIA desarrollamos un Plan Director de Sostenibilidad

2023-2026 que tiene como objetivo determinar el posicionamiento y la hoja de ruta de nuestra organización para los próximos 3 años.

Se ha elaborado siguiendo una metodología por fases en las que se incluye análisis de contexto, la evaluación de la materialidad, así como la identificación y definición de líneas de acción a seguir:

## Plan Director de Sostenibilidad

### Análisis de contexto

Evaluación de los factores externos que pueden tener un impacto/ influencia en nuestro desempeño en aspectos de ESG. Esta evaluación incluye una revisión de las tendencias en el sector, el marco regulatorio aplicable tanto a nivel europeo como nacional, expectativas de analistas e inversores y otros grupos de interés y análisis comparativo frente a los principales competidores.

### Análisis de Materialidad

Identificación y priorización de los asuntos ESG de mayor relevancia en base a un análisis contextual y tendencias sectoriales, entrevistas realizadas con agentes internos y externos, proveedores de información y analistas ESG y por último teniendo en cuenta a regulación.

### Identificación de las líneas de acción

Establecimiento de los pilares del Plan Director de Sostenibilidad: Ambiental, Social, Gobierno Corporativo y Transversal, así como de las prioridades incluidas en cada uno de ellos y los objetivos de relevancia para nuestra compañía, en base a una evaluación de las áreas de mejora en materia ESG.

### Definición de acciones

Descripción de los pasos a seguir para la consecución de la acción:

- Posicionamiento de RB IBERIA.
- Grado de prioridad.
- Objetivo.
- Indicadores de seguimiento.
- Horizonte temporal.
- Esfuerzo estimado.
- Responsables involucrados.
- Grupos de interés.
- Asuntos materiales.

El Plan Director de Sostenibilidad se estructura a través de los siguientes elementos:

- Ambición y **objetivos estratégicos**.
- Propuesta y descripción de **acciones específicas** para alcanzar los objetivos definidos.
- **Objetivos operativos**.
- **Indicadores** de estado y resultados.
- **Áreas involucradas** en la implementación de acciones.
- **Estimación de esfuerzo** necesario para la implementación de las acciones (términos cualitativos).
- **Calendario** propuesto para la ejecución de acciones.

El Plan Director de Sostenibilidad recoge las acciones detalladas que nos permiten alcanzar nuestros objetivos. En concreto, para cada acción detallada establecemos: los objetivos ESG que persigue, sus indicadores de desarrollo (KPIs), los plazos y los responsables de las acciones. Todo ello nos permite realizar un seguimiento del grado de avance en el cumplimiento de nuestros objetivos y, en última instancia, conseguir su cumplimiento.



## Gestión de riesgos no financieros

La gestión de riesgos es un aspecto fundamental del Sistema de Control Interno y de nuestra estrategia. Con una Política de Control y Gestión de Riesgos aprobada por el Consejo de Administración, en RB IBERIA buscamos una gestión responsable y anticipativa de los riesgos, utilizando un modelo de gestión de riesgos PDCA (Planificar-Hacer-Verificar-Actuar) en todos los niveles organizativos.

Nuestro modelo de gobernanza distribuye las responsabilidades en tres niveles de protección: la **gestión diaria de riesgos** por las áreas de negocio, el **cumplimiento normativo y el control interno**, y la **auditoría interna** que verifica la efectividad del control. Asimismo, disponemos de una matriz de riesgos y controles operacionales, que identifica 9 categorías de riesgos, incluyendo el riesgo operacional, financiero y reputacional.

De manera más específica, en RB IBERIA detectamos los principales riesgos de la organización que se corresponden con las siguientes categorías de riesgos: operativos, financieros, reputacionales, de crédito, tecnológicos, estratégicos, de integridad o que puedan afectar a nuestro desarrollo.

### Riesgos No Financieros

En línea con nuestro firme compromiso con la sostenibilidad, en RB IBERIA identificamos y evaluamos los riesgos no financieros que afectan a nuestras operaciones y servicios, esenciales para una toma de decisiones efectiva. Estos riesgos incluyen los aspectos ambientales, sociales y de gobernanza.

En la siguiente tabla se presentan estos riesgos según su impacto en las operaciones de restaurantes y oficinas centrales, así como su probabilidad de ocurrencia. Esta evaluación ayuda a comprender los desafíos y establecer estrategias para mitigar y gestionar estos riesgos de manera efectiva.

### Riesgos Climáticos y de Transición

En RB IBERIA nos enfrentamos en nuestras operaciones a diversos impactos derivados del cambio climático, como el aumento de la temperatura global, sequías, escasez de agua, incendios, tormentas más intensas o inundaciones mar, afectando a áreas donde operamos y a nuestros proveedores. Por ello, tenemos el propósito de afrontar el desafío del cambio climático a través de un ambicioso plan de descarbonización, con el objetivo de lograr ser "**Net-Zero**" para 2050. El impacto específico y cuantificable de cada tipo de riesgo climático será objeto de análisis detallado en 2024.

RIESGOS DETECTADOS EN MATERIA MEDIOAMBIENTAL	RIESGOS DETECTADOS EN MATERIA SOCIAL	RIESGOS DETECTADOS EN MATERIA CORRUPCIÓN Y SOBORNO
Emisiones de CO <sub>2</sub> asociadas a desplazamientos y equipos de los restaurantes.	Acciones que van en contra de la ley o acuerdos en materia de empleo, higiene y seguridad laboral, pago de reclamaciones o casos de discriminación, que pueden causar pérdidas.	Pagos no aprobados o ilegales a proveedores.
Generación de residuos.	Cálculos erróneos en las nóminas.	Pagos ilegales de licencias.
Uso de materias primas.	Incorporación de un candidato cuyo perfil es inadecuado.	Aceptación de regalos.
Consumo eléctrico.	Interrupción de los procesos por fenómenos naturales adversos, huelgas, pandemias y otros eventos difícilmente predecibles.	Aportaciones de entidades.
Consumo de agua.	No identificación del conjunto de riesgos laborales.	

## Compromisos ESG

Dado que la sostenibilidad es un pilar fundamental en nuestra estrategia de negocio, hemos asumido una serie de compromisos en ESG (Ambientales, Sociales y de Gobernanza), alineados con las expectativas de nuestros grupos de interés, que son la hoja de ruta de nuestras operaciones y servicios. En RB IBERIA,

nos comprometemos firmemente a fortalecer nuestra resiliencia y aportar valor sostenible a largo plazo para la sociedad. Nuestros compromisos ESG subrayan nuestro empeño en mejorar el bienestar social, proteger el medio ambiente y gestionar de forma responsable y ética todas nuestras actividades. A continuación, se detallan los compromisos adoptados por RB IBERIA:

**En RB IBERIA aspiramos a liderar la transformación del sector de restauración a través de la transformación de nuestro propio modelo de negocio y nuestra influencia en toda la cadena de valor.**

COMPROMISOS MEDIOAMBIENTALES	COMPROMISOS SOCIALES	COMPROMISOS DE BUEN GOBIERNO
<ul style="list-style-type: none"> <li>Establecimiento de objetivos y metas de la compañía para reducir la huella de carbono en línea con nuestro Plan Net-Zero.</li> <li>Cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).</li> <li>Reducción de las emisiones de carbono de Alcance 1, 2 y 3 al 50% antes de 2030.</li> <li>Impulso de energías renovables: alcanzar el 100% de energía renovable y 100% de electrificación de la flota de vehículos.</li> <li>Gestión responsable de la cadena de suministro (obtención de materias primas de forma local y descarbonización de las emisiones generadas en la cadena de suministro).</li> <li>Apuesta por la electrificación de la flota de vehículos.</li> <li>Protección de la biodiversidad, incluyendo nuevos requerimientos de bienestar animal a nuestros proveedores y reforestación de espacios naturales.</li> <li>Continuar invirtiendo en tecnología que nos permita seguir reduciendo el desperdicio alimentario.</li> <li>Continuar apostando por materiales reciclados, reciclables o biodegradables para todos nuestros envases.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Garantía de empleo de calidad y duradero, reflejándose en las contrataciones y en la retención de talento.</li> <li>Enfoque en diversidad e igualdad de oportunidades impulsando la contratación de personas con discapacidad intelectual y su retención en la compañía.</li> <li>Garantía de proveer un lugar de trabajo diverso, sin importar la identidad, expresión de género ni la orientación sexual.</li> <li>Consideración con los empleados y su tiempo de descanso con, por ejemplo, la política de desconexión digital.</li> <li>Garantizar la seguridad, salud y bienestar de los empleados a través de la revisión periódica de los planes de prevención y salud.</li> <li>Apoyo a entidades sin ánimo de lucro en iniciativas deportivas inclusivas.</li> <li>Protección de la seguridad y salud de los consumidores.</li> <li>Impulso a la alimentación saludable, mejorando el perfil nutricional de nuestros productos.</li> <li>Consideración de consumidores con enfermedad celiaca a través de la colaboración con la Federación de Asociaciones de Celiacos de España (FACE) y la Asociación de Celiacos de Portugal (APC).</li> <li>Apoyo a las comunidades, a través de cooperación y donaciones a fundaciones y proyectos de Cooperación Internacional.</li> <li>Enfoque hacia una vida activa mediante el apoyo a distintas organizaciones e instituciones deportivas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gestión de riesgos en materia de ESG.</li> <li>Formación específica en <i>Compliance</i> y ciberseguridad a empleados.</li> <li>Gestión de la cadena de suministro (derechos humanos, ética e integridad de aquellas compañías con las que mantenemos relación).</li> <li>Adhesión a los derechos humanos y su promoción, quedándose reflejados en el Código de Conducta Ética y Empresarial de RB IBERIA.</li> <li>Prevención del blanqueo de capitales y financiación del terrorismo.</li> <li>Alineación con los nuevos requerimientos legales.</li> <li>Cumplimiento de las políticas relacionadas con <i>Compliance</i> (Código de Conducta y Ética Empresarial, Política de Canal Ético, Política de Anticorrupción y Soborno, Política de Prevención del Blanqueo de Capitales y Financiación de Terrorismo, Política de Conflictos de Interés, Política de Aceptación de Regalos, etc.).</li> <li>Actuación ética y responsable y dentro de la legalidad.</li> <li>Diálogo transparente y fluido desde RB IBERIA con sus proveedores a través de un sistema de comunicación de situaciones potencialmente anómalas.</li> </ul>



02 |  
BUEN GOBIERNO Y  
COMPORTAMIENTO  
DE NEGOCIO

# Hitos 2023

## GOBERNANZA CORPORATIVA Y COMPLIANCE

En 2023, se han llevado a cabo distintas acciones para asegurar el correcto funcionamiento y supervisión de todos los temas relacionados con auditoría interna operativa, seguridad alimentaria, atención al cliente y el canal ético. Entre ellas:

- Constitución de la Oficina Corporativa de Ética y Compliance (OCEC) del Grupo.
- Revisión de la *Policy House*.
- Revisión del Canal Ético.
- Comunicaciones Periódicas de *Compliance*.
- Aprobación del Manual Formativo de Auditoría Interna.

## CRECIMIENTO Y EXPANSIÓN

En 2023 hemos incorporado 100 nuevos establecimientos a nuestra cadena: 85 nuevas aperturas y 15 restaurantes adquiridos a franquiciados. Los nuevos establecimientos en España y Portugal corresponden a nuestras tres marcas Burger King® (65), Popeyes® (34) y Tim Hortons® (1), lo que representa un aumento del 12% de nuestra red alcanzando los 905 establecimientos, consolidándonos como una compañía referente en el sector de la restauración en el sur de Europa.

Asimismo, hemos llegado a 16 nuevos municipios españoles y con nuestro primer restaurante en la provincia de Teruel, estamos presentes en las 50 provincias y 2 ciudades autónomas del país.

## INNOVACIÓN Y TRANSFORMACIÓN

Se han llevado a cabo varias iniciativas que demuestran nuestra apuesta por la transformación tecnológica de la compañía, siempre con el objetivo de ofrecer la mejor experiencia a nuestros clientes:

- Cambio y transformación de la plataforma de e-commerce de Popeyes® y Burger King® Portugal.
- Lanzamiento del servicio a mesa y del servicio de catering.
- Lanzamiento del programa de fidelización Popeyes® Club.
- Celebración del 10º aniversario del servicio de delivery de Burger King® España con la campaña *Pedidos A Fuego*.

## MODELO DE GOBERNANZA EN ESG

RB IBERIA ha creado un departamento de ESG y un Comité ESG que reporta directamente al CEO.

El Comité ESG se reúne con una periodicidad mensual y tiene la responsabilidad de supervisar las acciones y avances del Plan Director de Sostenibilidad y el Plan de Transición Net-Zero con el objetivo de alcanzar los objetivos fijados y comunicados en este informe. El departamento de ESG, en colaboración con otras áreas corporativas, tiene la responsabilidad de definir e implementar acciones para alcanzar los objetivos de descarbonización, así como, recopilar y consolidar la información para realizar informes de seguimiento y control de indicadores de cambio climático. Además, se han incluido objetivos ESG en la remuneración variable del Comité de Dirección y los equipos implicados.

# Gobernanza responsable

## Modelo de gobierno

Nuestra estrategia de buen gobierno se basa en el desarrollo de las siguientes acciones:

- Impulsar un **modelo de negocio íntegro y honesto descrito en nuestras políticas** y que asegure el cumplimiento de la normativa aplicable.
- Asegurar la **transparencia** en las actuaciones del Grupo mediante la comunicación y el diálogo con los grupos de interés.
- Reforzar la **ciberseguridad y asegurar la protección de datos personales** para garantizar la seguridad de la información y la privacidad de los datos personales de cuyo tratamiento son responsables las sociedades del Grupo.
- Asegurar el cumplimiento de la **legislación y normativas aplicables**, además de los códigos, políticas y directrices del Grupo por parte de los miembros de RB IBERIA, los proveedores y franquiciados es esencial para el establecimiento de un sistema de gestión de los riesgos derivados.

**Nuestra estructura de gobierno corporativo es sólida, transparente y con funciones claramente definidas. Ello nos permite gestionar nuestras tres marcas y las actividades que desarrolla la compañía con total independencia operativa.**

Gracias a nuestro equipo directivo y a los órganos de gobierno podemos garantizar la sostenibilidad en nuestro modelo de negocio a medio y largo plazo,

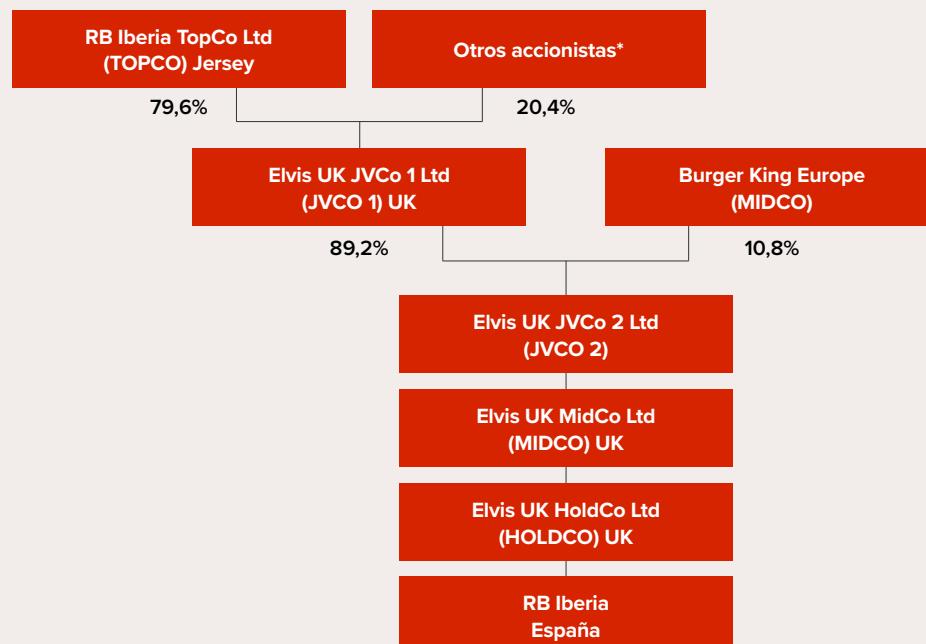
asegurando el cumplimiento de nuestras políticas y de la legislación aplicable. Asimismo, como compañía hemos adoptado un compromiso de transparencia que nos ayuda a desarrollar una relación de confianza con nuestras partes interesadas y que se materializa en la publicación anual de información financiera y no financiera.

Nuestros principales órganos de gobierno y administración son el Accionista Único y el Consejo de Administración. Dichos órganos se encuentran apoyados en la toma de decisiones por el equipo directivo de RB IBERIA.



## Accionista único

La estructura de participación accionarial de RB IBERIA se muestra a continuación:



El Accionista Único de RB IBERIA es Elvis UK HoldCo Limited (HOLDCO) (UK). A su vez, HOLDCO está íntegramente participada por Elvis UK MidCo Limited (MIDCO) (UK) que, asimismo, está íntegramente participada por Elvis UK JVCo 2 Limited (UK) (JVCO 2). JVCO 2 se encuentra participada en un 89,2% por Elvis UK JVCo 1 Limited (JVCO 1) (UK) y en un 10,8%

por Burger King® Europe. Por otra parte, 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, por directivos de RB IBERIA. TOPCO es el agregador de las inversiones realizadas por los fondos Cinven y otros post-sindicación.

Esta estructura holding por encima de RB IBERIA 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, conforme a un acuerdo en vigor de inversión y empresa conjunta.

## FUNCIONES

Entre las múltiples responsabilidades del Accionista Único, destaca su papel en la toma de decisiones en relación con las modificaciones de estatutos, el nombramiento y destitución de administradores, el control de la gestión social, la aprobación de las cuentas y la aplicación de sus resultados, el aumento o la reducción del capital social, así como todas aquellas actividades de transformación, fusión, escisión, disolución o prórroga de la duración de la sociedad.

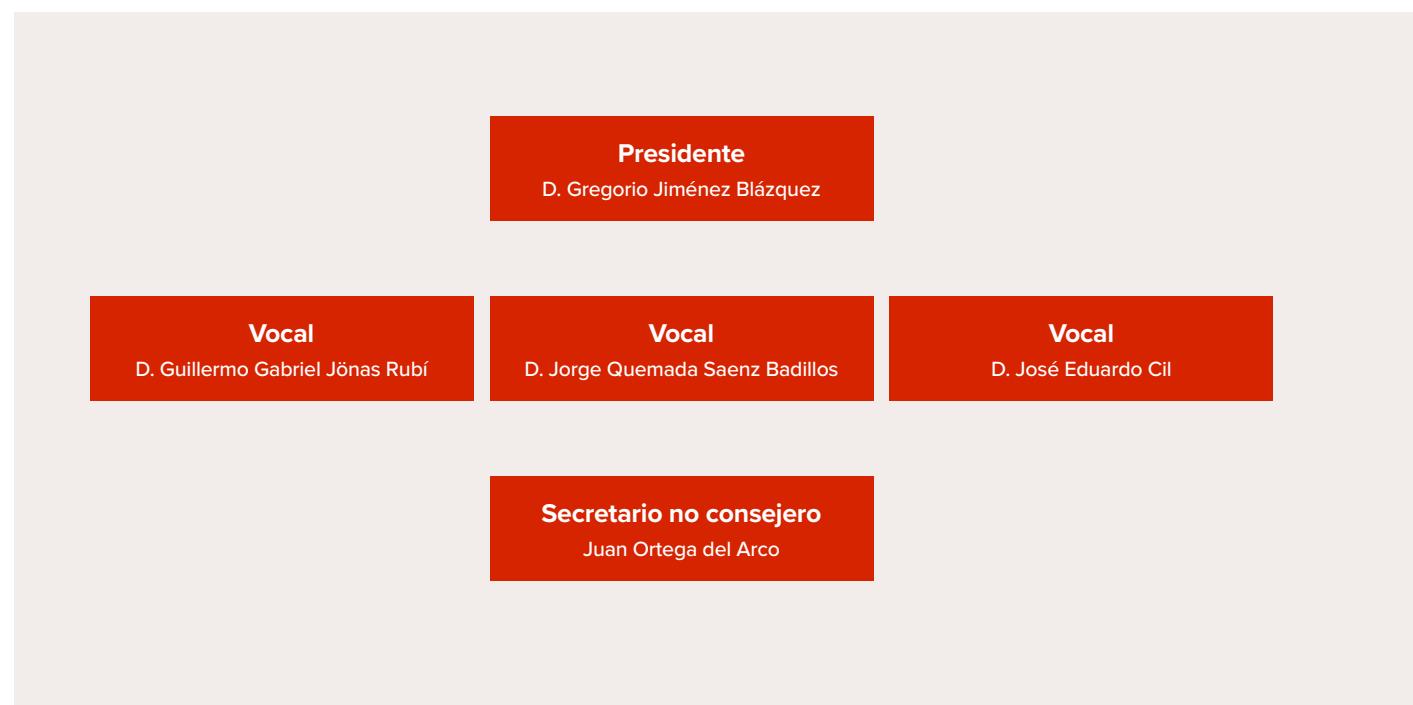
Las actuaciones del Accionista Único podrán ser ordinarias y extraordinarias y tendrán que convocarse por los administradores de la sociedad. Asimismo, en los seis primeros meses de cada ejercicio el Accionista Único aprueba las cuentas del ejercicio anterior, así como resuelve la aplicación del resultado. Las actuaciones del Accionista Único extraordinarias deben ser convocadas 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 RB IBERIA ostenta el poder de representación de la Sociedad y es el encargado de ejecutar todo aquello comprendido en el objeto social de la compañía. Desde finales del ejercicio 2023, el Consejo de Administración ha quedado compuesto por cuatro consejeros, junto con un Secretario No Consejero, elegidos por el Accionista Único, con el refrendo de JVCO 2.

Todos los miembros del Consejo de Administración están sujetos, como el resto de los profesionales del Grupo, a nuestro Sistema Normativo de Ética y *Compliance* (códigos, políticas corporativas y normas internas), comprometiéndose a cumplirlas y hacerlas cumplir.

**Los miembros del órgano de administración están sujetos, como el resto de profesionales del Grupo, a nuestro Sistema Normativo de Ética y *Compliance* (códigos, políticas corporativas y normas internas), comprometiéndose a cumplirlas y hacerlas cumplir.**



Con fecha efectiva del 12 de febrero de 2024, se incorpora el nuevo consejero delegado, Luis Héault.

### REMUNERACIÓN

El Consejo de Administración de RB IBERIA está presidido por D. Gregorio Jiménez Blázquez, que también es consejero delegado de la Sociedad Dominante desde el 21 de octubre de 2021. Conforme al artículo 17 de los Estatutos Sociales, el importe máximo de la retribución anual del conjunto de los administradores deberá ser aprobado por la Junta General y permanecerá vigente en tanto no se apruebe su modificación. En el ejercicio 2023

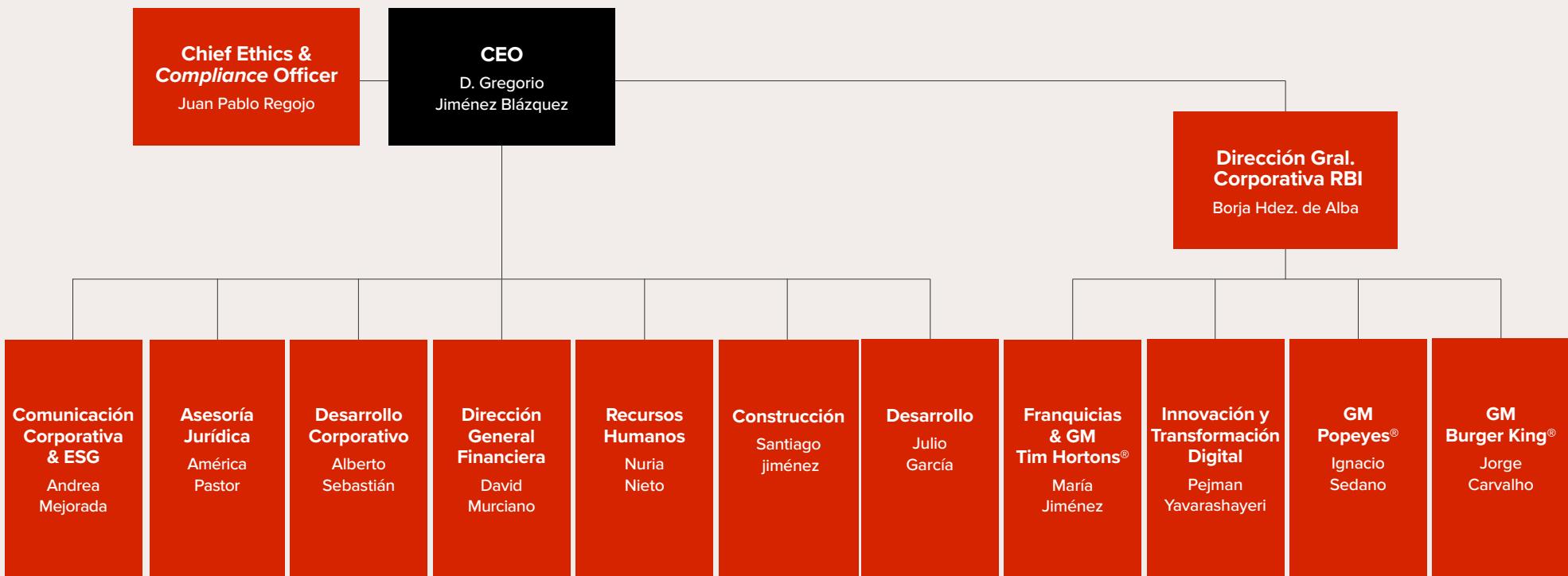
las retribuciones anuales abonadas ascendieron a 419.000 euros.

El Consejo de Administración de RB IBERIA aprobó un esquema de incentivos a largo plazo, que se devengaría en el caso del cumplimiento de determinados requerimientos que sucedan en el futuro. Además, existe una póliza de seguro de responsabilidad civil de administradores y directivos (póliza D&O) por perjuicios causados en el ejercicio del cargo por un coste anual de 26.000 euros.

## Equipo Directivo

RB IBERIA tiene un equipo directivo formado por 14 miembros, responsables de tomar las decisiones que guían a la compañía y de las marcas que se encuentran bajo su gestión. D. Gregorio Jiménez actúa como presidente del Consejo de Administración y consejero delegado de RB IBERIA.

En el organigrama que se muestra a continuación detallamos la organización y miembros del equipo directivo a fecha 31 de diciembre de 2023, antes del nombramiento del nuevo consejero delegado, Luis Hérault:



# Gestión ética y cumplimiento normativo

## Políticas corporativas

Las políticas del Grupo están diseñadas para guiarnos hacia un futuro más ético y sostenible, desde la responsabilidad ambiental y social, hasta la integridad en las prácticas comerciales y la transparencia en la gestión del Grupo.

**A través de nuestras políticas nos comprometemos no solo con el crecimiento económico, sino también con la calidad de nuestros productos y con la generación de un impacto positivo y duradero en las comunidades locales y el medio ambiente.**

Principales Políticas de RB IBERIA	
Código de Conducta y Ética Empresarial	Establece los valores y criterios de actuación en materia de ética empresarial, integridad institucional y cumplimiento normativo por los que debe regirse RB IBERIA, basados en la transparencia, legalidad, igualdad, profesionalidad, integridad, respeto a los derechos humanos y responsabilidad corporativa.
Política de Canal Ético	Establece las condiciones de uso, normas de funcionamiento, conjunto de deberes, garantías y principios rectores e información sobre el tratamiento de datos personales del Canal Ético del Grupo RB IBERIA, así como el procedimiento de gestión y tramitación de las comunicaciones que se reciban a través de dicho Canal, en cuanto que Sistema Interno de Información centralizado y corporativo establecido por el Consejo de Administración de Restaurant Brands Iberia, S.A.U, para que cualquier persona física pueda informar a la Oficina Corporativa de Ética y Compliance de una acción u omisión relativa a alguna de las materias y personas incluidas en el alcance y ámbitos de aplicación subjetivo y objetivo contenidos en la Política.
Código de Conducta de Proveedores	Sirve de guía para la actuación de los proveedores de RB IBERIA y les requiere una actuación ética en cuestiones de cumplimiento, soborno, derechos humanos, protección de datos y medioambiente, entre otros.
Política de Compras	Política desarrollada por RB Internacional y suscrita por RB IBERIA, por la que se establece por categoría de producto, los requisitos específicos que deben cumplir los proveedores del sistema RB IBERIA en todo el mundo. El objetivo es respaldar nuestros compromisos de servir alimentos de alta calidad, continuar reduciendo nuestra huella medioambiental y apoyar las cuestiones éticas y los derechos humanos en toda nuestra cadena de suministro.
Política de Anticorrupción y Soborno	Establece los requisitos para cumplir con la legislación vigente en materia de corrupción y establece procedimientos para combatirla en los países en los que operamos.
Política de Prevención del Blanqueo de Capitales y Financiación de Terrorismo	Desarrolla el compromiso de RB IBERIA en la adopción de medidas de control y diligencia debida, dirigidas a prevenir el blanqueo de capitales y la financiación del terrorismo. Las medidas son de obligado cumplimiento para todas las empresas de RB IBERIA.
Política de Conflictos de Interés	Identifica las situaciones en las que pueden producirse conflictos de interés potenciales o reales y proporciona a los empleados de la compañía directrices para prevenir y gestionar dichos conflictos.
Política de Aceptación de Regalos	Protege al Grupo RB IBERIA y a todos sus empleados de implicarse en un conflicto de interés real o potencial, asociado a regalos e invitaciones.
Política de Nutrición e Ingredientes	Política desarrollada por RB Internacional y suscrita por RB IBERIA. Establece los requisitos de RB IBERIA con respecto a los valores nutricionales, la declaración de las características de los ingredientes y la información sobre alérgenos de todos los productos vendidos en el sistema RB IBERIA a nivel mundial.

## Principales Políticas de RB IBERIA

Política de Suministro de Aceite de Palma	Política desarrollada por RB Internacional y suscrita por RB IBERIA. Requiere que todo el aceite de palma adquirido por las marcas que integran RB IBERIA y los productos alimenticios y bebidas aprobadas por el Grupo que contengan más de 1% de aceite de palma como ingrediente (excepto los productos provenientes de terceras marcas), deben de tener el certificado de la Mesa Redonda sobre el Aceite de Palma Sostenible (RSPO).
Política de Uso de Sistemas Informáticos	Regula la utilización de los medios y recursos tecnológicos propiedad de la empresa puestos a disposición de los trabajadores, así como garantiza la seguridad, rendimiento, fiabilidad y privacidad de las comunicaciones, preserva la privacidad y seguridad del personal y en general garantiza el cumplimiento efectivo de las actividades y demás tareas administrativas que emanan del ámbito estrictamente laboral.
Política de Desarrollo Sostenible	Establece los principios para la contribución del Grupo al desarrollo sostenible y para generar un impacto social positivo en las comunidades en las que operamos, además de establecer formalmente el compromiso y alineamiento de RB IBERIA con los diferentes ODS.
Política de Medio Ambiente	Refleja el firme compromiso de RB IBERIA con el cumplimiento de los requisitos legales en materia medioambiental y establece el marco de referencia para definir los objetivos y metas de la compañía.
Política de Prevención de Riesgos Laborales	Parte del principio fundamental de proteger la vida, la integridad física y psíquica, la seguridad y salud de todos los trabajadores, tanto propios como de empresas colaboradoras, así como el cuidado del entorno de trabajo y el medioambiente en que se desarrolla.
Política de Igualdad	Establece los principios de actuación del Grupo en su contribución al logro de la igualdad de género mediante la investigación y el desarrollo de políticas y programas que presten la atención debida a las diferencias de género y a sus factores determinantes. Asimismo, promueve la igualdad entre mujeres y hombres.
Política de Diversidad e Inclusión	Contiene las directrices y líneas de actuación en materia de Diversidad e Inclusión, que permiten la identificación y concreción del concepto de Diversidad en el marco de la Compañía, así como la implementación de las medidas y acciones que sean necesarias para su consecución, y la comunicación a los grupos de interés.
Política de Gestión y Control de Riesgos	Establece el marco de la identificación, análisis, evaluación y gestión de los riesgos que afectan a la actividad del Grupo, su priorización y su entorno de control de manera sistemática, uniforme y alineado con el apetito al riesgo del Grupo.
Política de Prevención Riesgos Penales	En esta Política se establece el marco de la gestión de los riesgos penales del Grupo RB IBERIA (identificación, evaluación, análisis y tratamiento), del modelo organizativo y de las medidas preventivas del Modelo de Prevención de Delitos implementado en el Grupo RB IBERIA.
Política de Protección de Datos Personales	Establece las normas y controles que se aplicarán con respecto al tratamiento de los datos personales, y que también deberán mantener los terceros con los que está vinculado a fin de garantizar los niveles de protección adecuados.
Política de Desconexión Digital	Contiene el compromiso de la Dirección con la Desconexión Digital, e implica a la plantilla en esta tarea para lograr que la Política de Desconexión Digital sea un instrumento efectivo.
Política de Defensa de la Competencia	Refuerza la posición del Grupo RB IBERIA acerca del fomento de la competencia libre y justa y el compromiso de cumplir con todas las leyes y normativas de aplicación.
Política de Seguridad de la Información	Define los principios y las reglas básicas para la gestión de la seguridad de la información. El fin último es lograr que las sociedades del Grupo RB IBERIA garanticen la seguridad de la información y minimicen los riesgos derivados del impacto provocado por una gestión ineficaz.

## Ética y cumplimiento

RB IBERIA es una compañía comprometida con la conducta ética y responsable. RB IBERIA cuenta con un *Sistema Normativo de Ética y Compliance* que contiene el conjunto de normas corporativas dirigidas a mitigar y prevenir sus riesgos éticos y de *Compliance*.

En efecto, este Sistema lo componen el conjunto de políticas y normas internas de que nos hemos dotado a fin de gestionar adecuadamente los riesgos de *Compliance* de la compañía y dar debido cumplimiento a nuestras obligaciones tanto de *hard law* como de *soft law*. Asimismo, RB IBERIA cuenta con una función de *Compliance* denominada “**Oficina Corporativa de Ética y Compliance**” (OCEC), la cual depende directamente del CEO y presidente del Consejo de Administración de RB IBERIA para garantizar su adecuada autonomía e independencia de actuación en el ejercicio de las funciones y responsabilidades que asumen cada una de sus áreas. Mensualmente se celebran las reuniones del Comité de *Compliance* de cada una de las sociedades del Grupo en España y Portugal.

Alguno de los componentes más importantes del Sistema Normativo de Ética y *Compliance* del Grupo es nuestro Código Ético, la Política de Prevención de Riesgos Penales, la Política Anticorrupción y de Prevención del Soborno, la Política de Prevención de Prevención del Blanqueo de Capitales y la Financiación del Terrorismo, la Política del Canal Ético, la Política de Defensa de la Competencia o, en fin, nuestra Política de Protección de Datos Personales.

**El objetivo del Sistema Normativo de Ética y Compliance es, además de establecer los requisitos de comportamiento ético, íntegro, legal y responsable de todos los que formamos parte del Grupo, mitigar los riesgos éticos y de Compliance vinculados a nuestras actividades.**

En 2023, tras el lanzamiento de la plataforma interna de formación online “Campus RB IBERIA”, se ha diseñado un curso online sobre los compromisos éticos de los profesionales del Grupo, de realización obligatoria, la cual está prevista tenga lugar en la primera mitad del año 2024.

RB IBERIA, a través de cada una de sus sociedades, dispone del oportuno Sistema Interno de Información (Canal Ético online) en el que cualquier persona puede presentar de manera confidencial (o anónimamente si lo prefiere) comunicaciones sobre consultas o incumplimientos de nuestro Código de Conducta y Ética Empresarial (u otras Políticas y Normas internas en materia de Ética y *Compliance*) o informaciones sobre posibles conductas irregulares, ilícitas, ilegales o fraudulentas que se pudieran haber producido o estar produciendo en nuestro Grupo. En la Política del Canal Ético del Grupo RB IBERIA se describe

cómo funciona este Sistema Interno de Información. Todas las comunicaciones del Canal Ético del Grupo RB IBERIA son recibidas, tramitadas y resueltas por la Oficina Corporativa de Ética y *Compliance*, la cual actúa con independencia, autonomía e imparcialidad, garantizando la confidencialidad de las informaciones y la protección de los informantes frente a represalias.

A través de este Canal, también se pueden ejercer por los interesados sus derechos sobre los datos personales que sean objeto de tratamiento por alguna de las sociedades que integran el Grupo RB IBERIA (acceso, rectificación, cancelación, oposición, limitación del tratamiento, portabilidad o supresión), así como comunicar posibles incumplimientos de la normativa sobre protección de datos personales. Nuestro Delegado de Protección de Datos (DPD externo) es quien se encarga directamente de gestionar estas comunicaciones.

La regulación interna y el procedimiento de tramitación de consultas y denuncias de nuestro Canal Ético están alineados y dan cumplimiento al marco legal contenido en la Ley 2/2023, de 20 de febrero, reguladora de la protección de las personas que informen sobre infracciones normativas y de lucha contra la corrupción.

## Auditorías internas RB IBERIA

### AUDITORÍAS DE RESTAURANTES PROPIOS

En octubre de 2023, aprobamos el "Manual de Auditoría Interna" del Grupo, que detalla las actuaciones y materias revisadas durante las auditorías internas que realizamos en nuestros restaurantes. Las auditorías internas cubren diversos aspectos, incluyendo temas administrativos, seguridad alimentaria, prevención de riesgos laborales, estado de las instalaciones, recursos humanos, *Compliance* y compras.

**A lo largo del ejercicio 2023, el equipo de técnicos auditores del Área de Auditoría Interna llevó a cabo un total de 876 auditorías internas en los restaurantes propios del Grupo RB IBERIA. Este número se distribuyó entre restaurantes de Burger King® Portugal, Burger King® España, Popeyes® y Tim Hortons®.**

Mensualmente, se reúne el Comité de Auditoría Interna y *Compliance* de cada marca, con objeto de analizar actividades, resultados y datos del mes, tomando acciones preventivas o correctivas según sea necesario. Una muestra de la importancia de estas reuniones para nosotros es que a las mismas asisten el CEO y Presidente del Consejo, el Director General de RB IBERIA, el Director General de cada marca, el CFO, la Directora de RRHH, la Dirección de *Compliance* y el Responsable del Área de Auditoría Interna.

### AUDITORÍAS DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD Y SEGURIDAD ALIMENTARIA

Realizamos auditorías internas de nuestro Sistema de Gestión de Calidad y Seguridad Alimentaria que incluye el Plan de Análisis de Peligros y Puntos de Control de Críticos. Mediante estas auditorías, aseguramos el cumplimiento de los requisitos y procedimientos de seguridad y salud alimentaria,

los cuales son verificados por el Área de Calidad y Seguridad Alimentaria, con el apoyo del departamento de operaciones de cada marca.

**Durante el ejercicio 2023, el Área de Calidad y Seguridad Alimentaria ha realizado un total de 634 auditorías de calidad y seguridad alimentaria en los restaurantes de España y Portugal.**



## Lucha contra la corrupción, soborno y blanqueo de capitales

### Política de tolerancia 0 frente a la corrupción y el soborno

Durante el ejercicio 2023, nuestro Consejo ha modificado las distintas normas internas con impacto directo o indirecto en la prevención de la corrupción (Políticas Anticorrupción y de Prevención del Sobornos, de Aceptación de Regalos, de Gestión de Conflictos de Interés o la de Defensa de la Competencia). Estas reglas internas forman parte de la cultura de tolerancia cero frente a cualquier forma de corrupción pública y privada con la que estamos firmemente comprometidos en el Grupo RB IBERIA, especialmente con aquella que se pudiera dar en los negocios. En este sentido, un componente importante para prevenir y, en su caso, detectar y corregir cualquier conducta desviada de nuestra cultura de cero corrupción, es el Canal Ético. Todos los profesionales del Grupo tienen y asumen el deber de informar a la Oficina Corporativa de Ética y Compliance de cualquier comportamiento corrupto de que pudieran tener conocimiento a través de la oportuna comunicación al Canal Ético. La Oficina, tras la oportuna investigación interna y en caso de que se confirmase un caso de corrupción en nuestra organización, propondrá y promoverá ante los oportunos órganos de gobierno y direcciones del Grupo la adopción de las medidas preventivas, defectivas y correctivas que estime procedentes en cada caso. Durante el periodo de reporte 2023, no se ha detectado ningún caso de incumplimiento de nuestras políticas internas ni de normas legales anticorrupción de aplicación.

Entre los principales riesgos identificados por RB IBERIA con relación a la corrupción, destacan los siguientes:

- Pagos no aprobados o ilegales a proveedores.
- Pagos ilegales de licencias.
- Aceptación de regalos.
- Aportaciones de entidades.

En el ámbito de las medidas de lucha contra la corrupción y la prevención del blanqueo, se incluye expresamente una cláusula anticorrupción en todos los contratos con nuestros proveedores, así como otra por la que aceptan nuestro Código de Conducta de Proveedores y hacen una Declaración Responsable que incluye compromisos de prevención de la corrupción.

**Durante las fiestas navideñas remitimos una comunicación corporativa a la organización informando de la política de la empresa en materia de regalos de Navidad recibidos de terceros (proveedores, etc.), indicando la obligatoriedad de su entrega a la OCEC para proceder a su sorteo entre los empleados.**

### Contra el blanqueo de capitales

Cualquier forma de encubrimiento o cooperación al blanqueo de capitales está estrictamente prohibida en RB IBERIA. Durante el 2023 actualizamos la Política de Prevención del Blanqueo de Capitales y la Financiación del Terrorismo, reafirmando nuestro compromiso con el cumplimiento de las leyes y reglamentos vigentes en esta materia, todo ello sin perjuicio de no ser sujeto obligado por la normativa de prevención del blanqueo.

Algunas de las medidas de control desarrolladas en la política tendentes a la minimización del riesgo penal del blanqueo de capitales son:

- **Conocimiento de Terceras Partes:** La Compañía no establece ningún tipo de relación sin haber realizado una identificación previa mediante la comprobación de los documentos correspondientes.
- **Política de ventas:** RB IBERIA realiza un procedimiento de arqueo de caja que garantiza que todas las operaciones de venta tengan su correspondiente justificante o tique y que no se pueda manipular ningún tipo de cobro en efectivo que no provenga de una venta justificada.

- Plan de Formación:** Definimos planes de formación para nuestros Directivos, empleados de oficina, Gerentes de Área, Gerentes de Zona y personal específico.
- Empleados:** Todos los empleados del Grupo tienen la obligación de comunicar aquellas operaciones sospechosas, complejas, inusuales, sin propósito económico o lícito relacionadas con el blanqueo de capitales y demás hechos que se consideren relevantes.

**RB IBERIA no tolera la corrupción vinculada a ningún aspecto relacionado con el desarrollo de su actividad empresarial.**

**Durante el año 2023 no se ha detectado ningún caso de incumplimiento de nuestras políticas internas ni normas legales anticorrupción de aplicación en el Grupo.**

## Canal Ético

RB IBERIA dispone de un canal de denuncias online (nuestro Canal Ético), una herramienta clave en nuestro Sistema Normativo de Ética y *Compliance*, ya que permite prevenir o detectar cualquier tipo de conducta inapropiada. Dicho canal es accesible para empleados, clientes, proveedores, colaboradores y cualquier tercero que lo requiera. Admite tanto comunicaciones donde el comunicante se identifica como comunicaciones anónimas. La prohibición de cualquier forma de represalia frente a los comunicantes de buena fe es un principio básico del funcionamiento del Canal ético. La Política del Canal Ético del Grupo RB IBERIA es la norma que regula su funcionamiento y procedimiento de investigación interna.

La gestión de la herramienta es realizada de forma interna por la Oficina Corporativa de Ética y *Compliance*, garantizando siempre la confidencialidad de la denuncia en todo el proceso. Asimismo, el procedimiento de gestión de las denuncias admitidas a trámite pasa por confirmar o no los hechos denunciados. En caso afirmativo, la compañía toma las medidas correctoras o disciplinarias correspondientes.

En 2024 se lanzará una nueva versión de la herramienta del Canal Ético donde se reagruparán en torno al Canal Ético de la sociedad cabecera del Grupo (RB IBERIA), los canales de denuncia de cada una de las marcas del Grupo.

Durante 2023 se registraron 719 comunicaciones en el Canal Ético de las diferentes sociedades

del Grupo RB IBERIA, de las cuales fueron admitidas a trámite e investigadas un total de 171, promoviéndose la adopción de medidas preventivas, defectivas, correctivas/disciplinarias en aquellos casos en que la OCEC determinó que se habían producido incumplimientos. Las comunicaciones no admitidas a trámite o desestimadas (conforme a lo previsto en la Política del Canal Ético) se corresponden con comunicaciones sobre materias no incluidas en el ámbito material del Canal, casos duplicados, no aportación por el comunicante de una mínima información que permita investigar los hechos comunicados, a pesar de ser requerido expresamente para que aportase información complementaria, entre otras.

**Durante 2023, se registraron 719 comunicaciones en el Canal Ético de las diferentes sociedades del Grupo, de las cuales fueron admitidas a trámite e investigadas un total de 171, promoviéndose la adopción de medidas preventivas, defectivas, correctivas/disciplinarias en aquellos casos en que la OCEC determinó que se habían producido incumplimientos.**

# Evaluación de nuestros proveedores

## Código ético de proveedores

El Código de Conducta de Proveedores del Grupo establece el conjunto de criterios y reglas de actuación en materia de ética, integridad y cumplimiento normativo que exigimos de nuestros proveedores.

Todos los proveedores del Grupo, con carácter previo a ser contratados, han de aceptar nuestro Código de Conducta de Proveedores y suscribir la oportuna Declaración Responsable del Proveedor. En dicha Declaración Responsable, nuestros proveedores se adhieren al Código, reconocen ser informados de la existencia del Canal Ético y manifiestan que no han sido sancionados administrativa o penalmente en determinados ámbitos normativos.

Durante el ejercicio 2023, un total de 40 proveedores del Grupo RB IBERIA (Burger King®) han suscrito la Declaración Responsable del Proveedor.

Adicionalmente, durante el 2023 no se ha recibido a través del Canal Ético ninguna comunicación procedente o relativa a un proveedor del Grupo.

## Política de compras

La Política de Compras de RB International ha sido suscrita por RB IBERIA y establece por categoría de producto, los requisitos específicos que deben cumplir los proveedores del sistema RB International

en todo el mundo. El objetivo es respaldar nuestros compromisos de servir alimentos de alta calidad, inocuos, continuar reduciendo nuestra huella medioambiental y apoyar las cuestiones éticas y los derechos humanos en toda nuestra cadena de suministro.

Además, nuestra Política de Nutrición e Ingredientes, desarrollada por RB International y suscrita por RB IBERIA, define las normas específicas para los alimentos y bebidas ofrecidos en los restaurantes Burger King®, Popeyes® y Tim Hortons®, incluyendo regulaciones sobre colorantes, saborizantes, conservantes y otros aditivos alimentarios.

De igual manera, la Política de Suministro de Aceite de Palma, desarrollada por RB International y suscrita por RB IBERIA, demuestra nuestro compromiso con la obtención de aceite de palma que no contribuya a la deforestación o al desarrollo de turberas, y que respete las áreas de alto valor de conservación y las de grandes reservas de carbono.

**RB IBERIA trabaja en un  
nueva Política de Compras  
Responsables, que será  
complementada por un modelo de  
evaluación ESG de proveedores.**



## Proceso de homologación de proveedores

Todos los proveedores de alimentos y envases de contacto con los alimentos deben ser aprobados antes de iniciar el suministro a cualquier restaurante. El propósito del proceso de aprobación es verificar que el proveedor:

- Es capaz de producir productos seguros.
- Puede suministrar constantemente los productos con un estándar de calidad requerido.
- Cumple con las diferentes políticas del Grupo.

Las auditorías de calidad de proveedores son realizadas por el Departamento de Calidad de Restaurant Brands International a través de una empresa verificadora externa de primer nivel, contratada para las comprobaciones correspondientes previas a la aprobación de los proveedores. Este equipo, encargado de garantizar la conformidad con los estándares y regulaciones internas de calidad y seguridad alimentaria de las marcas, juega un papel crucial en la verificación y supervisión constante de los proveedores.

Durante el año 2023, las auditorías realizadas por Restaurant Brands International, así como los procesos de validación de contratos y aprobación de proveedores por RB IBERIA, no revelaron incumplimientos en relación con la política de compras ni con los estándares de ética e integridad.

Además de cumplir con los estándares de ética e integridad, en el seno de la homologación de proveedores, la compañía solicita a sus proveedores información adicional en temas de sostenibilidad, reflejando su compromiso con una cadena de suministro responsable.

**Durante 2023, RB International auditó al 100% de los proveedores de RB IBERIA con producto propio de nuestras marcas a fin de garantizar la conformidad con los estándares y regulaciones internas.**

**Las auditorías realizadas por Restaurant Brands International, así como los procesos de validación de contratos y aprobación de proveedores llevados que se realizan en RB IBERIA, no revelaron incumplimientos relacionados con la política de compras ni con los estándares de ética e integridad.**



## Articulación de alianzas

**Para liderar el cambio a una restauración sostenible, consideramos vital establecer alianzas estratégicas con otras empresas.**

Las alianzas estratégicas de RB IBERIA están diseñadas para abordar múltiples áreas clave en la transformación hacia la sostenibilidad. Desde combatir el desperdicio alimentario hasta avanzar en la descarbonización, promover el producto vegetal, respaldar la movilidad sostenible, adoptar el uso de energías renovables o implementar soluciones de packaging sostenible, cada colaboración se enfoca en un aspecto crucial de la sostenibilidad. Estas alianzas

demuestran el compromiso integral de RB IBERIA para abordar los desafíos ambientales y sociales de manera holística, buscando constantemente innovar y mejorar su impacto en el mundo.

El año 2023 ha sido muy fructífero a la hora de colaborar con los aliados de RB IBERIA. Hemos sido capaces de continuar avanzando en las siguientes iniciativas iniciadas en 2022:

### WEST PACKAGING



RB IBERIA y su proveedor West Packaging colaboran en el ámbito de la fabricación de packaging sostenible y 100% compostable. En concreto, packaging en cartoncillo, con material 100% biodegradable y certificado por el Forest Stewardship Council (FSC). Asimismo, están valorando la viabilidad del uso de vasos sin componentes de plástico.

### NUUK MOBILITY SOLUTIONS



En línea con el compromiso de la compañía hacia la movilidad sostenible y en la consecución de la reducción de su huella medioambiental, la compañía ha forjado una alianza con el proveedor español NUUK Mobility Solutions (NMS). El objetivo del acuerdo consiste en la adquisición y el mantenimiento de motos eléctricas para su servicio de reparto a domicilio. Inicialmente, el acuerdo contemplaba la incorporación de 2.500 unidades hasta diciembre de 2023, aunque finalmente hemos incorporado más de 4.000.

### CALCHER Y BMC



Burger King® España y Popeyes® España, pusieron en marcha dos iniciativas en materia de economía circular de la mano de sus proveedores Calcher, Solteco y BMC. El objetivo era dar nueva vida a los residuos de plástico que se generan en los restaurantes procedente de embalajes, convirtiéndolos en mobiliario para las terrazas de las marcas RB IBERIA.

### EDP



RB IBERIA colabora con EDP en su apuesta por el ahorro energético, impulsando el autoconsumo de energía renovable en sus restaurantes. Así pues, ya cuenta con 230 restaurantes con placas solares en toda España generando una energía total de 5.389 MWh en el ejercicio 2023.

### TOO GOOD TO GO



En 2019, la marca Tim Hortons® España anunciaba su alianza con la plataforma Too Good To Go, el movimiento europeo que lucha contra el desperdicio de alimento, reduciendo de esta forma el impacto ambiental y contribuyendo a mitigar los efectos del cambio climático.

El objetivo de la iniciativa es brindar a los usuarios una oportunidad para adquirir comida y reducir lo máximo posible el desperdicio de alimentos. Para ello, los clientes que tengan la aplicación móvil gratuita de Too Good To Go instalada en sus dispositivos móviles, podrán adquirir en Madrid, diferentes packs sorpresa con el excedente diario de comida a un precio reducido. De esta forma, en 2023 se evitó desperdiciar 43.319 packs de comida (equivalente a 18.29 tCO<sub>2</sub> o lo que es lo mismo, las emisiones producidas por 118 vuelos de Madrid a Nueva York).

**CRUZ ROJA ESPAÑOLA**

El Proyecto Replanta Pachamama de reforestación tiene por objeto aumentar el pulmón verde del planeta y compensar las emisiones de nuestras operaciones. Desde el inicio de la colaboración hemos conseguido:

- 9 jornadas de reforestación.
- 8 terrenos repoblados (app. 20 hectáreas de terreno).
- 5.690 árboles plantados.
- Evitado la emisión de más de 9tCO<sub>2</sub>.

**UNIVERSIDAD NEBRIJA**

Convenio de colaboración que avala y valida la calidad de nuestro plan de formación para la acreditación del título "Programa Superior en Dirección y Gestión de Locales de Restauración Organizada" que reciben todos nuestros empleados que completen el plan de formación hasta la posición de máxima responsabilidad dentro del restaurante: Gerente de Restaurante.

**AMAZON WEB SERVICES (AWS)**

Partenariado estratégico con AWS para realizar la migración de la nube (cloud) a la infraestructura de Amazon que nos ha generado mayor estabilidad y eficiencia y adicionalmente al tener CPD en España nos permitirá reducir la latencia.

**FRUTAS NIQUI**

Junto con Frutas Niqui y Special Olympics desarrollamos parte de nuestro proyecto "Fanáticos de lo real", cuyo objetivo es generar oportunidades laborales y sociales para las personas con discapacidad intelectual y física. En él se enmarcan otros proyectos que usan el deporte para favorecer la inclusión de este colectivo en la sociedad, sea al nivel que sea. En 2023 han destacado el patrocinio del Torneo de Fútbol 7 Inclusivo y la primera liga inclusiva de baloncesto femenino.

**COOPERACIÓN INTERNACIONAL**

Colaboración en distintas iniciativas y proyectos sociales de la ONG para ayudar y apoyar a los colectivos más vulnerables tales como personas con discapacidad, familias en situación de pobreza, niños en riesgo de exclusión social. Nuestra colaboración se despliega mediante programas de voluntariado de empleados, donaciones en especie y económicas.

**LALIGA GENUINE**

Patrocinio de la liga de personas con discapacidad, convenio de inclusión sociolaboral y lanzamiento del documental Fanáticos de lo Real.

**IBERDROLA**

RB IBERIA e Iberdrola han instalado 222 puntos de recarga rápida de 4.500 kW de potencia instalada para vehículos eléctricos en toda su red de establecimientos.

El objetivo es que los usuarios carguen la batería de sus automóviles eléctricos entre 15 y 30 minutos con energía procedente de fuentes de generación renovable, con certificado de Garantía de Origen (GdO).

Las dos compañías han llegado a un acuerdo para que Iberdrola suministre energía de origen renovable a largo plazo, para los ejercicios desde 2023 hasta 2030.

**THE VEGETARIAN BUTCHER (UNILEVER)**

Burger King® continúa colaborando con The Vegetarian Butcher con la finalidad de ofrecer a sus clientes una experiencia completa y reforzar su apuesta por los productos vegetales. The Vegetarian Butcher, es una empresa de proteína vegetal perteneciente a Unilever, y proveedora de producto de RB IBERIA. Fruto de esta colaboración, la plataforma de productos vegetales de Burger King® ya incorpora sus cuatro productos más icónicos en versión vegetal.



## Mirando al futuro

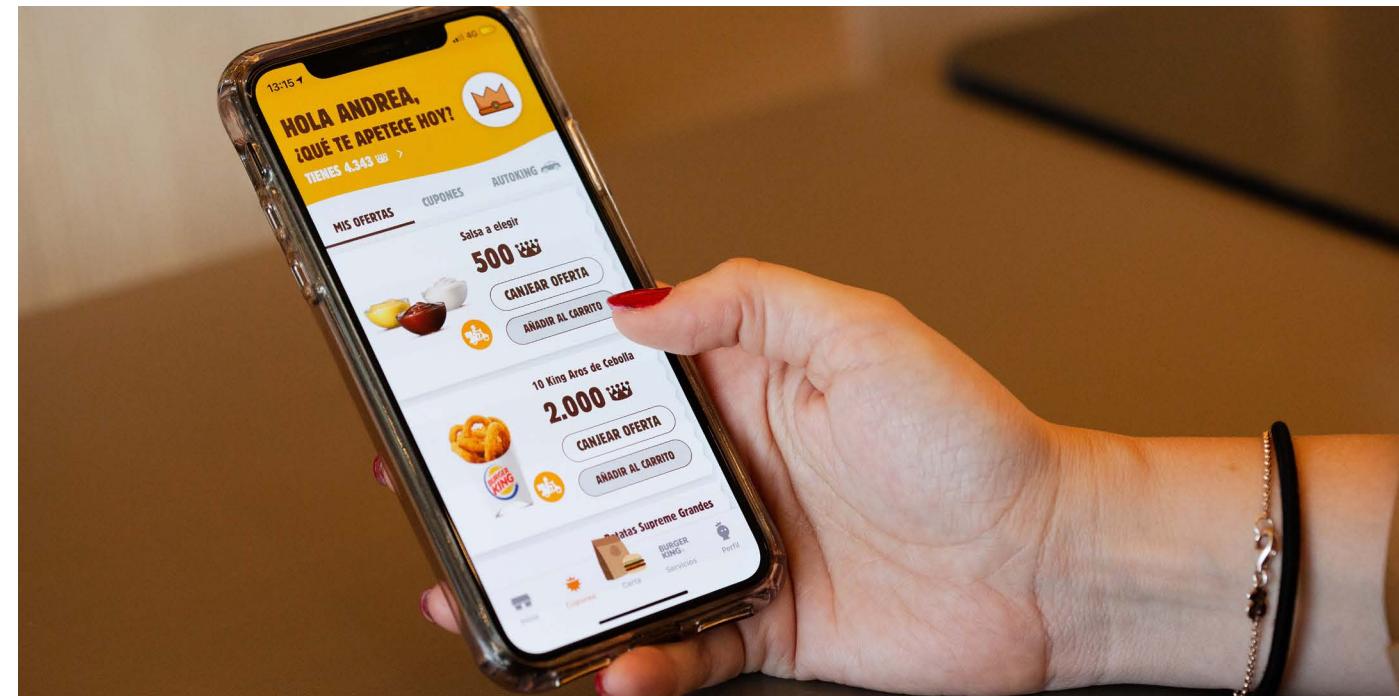
### Transformación Digital

La transformación digital sigue siendo un desafío crucial en el presente y futuro de nuestras operaciones. La estrategia de digitalización de las operaciones se orienta hacia un triple impacto sostenible: económico, social y medioambiental. Este enfoque representa nuestro compromiso con una innovación responsable, ya que el uso de la tecnología es esencial para avanzar en la consecución de los objetivos de sostenibilidad.

**Nuestra estrategia de digitalización de las operaciones se orienta hacia un triple impacto sostenible: económico, social y medioambiental.**

Desde RB IBERIA apoyamos el impulso del desarrollo de soluciones innovadoras que aceleren la transición de las operaciones y servicios a unas prácticas más sostenibles. Por ejemplo, gracias a la transformación digital, podemos conocer el consumo de electricidad de cada uno de nuestros centros y podemos detectar dónde podemos actuar para poder ser más eficientes en el consumo de electricidad.

El departamento de Innovación y Transformación de RB IBERIA lidera esta transformación tecnológica y digital, incluyendo nuevas tecnologías como “Cloud”, el uso de data centers nacionales, la mejora en las pasarelas de pagos y el uso de la mejor fibra óptica,



entre otras iniciativas. La comunicación con nuestros clientes también ha mejorado con la inclusión de estas tecnologías, como por ejemplo a través de la mejora de nuestras webs y las aplicaciones destinadas a nuestros clientes.

Además, la adopción de tecnologías digitales nos permite mejorar los procesos operativos de los restaurantes, mejorar la experiencia de los empleados y enriquecer la experiencia del cliente, alineando nuestra operativa con los principios de sostenibilidad. Ejemplos concretos de la mejora de la experiencia del cliente son iniciativas como *click&collect* (hacer un pedido para recoger en restaurante), tickets digitales

(con su respectivo ahorro de papel) o el programa de fidelización “My Burger King®”, entre otras. En cuanto a los procesos para la mejora de la experiencia de los empleados podemos destacar la App RB Iberia Empleados (ver Capítulo 4 de este informe), una plataforma que permite a nuestros colaboradores consultar informaciones y realizar algunas de las tareas que les ayudan en su día a día tales como revisar sus turnos, consultar las nóminas y visualizar los resultados de su restaurante y su posición en el ranking de compañía.

La digitalización de los procesos también nos ayuda a una mayor eficiencia como, por ejemplo, mediante el

nuevo programa para gestionar los turnos de trabajo (que permite optimizar la planificación de los turnos semanales teniendo en cuenta aspectos personales de cada miembro del equipo –jornada laboral, horas de preferencia, posición en la que son expertos, etc–); la gestión de inventarios automatizada; la integración de nuevas tecnologías para personalizar y simplificar la gestión de pedidos; tecnologías emergentes para poder hacer una previsión del inventario por restaurante y poder optimizar la logística de distribución; todo ello poniendo siempre al cliente en el centro de nuestras mejoras y asegurando la protección de sus datos personales y su privacidad (*privacy by design*).

**La Transformación digital y de Sostenibilidad van unidas: Apoyamos el desarrollo de soluciones innovadoras que aceleren la transición de las operaciones y servicios a unas prácticas más sostenibles que además enriquezcan la experiencia del cliente.**

## INNOVACIÓN EN LOS PROCESOS DE PAGO: SENCILLO, RÁPIDO Y SEGURO

Gracias a nuestra alianza con Waylet, desde 2022 hemos venido dando saltos significativos en nuestro objetivo de transformación digital. Hemos logrado ofrecer un método de pago más sencillo, rápido y seguro para nuestros clientes que visitan los restaurantes. Este avance no solo mejora la experiencia del cliente, sino que también refleja

nuestra voluntad y compromiso continuo con la modernización y la sostenibilidad en todos los aspectos operacionales.

Este enfoque hacia la transformación digital no solo impulsa la eficiencia operativa, sino que también respalda nuestro compromiso con la sostenibilidad, contribuyendo a un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente.

## Ciberseguridad

Para RB IBERIA, la ciberseguridad es un elemento clave. Por ello, desde gobierno corporativo, se ha designado la figura del responsable de Ciberseguridad (CISO por sus siglas en inglés), se ha aprobado una política de seguridad de la información y se trabaja incansablemente para dotarnos de un robusto sistema de gestión de la ciberseguridad. Este sistema de gestión está basado en la certificación ISO 27001 de seguridad de la información y será nuestro referente de buenas prácticas de seguridad frente a ataques de hackers, filtraciones de información o usos indebidos de la información dentro de RB IBERIA. Otros conceptos como la disminución de la ocurrencia de incidentes de ciberseguridad, y la reducción y mitigación de riesgos tecnológicos son objetivos que nos marcamos en RB IBERIA, dentro de nuestro compromiso con la ciberseguridad.

Como la ciberseguridad afecta a todos los niveles del Grupo, desarrollamos programas de sensibilización y formación sobre ciberseguridad a todos nuestros empleados de oficina, así como campañas de

ciberseguridad internas de forma periódica para todos los empleados. Un ejemplo de campañas sería el desarrollo de “hacking ético”, con el fin de detectar posibles brechas de seguridad y exposiciones.

**Nuestros objetivos y esfuerzos en ciberseguridad tienen como objetivo mantenernos como una compañía segura donde trabajar.**

Durante 2023, hemos llevado a cabo campañas de *phishing* para detectar correos electrónicos fraudulentos, y se han enviado píldoras formativas a la sede central (300 empleados) con el fin de mejorar la cultura de ciberseguridad. Además, para reforzar la protección de la información en las oficinas, se ha instalado un software de impresión retenida. También se ha desplegado un sistema de EPDR (Protección, Detección y Respuesta de *Endpoints*) que nos permite optimizar la gestión de seguridad en los equipos de los usuarios.

En 2024, actualizaremos el plan de respuesta, enfocándonos en la implementación de herramientas avanzadas que fortalezcan nuestro control de ciberseguridad.

**Durante 2023 no se ha detectado ninguna brecha de seguridad informática y tampoco se han detectado hackeos ni filtraciones de información de los sistemas informáticos.**

## Protección de datos / privacidad

RB IBERIA está firmemente comprometida con la privacidad, seguridad y protección de datos personales de los que es responsable, cumpliendo escrupulosamente con la legislación europea, española y portuguesa en la materia. Los principios que rigen nuestra actuación en esta materia están recogidos en la Política de Protección de Datos Personales aprobada por nuestro Consejo de Administración.

En lo que a nuestros encargados de tratamiento se refieren, los potenciales proveedores que pudieran eventualmente tener acceso a datos de carácter personal de los que una sociedad del Grupo sea responsable son sometidos a una auditoría de privacidad, protección de datos personales y seguridad de la información, con carácter previo a su contratación, a través de un examen/cuestionario denominado *“Diligencia Debida en materia de Protección de Datos”*, el cual el proveedor debe acompañar con las oportunas evidencias y documentos acreditativos de sus respuestas y certificaciones. Dichos documentos son examinados por el Delegado de Protección de Datos del Grupo (externo), la Oficina Corporativa de Ética y Compliance y por el CISO del Grupo. Dependiendo del resultado de dicho examen, se podrá admitir o no la contratación de determinado proveedor. Durante el ejercicio 2023 un total de 51 Cuestionarios de Diligencia Debida fueron cumplimentados por los potenciales proveedores del Grupo en España y Portugal, con el correspondiente análisis interno por parte de los referidos departamentos del Grupo RB IBERIA.

El Grupo RB IBERIA cuenta con una Delegado de Protección de Datos externo, registrado ante la Agencia Española de Protección de Datos (para las sociedades españolas del Grupo) y ante *Comissão Nacional de Proteção de Dados de Portugal* (para Burger King® Portugal), el cual desarrolla las funciones previstas en la normativa sobre protección de datos personales.

**El Grupo RB IBERIA cuenta con un Delegado de Protección de Datos externo, registrado ante la Agencia Española de Protección de Datos (para las sociedades españolas del Grupo) y ante la Comisión de Protección de Datos de Portugal (para Burger King® Portugal), el cual presta de manera independiente y autónoma las funciones que le atribuye la normativa sobre protección de datos personales.**

Nuestros clientes pueden ejercer sus derechos relacionados con sus datos de carácter personal (acceso, rectificación, cancelación, oposición, limitación del tratamiento, portabilidad o supresión), así como comunicar posibles incumplimientos de la normativa sobre protección de datos personales, en los siguientes canales:

El Delegado de Protección de Datos externo es quien recibe las solicitudes de ejercicio de derechos que se



**RB IBERIA**

<https://rbiberia-canaletico.appcore.es/>



**TIM HORTONS®**

<https://thiberia-canaletico.appcore.es/>



**BURGER KING® PORTUGAL**

<https://bkportugal-canaletico.appcore.es/>



**BURGER KING® SPAIN**

<https://bkspain-canaletico.appcore.es/>



**POPEYES®**

<https://popeyes-canaletico.appcore.es/>

presentan a través del Canal Ético del Grupo. Durante el ejercicio 2023 se recibieron 154 comunicaciones relativas al ejercicio de derechos, las cuales han sido debidamente tramitadas y gestionadas a fecha de cierre del ejercicio objeto de este Informe.

RB IBERIA no ha recibido sanción ni por parte de la AEPD<sup>2</sup> ni la CNPD<sup>3</sup>, habiéndose realizado la última auditoría de protección de datos personales en el año 2023.

2. Agencia Española de Protección de Datos.

3. Comissão Nacional de Proteção de Dados de Portugal.



## 03 | NUESTRA GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL

## Hitos 2023

### DESARROLLO DEL PLAN DE TRANSICIÓN NET-ZERO

En 2023, y conforme a los resultados de nuestra huella de carbono medidos en 2022, desarrollamos el Plan de Transición Net-Zero. Este plan establece nuestra hoja de ruta para reducir las emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI) derivadas de las operaciones propias y de nuestra cadena de valor, contribuyendo a reducir nuestro impacto en el cambio climático.

### DISMINUCIÓN DE EMISIÓNES DE ALCANCE 1 Y 2

Si bien nuestras emisiones totales de alcance 1 y 2 han aumentado debido a la expansión de nuestro negocio, en el primer año de implantación del Plan de Transición Net-Zero se ha conseguido reducir un -17,3% las emisiones de alcance 1 y 2 de GEI por restaurante en un -10,6% por cada euro facturado.

### ELECTRIFICACIÓN DE LA FLOTA DE VEHÍCULOS DE REPARTO

Realizando un esfuerzo significativo desde los puntos de vista logístico y financiero, hemos incorporado en un solo año 3.890 motocicletas eléctricas para sustituir vehículos de combustión, llegando a un total de 4.128 en 2023. Esto constituye una electrificación del 68% de nuestra flota de reparto.

### REFORESTACIÓN DE ZONAS VERDES EN ESPAÑA

Hemos reforestado 18,3 hectáreas replantando 5.590 ejemplares de especies autóctonas de cada zona (Teruel, Málaga, Lugo, Guadalajara, Toledo, Huelva, Ciudad Real, Pontevedra) en función de las condiciones climáticas locales (diferentes especies replantadas como encina, roble, quejigo, cornicabra, castaños, cerezos, nogales...) compensando 8.337kg CO<sub>2</sub>eq.

### RECICLAJE DE ACEITE DE COCINAS

En 2023, hemos recogido y reciclado 2.736tn de aceite para la producción de 2.979tn de biodiésel evitando la emisión de 7.480tn de CO<sub>2</sub>eq.

### CONSUMO DE ENERGÍA DE ORIGEN RENOVABLE

En 2023 entró en vigor el contrato PPA (Precio de Compra Acordado) con Iberdrola, que suministra energía de origen garantizado 100% renovable a nuestra red en España. Gracias a este acuerdo y a la instalación de paneles solares, estimamos que cerca del 33% de la energía consumida este año por RB IBERIA ha procedido de fuentes renovables. Porcentaje que esperamos seguir aumentando significativamente en 2024.

### INSTALACIÓN DE PUNTOS DE RECARGA ELÉCTRICA

En 2021 llegamos a un acuerdo con Iberdrola para instalar 400 puntos de recarga con energía 100% verde en cerca de 200 restaurantes de Burger King® y Popeyes® en España para fomentar el uso de vehículos eléctricos entre nuestros clientes, empleados y público en general. Hemos pasado de 98 puntos de recarga en 2022 a 222 puntos en 2023, lo cual representa un crecimiento superior al 127% en un año. Con ello hemos conseguido el 55,5% de nuestro objetivo inicial para 2030.

### AUDITORÍAS INTERNAS EN LOS RESTAURANTES

Como parte del sistema de autocontrol del Área de Calidad y Seguridad Alimentaria, realizamos auditorías de manera anual. Aunque el objetivo es auditar anualmente 1/3 de nuestros restaurantes, hemos superado nuestro objetivo en 2023. En concreto, el porcentaje de auditorías realizadas en los restaurantes de cada marca es: Burger King® España: 60% | Burger King® Portugal: 79% | Popeyes®: 91% | Tim Hortons®: 100%.

### EVALUACIÓN DE PROVEEDORES

Hemos evaluado a nuestros 10 proveedores principales (que representan el 60% de las compras) para conocer su estado de madurez en materia medioambiental, así como sus compromisos y estrategia. Esta evaluación nos ha permitido abrir una vía de comunicación con ellos y avanzar en nuestro objetivo de descarbonizar la cadena de suministro. Asimismo, nos está ayudando a prepararnos para la próxima entrada en vigor de la legislación de diligencia debida en la cadena de suministro y presentación de información de sostenibilidad de la cadena de valor.

## Gestión medioambiental

Desde la gestión de residuos hasta la huella de carbono, el sector de la restauración se enfrenta a una serie de riesgos medioambientales que no solo impactan en nuestro entorno inmediato, sino también en el entorno regional y global. Considerando las necesidades de la sociedad, nuestro objetivo en RB IBERIA es seguir creciendo mientras abordamos la crisis climática, protegemos la naturaleza y contribuimos al bienestar social y económico. Tratamos de poner en marcha iniciativas que nos ayuden a transformar el sector y a generar un impacto positivo más allá de nuestros propios restaurantes y cafeterías. Creemos firmemente que podemos lograrlo a través de la gestión de nuestro impacto, incorporando prácticas sostenibles en nuestras operaciones directas y en nuestra cadena de valor.

Partiendo de la base de nuestro negocio, hemos implementado un sistema de Control y Gestión de Riesgos que nos permite mejorar la sostenibilidad de nuestras actividades e instalaciones. Este sistema se basa en establecimiento de controles (a través de políticas y procedimientos) y tiene por objeto identificar, analizar y gestionar proactivamente los riesgos ambientales para prevenirlos en la medida de lo posible y, en caso de ocurrencia, corregir o disminuir su impacto. En concreto, hemos identificado los siguientes riesgos medioambientales significativos:

### RIESGOS SIGNIFICATIVOS EN OFICINAS

- Emisiones de CO<sub>2</sub> asociadas a desplazamientos.
- Consumo eléctrico.
- Consumo de papel de impresión.

### RIESGOS SIGNIFICATIVOS EN RESTAURANTES Y CAFETERÍAS

- Emisiones de CO<sub>2</sub> asociadas a desplazamientos y equipos de los restaurantes.
- Generación de residuos.
- Suministro y uso de materias primas.
- Consumo eléctrico.
- Consumo de agua.
- Consumo de otros recursos.

A través de nuestro análisis de materialidad, identificamos los asuntos materiales para nuestra organización y para nuestras partes interesadas y los clasificamos atendiendo a su relevancia interna y externa. Asimismo, identificamos las siguientes iniciativas priorizando aquellas de mayor impacto para reducir nuestra contribución a los riesgos medioambientales:



	Bajo	Medio-bajo	Medio	Medio-alto	Alto
Emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI)					●
Consumo de energía					●
Cadena de suministro sostenible					●
Economía circular					●
Biodiversidad					●
Residuos alimentarios			●		

Iniciativas de alto impacto

Iniciativas de impacto medio-alto

Iniciativas de impacto medio-bajo

## NUESTROS OBJETIVOS

2030

**Reducir un 50%  
las emisiones de carbono**

2050

**Alcanzar la  
neutralidad climática**

Con el propósito de definir nuestros objetivos y de reducir nuestra huella medioambiental, durante el año 2023, invertimos grandes esfuerzos en el desarrollo de dos Planes clave: el **Plan Director de Sostenibilidad 2023-2026** y el **Plan de Transición Net-Zero**.

El **Plan director de Sostenibilidad 2023-2026** establece nuestra hoja de ruta en temas ESG para los próximos 3 años. Este Plan se integra progresivamente en nuestra estrategia corporativa con el fin de desarrollar un modelo de negocio con un menor impacto socio-ecológico, viable económicamente y bajo en carbono.

Por otra parte, con respecto a nuestro compromiso de contribuir a la lucha contra el cambio climático

y a mejorar la resiliencia del negocio ante posibles riesgos climáticos, el **Plan de Transición Net-Zero** fija como principal objetivo **alcanzar la neutralidad climática en 2050**. Este objetivo supone reducir las emisiones de alcance 1, 2 y 3 en un 90% con respecto al 2022. En la misma línea, el Plan define una serie de objetivos intermedios a medio plazo para el año 2030, estableciendo la reducción del 50% en nuestras emisiones de alcance 1, 2 y 3, si bien **tenemos previsto conseguir ese objetivo de reducción de los Alcances 1 y 2 con anterioridad al plazo previsto**.

Nuestros objetivos están alineados con la ambición de limitar el aumento de temperatura global a 1,5°C de acuerdo con la iniciativa *Science Based*

*Targets Initiative (SBTi)* y, por lo tanto, en línea con los compromisos y objetivos establecidos por la Unión Europea y el Acuerdo de París. Un nivel de descarbonización alineado con 1,5°C requeriría una reducción de las emisiones de GHG de Alcance 1 y 2 de un 42% para 2030:

**En RB IBERIA hemos querido ser más ambiciosos y hemos definido un objetivo de reducción del 50% en nuestras emisiones de Alcance 1, 2 y 3 en 2030 respecto a las emisiones del año base 2022.**

# Estrategia climática

## Introducción a nuestra estrategia

En RB IBERIA estamos alineados con la Agenda 2030 y comprometidos con la lucha contra el cambio climático. En 2023 desarrollamos nuestro Plan de Transición Net-Zero que define nuestra hoja de ruta para reducir en el año 2030 las emisiones de Alcance 1, 2 y 3 un 50% respecto a las emisiones de 2022 y alcanzar la neutralidad climática 2050. Las emisiones de RB IBERIA para cada tipo de alcance son:

### ALCANCE 1

Emisiones directas derivadas del uso de combustibles fósiles en fuentes estacionarias y móviles operadas y controladas, tales como calderas de gas natural o vehículos a motor para los servicios de reparto a domicilio (*Home Delivery*).

### ALCANCE 2

Emisiones indirectas procedentes del consumo eléctrico, calefacción y electricidad.

### ALCANCE 3

Emisiones indirectas relativas a la cadena de valor de nuestra compañía que se producen más allá de nuestros límites organizacionales. Estas emisiones se asocian a la actividad de nuestros principales proveedores, de nuestros productos una vez comercializados y aquellas producidas por nuestros restaurantes franquiciados<sup>4</sup>.



4. El alcance de este Estado de Información no Financiera se refiere únicamente al perímetro de las actividades de las sociedades que integran el Grupo RB IBERIA en España y Portugal y no incluye aquellas actividades, impactos, riesgos u oportunidades vinculadas a nuestros establecimientos franquiciados, salvo cuando se indique expresamente (por ejemplo, cuando se hable del “sistema”).

Las emisiones directas son aquellas que se refieren a emisiones de GEI que proceden de fuentes que controla RB IBERIA, mientras que las emisiones indirectas son aquellas que se generan fuera de nuestro control, pero como consecuencia de nuestras actividades.

Para alcanzar nuestros objetivos de descarbonización, el Plan de Transición Net-Zero identifica iniciativas para reducir las emisiones de GEI de los Alcances 1, 2 y 3 y las prioriza. Asimismo, desde un punto estratégico, hemos considerado cada uno de los alcances de emisiones como una palanca estratégica para alcanzar nuestros objetivos y hemos agrupado las iniciativas por área de impacto del proyecto.

- **Alcance 1: Objetivo** – proyecto en curso (sustitución de motocicletas).
- **Alcance 2: Objetivo** – proyecto en curso (consumo de energía renovable).
- **Alcance 3: Objetivos** – proyectos de descarbonización de cadena de suministro, reducción de desperdicio, descarbonización de operaciones franquiciadas.

Una parte significativa de las iniciativas identificadas están orientadas al trabajo con nuestra cadena de valor y la reducción de emisiones de Alcance 3. Actualmente, RB IBERIA cuenta con aproximadamente un 80% de proveedores locales y, a través de iniciativas de colaboración, estamos

trabajando en la descarbonización de nuestra cadena de suministro. Para 2030, esperamos que nuestros proveedores locales hayan reducido un 50% de sus emisiones directas y que sean neutros en carbono en 2050, facilitando así la consecución de nuestros propios objetivos.



## Nuestra huella de carbono

La huella de carbono corporativa describe y cuantifica la cantidad total de emisiones de GEI<sup>5</sup>, causadas directa o indirectamente por el Grupo. Para calcular la huella de carbono empleamos las guías y metodologías de cuantificación de *GHG Protocol*<sup>6</sup>, con las siguientes consideraciones:

- Para calcular las emisiones de Alcance 2 empleamos la metodología basada en la localización (*location-based*<sup>7</sup>) y la metodología basada en el mercado (*market-based*<sup>8</sup>). Para reportar el resultado del Alcance 2 se ha tenido en cuenta la metodología *location-based*.
- En las emisiones de Alcance 3 se ha utilizado la metodología basada en el gasto, avalada por el *GHG Protocol*, habiéndose evaluado 13 categorías de emisiones que se verifican en nuestras operaciones propias<sup>9</sup>.

Desde el año 2020 venimos trabajando en la medición de los Alcances 1 y 2. En 2022 quisimos ampliar nuestra cuantificación de la huella de carbono incluyendo el estudio de las emisiones indirectas, en especial el Alcance 3, que hemos continuado a lo largo de este año.

Las emisiones totales de RB IBERIA en 2023 han sido 254.963,85 toneladas de CO<sub>2</sub>e. Las emisiones directas de Alcance 1 suponen tan sólo un 2,98% de las emisiones totales de la organización, las emisiones de Alcance 2 suponen un 12,98%, mientras que el 84,94% corresponde a las emisiones indirectas de nuestra cadena de valor (Alcance 3). Los resultados se corresponden con el perfil típico de emisiones del sector de la restauración, determinado por la complejidad de la cadena de suministro.

Los datos pormenorizados se presentan a continuación:

### EMISIONES DE ALCANCE 1, 2 Y 3

Dentro del Alcance 1 se cuantifican las emisiones derivadas del uso de calderas de gas en nuestros restaurantes, así como aquellas procedentes de fuentes de combustión móviles (los vehículos empleados para las actividades de reparto a domicilio). En la actualidad, la mayoría de las emisiones de Alcance 1 corresponden a fuentes de combustión estacionaria, mientras que un porcentaje menor corresponde a fuentes móviles. No obstante, hemos conseguido reducir en un 42% el porcentaje de emisiones derivadas de nuestros vehículos de reparto gracias al cambio realizado de vehículos de combustión a motocicletas eléctricas.

Las emisiones de Alcance 2<sup>10</sup> son aquellas derivadas del consumo de energía eléctrica en todos nuestros restaurantes, cafeterías y en las oficinas de España y Portugal. Para calcularlas, utilizamos la intensidad media de las emisiones de producción eléctrica de las redes del país en el que se opera y en las que se produce el consumo (España y Portugal).

**Nuestras emisiones de Alcance 1 y 2 han disminuido 5,5% a pesar de que nuestra red de restaurantes y cafeterías han aumentado un 42,74%** y nuestra cifra de negocio se ha incrementado en un 32%. Los indicadores de intensidad carbónica (medidos en tCO<sub>2</sub>e / Restaurante o en gCO<sub>2</sub>e / € facturado), nos permiten realizar un seguimiento de las emisiones de Alcance 1 y 2 con independencia de nuestro crecimiento. Así, hemos reducido las emisiones totales pero también hemos sido más eficientes: **la intensidad carbónica ha disminuido en un 33,76% si consideramos las toneladas de CO<sub>2</sub>e emitidas por restaurante y un 28,36% para las toneladas de CO<sub>2</sub>e emitidas por euro facturado**. Por lo tanto, consideramos que las políticas y medidas de reducción de emisiones que estamos implementando son eficaces.

Esta reducción de emisiones se debe al reemplazo de la flota de vehículos de reparto de combustión por motocicletas eléctricas, al acuerdo de compra PPA de

5. GEI: Gases de Efecto Invernadero.

6. El GHG Protocol es la metodología de cálculo las emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GHG) más usada internacionalmente. Toma en consideración los Alcances 1, 2 y 3 de emisiones de GHG y cubre la contabilidad y el reporte de los seis GEI previstos en el Protocolo de Kioto: dióxido de carbono (CO<sub>2</sub>), metano (CH<sub>4</sub>), óxido nitroso (N<sub>2</sub>O), hidrofluorocarbonos (HFCs), perfluorocarbonos (PFCs) y hexafluoruro de azufre (SF<sub>6</sub>).

7. El método de cálculo *location-based* refleja las emisiones por consumo de electricidad de los establecimientos RB IBERIA, usando la intensidad media de emisiones de las redes del país en el que opera y en las que se produce el consumo.

8. El método de cálculo *market-based* refleja las emisiones por el consumo de electricidad de los establecimientos de RB IBERIA, usando los factores de emisión específicos de las comercializadoras contratadas.

9. Se ha utilizado 2022 como año de base.

10. Las emisiones de Alcance 2 se presentan conforme al cálculo basado en la localización.

energía renovable con certificado GDO (Garantía De Origen), al aumento del autoconsumo a partir de los paneles solares instalados en nuestros restaurantes y a la implantación de medidas de eficiencia energética.

Considerando la reducción alcanzada en un año, **estimamos que seremos capaces de alcanzar nuestro objetivo de reducción del 50% en nuestras emisiones de Alcance 1 y 2 antes del 2030.**

En cuanto a las emisiones de Alcance 3, en 2023 muestran un importante descenso con respecto a las de 2022. Esto se explica, entre otros factores, por las diferencias en los métodos de cálculo utilizados con el objetivo de perfeccionar los análisis y lograr cálculos más exactos y detallados, utilizando para ello una avanzada herramienta de cálculo de emisiones.

No obstante, estamos convencidos de la contribución de nuestras iniciativas para seguir minimizando nuestras emisiones de Alcance 3. Entre estas iniciativas, cabe destacar el aumento de la contratación de proveedores de proximidad alcanzando cerca del 80% de nuestros proveedores en España, así como la eliminación de la gran mayoría de residuos de plástico, comprando productos fabricados a partir de materiales reciclados e implantando una estrategia de circularidad que, por ejemplo, ha transformado nuestros residuos de aceite en biocombustible. Estas y otras iniciativas se explican en detalle en las siguientes secciones de este informe. Creemos que estas iniciativas **nos permitirán alcanzar nuestro objetivo de reducir en un 50% nuestras emisiones de Alcance 3 en 2030 con respecto a las de 2022.**

ALCANCE 1 Y 2 (emisiones tCO <sub>2</sub> e) y datos de intensidad			
	2023	2022	2023 vs 2022
Emisiones totales (1 y 2) tCO <sub>2</sub> e	47.131	49.845	-5,4%
Cifra de negocios consolidada (€)	1.188M€	900,9M€	32%
Restaurantes (número)	905	634	42,74%
tCO <sub>2</sub> e / Restaurante	52,07	78,62	-33,76%
gCO <sub>2</sub> e / € facturado	39,67	55,38	-28,36%

ALCANCE 3 (emisiones tCO <sub>2</sub> e)		
	2023	2022
Productos y servicios	191.606,58*	459.262,64
Bienes de equipo	17.803,81	26.981,90
Combustible y energía	4.102,09	10.481,25
Transporte de la cadena de suministro	1.635,37	2.954,82
Residuos	833,36	379,71
Viajes de negocios	188,54	233,25
Emisiones de los empleados <i>in itinere</i>	20.400,00	20.400,00
Productos al final de su vida útil	508,1	385,3
Franquicias	17.886	15.094,18
<b>Total de emisiones Alcance 3</b>	<b>254.963,85</b>	<b>536.173,05</b>

n.d.: Para el cálculo de la categoría de combustible y energía, según la metodología utilizada en 2023, no se ha tenido en cuenta el combustible utilizado por los vehículos particulares de los Gerentes.

\*La diferencia significativa respecto al año anterior se debe a una nueva metodología utilizada para el cálculo de emisiones.

**Progresamos hacia una descarbonización progresiva, como muestran las reducciones de intensidad en emisiones por restaurante o por facturación. Nuestro consumo creciente de energía renovable, así como la incorporación progresiva de motocicletas eléctricas ayudará en un futuro a mejorar también las emisiones totales.**

## Iniciativas estratégicas vinculadas a nuestra huella de carbono

La descarbonización de nuestras operaciones se ha establecido como eje central de nuestra gestión sostenible. Prueba de ello son las diversas acciones, políticas, sistemas de control y el Plan de Transición Net-Zero con objetivos específicos desarrollados e implementados en los últimos años.

Así pues, hemos definido unas palancas estratégicas o ejes sobre los que trabajar con el objetivo de identificar e implementar iniciativas para reducir nuestra huella de carbono en los tres alcances del cálculo de emisiones:

- **Alcance 1:** Mejoras en la movilidad.
- **Alcance 2:** Mejoras en el suministro y uso de la energía.
- **Alcance 3:** Compras bajas en carbono, implementación de una estrategia de circularidad y colaboración con nuestras partes interesadas.

Conforme al **Plan de Transición Net-Zero**, hemos identificado una serie de acciones enmarcadas en siete áreas de impacto, en las que venimos trabajando desde hace años:

INICIATIVAS RELACIONADAS CON EL PLAN DE TRANSICIÓN NET-ZERO	
<b>ALCANCE 1</b>	
Movilidad sostenible	Reemplazo progresivo de la flota de motocicletas de reparto con motor de combustión a motocicletas eléctricas.
Eficiencia energética	Implementación de medidas de eficiencia energética de los equipos de nuestros restaurantes (calderas, frigoríficos, etc.).
<b>ALCANCE 2</b>	
Energías renovables	<p>Compra y generación de energías renovables para uso propio.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Instalación de paneles solares fotovoltaicos en los restaurantes propios para asegurar la autogeneración de energía renovable solar.</li> <li>Compra de energía renovable a través de Garantías de Origen y acuerdos de compra a precio pactado (PPA, por sus siglas en inglés).</li> </ul>
Eficiencia energética	Eficiencia energética para la reducción del consumo no relacionado con la preparación de alimentos.
<b>ALCANCE 3</b>	
Compras bajas en carbono	<ul style="list-style-type: none"> <li>Evaluación de la estrategia ambiental de los 10 proveedores prioritarios de RB IBERIA para la posterior fijación de objetivos de reducción de su huella de carbono.</li> <li>Incorporación de principios de eficiencia energética en las inversiones capitales que requieran un uso intensivo de energía. Por ejemplo: para la compra de nuevos sistemas de aire acondicionado se requiere que los sistemas sean de CO<sub>2</sub> de bajo potencial de cambio climático, establecer un requisito de selección de proveedores locales para la descarbonización de la cadena de suministro reduciendo las emisiones debidas al transporte, establecer un requisito para la compra de productos con el menor <i>packaging</i> posible, o exigir la compra de materiales auxiliares reciclados o con un porcentaje de materiales reciclados.</li> </ul>
Economía circular	<ul style="list-style-type: none"> <li>Consolidación de una estrategia de economía circular que tiene por objeto reducir el consumo de recursos tales como papel, plástico y empaquetado, así como la reducción de residuos asociados a estos.</li> <li>Reducción de los residuos de alimentos y envases.</li> <li>Uso de materiales de envase y embalaje que sean compostables.</li> <li>Continuar con el reciclado de aceite para producir biocombustible.</li> <li>Compra de productos fabricados a partir de materiales reciclados: <ul style="list-style-type: none"> <li>Uso de plásticos y de material reciclado para la construcción de diversas zonas del restaurante (fachadas, mobiliario de las terrazas, y zonas infantiles, entre otras).</li> <li>Uso de coronas y manteles fabricados con fibras de papel reciclado.</li> </ul> </li> </ul>
Colaboración con partes interesadas	<ul style="list-style-type: none"> <li>Identificación de proveedores prioritarios y análisis de su estado de madurez en relación con la gestión climática corporativa.</li> <li>Mejora del cálculo de las emisiones asociadas a las franquicias de RB IBERIA, a través de la inclusión del Alcance 3.</li> <li>Píldoras de información para generar sensibilización entre los empleados de RB IBERIA.</li> </ul>
<b>ALCANCE 1, 2 Y 3</b>	
Proyectos con impacto en varias áreas del negocio	Contratación de una herramienta software de cálculo de huella de carbono durante el período 2023-2024.

**De acuerdo con nuestros cálculos, cuando reemplacemos el 90% de nuestra flota de vehículos por motocicletas eléctricas y el 90% del suministro energético sea de origen renovable, alcanzaremos una reducción superior al 80% de nuestras emisiones de carbono de Alcances 1 y 2.**

## **Iniciativas estratégicas: Resultado de nuestro progreso en 2023**

La descarbonización de nuestras operaciones se ha establecido como eje central de nuestra gestión sostenible, prueba de ello son las diversas acciones, políticas, sistemas de control y el Plan de Transición Net-Zero desarrollados e implementados en los últimos años.

A continuación, se describen en mayor detalle las iniciativas que estamos desarrollando con relación a nuestras palancas estratégicas para alcanzar nuestro objetivo de neutralidad en carbono:

### **ENERGÍAS RENOVABLES**

#### **Instalación de paneles fotovoltaicos**

Uno de los pilares claves de nuestro Plan de Transición Net-Zero es aumentar nuestro consumo

eléctrico de origen renovable y reducir las emisiones derivadas de la compra de electricidad.

Durante 2023 hemos continuado con la instalación de paneles solares fotovoltaicos en restaurantes propios, consiguiendo implantar esta tecnología en 230 restaurantes de España y Portugal, generando 5.947.696 kWh de energía solar (**un 9,38% más que en 2022**). EDP gestiona el diseño, la realización, la puesta en marcha de los sistemas de autoconsumo y la posterior gestión de las instalaciones durante los primeros 15 años, a través de un acuerdo *“as a service”* de venta de electricidad 100% renovable. Transcurrido ese tiempo, en Burger King® España contamos con el derecho de opción de compra sobre las plantas fotovoltaicas instaladas para explotarlas bajo nuestra propiedad.

Nuestro objetivo es seguir instalando paneles fotovoltaicos en restaurantes de nueva apertura, así como en aquellos que tengan que ser sometidos a obras de rehabilitación, siempre que sea posible su instalación. En el Plan de Transición Net-Zero se incluye el objetivo de aumentar el número de restaurantes con autogeneración de energía renovable a 420 en 2030. Estimamos que a través de esta iniciativa podremos reducir nuestras emisiones de Alcance 2, generadas por la compra de energía eléctrica. Esta medida, junto con el resto de las acciones planteadas en el Plan de Net-Zero, nos permitirán alcanzar nuestros objetivos de descarbonización. Es más, gracias a la instalación de paneles solares fotovoltaicos, **durante 2023 evitamos 1.523 toneladas de CO<sub>2</sub> eq** debido a la autogeneración de energía renovable.



## Compra de energía renovable

Somos conscientes de que la autogeneración de energía renovable no es suficiente para reducir nuestras emisiones para el 2050. Por ello, estamos trabajando para aumentar el consumo de energía renovable a través de la compra de Garantías de Origen o mediante acuerdos de compra de energía renovable (PPA, por sus siglas en inglés, *Power Purchase Agreement*). Las Garantías de Origen son certificados que acreditan que la energía generada por una empresa se ha producido mediante cogeneración de alta eficiencia o a través de fuentes 100% renovables, como eólica, hidráulica, solar, geotérmica, biomasa, etc. Estos certificados se transfieren a los proveedores para justificar el origen "verde" de la energía que suministran a sus clientes.

En esta línea, en abril de 2022, formalizamos un contrato a largo plazo con Iberdrola para la compra de energía renovable, la cual supone una parte importante del consumo total de la compañía. El suministro de energía de fuentes sostenibles 100% garantizado comenzó el 1 de enero de 2023 y la duración del contrato fue fijada para el período 2023-2033, con un volumen de compra de 70 GWh en 2023 y de 150 GWh para los ejercicios restantes, que podrá ser adaptada en los próximos años en función de las necesidades de la compañía. A cierre de 2023, el 31% de nuestra compra de electricidad ha procedido de fuentes de energía renovable, estando previsto superar el 60% en 2024 y siendo nuestro objetivo alcanzar prácticamente el 100% para 2030.

## Aerotermia

Desde 2021 trabajamos en la instalación de sistemas de aerotermia en las sociedades de Burger King® España, Burger King® Portugal y Popeyes®. Las bombas de calor aire-agua son generadores de calor reconocidos como energía renovable por la normativa europea, ya que son sistemas que no requieren de combustibles fósiles para su funcionamiento. Estos sistemas constan de una bomba de calor en el exterior de los restaurantes y de un módulo hidráulico cuya finalidad es la

transmisión de la energía de la bomba de aire al circuito de calefacción. Dado que la aerotermia utiliza como fuente de energía el aire, es un sistema que se basa en una energía renovable gratuita disponible las 24 horas del día, lo que ofrece muchas ventajas respecto a otros sistemas.

En 2023, RB IBERIA ha instalado un total de 65 sistemas de aerotermia para disponer de esta tecnología en un total de 232 restaurantes y contribuyendo a la reducción de nuestras emisiones de Alcance 1 desde el año 2021.



## EFICIENCIA ENERGÉTICA

El Plan de Transición fue desarrollado en 2023 con el objeto de definir nuevas acciones e incorporar medidas ya realizadas de ahorro y eficiencia energética en todos los restaurantes propios de RB IBERIA. El objetivo de esta estrategia es reducir las emisiones de Alcance 1 y 2 un 50% en 2030 tomando como referencia las emisiones de 2022 y adquirir el 100% de energía renovable. Este objetivo se ha incorporado en el nuevo Plan de Transición Net-Zero desarrollado en 2023.

### Instalación de contadores inteligentes

Desde 2021 instalamos contadores inteligentes en nuestros restaurantes Burger King® España, Burger King® Portugal y Popeyes®. Para ello, mantenemos un acuerdo con la compañía ODF Energía (Grupo EiDF) la cual nos gestiona la instalación de contadores con telemedida, tanto para los restaurantes que no contaban con esta medida como para aquellos cuya apertura esté prevista en los próximos cinco años.

La finalidad de los contadores inteligentes es realizar una gestión más eficiente del consumo eléctrico ya que realiza lecturas reales. Este sistema nos proporciona datos en tiempo real sobre nuestro consumo de electricidad, permitiéndonos tomar decisiones más rápidas y mejor informadas sobre el consumo de energía en los restaurantes y facilitándonos la implementación de buenas prácticas de eficiencia energética.

Durante el año 2023, hemos instalado un total de 96 nuevos contadores en nuestros restaurantes, consiguiendo la instalación de 566 contadores inteligentes en total durante el periodo de 2021-2023 y superando el objetivo marcado a corto plazo de instalar 447 contadores.

### Instalación de sistemas de refrigeración de CO<sub>2</sub>

Desde 2019 trabajamos para instalar sistemas de refrigeración que empleen el dióxido de carbono (CO<sub>2</sub>) en nuestros restaurantes de nueva construcción. Los sistemas elegidos son los denominados Green&COOL de Carrier, proveedor de innovación en materia de climatización y tecnología para la edificación.

Los sistemas de refrigeración que funcionan con CO<sub>2</sub> poseen un menor impacto ambiental puesto que dicho gas tiene un potencial de calentamiento global significativamente inferior al de los refrigerantes sintéticos tradicionales tales como los hidrofluorocarbonos (HFC). Además, se considera que los sistemas que funcionan con CO<sub>2</sub> no perjudican a la composición atmosférica puesto que este se encuentra de forma natural y no reacciona con otros gases presentes en la misma. De esta forma, conseguimos disminuir nuestra contribución al calentamiento global y reducir nuestras emisiones directas de Alcance 1.

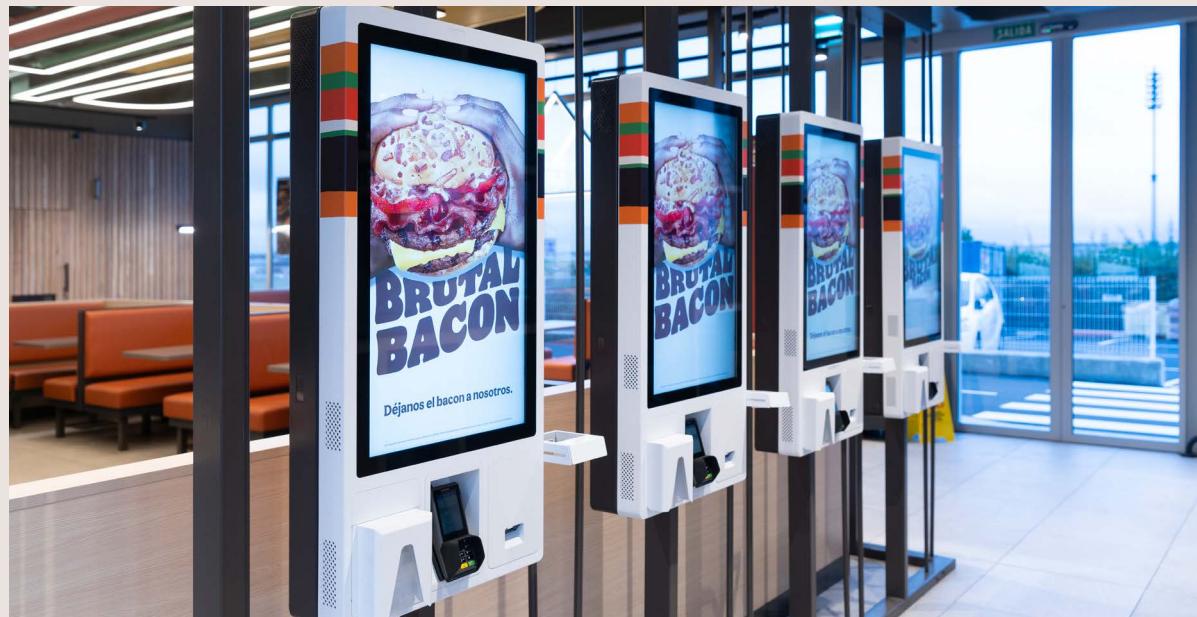
Desde 2019, hemos instalado un total de 170 equipos, 58 de ellos durante 2023.

### Reducción del consumo eléctrico procedente de los kioscos de los restaurantes

En RB IBERIA hemos programado los kioscos de los restaurantes para que entren automáticamente en modo “stand by” de 01:00 a.m. a 11:00 a.m. horas. Esto ha reducido el consumo de cerca de 5.000 kioscos en todo RB IBERIA.

Asimismo, estamos actualizando los kioscos con nuevo hardware y tecnología LED que los hace más eficientes en el consumo. A cierre de 2023, el 20% de los kioscos habían sido actualizados. Esperamos que el cambio del 80% restante se complete en los próximos dos o tres años.

**Seguiremos incorporando medidas de ahorro y eficiencia energética con el objetivo de que el 100% de nuestra energía sea de origen renovable.**



## INICIATIVAS PARA MEJORAR LA EFICIENCIA ENERGÉTICA EN RESTAURANTES Y OFICINAS

### Medidas en restaurantes

De entre las medidas destinadas a reducir el consumo eléctrico en nuestros restaurantes, destacamos la instalación de unos 5.000 kioscos de venta para que automáticamente entren en modo *stand by* de 01:00 am a 11:00 am horas. Además, se está llevando a cabo una actualización progresiva de los kioscos mediante la incorporación de nuevo hardware y tecnología LED, lo que los hace más eficientes en términos de consumo eléctrico. Actualmente, el 20% de los kioscos ya han sido actualizados, y se proyecta completar el cambio total en un plazo estimado de 2 o 3 años.

### Medidas en oficinas

En RB IBERIA también estamos trabajando para reducir el consumo energético en nuestras oficinas. En este sentido, hemos llevado a cabo el cambio de hardware utilizado para el cálculo de nóminas. El nuevo hardware, más potente, permite realizar los cálculos de manera más rápida y eficiente. Como resultado, el tiempo de procesamiento de nóminas se ha reducido de 8 horas a menos de 2 horas, lo que contribuye significativamente a un menor consumo de energía eléctrica.

### Otras medidas para mejorar la eficiencia energética

- Implementación de buenas prácticas para el uso de los sistemas eléctricos y en la reducción de pérdidas de energía.
- Instalaciones eléctricas con iluminación LED y volumétrica en todos los restaurantes.
- Locales aislados para favorecer la eficiencia y optimizar el uso de la calefacción/aire acondicionado.
- Instalación de equipos más modernos donde el uso de la energía es un parámetro crítico.
- Utilización de parrillas *broiler* eléctricas para sustituir las de gas en restaurantes nuevos y aquellos que se remodelen.
- Utilización del sistema de aislamiento en ventanas como *GuardianSun* y fachada ventilada.
- Instalación de farolas exteriores solares.

## MOVILIDAD SOSTENIBLE

Apostamos por la movilidad sostenible como eje fundamental de nuestro Plan de Transición Net-Zero y la consiguiente consecución de nuestros objetivos de reducción de emisiones a 2030 y 2050. Algunas de nuestras iniciativas en este ámbito se resumen a continuación:

### Modelo de reparto a domicilio

En 2023, en consonancia con las nuevas tendencias de consumo, el servicio de entrega a domicilio ha experimentado un continuo crecimiento. En este contexto, y para poder responder a las necesidades de nuestros clientes, estamos apostando por la incorporación de motos eléctricas en nuestra

flota de reparto, lo que nos permite reducir las emisiones asociadas a los tradicionales vehículos de combustión que emplean combustibles fósiles tales como gasoil o diésel.

Una iniciativa clave para avanzar en nuestros compromisos de movilidad sostenible, es el contrato firmado entre Burger King® y NUUK Mobility Solutions, proveedor español que facilita la compra y mantenimiento de motos eléctricas. Aunque el contrato inicial contemplaba la compra de 2.500 motos, nuestro convencimiento de las ventajas de este programa ha hecho que hayamos incorporado 3.890 motos en 2023.

Los empleados de Burger King® España encargados del reparto a domicilio conducen esta nueva flota

eléctrica por toda España. La carga de estos vehículos se realiza con energía verde a través de placas solares y a través de los contratos de energía renovable contratada por el Grupo.

**De acuerdo con el Plan de Transición Net-Zero, nuestro objetivo establece la sustitución del 100% de nuestra flota de reparto a domicilio con motos eléctricas antes del 2030.**

Mediante el establecimiento de una flota de reparto 100% eléctrica esperamos reducir más del 80% de las emisiones correspondientes a fuentes móviles de nuestro Alcance 1 antes del 2030 (con respecto a 2022).



### ELECTRIFICACIÓN DE LA FLOTA DE MOTOCICLETAS DE REPARTO A DOMICILIO

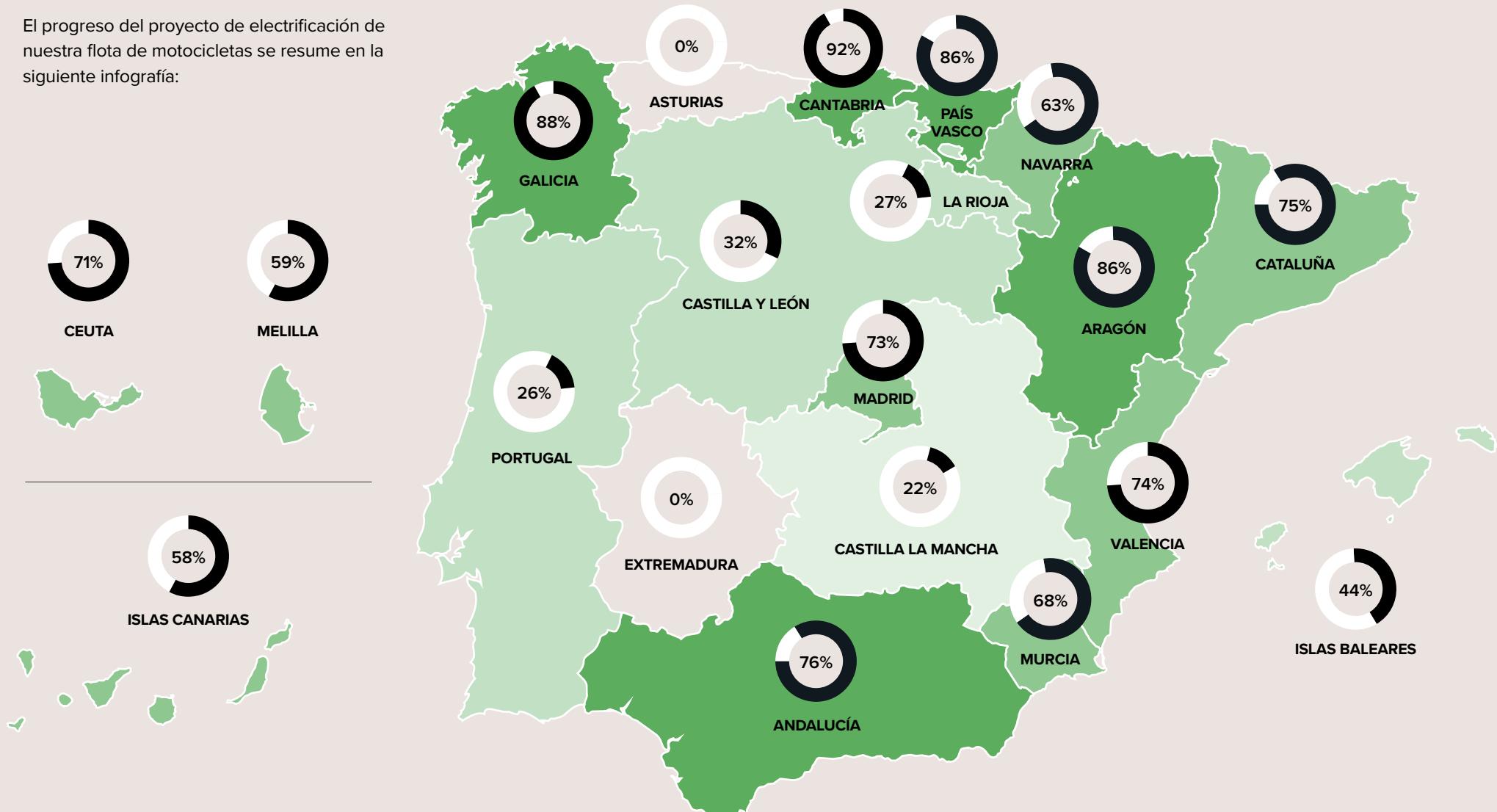
En 2023 hemos continuado avanzando en nuestro objetivo de electrificación de la flota de motocicletas de reparto. Realizando un esfuerzo significativo desde los puntos de vista logístico y financiero, en los últimos años hemos conseguido incorporar 4.128 motocicletas eléctricas sustituyendo las motocicletas de combustión. En 2023, incorporando 3.890 motocicletas eléctricas, hemos conseguido que el 68% de nuestra

flota de vehículos de reparto sea eléctrica en concreto en Burger King® España, Burger King® Portugal y Popeyes® España. Hemos estimado que esto ha evitado la emisión de 5.118,72 toneladas de CO<sub>2</sub>e solo este año\*. Si tenemos en cuenta que un árbol absorbe una media de 20 kg al año de CO<sub>2</sub>, el uso la flota en 2023 ha sido equivalente a plantar 255.936 árboles.

\* Todos los datos son aproximaciones y están calculados en función a lo que contamina la motocicleta equivalente de combustión de 50cc.

## Movilidad sostenible 2023

El progreso del proyecto de electrificación de nuestra flota de motocicletas se resume en la siguiente infografía:



## Instalación de puntos de recarga eléctrica

Hemos querido extender nuestro compromiso de movilidad sostenible más allá de nuestra cadena de valor. Para conseguirlo, en 2023 hemos continuado apostando por la instalación de puntos de recarga para vehículos eléctricos en los restaurantes de Burger King® y Popeyes® en España, alcanzando 123 restaurantes con un total de 222 puntos de recarga que podrán ser utilizados por todos nuestros clientes, empleados y público en general.

**En la actualidad contamos con 222 cargadores instalados en los restaurantes Burger King® y Popeyes®.**

En este esfuerzo por llevar la sostenibilidad más allá de nuestras operaciones se enmarca el acuerdo que alcanzamos con Iberdrola en 2021, que contempla la instalación de 400 puntos de recarga con energía 100% verde en cerca de 200 restaurantes de ambas marcas.

La iniciativa incluye la instalación de puntos de recarga súper rápida (150kW), rápida (50kW) y semi rápida (22kW), que estarán geolocalizados y gestionados a través de la App de Recarga Pública de Iberdrola. Gracias a su instalación, los usuarios podrán recargar la batería de sus coches eléctricos en un tiempo aproximado de entre 15 y 30 minutos con energía 100% verde.



Mediante esta alianza, avanzamos en nuestra apuesta por la sostenibilidad integral en el desarrollo de la actividad y la reducción de la huella de carbono, utilizando nuestra red de restaurantes para promover el uso de vehículos eléctricos. Hemos pasado de 98

puntos de recarga en 2022 a 222 cargadores en 2023, lo cual representa un crecimiento superior al 127% en un año. Este crecimiento nos ha llevado a una **consecución del 55,5% de nuestro objetivo inicial de disponer de 400 cargadores para 2030**.

## Restaurantes sostenibles

A continuación, se desglosan las iniciativas que estamos implementando con el fin de desarrollar un modelo de restaurantes sostenibles. La figura explica los principales componentes de este diseño que implantaremos progresivamente a lo largo de nuestra red.



Uso de energía verde y renovable



Apuesta por proveedores y materias primas de proximidad



Estrategia de economía circular



### SISTEMA DE DESCONTAMINACIÓN DEL AIRE

Nuestra marca Popeyes® ha colaborado con Tecnoseñal para implementar un avanzado sistema de descontaminación del aire en sus restaurantes. La tecnología Pureti, basada en la técnica fotocatalítica, se aplica mediante nebulización en tótems publicitarios, elementos de imagen exterior y señalización. Esta tecnología, segura y formulada con nanopartículas de dióxido de titanio, reacciona a los rayos UVA, convirtiendo las superficies en descontaminantes. Además de purificar el aire, elimina el 99% de bacterias y mohos, y se autolimpia con el agua de lluvia.

Como parte de la iniciativa de RB IBERIA de incorporar el ecodiseño, Popeyes® adopta estrategias sostenibles, como terrazas recicladas y la integración de Pureti en las fachadas. Esta medida contribuye al diseño ecológico y a la descontaminación del aire. Además, Popeyes® ha aplicado Pureti en tótems, logotipos, menús exteriores y áreas de reciclaje, evidenciando su compromiso con prácticas ambientales y tecnologías innovadoras.

## Gestión de la energía

En nuestra búsqueda de iniciativas y acciones directas para contribuir en la mitigación del cambio climático y la consecución de un futuro sostenible, la gestión energética de nuestra organización es un pilar fundamental.

En 2023 hemos seguido trabajando en la medición y recopilación de datos que nos permiten hacer un seguimiento detallado y exhaustivo de nuestros principales indicadores en materia de energía. A continuación, se detallan los consumos totales de energía y combustible de la compañía.

### Consumo de electricidad

La mayoría de electricidad que se consume en las operaciones de RB IBERIA procede de la red eléctrica y, en menor medida, de los paneles fotovoltaicos instalados en 236 restaurantes.

Durante el ejercicio 2023, el consumo energético ascendió a 228.814.457,62 kWh con el desglose que se indica en la tabla a la derecha (tabla 4).

Considerando el contrato PPA (*Power Purchase Agreement*, o acuerdo de compra de energía) con Iberdrola que entró en vigor durante 2023, aproximadamente un 31% (70 GW) de nuestra compra de electricidad durante 2023 ha procedido de fuentes de energía renovable, **siendo nuestro objetivo aumentar este consumo a entorno de un 70% en 2024 y llegar al 100% antes de 2030.**

	CONSUMO DE ENERGÍA ELÉCTRICA (kWh)			
	2023		2022	
	Consumo por sociedad	Consumo medio por restaurante	Consumo por sociedad	Consumo medio por restaurante
 Burger King® España	171.640.835	278.675	153.909.796	285.150
 Burger King® Portugal	36.546.739	239.128	8.296.147	299.861
 Popeyes®	19.818.746	249.816	13.088.750	264.865
 Tim Hortons®	808.136	161.627	428.496	87.152
 Total	<b>228.814.456</b>	<b>268.221</b>	<b>153.893.282</b>	<b>234.257</b>

### Generación de energía eléctrica renovable

Durante el 2023 hemos aumentado un 10% la autogeneración de energía renovable, en línea con nuestro compromiso de incrementar el número de restaurantes con instalaciones de paneles

fotovoltaicos, en aquellos restaurantes donde se dan las condiciones para esta instalación. Con esta inversión, el 3% del consumo de energía en 2023 procedía de autoconsumo solar.

	AUTOGENERACIÓN (kWh)	
	2023	2022
  Burger King® España y Popeyes®	5.947.696 kWh	5.390.641 kWh

## Consumo de combustibles fósiles

Aunque durante 2023 hemos hecho uso de combustibles fósiles para poder seguir desarrollando nuestras operaciones y actividades de restauración y en la entrega a domicilio, reconocemos la necesidad imperiosa de descarbonizar dichos procesos con el fin de alcanzar nuestros objetivos de reducción de emisiones de GHG a 2030 y 2050.

Como se puede observar en la siguiente tabla, RB IBERIA ha reducido su consumo de gasolina en un 13,4% durante el año 2023 en comparación con el consumo del año 2022. No obstante, el consumo de diésel ha aumentado un 15,6% debido al aumento de nuestro negocio y a la incorporación de nuevos restaurantes a nuestra red en Portugal, que esperamos poder comenzar a reducir en próximos ejercicios.

Prueba de nuestro compromiso por descarbonizar nuestros procesos y reducir el uso de combustibles fósiles, es el esfuerzo económico y logístico realizado para electrificar nuestra flota de reparto cambiando los antiguos vehículos de combustión de gasolina y gasoil por motocicletas eléctricas.

	CONSUMO DE COMBUSTIBLES FÓSILES (litros)					
	2023		2022		2023 vs 2022	
	Consumo gasolina	Consumo diésel	Consumo gasolina	Consumo diésel	Diferencia gasolina	Diferencia diésel
 Burger King® España	937.084	147.883	1.152.591	143.854	-18,7%	+2,8%
 Burger King® Portugal	60.453	39.809	32.203	30.047	+ 87,7%	+ 32,5%
 Popeyes®	114.032	19.912	75.701	1.340	+ 50,6%	+ 1.385,9%
 Tim Hortons®	-	-	-	-	-	-
 Total	<b>1.111.569</b>	<b>207.604</b>	<b>1.260.495</b>	<b>175.241</b>	<b>-13,4%</b>	<b>+ 15,6%</b>
Consumo l / restaurante	<b>1.229,61</b>	<b>229,65</b>	<b>1.988,16</b>	<b>276,40</b>	-	-

## CONSUMO DE GAS NATURAL

Durante 2023 se han consumido un total de 53.706.380 millones de kWh de gas natural repartido entre las diferentes marcas de la compañía. En la actualidad, empleamos el gas natural en las calderas de nuestros restaurantes con fines de climatización.

El aumento absoluto en los consumos de gas natural en 2023 (27.81%) respecto de 2022 está relacionado con el aumento en el número total de restaurantes y cafeterías (78 nuevos restaurantes y cafeterías en España y Portugal) y el consecuente aumento del gasto energético en las operaciones de la compañía.

	CONSUMO DE GAS (kWh)				
	2023		2022		Proveedor
	Consumo por sociedad	Consumo medio por restaurante	Consumo por sociedad	Consumo medio por restaurante	
 Burger King® España	30.993.394	156.532	33.896.520	254.382	MET
 Burger King® Portugal	18.483.754	166.520	1.776.851	154.508	GOLDENERGY / GALP / EDP
 Popeyes®	4.229.231	124.389	3.092.387	137.437	MET
 Tim Hortons®	-	-	-	-	-
 Total	<b>53.706.380</b>	<b>156.578</b>	<b>38.765.760</b>		



## CONSUMO DE GASOLINA Y GASOIL

Estamos inmersos en un proceso de reemplazo y transformación de nuestro servicio a domicilio que comenzó en 2022. Gracias a este firme compromiso, en 2023 hemos conseguido electrificar el 68% de nuestra flota de motos de reparto a domicilio y sólo nos resta un 30% de vehículos que funcionan con combustibles fósiles.

Gracias a la electrificación de nuestra flota de motocicletas de reparto hemos conseguido reducir el consumo total de gasolina (13,4%) respecto a 2022.

## Economía circular

**En RB IBERIA queremos capitalizar los esfuerzos actuales en circularidad y convertirnos en un referente para el sector gracias a los nuevos proyectos y planes.**

El concepto de economía circular representa un cambio fundamental del modelo lineal tradicional de "comprar, utilizar, desechar" a un enfoque más sostenible y regenerativo. En una economía circular, los recursos se utilizan de forma eficiente, los residuos se reducen al mínimo y los productos se diseñan para tener una vida útil más larga, con materiales que se reutilizan, reacondicionan, refabrican y reciclan. Desde RB IBERIA, hemos identificado la economía circular como uno de los pilares clave de nuestro Plan Director de Sostenibilidad (2023-2026).

**Durante 2023 y como parte del desarrollo del Plan Director de Sostenibilidad, hemos definido una hoja de ruta en materia de economía circular fundamentada en tres líneas de acción: identificación de oportunidades de circularidad, origen de las materias primas y gestión sostenible de los residuos.**

Como parte de estas líneas de acción trabajaremos para establecer durante el periodo de 2023-2026 las medidas que se describen a continuación.



## Compromisos en economía circular

En RB IBERIA estamos comprometidos con impulsar la circularidad en nuestras operaciones y por ello, nuestra intención es desarrollar una política de contribución a la economía circular dirigida a todos nuestros grupos de interés para establecer los principios y criterios que regirán las actuaciones respecto a la transición a modelos de negocio más circulares en RB IBERIA. Esta política incluirá directrices de diseño circular y ecodiseño de nuestros productos, envases, edificios, mobiliario y uniformes, y gestión de la eliminación de residuos.

- Impulsar el aumento de materias primas de origen sostenible a través de la identificación de certificaciones y etiquetas de origen sostenible (ej. EU organic, el sello Welfair o FSC Recycled) y mediante el desarrollo de un mapa de indicadores de proveedores. Nuestro objetivo es aumentar la proporción de materias primas de origen sostenible y materias circulares.
- Reforzar el proceso de gestión de residuos a través de tres pilares: plan de gestión y valorización, certificación y sensibilización de los clientes.
- Identificar todas las áreas en las que la minimización de residuos, incluyendo la introducción de proyectos de digitalización que minimicen nuestro consumo de recursos tales como el papel.

**En RB IBERIA, asumimos el compromiso de reducir el consumo de papel mediante la digitalización y firma electrónica de todos nuestros contratos. Esta iniciativa nos permite evitar la impresión de más de 350.000 hojas de papel anualmente.**

### RESIDUOS Y ENVASES EN NUESTROS RESTAURANTES

Burger King® España comenzó a eliminar el plástico de un solo uso en 2019 con el objetivo de reemplazar este material por alternativas más sostenibles. Desde entonces productos como las pajitas, las icónicas coronas o nuestros manteles están compuestos de materiales más sostenibles o reciclados.

Los residuos generados en nuestros establecimientos son aceite usado, restos de comida, papel, cartón, envases y embalajes en general. De acuerdo con la legislación aplicable, se consideran no peligrosos y no requieren de tratamiento previo antes de su disposición final.

Desde RB IBERIA y como parte de nuestro Plan Director de Sostenibilidad, seguiremos trabajando para implementar medidas que reduzcan los residuos generados por nuestra organización en los próximos años. Todos nuestros restaurantes cuentan con recipientes de segregación en las cocinas y las salas para verter los residuos de forma adecuada y prepararlos para su correcta clasificación y gestión. En la misma línea y para promover la importancia del reciclaje entre nuestros clientes, contamos también con recipientes de segregación en las zonas exteriores de nuestros restaurantes para separar los envases de papel y cartón, plástico y residuos orgánicos.

**Tenemos el objetivo de reducir los residuos generados en nuestras operaciones en un 20% a 2030 y llevar a cabo un proyecto piloto para garantizar que el 100% de los residuos de alimentos y envases se reciclen/valoricen adecuadamente y sean tratados por el gestor de residuos. Posteriormente, trataremos de ampliar este proyecto piloto a otros restaurantes.**

La recogida de los residuos tales como papel, cartón, plástico, madera y corcho, se realiza diariamente por los servicios municipales o por un gestor de residuos autorizado. Los residuos de aceite usado generados

en nuestras cafeterías y restaurantes son retirados por gestores autorizados una vez al mes, garantizando que la gestión se realice conforme con la legislación vigente en materia de residuos.

**En 2023, nuestro gestor autorizado encargado de la retirada del aceite usado ha certificado que el 100% del aceite recogido ha sido empleado para la producción de biodiesel. A través de esta iniciativa se ha conseguido evitar la emisión de 7.480 toneladas de CO<sub>2</sub>e.**

#### OTRAS INICIATIVAS PARA REDUCIR LOS ENVASES EN NUESTRAS OPERACIONES

**Desde 2019 hemos conseguido evitar más de 1.000 toneladas de residuos de envases de plástico a través del reemplazo de este material por papel, cartón y madera.**

En los últimos años hemos implementado diversas medidas de minimización de envases y sus residuos en nuestros restaurantes, tales como:

- Reemplazar los vasos y las tapas del Mini Sandy por un vaso de papel.

- Popeyes® 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.

- Fijar como reto reducir el uso de las tapas de las bebidas al 30%, entregándose exclusivamente en el servicio de Autoking y Take Away.

- Sustituir las bolsas de plástico por bolsas de papel, llegando a cubrir el 100% de los restaurantes en marzo de 2020.

- Sustituir los cubiertos de plástico de los establecimientos (tenedores, cucharas, agitadores) por nuevos cubiertos de madera.

- Reemplazar las coronas y manteles de Burger King® por materiales que conforme al fabricante contienen al menos un 80% de fibras recicladas y además son reciclables al 100%.

- Usar envases fabricados a base de papel o madera en los cafés y productos horneados de Tim Hortons®.

#### Sistemas de recargas de bebidas a través de QR refill

La implantación del sistema de recarga de bebidas mediante códigos QR contribuye al control efectivo del consumo de bebidas. Al asignar un tiempo específico de validez al código QR, se previene la extracción no autorizada de bebidas, y se evita el desperdicio, promoviendo un consumo más responsable por parte de los clientes. Esta iniciativa desempeña un papel fundamental en la reducción del desperdicio de bebidas.

#### Residuos en oficinas centrales

Desde 2019, las oficinas centrales cuentan con protocolos de gestión de residuos que garantizan la debida segregación, almacenamiento y gestión de estos.

Como hecho destacable, hemos implantado la segregación de los residuos generados en las oficinas tales como los tóneres de las impresoras o el papel empleado. Para poder llevar a cabo una debida segregación y disminuir nuestro impacto sobre el medio ambiente contamos con recipientes que permiten a nuestros empleados separar los envases de papel y cartón, de los envases de plástico y los residuos orgánicos.

**Durante 2023 hemos segregado y reciclado 1,4 Tn de papel.**

## GESTIÓN DE OTROS RESIDUOS DE RESTAURANTES

### Residuos no peligrosos (Kg)

Como parte de nuestros esfuerzos por reducir el uso de materiales compuestos por plástico, nuestros establecimientos han adoptado alternativas como papel/ cartón y madera, especialmente en el caso de los cubiertos. Sin embargo, es importante señalar que este cambio ha resultado en un aumento en el consumo total de estos materiales en comparación con el ejercicio anterior.

CONSUMO DE PAPEL, PLÁSTICO Y MADERA/CORCHO (Kg)						
	Papel/Cartón (Kg)		Plástico (Kg)		Madera/corcho (Kg)	
	2023	2022	2023	2022	2023	2022
 Burger King® España	5.762.899,66	5.958.274	64.295,25	95.522	41.818,07	36.395
 Popeyes®	449.676,33	293.024	331,26	631	1.473,12	1.418
 Tim Hortons®	20.449,82	14.012	8.153,86	5.841	0	0
 Total	<b>6.233.025,81</b>	<b>6.265.311</b>	<b>72.780,37</b>	<b>98.944</b>	<b>43.291,19</b>	<b>37.813</b>
<b>Residuos / restaurantes</b>	<b>6.894,94</b>	<b>9.882,19</b>	<b>80,50</b>	<b>156,06</b>	<b>47,88</b>	<b>59,64</b>

Por otra parte, la generación de aceite usado durante 2023 se ha incrementado un 35% fundamentalmente debido al crecimiento del número de restaurantes y de las ventas. Dado que en los restaurantes de RB IBERIA se recoge el aceite de las cocinas, dicho aumento en la generación de residuo de aceite se ha visto reflejado a su vez en un incremento del 35% de la cantidad de biodiesel reciclado a partir del aceite y por lo tanto en un incremento de las emisiones de CO<sub>2</sub>eq evitadas por el uso de este biodiesel comparadas con 2022.

ESTIMACIÓN DE RESIDUOS DE ACEITE						
	Aceite (t)		Biodiesel (l)		Emisiones evitadas CO <sub>2</sub> (t)	
	2023	2022	2023	2022	2023	2022
 Burger King® España	1.912,12	1.668	2.081.834,79	1.816.047,34	5.227,49	4.560,09
 Burger King® Portugal	317,25	70	345.408,28	76.213,02	867,32	191,37
 Popeyes®	506,81	285	551.793,14	310.295,86	1.385,55	779,15
 Tim Hortons®	-	-	-	-	-	-
 Total	<b>2.736,18</b>	<b>2.023,00</b>	<b>2.979.036,21</b>	<b>2.202.556,21</b>	<b>7.480,36</b>	<b>5.530,61</b>
<b>Por restaurante</b>	<b>3,03</b>	<b>3,19</b>	<b>3.295,39</b>	<b>3.474,06</b>	<b>8,27</b>	<b>8,72</b>

## Residuos peligrosos

Nuestros principales residuos de carácter peligroso de cuya gestión sea responsable RB IBERIA corresponden a los residuos de aparatos eléctricos y electrónicos que se generan en nuestras oficinas. En este sentido, aquellos que han llegado al final de su vida útil se gestionan de acuerdo con la normativa europea mediante su entrega a gestores autorizados.

## Desperdicio alimentario

En la búsqueda de la excelencia y la sostenibilidad, reconocemos la importancia de reducir el desperdicio de alimentos en la operación de nuestros restaurantes. Como líderes en el sector, somos conscientes del profundo impacto que nuestras acciones pueden tener en las comunidades a las que servimos y en el medio ambiente en general. Este compromiso de minimizar el desperdicio de alimentos no es simplemente una decisión ética, es un imperativo estratégico que se alinea con nuestros valores fundamentales y refleja nuestra dedicación a las prácticas empresariales responsables.

**Estamos trabajando en definir un plan de prevención de las pérdidas y desperdicio alimentario que siga la jerarquía establecida por el Proyecto de Ley de Desperdicio Alimentario.**

Con el objeto de combatir el desperdicio alimentario desde el inicio de nuestra cadena de valor, realizamos un control exhaustivo del stock de comida en cada uno de los establecimientos, controlando los pedidos dependiendo de las ventas y proyecciones de éstas. En este sentido, el gerente de cada restaurante juega un papel clave al realizar un control regular del stock con una frecuencia desde mensual hasta diaria.

En la misma línea, contamos con una aplicación que monitoriza los niveles de desperdicio de alimentos por tipo de producto. Esta herramienta permite llevar a cabo un registro y control más eficiente para reducir al mínimo dichos desperdicios. En consonancia con la práctica de adquirir productos de proximidad siempre que sea posible, también colaboramos de manera activa con los proveedores para mejorar la durabilidad de cada alimento. Además, entre las medidas que empleamos para llevar un control destacan: implementamos distribuciones automáticas para aumentar la rotación del stock, enviando más productos a los restaurantes con el objetivo de venderlos antes de su fecha de caducidad.

**Como parte de nuestro futuro Plan de Impacto Social, hemos planeado realizar campañas de concienciación sobre el desperdicio alimentario orientadas a sensibilizar a nuestros proveedores, empleados y clientes.**



**ES UN PASO HACIA UN PLANETA MÁS LIMPIO Y MÁS VERDE**

**TIM HORTONS® COLABORA EN LA LUCHA CONTRA EL DESPERDICIO ALIMENTARIO JUNTO A TOO GOOD TO GO**

Desde 2019, Tim Hortons® colabora con Too Good To Go para combatir el desperdicio alimentario en sus establecimientos. A pesar de contar con un control diario en la producción de alimentos horneados, ajustándolos según las ventas y demanda, en ocasiones, queda un porcentaje que no se vende directamente. A través de la aplicación de Too Good To Go, los usuarios tienen la oportunidad de adquirir estos productos al final del día a precios reducidos. Esta iniciativa nos permite optimizar nuestros productos y reducir significativamente el desperdicio alimentario. Gracias a esta alianza, durante 2023 Tim Hortons® evitó la generación de basura alimentaria equivalente a 43.319 packs, lo que supone un gran incremento en comparación con los 7.552 packs que se vendieron en 2022. A través de esta iniciativa, hemos conseguido evitar una emisión en toneladas de CO<sub>2</sub>e equivalente a 118 vuelos de Madrid a Nueva York.



CALCHER GLOBAL SOLUTIONS, S.L. (CALCHER) utiliza los perfiles que produce SOLTECO como un elemento más del mobiliario que CALCHER fabrica para Burger King® y Popeyes®.

Los residuos de plásticos generados por Burger King® y Popeyes® en España y Portugal forman parte de los recogidos, seleccionados y reciclados por SOLTECO MADERA PLÁSTICA, S.L.U. (SOLTECO) para la transformación en madera plástica.

SOLTECO gestiona, recicla y transforma todos los plásticos que se generan anualmente en todos los restaurantes y centros logísticos de Burger King® y Popeyes® para transformarlos en perfiles y ser utilizados posteriormente por CALCHER para la fabricación del mobiliario exterior de las terrazas de los restaurantes y otros elementos como mesas, bancos, cerramientos, papeleras, jardineras, etc.

## CIRCULARIDAD EN NUESTRO DISEÑO Y CONSTRUCCIÓN DE RESTAURANTES

### Ecodiseño

El ecodiseño desempeña un papel crucial para integrar los principios de la economía circular en nuestros proyectos de construcción y diseño de restaurantes. Además de los recursos destinados a disminuir y gestionar de manera efectiva los residuos generados, fomentamos el ecodiseño a través de diversas colaboraciones con proveedores que desarrollan su negocio cumpliendo con criterios y certificaciones de sostenibilidad. Así, como parte de nuestro Plan Director de Sostenibilidad (2023-2026), estamos trabajando en el desarrollo de una política de economía circular que nos permita definir directrices de diseño circular y ecodiseño para incorporarlos en nuestros productos, envases, edificios, mobiliario y uniformes.

### Uso de plásticos reciclados en el mobiliario de los restaurantes de Burger King®

En el caso de Burger King®, los elementos semejando madera utilizados en la superficie de sus mesas, los respaldos de las sillas, los asientos de sillas y taburetes, así como las vallas de cerramiento, están elaborados a partir de plástico reciclado. Este material se compone en un 60% de residuos domésticos provenientes del contenedor amarillo y en un 40% de residuos plásticos industriales. Cabe destacar que estos elementos son fabricados sin impregnación y cumplen con la Norma DIN ES 71-3 (seguridad en juegos infantiles) al ser neutrales al agua y estar libres de contaminantes.

### Uso de materiales sostenibles en el mobiliario de los restaurantes de Popeyes®

El mobiliario de terraza se confecciona con madera procedente de bosques certificados por PEFC y/o FSC, garantizando así una gestión sostenible. Además, los bancos-lounge, las mesas en forma de "L" y las mesas comunitarias para exteriores de la marca incorporan acabados de madera natural elaborados completamente con plástico reciclado. Durante 2023, también hemos incorporado mesas en nuestros restaurantes elaboradas con plástico reciclado procedente de redes de pesca recuperadas del fondo marino.

Tanto en los restaurantes de Burger King® como Popeyes®, las patas de sillas, mesas, bancos y taburetes están fabricadas con acero refundido, con un índice de reciclaje del 100%. Esto garantiza una elevada capacidad de recuperación, así como una durabilidad, dureza y resistencia al desgaste excepcionales. Además, se ha optado por utilizar pintura en polvo en lugar de líquida para asegurar un proceso de pintado respetuoso con el medio ambiente, eliminando disolventes orgánicos y sustituyendo pigmentos con metales pesados y catalizadores tóxicos por opciones orgánicas.

**Desde las icónicas coronas de Burger King® hasta el mobiliario de nuestras terrazas, incorporamos criterios de circularidad en toda nuestra cadena y trabajamos con nuestros proveedores y gestores de residuos para alcanzar nuestros objetivos.**

## Biodiversidad

La biodiversidad y el agua son esenciales para la sostenibilidad de nuestra actividad económica puesto que comercializamos productos naturales y así está recogido en nuestro Plan Director. En 2023, hemos continuado apostando por iniciativas que nos permitan reducir el impacto de nuestra cadena de suministro en la biodiversidad y en el consumo de agua y que al mismo tiempo apuestan por el bienestar animal.

## Gestión del agua

El agua es un recurso finito y esencial que desempeña un papel fundamental en el mantenimiento de la vida, los ecosistemas y las actividades económicas. A medida que la población mundial crece y el cambio climático afecta a la disponibilidad de agua, la necesidad de una gestión eficiente del agua se hace cada vez más urgente. Por ello uno de los pilares fundamentales de nuestro Plan Director de Sostenibilidad 2023-2026 es la adecuada gestión de los recursos hídricos.

Durante 2023 y como parte del desarrollo del Plan Director de Sostenibilidad, hemos definido una serie de medidas estratégicas en relación con la gestión de recursos hídricos en nuestras operaciones, que serán implementadas en el corto plazo:

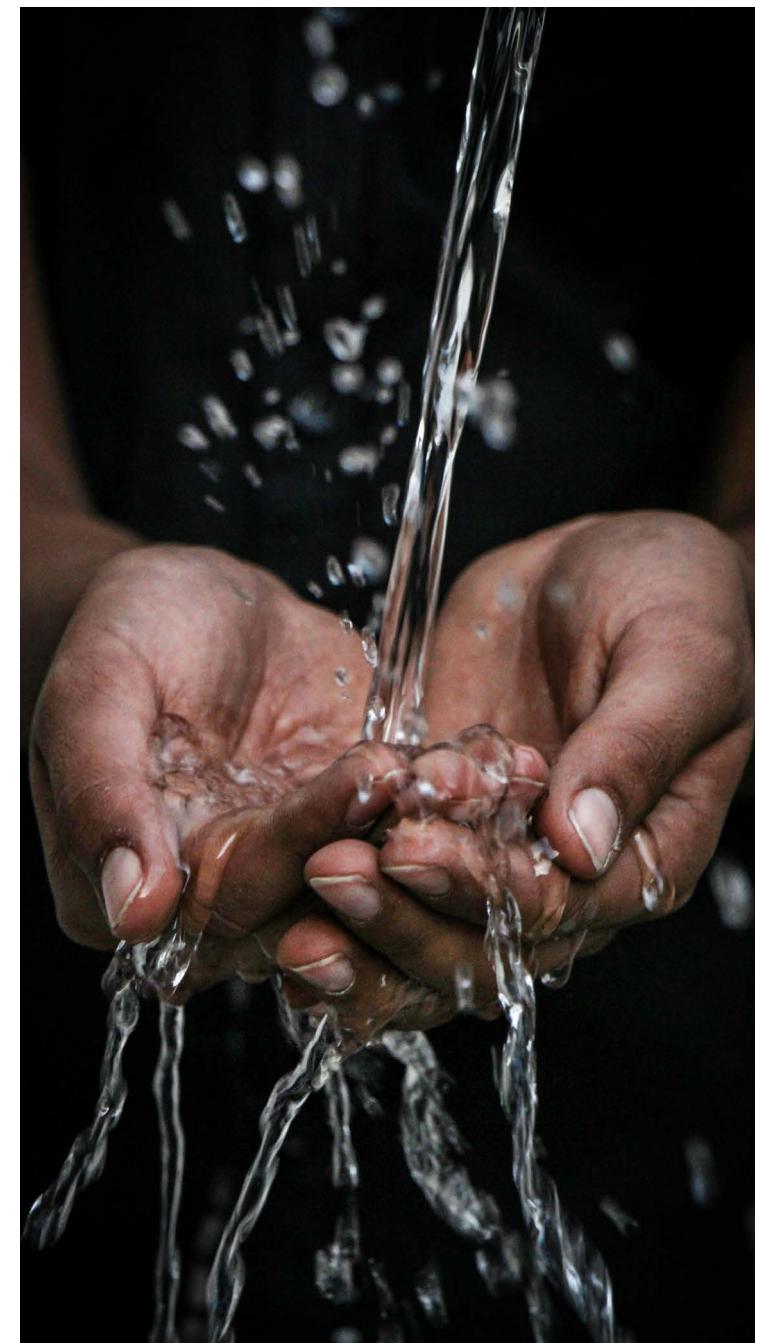
1. Identificar los riesgos en la gestión del agua: se identificarán los principales riesgos a los

que están expuestas cada una de nuestras instalaciones. Si las instalaciones afectan a ecosistemas acuáticos y a los recursos hídricos de la zona, se evaluará el grado de dependencia e impacto del activo agua para llevar a cabo la actividad de RB IBERIA, así como el estrés hídrico.

2. Implementar tecnologías de monitorización para medir y controlar el consumo de agua en las operaciones en m<sup>3</sup> para tener una idea de nuestra huella hídrica y poder implantar medidas de reducción más ambiciosas.
3. Promocionar prácticas sostenibles entre los consumidores, sensibilizando a nuestros clientes sobre la importancia de la gestión del agua y promoviendo prácticas sostenibles en nuestros establecimientos.
4. A futuro, evaluaremos los riesgos relacionados con el uso del agua de acuerdo con las recomendaciones de *Task Force on Nature-related Financial Disclosures*<sup>11</sup>.

Respecto al consumo de agua que realiza la compañía, tanto en los restaurantes como en las oficinas centrales se utilizan distintas redes de abastecimiento de los servicios municipales en los que se ubican sus operaciones.

11. TNFD es una iniciativa centrada en los riesgos y oportunidades financieros relacionados con la biodiversidad y la naturaleza. El objetivo de la TNFD es crear un marco para que las empresas revelen sus dependencias e impactos en la naturaleza, ayudando a los inversores y partes interesadas a tomar decisiones más informadas basadas en consideraciones medioambientales.



En la actualidad llevamos a cabo un control del consumo de agua en términos económicos que nos ayuda a estimar nuestros consumos y dependencias sobre este recurso.

Nuestras medidas de incremento de la eficiencia de consumo de agua durante 2023 han consistido en:

1. El 100% de nuestros restaurantes cuentan con control del consumo de agua mediante la implementación de un sistema automático de corte de agua en los grifos de los restaurantes (grifos-monomando temporizados). Este sistema permite evitar pérdidas de agua innecesarias al dejarla correr sólo por un tiempo determinado, además de limitar el consumo excesivo de agua caliente.
2. Implantación paulatina del sistema "Hidrokit": el agua se calienta por aerotermia a través del sistema de aire acondicionado con la energía que este genera en su funcionamiento. En la actualidad todos los restaurantes que sean nuevas aperturas o que se hayan remodelado cuentan con este sistema.
3. 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.
4. Cisternas con control de volumen de descarga de agua.
5. Colocación de grifería que permita la dosificación del caudal (en estudio).

	CONSUMO DE AGUA (en euros)			
	2023		2022	
	Consumo por sociedad	Consumo medio por restaurante	Consumo por sociedad	Consumo medio por restaurante
 Burger King® España	1.654.619	2.686	1.470.220	2.640
 Burger King® Portugal	760.199	4.974	125.901	3.497
 Popeyes®	212.895	2.684	125.376	1.959
 Tim Hortons®	8.496	1.699	25.415	5.083
 Total	<b>2.636.209</b>	<b>3.090</b>	<b>1.746.912</b>	-

**Como parte de nuestro Plan Director de Sostenibilidad, estamos trabajando en la implantación de un sistema de monitorización y control que nos permita medir la huella hídrica de nuestras operaciones en m3 e implementar objetivos y medidas de reducción. Esperamos tener completada esta tarea en 2025.**

Además, contamos con un Plan de Control de Agua Potable que tiene como objeto dar cumplimiento al Real Decreto 3/2023, de 10 de enero, por el que se establecen los criterios técnico-sanitarios de la calidad del agua de consumo. El programa busca garantizar la seguridad alimentaria en nuestros procesos al asegurar que el agua utilizada para la elaboración de alimentos y la limpieza de utensilios, equipos y áreas

de trabajo cumple con las características específicas requeridas para el agua potable.

Al tratarse de establecimientos que consumen menos de 100 m<sup>3</sup>/día se lleva a cabo un análisis de control anual tal y como se establece en el R.D. 902/2018. Para la realización de las analíticas se cuenta con un laboratorio autorizado.

**En los restaurantes Popeyes®, se realizan controles rutinarios internos una vez a la semana en una salida de agua aleatoria de las ubicadas en el área de la cocina y manipulación. El control consiste en una valoración de las características organolépticas del agua y una valoración de cloro libre y/o combinado y pH.**

## Proyecto "Replanta Pachamama"

Como grupo líder en el sector de restauración, reconocemos la interconexión entre nuestro negocio y los ecosistemas de los que obtenemos los productos para desarrollar nuestra actividad. Este reconocimiento impulsa nuestra responsabilidad de contribuir al medio natural, tanto por su valor intrínseco y social, como para asegurar la resiliencia y sostenibilidad de nuestras marcas a largo plazo.

**El proyecto “Replanta Pachamama” se compone tanto de actividades de sensibilización y educación ambiental, como de actividades de reforestación.**



La pérdida de cobertura vegetal lleva asociada una disminución de absorción de CO<sub>2</sub>, el deterioro de la biodiversidad, la erosión del terreno y la degradación de los acuíferos. Por este motivo, desde RB IBERIA consideramos de vital importancia el desarrollo de proyectos de reforestación. Desde 2022, colaboramos con Cruz Roja en el proyecto “Replanta Pachamama”, una iniciativa que tiene por objeto la reforestación de bosques españoles afectados por incendios forestales y el desarrollo de campañas de sensibilización. A través de esta alianza hemos contribuido tanto a la restauración de los ecosistemas y a la recuperación de biodiversidad autóctona; como al desarrollo y sensibilización de las comunidades locales.

Durante 2023, gracias a esta iniciativa se ha conseguido reforestar un total de 18,03 hectáreas a través de la plantación de 5.690 ejemplares autóctonos tales como encinas, quejigos, cornicabras y almez, entre otros. La reforestación se ha llevado a cabo en las provincias de Toledo, Teruel, Málaga y Lugo, zonas que en los últimos años se han visto especialmente afectadas por incendios forestales.

Todas las campañas de reforestación van acompañadas de actividades de sensibilización ambiental. Mediante dinámicas de gamificación se dan a conocer cuestiones relacionadas con el cambio climático, el valor de la biodiversidad y la importancia de su conservación, la gestión de los residuos o las consecuencias de la contaminación.

DATOS PRINCIPALES DE LOS PROYECTOS DE REFORESTACIÓN EN 2023			
	Hectáreas replantadas	Número de ejemplares plantados	Absorción media producida
Toledo	1,25	180	1.199 kg CO <sub>2</sub> eq
Teruel	0,5	700	1.667 kg CO <sub>2</sub> eq
Málaga	1,25	590	2.416 kg CO <sub>2</sub> eq
Lugo	0,3	180	761 kg CO <sub>2</sub> eq
Guadalajara	1	640	120 kg CO <sub>2</sub> eq
Huelva	10	2.500	764 kg CO <sub>2</sub> eq
Ciudad Real	1	600	200 kg CO <sub>2</sub> eq
Pontevedra	3	200	318 kg CO <sub>2</sub> eq
<b>Total</b>	<b>18,03</b>	<b>5.110</b>	<b>7.545 kg CO<sub>2</sub>eq</b>

## COMPROMISO CON LOS BOSQUES

Nuestras campañas de lucha contra la deforestación tienen un marco más amplio de actuación. Desde RB International, se ha fijado el compromiso de eliminar la deforestación de su cadena de valor para 2030. En línea con la definición establecida por la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), se entiende por deforestación la conversión de zonas forestales en tierras no forestales, como tierras de cultivo, zonas urbanas, zonas madereras o eriales. Este compromiso es aplicable a todas las franquicias nacionales de RB IBERIA, así como a sus proveedores para productos prioritarios tales como la carne, aceite de palma, soja para la alimentación del ganado, café, envases hechos de papel, etc.

Desde RB IBERIA, estamos trabajando para alinearnos al 100% con los compromisos de RB International. Para ello, elaboraremos un Plan de Acción a 2030 que nos permita asegurar que el 100% de nuestras operaciones directas y las de nuestra cadena de valor no contribuyen a la deforestación.

Por el momento contamos con una serie de iniciativas que nos están permitiendo avanzar hacia dicho objetivo:



## ENVASES DE CARTÓN CERTIFICADOS

En la actualidad el 100% de envases de cartón empleados por RB IBERIA en sus restaurantes son certificados por FSC (Forest Stewardship Council). Forest Stewardship Council (FSC) es una organización sin ánimo de lucro, la cual gestiona un sistema de certificación que acredita la gestión responsable de los bosques. FSC cuenta con varios requisitos para garantizar que las unidades de gestión forestal certificadas mantengan la cubierta, la biodiversidad y la productividad de los bosques, asegurando que no provienen de actividades que promueven la deforestación.

## POLÍTICA DE SUMINISTRO DE ACEITE DE PALMA

Esta política refleja el compromiso de RB International y RB IBERIA para el año 2030 de abastecerse de aceite de palma que no contribuya a la deforestación ni al desarrollo de turberas, y que proteja las zonas de alto valor de conservación y las de altas reservas de carbono. Según esta política, todo el aceite de palma obtenido directamente, así como el aceite de palma y el aceite de palmiste que supere el 1% en cualquiera de nuestros productos alimenticios, debe provenir de una cadena de suministro certificada por la Mesa Redonda sobre Aceite de Palma Sostenible (RSPO), una organización sin ánimo de lucro creada en 2004 para promover la producción y el uso de aceite de palma sostenible.

Aunque RB IBERIA no adquiere directamente aceite de palma para la elaboración de sus productos en la actualidad, este ingrediente puede encontrarse en pequeñas cantidades en algunos. Actualmente, estamos trabajando en mejorar la trazabilidad de estos productos para garantizar el cumplimiento del compromiso establecido en nuestra política para 2030.

## CAFÉ DE MARCA PROPIA



En algunas regiones, el cultivo del café se ha vinculado a la deforestación, sobre todo en zonas tropicales y sub-tropicales caracterizadas por una gran diversidad de ecosistemas y especies vegetales y animales. Con el aumento de la demanda de café, las plantaciones se han extendido a zonas boscosas. A menudo, los bosques se talan para dejar sitio a las plantaciones de café, lo que provoca la pérdida de biodiversidad, la alteración de los ecosistemas y la liberación a la atmósfera del carbono almacenado.

En la actualidad, el café vendido en nuestros establecimientos de Tim Hortons® es de marca propia, lo que implica que poseemos el control operacional sobre el total de la cadena de valor, incluyendo las plantaciones cafeteras. El grano de café proviene de países de Latinoamérica (como Guatemala, Honduras, Colombia, Perú, Nicaragua o Brasil), África (Tanzania) y Asia (Indonesia y Papúa Nueva Guinea); regiones pertenecientes al conocido como Coffee Belt y que cumplen con las directrices de abastecimiento.

En Tim Hortons®, trabajamos con distintos proveedores, las asociaciones nacionales del café y otras instituciones cafeteras para desarrollar programas de colaboración con las personas y lugares que forman parte de la cadena de suministro. Con el objetivo de mejorar la calidad de vida y el bienestar de los agricultores que trabajan en las plantaciones de café operadas por Tim Hortons®, se estableció la 'Tim Hortons® Coffee Partnership (THCP)', que ha permitido dar trabajo a más de 14.000 agricultores.

En lo que respecta a la gestión del territorio, aproximadamente 28.000 hectáreas dedicadas a la producción de café se encuentran bajo gestión sostenible.



Las actividades llevadas a cabo en el marco del proyecto Replanta Pachamama comprenden jornadas de reforestación, sensibilización ambiental y dinámicas de gamificación (aprender jugando). Estas actividades tienen como objetivo concienciar sobre temas cruciales como el cambio climático, la biodiversidad, la gestión de residuos y la contaminación. Además, es importante destacar que estas acciones se han desarrollado en diversas localidades de España, como Lugo, Guadalajara, Toledo, Teruel y Málaga.

La difusión del proyecto a través de medios de comunicación y redes sociales ha desempeñado un papel fundamental a la hora de dar a conocer nuestras acciones en el proyecto y en la sensibilización ambiental y social. En las redes sociales ha habido un total de 33 publicaciones y en medios de comunicación 55, entre medios estatales y regionales especializados en el sector de la restauración. Este enfoque integral demuestra el impacto positivo de Burger King® en la sociedad española al promover la conciencia ambiental y la participación comunitaria en iniciativas de conservación del medio ambiente.

**En el año 2023 se han realizado dos jornadas de reforestación y restauración en Toledo, una en Málaga, una en Teruel y una en Lugo. Consiguiéndose superar los objetivos que teníamos previstos para el número de ejemplares autóctonos plantados y el número de hectáreas reforestadas.**

## REFORESTACIÓN

En RB IBERIA reconocemos la importancia crucial de salvaguardar los entornos naturales, no solo como un medio para abordar el cambio climático y preservar el medioambiente, sino también como un elemento esencial en el desarrollo sostenible de las comunidades locales. Este compromiso adquiere una relevancia aún más importante en áreas rurales, donde la protección de la biodiversidad no solo impulsa el desarrollo territorial, sino que también se convierte en una medida fundamental para garantizar la conservación de la naturaleza. En este contexto, RB IBERIA asume la responsabilidad de contribuir a la preservación de los ecosistemas, reconociendo su papel integral en el bienestar de las comunidades y el equilibrio medioambiental.

El proyecto Replanta Pachamama es una iniciativa en la que Burger King® España y Cruz Roja trabajamos juntos para llevar a cabo actividades de reforestación y sensibilización ambiental. Para ello, se involucra al voluntariado corporativo de Burger King®, al voluntariado de Cruz Roja y Cruz Roja Juventud, así como a las familias de ambos grupos y de los municipios donde se realizan las actividades. En total, hasta la fecha, han participado 614 personas voluntarias y 116 niños y jóvenes de 61 familias, junto con 14 autoridades locales y provinciales.



# Gestión responsable de nuestros suministros

## Sostenibilidad en nuestra cadena de suministro

Nuestra Política de ESG incluye medidas de reducción del impacto de nuestras operaciones mediante el abastecimiento sostenible. Estamos plenamente comprometidos con la gestión responsable de nuestra cadena de suministro. En la medida de lo posible, venimos trabajando con proveedores locales con los que buscamos establecer relaciones a largo plazo, apostando por productos de proximidad que contribuyen a reducir las emisiones en el transporte.

La sostenibilidad en la cadena de valor está adquiriendo cada vez más relevancia y se ha convertido en objeto de desarrollo reglamentario. La colaboración con nuestros proveedores nos va a ayudar a dar cumplimiento a la propuesta de Directiva sobre diligencia debida de las empresas en materia de sostenibilidad (CSDDD<sup>12</sup>) y la Directiva relativa a la presentación de información sobre sostenibilidad por parte de las empresas (CSRD<sup>13</sup>), que obliga a informar a partir de 2024 sobre los asuntos relacionados con toda la cadena de valor (Plan de comunicación). En este sentido, como primer paso, hemos realizado un análisis de la estrategia ambiental de nuestros diez

proveedores prioritarios, que representan el 60% de la facturación, a través de la cumplimentación y revisión de un cuestionario para conocer su estrategia ambiental y poder fijar a posteriori objetivos de reducción de su huella de carbono.

**Seguiremos colaborando proactivamente con nuestros proveedores en la reducción de sus emisiones de CO<sub>2</sub> lo que nos ayudará a disminuir nuestra huella de Alcance 3 y alcanzar nuestro compromiso de ser Net-Zero.**

## EVALUACIÓN, HOMOLOGACIÓN Y SELECCIÓN DE PROVEEDORES POR CRITERIOS MEDIOAMBIENTALES

Como parte integral de la Política de ESG de RB IBERIA, el abastecimiento sostenible no solo contribuye a la reducción del impacto generado por las operaciones del Grupo, sino que también refleja el compromiso total de la empresa con la gestión responsable de la cadena de suministro. En este sentido, trabajamos con proveedores locales, buscando establecer relaciones a largo plazo y dando prioridad a productos de proximidad para disminuir las emisiones en el transporte.

Llevamos a cabo un seguimiento detallado de los certificados de nuestros proveedores en España, Portugal y de aquellos europeos que suministran alimentos específicos, como las hamburguesas vegetales o las salsas. Este control incluye la

ubicación de las instalaciones, el origen del material y el cumplimiento de los estándares GFSI, Global GAP y bienestar animal.

Para asegurarnos de que todos **nuestros proveedores cumplen al 100% con las certificaciones y estándares de calidad**, en RB International contamos con responsables de control de calidad. Estos profesionales se encargan de aprobar inicialmente a los proveedores de RB IBERIA y de llevar a cabo un seguimiento continuo para garantizar el cumplimiento de los estándares de seguridad y calidad. El propósito de estos controles es verificar que los sistemas de calidad del proveedor estén en funcionamiento, especialmente en relación con los productos de RB IBERIA, y asegurar que el proveedor pueda producir de manera consistente dentro de los parámetros especificados. Además, se verifica que el proveedor identifique y gestione de manera adecuada cualquier desviación de los parámetros durante la producción y realice evaluaciones del producto final.

En caso de que un proveedor no supere la evaluación, el gerente de calidad de RB IBERIA tomará una serie de medidas. Inicialmente, el proveedor estará en un “periodo de prueba”, durante el cual no podrá aumentar su producción ni introducir nuevos productos. Antes de que finalice este período, se llevará a cabo una nueva evaluación para asegurar la corrección de las no conformidades. Este período de prueba tendrá una duración mínima de 3 meses, y el proveedor podrá reanudar el suministro de productos tras aprobar la evaluación del responsable de calidad. A discreción del gerente de calidad, el proveedor podría ser suspendido si no supera la evaluación.

12. Por sus siglas en inglés Corporate Sustainability Due Diligence Directive.

13. Por sus siglas en inglés Corporate Sustainability Reporting Directive.

## Certificado de origen de materiales reciclados

En RB IBERIA estamos decididos a colaborar con proveedores que sean capaces de certificar su trabajo y el origen de los materiales con los que trabajan. De esta manera, tenemos un mayor conocimiento de nuestra cadena de valor y podemos seguir mejorando paso a paso para llegar a ser una empresa sostenible.

**Todos los proveedores de packaging disponen de Certificados GFSI y FSC. Además, el empaquetado de West Packaging es compostable.**



CERTIFICADO	PROVEEDOR
Low – Emitting Materials.	Nichiha USA. (Designer Series, Metallic Series, Modern Series, Wood Series, KuraStone Series, Products: Concrete Series, Brick Series, Masonry Series).
Fibras naturales recicladas con Certificado Forestal PEFC/04-4-0041.	El proveedor DISEGAN usa una mezcla de fibras naturales recicladas con certificado forestal (60-75%) y polietileno (30-35%) para fabricar los perfiles BASTONE.
Información del fabricante indicando que el 100% del material proviene de residuos de plástico de rechazo proveniente de gestores autorizados.	SOLTECO Madera plástica.
Las coronas de Burger King® tienen un 80% de fibras recicladas y un 20% de fibras vírgenes. Siendo el cartón 100% recicitable.	West Packaging.
Blue Angel para papel "LWC".	Steinbeis Papier Glückstadt GMBH.
Plástico 100% reciclado con acabado de madera natural.	The art of Change (BMC).
Madera proveniente de Bosques con Certificación de Gestión Sostenible PEFC y/o FSC.	The art of Change (BMC).
Metal de acero refundido, con rendimiento reciclaje del 100%, alta tasa de recuperación, gran durabilidad, dureza y resistencia al desgaste.	The art of Change (BMC).
Pintura en polvo con proceso de pintado sostenible, sin disolventes orgánicos y sustituyendo pigmentos con metales pesados y catalizadores tóxicos por orgánicos.	The art of Change (BMC).
Material reciclado proveniente de los excedentes de producción y de instalaciones retiradas del mercado dentro del programa KUBIKO PLAYGREEN.	KUBIKO PLAYGROUNDS.

## Materias Primas

Entre las principales materias primas consumidas por los restaurantes de RB IBERIA se encuentran aquellos ingredientes utilizados en la elaboración de los productos que ofrecemos a nuestros clientes. Además, nuestras materias primas incluyen otros materiales necesarios para el desarrollo de nuestra actividad como los materiales de embalaje o las servilletas.

Durante 2023 se ha registrado un incremento generalizado del consumo de materias primas como consecuencia del aumento del número de restaurantes y de las ventas. No obstante, aplicamos medidas de reducción del consumo allí donde nos es posible, por ejemplo, las mejoras en nuestro sistema de inventario de comida para reducir el desperdicio, o mediante la introducción de la firma digital en contratos.

Los ingredientes frescos como tomates, cebollas y lechugas, utilizados en ensaladas y hamburguesas, provienen de huertos locales de Navarra y Murcia, y se cortan diariamente en los restaurantes para mantener su frescura. El pan y el aceite también son de origen nacional. Recientemente, hemos lanzado el sello de hamburguesas gourmet Originals by Burger King®, enfocándonos en ingredientes de origen local y con Denominación de Origen Protegida.

Nuestro consumo de materias primas alimentarias en 2023 se resume a continuación:

MATERIAS PRIMAS CONSUMIDAS EN 2023 (Kg)	
Patatas	34.898.386,08
Pan	21.796.183,81
Pollo	20.197.288,12
Carne de vacuno	16.677.219,41
Aceite	7.603.278,76
Tomate	2.925.324,48
Queso	2.584.591,96
Lechuga	2.289.752,98
Cebolla	691.917,00
Leche	439.546,14
Huevos	265.638,74
Tomate cherry	162.153,26
Ensalada mix	160.190,63
Café	68.970,20
Ensalada rúcula y canónigo	51.975,35
Especias	41.899,01
Maíz	40.324,00
Ensalada rúcula	2.700,40
Naranja	1.998,44
Piña	1.421,89
Rúcula	1.177,40

El café de Tim Hortons® es de elaboración propia y se produce completamente en Canadá, con RB IBERIA controlando toda la cadena de valor desde el campo hasta la cafetería.

La preferencia por los productos locales es un distintivo de la empresa. Tanto la carne de ternera utilizada por Burger King® como el pollo de Popeyes® provienen de proveedores locales, mientras que los ingredientes vegetales frescos son cultivados en territorio español. Con esta elección, promovemos el desarrollo de las comunidades locales y contribuimos a la estabilidad de población en las regiones productoras.

**El 100% del pollo de Popeyes® procede de un proveedor español que cuenta con cuatro granjas, con el certificado Welfare Quality y AWUIN.**



La carne utilizada en las hamburguesas de Burger King® España proviene de ganaderías españolas, específicamente de Griñón (CARPISA), y se cocina a la parrilla. Diariamente, se producen aproximadamente 110 toneladas de hamburguesas para Burger King®, todas elaboradas con piezas enteras y seleccionadas de carne fresca de vacuno de calidad, obtenida de la parte delantera de la vaca y de la falda. Nuestro proveedor cuenta con el certificado BRC Global Standards, que garantiza la seguridad de los productos agroalimentarios, y el sello IFS Foods, que certifica la transparencia en toda la cadena de suministro.

## Evaluación de proveedores

### PROVEEDORES DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS

La seguridad alimentaria de nuestros productos es esencial para proporcionar la mejor experiencia a nuestros clientes. Para garantizarla, implementamos una política internacional de calidad que evalúa a nuestros proveedores. A través de esta política, nos aseguramos de que los productos que recibimos cumplen con nuestros elevados estándares de calidad. Esta política se fundamenta en dos pilares clave: la producción y la calidad de la operativa y de la planta.

En RB IBERIA clasificamos los productos en seis categorías según el riesgo de contaminación, deterioro o fraude. Los productos principales, los productos de alto riesgo y los productos de riesgo medio requieren una supervisión más estrecha que los productos de bajo riesgo y los productos de marca listos para usar.

**Nivel 0.** Proveedores de productos básicos de alto riesgo.

**Nivel 1.** Proveedores de productos básicos.

**Nivel 2.** Proveedores de productos de alto riesgo.

**Nivel 3.** Proveedores de productos de riesgo estándar.

**Nivel 4.** Proveedores de productos de bajo riesgo.

**Nivel 5.** Proveedores de productos de marca listos para usar.

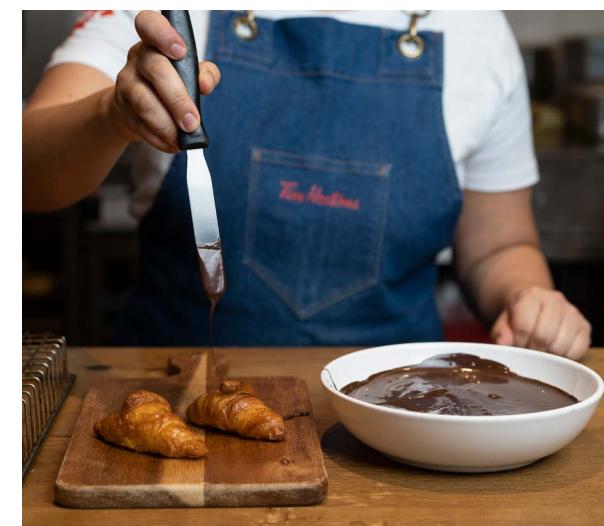
Todos nuestros proveedores de alimentos y papel han de superar un proceso de evaluación previo a la provisión de productos a nuestros restaurantes. El objetivo de este procedimiento es asegurar que los proveedores cumplen con los rigurosos estándares de RB IBERIA en seguridad, calidad y responsabilidad corporativa.

Especificamente, el proceso de aprobación de proveedores evalúa lo siguiente:

- Seguridad de los productos:** Verificamos que los proveedores cuentan con las instalaciones y prácticas necesarias para garantizar la producción de productos seguros. Esta evaluación abarca aspectos como el sistema de gestión de la seguridad alimentaria del proveedor, su programa de garantía de calidad y el plan de control de plagas.
- Calidad de los productos:** Nos aseguramos de que los proveedores mantengan una producción constante de productos que cumplan con las especificaciones de calidad del Grupo. Esta garantía implica evaluar los procesos de producción del proveedor, la adquisición de ingredientes y los protocolos de prueba.
- Responsabilidad corporativa:** Durante las auditorías periódicas a los proveedores en caso de identificar incumplimientos relacionados con las políticas y compromisos de la empresa en cuanto a sostenibilidad ambiental, adquisición

ética, defensa alimentaria y bienestar animal se incluyen en el informe de auditoría y se tratan como las desviaciones en materia de calidad. Además de nuestras auditorías, estas evaluaciones pueden incluir certificaciones por terceras partes u otras formas de verificación.

**Solo los proveedores que cumplen con todos estos criterios son aprobados para suministrar productos a RB IBERIA. Este proceso riguroso nos ayuda a mantener altos estándares de calidad y seguridad alimentaria, al tiempo que promueve la adquisición ética y la responsabilidad ambiental.**



A continuación, se presentan algunos de las certificaciones que tienen nuestros proveedores:

#### LA GFSI (Global Food Safety Initiative)



Es una iniciativa global que tiene como objetivo asegurar la seguridad alimentaria a nivel internacional. Su enfoque incluye el desarrollo de eficiencias, la promoción de la transparencia, la generación de ahorros de costos y la creación de una plataforma para la mejora continua en el ámbito de la seguridad alimentaria. Es importante destacar que el estándar GFSI no constituye un estándar de seguridad alimentaria en sí mismo, sino que es una iniciativa que reconoce y aprueba diversos estándares existentes desarrollados por organizaciones internacionalmente reconocidas, abarcando distintos aspectos de la cadena de suministro alimentaria. Algunos de los estándares GFSI reconocidos incluyen: BRCGS, FSSC 22000, IFS Food, SQF Code y GLOBAL G.A.P.

#### GLOBAL G.A.P. (Good Agricultural Practices)



Es un estándar reconocido a nivel internacional que se enfoca en la seguridad alimentaria, la agricultura sostenible, la higiene y prevención, la seguridad de los trabajadores, la protección del medio ambiente, el bienestar animal y la calidad en la producción agrícola.

#### WELFARE QUALITY



Los principios de Welfare Quality en relación con el bienestar animal se basan en cuatro principios básicos: nutrición, seguridad, competencia y estado emocional.

Estos principios ofrecen criterios para evaluar las condiciones en las que viven y mueren los animales. Mejorar el bienestar animal contribuye a asegurar que vivan vidas plenas y saludables. El sello Welfare certifica que los productos de origen animal para la alimentación han sido monitoreados en cuanto al bienestar animal, tanto en la granja o superficie de producción como en el lugar de sacrificio. Para obtener este certificado, es necesario cumplir rigurosamente con los indicadores analizados y con lo establecido por la Unión Europea.

**En la evaluación de calidad, los proveedores de RB IBERIA deben obtener una puntuación mínima del 75% para ser homologados.**

**En RB IBERIA contamos con una Política interna de km. 0; siempre que se puede compramos a proveedores españoles y portugueses.**



## Bienestar animal

En RB IBERIA, nos comprometemos con el origen responsable y ético de nuestras materias primas, considerando el medio ambiente y el bienestar de los animales. Contamos con una Política internacional de buenas prácticas que revisamos de manera continua para garantizar la adhesión a estándares éticos en todos nuestros sitios operativos.

El bienestar animal es de suma importancia para RB IBERIA, siendo un tema crítico para nuestros grupos de interés, inversores, proveedores y clientes. A pesar de no participar en la crianza, alimentación o procesamiento de animales, adquirimos grandes cantidades de productos derivados de estas actividades. Este compromiso refleja nuestra responsabilidad hacia prácticas sostenibles y éticas en toda la cadena de suministro.

**Tenemos la oportunidad de crear conciencia sobre la importancia de implementar buenas prácticas de bienestar animal en las actividades relacionadas con la producción de productos de origen animal.**

Desde RB IBERIA, establecemos objetivos claros que nuestros proveedores deben cumplir para ser considerados proveedores homologados. Un ejemplo de ello es nuestro objetivo respecto del origen de los huevos, que consiste en consumir exclusivamente huevos de gallinas no enjauladas para el año 2025.

**Toda la carne de cerdo que se consume en RB IBERIA proviene de granjas que no usan jaulas de gestación para hembras preñadas.**

Este objetivo se aplica a huevos naturales, huevos líquidos, productos e ingredientes que contengan más del 1% de huevo en su formulación. La implementación de este objetivo impactará en diversos alimentos que utilizamos en nuestras cocinas, como salsas, productos horneados, lácteos y postres.

En RB IBERIA, gestionamos el bienestar animal en toda nuestra cadena de suministro al exigir a nuestros proveedores certificados de bienestar animal debidamente actualizados. Gracias a este requisito, garantizamos que el 100% de nuestros productos de origen animal no han experimentado ningún tipo de maltrato durante su sacrificio.

**Todos los proveedores de RB IBERIA con proteína de origen animal como pollo, carne o bacon, deben tener certificados de bienestar animal como el Welfare Quality.**

## USO DE ANTIBIÓTICOS

Somos conscientes de nuestra influencia para la preservación de la eficacia de los antibióticos y en la prevención de la resistencia de las enfermedades. Si bien el uso de antibióticos es necesario para tratar enfermedades, cuando las medidas preventivas no son suficientes, en RB IBERIA nos adherimos a las normas nacionales de residuos de medicamentos, pesticidas y hormonas de crecimiento, así como a las normas sobre la formulación y el uso del pienso para limitar su uso.

RB IBERIA respalda el uso de antibióticos siempre que se utilicen el tipo y la dosis adecuados, en el momento oportuno y para animales que lo necesitan, para tratar un patógeno o enfermedad identificada. Este uso debe ser supervisado por un veterinario experimentado, priorizando antibióticos específicos para animales y que no impacten en la salud o la medicina humana. Nos comprometemos a trabajar con nuestros proveedores para impulsar la aplicación de prácticas responsables y éticas en el uso de antibióticos en la salud animal que afecta a nuestros productos.



# Nuestro compromiso con los clientes: productos responsables

## Valor Nutricional

La Política Global de RB International sobre Ingredientes y Nutrición requiere que todos los proveedores de alimentos suministren información nutricional para los productos que son adquiridos por el Grupo RB IBERIA. La obligación es registrar esta información en una plataforma accesible para los proveedores, donde se les solicita completar un cuestionario que aborda los valores nutricionales, el método de cálculo utilizado y la presencia de alérgenos en los alimentos. Los datos aportados por los proveedores deben de estar avalados por un laboratorio químico que actúe bajo la ISO 17025, o usen un software de cálculo de nutrientes que tenga una reputación reconocida.

En RB IBERIA, hemos estado realizando ajustes en el perfil nutricional de nuestros productos como parte de nuestra alineación con la estrategia *From farm to fork* de la Unión Europea.

**Nuestros equipos de calidad e innovación desarrollan opciones de menú variadas y sabrosas que dan respuesta a las nuevas tendencias de consumo y a las necesidades alimentarias. Por ello impulsamos los productos *plant-based* y ofrecemos opciones para personas celíacas.**

Desde nuestra Área de Calidad y Seguridad Alimentaria, en colaboración con otras áreas y departamentos, revisamos los productos con el

objetivo de mejorar las recetas y, por ende, la calidad del producto, optimizar los perfiles nutricionales, así como mejorar la distribución y logística en colaboración con proveedores locales.

**Desde 2018 todos los productos que contienen aceites vegetales tienen que estar libres de grasas parcialmente hidrogenadas.**

Los cambios en el perfil nutricional de nuestros productos se pueden observar en diferentes aspectos de nuestra oferta. Por ejemplo, Burger King® se compromete con los consumidores con enfermedad celíaca, de forma que pueden consumir productos en nuestros establecimientos. Además, hemos obtenido el sello V-label para ofrecer garantías en nuestros productos vegetales.

En 2023, Burger King® hizo una colaboración con Disney para el lanzamiento de un menú infantil. Además, Burger King® colaboró con Fundación Alimentación Saludable para mejorar y ampliar la diversidad de elección hacia un equilibrio nutricional, incorporando nuevas opciones de postre como fruta troceada o una nueva bebida de frutas tropicales sin azúcares añadidos.

**Tanto Burger King® como Popeyes® tienen una política muy estricta de no incluir en sus productos colorantes, conservantes y aromatizantes artificiales.**

Durante el año 2024, se establecerán objetivos para impulsar la mejora del perfil nutricional de nuestros

productos, contemplando la reducción de calorías, sodio, azúcar, y otros parámetros.

En RB IBERIA, reconocemos la importancia que tiene para nuestros clientes conocer la composición de los alimentos que consumen. Por ello, cumplimos siempre con el Reglamento UE nº1169/2011 sobre la información alimentaria proporcionada al consumidor. Garantizamos que los alimentos que servimos están acompañados de información alimentaria clara y que no genera dudas o confusiones entre nuestros clientes.

**Vamos a seguir reforzando las alternativas vegetales en nuestra oferta de productos. La implementación de alimentos *plant-based* nos ofrece, además de responder a las necesidades de nuestros clientes, la oportunidad de reducir las emisiones de gases de efecto invernadero.**



## Seguridad alimentaria

La seguridad alimentaria en nuestras cocinas es fundamental para RB IBERIA. Para ello, garantizamos que, durante cada paso, desde la recepción de los ingredientes, hasta la entrega del pedido al cliente, se cumple con los más altos estándares de calidad y seguridad. Nuestras prácticas se rigen por estrictos protocolos que abarcan, desde el control de proveedores, hasta la manipulación y preparación de los alimentos, asegurando la integridad y salubridad en cada fase del proceso. Este enfoque integral refleja nuestro compromiso inquebrantable con la satisfacción y bienestar de nuestros clientes, así como con la protección de su salud a través de la oferta de productos seguros y de alta calidad en cada experiencia culinaria.

El sistema para el Análisis de Peligros y Puntos de Control Crítico (APPCC) se implementa en todos los productos preparados y servidos por el personal de nuestros restaurantes y cafeterías, abarcando todas las fases desde la recepción de ingredientes hasta su consumo, incluso cuando este ocurre fuera del establecimiento. Llevamos a cabo controles rutinarios de los siguientes aspectos:

1. Control de agua potable.
2. Plan de limpieza y desinfección.
3. Plan de mantenimiento.
4. Plan de gestión de residuos.

5. Plan DDD (desinfección, desinsectación y desratización).
6. Plan de homologación de proveedores.
7. Plan de formación.
8. Plan de buenas prácticas de higiene y manipulación.
9. Plan de alérgenos.
10. Descripción de operaciones en el restaurante.
11. Plan de control de trazabilidad y caducidad secundaria.

Desde el departamento de Calidad y Seguridad llevamos a cabo la evaluación y aprobación de todos los productos y proveedores. Nuestro equipo está comprometido en mejorar procesos para asegurar la obtención del mejor producto con la más alta calidad, una labor que continuará en el 2024.

Como parte del sistema de autocontrol, realizamos auditorías anuales a nuestros restaurantes en España y en Portugal, así como a proveedores. El propósito es verificar que todo esté conforme con las normativas internas tanto de RB International como de RB IBERIA y con la legislación vigente. Realizamos controles de materias primas a los proveedores, y en los restaurantes llevamos a cabo auditorías relacionadas con la limpieza e higiene en superficies y manipuladores, así como del producto terminado.

En 2023 definimos como objetivo auditar un tercio de los restaurantes al año, a fin de tener completadas las auditorías a todos los restaurantes en tres años. Durante el 2023, se llevaron a cabo auditorías en un 60% de los restaurantes Burger King® España, 79% de los restaurantes de Burger King® Portugal, 91% de los restaurantes Popeyes® y el 100% de las cafeterías de Tim Hortons®. Estos resultados superan la meta establecida al haber auditado más de un tercio de nuestros restaurantes en España y Portugal.

### Restaurantes auditados por RB IBERIA en 2023

	Burger King® España	385
	Burger King® Portugal	120
	Popeyes®	114
	Tim Hortons®	3

**Como parte de la formación continua a los empleados de la empresa, desde el Área de Calidad y Seguridad Alimentaria se ha procedido a realizar una formación de buenas prácticas de manipulación e higiene por cada área.**

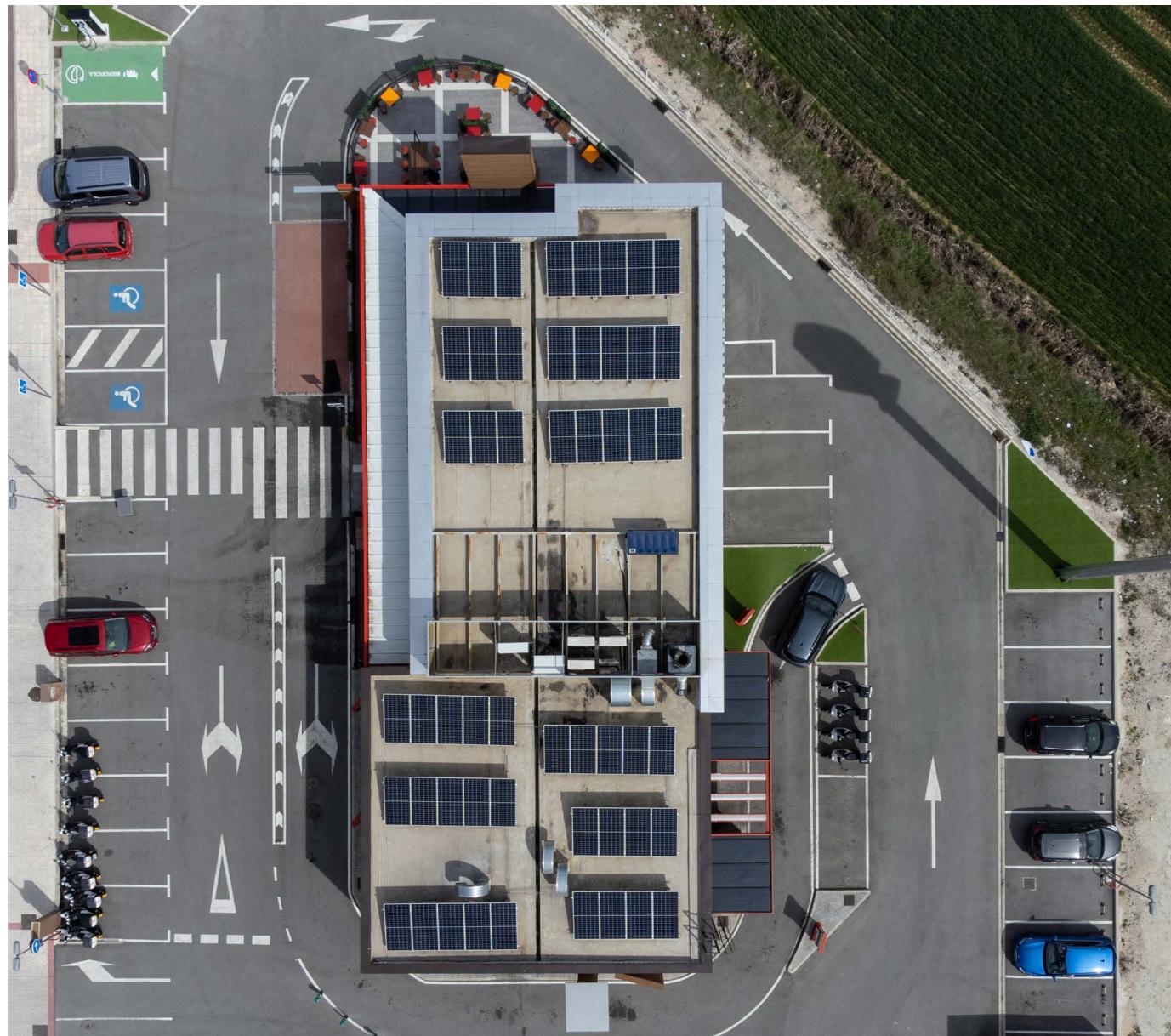
La revisión de la calidad de nuestros productos también se lleva a cabo en el momento que se entregan en nuestros restaurantes. Nuestros profesionales están capacitados para identificar posibles riesgos y descartar cualquier materia prima que no cumpla con los estándares adecuados para su uso en alimentación. Los riesgos potenciales más comunes que se pueden encontrar en nuestras cocinas son presencia de condiciones no aptas para el consumo en el queso (con moho por ejemplo) o en el pollo (malas condiciones organolépticas), entre otras.

**Durante 2023, no se registró ningún caso de intoxicación alimentaria.**

RB IBERIA analiza todos los casos de posibles intoxicaciones alimentarias, cerrándose aquellas que no presentan conclusiones claras o definitivas. En Burger King® España se reportaron 72 posibles intoxicaciones, sin que ninguna de ellas haya sido concluyente. Por tanto, durante 2023 no se registró ningún caso de intoxicación alimentaria.

**El 90% de nuestra plantilla ha sido formada por el Área de Calidad y Seguridad Alimentaria. El 10% restante es el personal de Tim Hortons® que empezará su formación en febrero de 2024.**





## Financiación en base a criterios de sostenibilidad

Elvis HoldCo UK Limited, (propietario del 100% de las acciones de RB IBERIA) dispone de una financiación (crédito), bajo un formato de Préstamo Vinculado a la Sostenibilidad, con un plazo de devolución de siete años (de 2021 a 2028).

Los indicadores vinculados a la financiación son:

1. Las Emisiones de Gases de Efecto Invernadero Evitadas.
2. La Potencia instalada para cargadores de vehículos eléctricos.
3. El porcentaje de compra de productos proteicos de origen vegetal vs. productos proteicos animales.

El seguimiento del cumplimiento de las condiciones de sostenibilidad impuestas al crédito se realiza por una Entidad verificadora independiente. La verificación de indicadores realizada durante 2023 ha señalado que RB IBERIA ha cumplido con todos los objetivos e indicadores establecidos por la ruta de compromiso ligada a la financiación.



04 |  
PERSONAS



## Hitos 2023

### FORMACIÓN Y DESARROLLO

Burger King® en colaboración con la Universidad Nebrija de Madrid ha desarrollado un plan de formación específico para cada puesto de trabajo en la empresa. El objetivo es promover el desarrollo profesional de la plantilla, retener el talento y atraer perfiles jóvenes a través de este plan único en el sector y atractivo para futuros empleados. En su primera edición, a finales de 2023, certificamos a 120 personas (48 hombres y 72 mujeres).

### SALUD Y BIENESTAR

No hemos tenido accidentes mortales durante el ejercicio del 2023. En RB IBERIA, nos comprometemos a revisar y dar un seguimiento constante a nuestro sistema de prevención de riesgos laborales para asegurar este resultado.

### ACCESIBILIDAD UNIVERSAL

En el transcurso de 2023, fortalecimos nuestro compromiso con la contratación de personas con discapacidad, registrando un total de 309, lo que supone un aumento del 30% en comparación con 2022.

### TALENTO JOVEN

En el año 2023, aumentamos un 13,8% la contratación de jóvenes menores de 30 años en nuestra plantilla en comparación con 2022. Este logro fue posible gracias a las nuevas aperturas de establecimientos y nuestro compromiso con la reducción del desempleo juvenil.



## Nuestro equipo y valores

Nuestros compromisos y valores ESG en materia de derechos humanos, derechos laborales, medio ambiente, compromiso social y de buena gobernanza, así como las medidas que hemos establecido contra la corrupción, son parte de nuestra cultura empresarial. Estos compromisos y valores y nuestra aspiración de hacer negocios con integridad se ven reflejados en el comportamiento y desempeño de nuestros empleados.

Entendemos que la cultura influye en cómo nuestros empleados abordan su trabajo y viceversa, por lo que establecemos valores claros que orientan a la compañía hacia una conducta sostenible tanto en el ámbito laboral como fuera de él. Nuestro objetivo es lograr el compromiso y la motivación de nuestro equipo. Para alcanzarlo, basamos la gestión de las personas en la integridad, la diversidad y en el desarrollo y promoción del talento.

**Nos comprometemos a ofrecer un entorno laboral equitativo y respetuoso donde cada empleado se sienta orgulloso de trabajar.**

Como parte de nuestra cultura organizacional destacan tres pilares fundamentales:

### NUESTRA POLÍTICA DE IGUALDAD

Que busca eliminar cualquier forma de discriminación y garantizar oportunidades equitativas para todos.

### NUESTRA POLÍTICA DE DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

Que valora y celebra la diversidad de perfiles, culturas y orígenes, promoviendo un ambiente en el que cada individuo se sienta valorado y aceptado.

### NUESTRA POLÍTICA DE DESCONEXIÓN DIGITAL

Que respalda la importancia del equilibrio entre trabajo y vida personal, asegurando que nuestros empleados puedan disfrutar de períodos de descanso y tiempo libre sin interrupciones laborales.



## Capital humano

Tenemos un compromiso sólido con la diversidad e inclusión en todos los aspectos de RB IBERIA. Nos enorgullece contar con personas que reflejan la riqueza de la diversidad de las comunidades en las que operamos y que integran diferentes perfiles, culturas y orígenes; esta forma de pensar no sólo enriquece nuestra cultura empresarial, sino que también potencia nuestra capacidad para innovar y ofrecer mejores experiencias a nuestros clientes.

**Fomentamos un entorno de trabajo seguro donde los empleados puedan sentirse valorados, respetados y capacitados para contribuir al éxito de la empresa.**

En este contexto, nos consideramos responsables de garantizar un empleo de calidad, sostenible y contributivo al desarrollo integral de la sociedad. Durante 2023, los indicadores clave de crecimiento de la plantilla destacan los logros alcanzados en términos de contratación, diversidad y atracción de talento joven. Los jóvenes han desempeñado un papel crucial en nuestro éxito durante el último año, evidenciado por un aumento del 13,8% en la plantilla joven al cierre del ejercicio 2023 en comparación con 2022. Este incremento se debe a 3.178 contrataciones netas y ha estado vinculado a la integración de los equipos de las empresas adquiridas. La compañía ha mantenido un promedio de 21.351 empleados en España y 4.289 empleados en Portugal a lo largo del año y ha cerrado

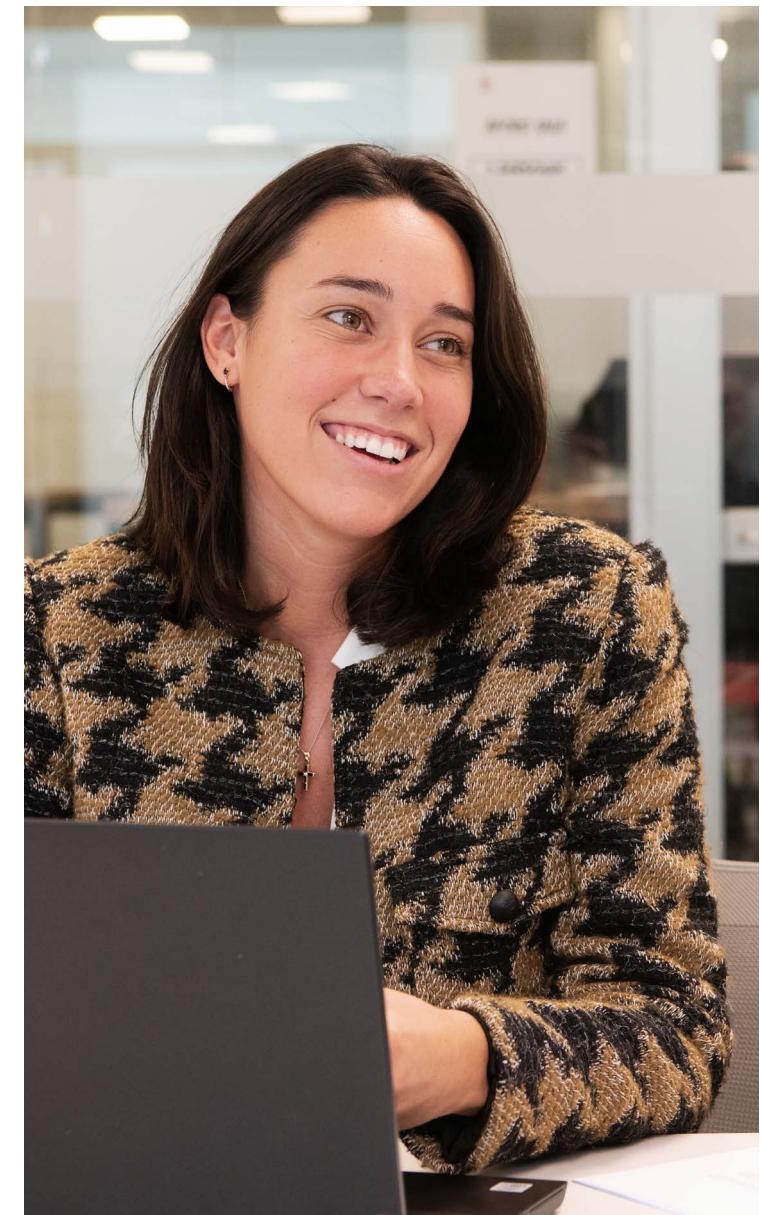
el año con un total de 25.068 trabajadores, distribuidos en un 83% en España y un 17% en Portugal.

**RB IBERIA se considera responsable de garantizar empleo de calidad, sostenible y que contribuye positivamente a la sociedad.**

A continuación, en las siguientes tablas se detalla la información relativa a personal del Grupo RB IBERIA:

EMPLEADOS POR PAÍS AL CIERRE DEL EJERCICIO			
País	2023	2022	2023 vs 2022
España	20.855	17.989	15,93%
Portugal	4.213	3.901	7,99%
<b>Total</b>	<b>25.068</b>	<b>21.890</b>	<b>14,52%</b>

EMPLEADOS POR EDAD AL CIERRE DEL EJERCICIO			
Rango de edad	2023	2022	2023 vs 2022
Menores de 30	15.075	13.252	13,76%
Entre 30 y 50	8.910	7.785	14,45%
Mayores de 50	1.083	853	26,96%
<b>Total</b>	<b>25.068</b>	<b>21.890</b>	<b>14,52%</b>



**En RB IBERIA apostamos por la incorporación de talento joven a nuestra plantilla, de forma que se garantice un futuro sostenible para las nuevas generaciones y para el negocio. Prueba de ello es que el 60% de la plantilla es España y Portugal es menor de 30 años.**

Seguimos una política de tolerancia cero frente a cualquier forma de trabajo infantil y, por ende, somos especialmente cuidadosos con la contratación de menores de edad, extremando las cautelas para verificar que concurren todos los requisitos previstos en la normativa laboral aplicable a tal fin. Así, en el caso excepcional de contratar a algún menor, se requiere la autorización de ambos padres, y se aplican limitaciones en cuanto a sus funciones y horarios. Desde el Grupo queremos enfatizar nuestro firme compromiso con la protección de los derechos de la infancia, rechazando categóricamente el trabajo infantil y los trabajos forzados. Cumplimos escrupulosamente la legislación y los principios y derechos fundamentales establecidos por la Organización Internacional del Trabajo, los diez principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, y los requisitos del convenio laboral con nuestros trabajadores.

## MODALIDAD DE CONTRATOS

RB IBERIA ofrece contratos de carácter indefinido, temporal y a tiempo parcial, además de mantener todo tipo de colaboraciones con escuelas de

formación o mediante prácticas reguladas. Desde el año 2022, continuamos trabajando para aumentar el número de contrataciones indefinidas, que alcanzaron un 99% en 2023. Esta modalidad de contratación es la predominante dentro de nuestras operaciones y con la que queremos ser identificados como empleadores de calidad capaces de dar estabilidad a nuestros trabajadores.

Atendiendo al nivel de dedicación, mantenemos una estructura flexible dentro de la plantilla, con contratos a tiempo parcial (72%) y a jornada completa (28%), que permiten adaptarse a las necesidades de nuestros empleados, así como fomentar su conciliación familiar o con los estudios.

De igual modo, apostamos por potenciar las incorporaciones de talento joven como garantía de la sostenibilidad y la rentabilidad futura del negocio. Durante 2023, el 60% de la plantilla en España y Portugal era menor de 30 años. Esta estrategia contribuye a reducir las altas tasas de paro juvenil (cerca del 30% a finales de 2023) y ayuda a la incorporación de los jóvenes al mercado laboral en España.

**En el último año, nuestras contrataciones indefinidas representan un 99% de la plantilla de RB IBERIA, siendo la modalidad laboral predominante en el Grupo y manteniéndose con respecto al año 2022.**



EMPLEADOS POR CATEGORÍA PROFESIONAL Y GÉNERO AL CIERRE DEL EJERCICIO						
	2023			2022		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Directores	18	7	<b>25</b>	13	6	<b>19</b>
Gerentes	451	645	<b>1.096</b>	314	435	<b>749</b>
Encargados	1.158	2.018	<b>3.176</b>	394	598	<b>992</b>
Auxiliares	110	151	<b>261</b>	740	1.268	<b>2.008</b>
Operarios base	11.370	9.120	<b>20.490</b>	9.958	8.151	<b>18.109</b>
Becarios	8	12	<b>20</b>	4	9	<b>13</b>
<b>Total</b>	<b>13.115</b>	<b>11.953</b>	<b>25.068</b>	<b>11.423</b>	<b>10.467</b>	<b>21.890</b>

EMPLEADOS POR TIPO DE CONTRATO DE TRABAJO Y GÉNERO AL CIERRE DEL EJERCICIO						
	2023			2022		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Contratos indefinidos	13.064	11.905	<b>24.969</b>	11.214	10.312	<b>21.526</b>
Contratos temporales	51	48	<b>99</b>	209	155	<b>364</b>
<b>Total</b>	<b>13.115</b>	<b>11.953</b>	<b>25.068</b>	<b>11.423</b>	<b>10.467</b>	<b>21.890</b>
Completo	3.131	3.875	<b>7.006</b>	2.983	3.658	<b>6.641</b>
Parcial	9.984	8.078	<b>18.062</b>	8.440	6.809	<b>15.249</b>
<b>Total</b>	<b>13.115</b>	<b>11.953</b>	<b>25.068</b>	<b>11.423</b>	<b>10.467</b>	<b>21.890</b>

EMPLEADOS POR TIPO DE JORNADA DE TRABAJO Y EDAD AL CIERRE DEL EJERCICIO						
	2023			2022		
	Completo	Parcial	Total	Completo	Parcial	Total
Menores de 30	3.092	11.983	<b>15.075</b>	3.054	10.198	<b>13.252</b>
Entre 30 y 50	3.561	5.349	<b>8.910</b>	3.246	4.539	<b>7.785</b>
Mayores de 50	403	680	<b>1.083</b>	341	512	<b>853</b>
<b>Total</b>	<b>7.056</b>	<b>18.012</b>	<b>25.068</b>	<b>6.641</b>	<b>15.249</b>	<b>21.890</b>

EMPLEADOS POR TIPO DE CONTRATO Y EDAD AL CIERRE DEL EJERCICIO						
	2023			2022		
	Indefinido	Temporal	Total	Indefinido	Temporal	Total
Menores de 30	15.020	55	<b>15.075</b>	12.982	270	<b>13.252</b>
Entre 30 y 50	8.870	40	<b>8.910</b>	7.704	81	<b>7.785</b>
Mayores de 50	1.079	4	<b>1.083</b>	840	13	<b>853</b>
<b>Total</b>	<b>24.969</b>	<b>99</b>	<b>25.068</b>	<b>21.526</b>	<b>364</b>	<b>21.890</b>

## EMPLEADOS POR TIPO DE CONTRATO Y CATEGORÍA PROFESIONAL AL CIERRE DEL EJERCICIO

	2023			2022		
	Indefinido	Temporal	Total	Indefinido	Temporal	Total
Directores	25	-	<b>25</b>	19	-	<b>19</b>
Gerentes	1.090	6	<b>1.096</b>	749	-	<b>749</b>
Encargados	3.158	18	<b>3.176</b>	977	15	<b>992</b>
Auxiliares	259	2	<b>261</b>	2.004	4	<b>2.008</b>
Operarios base	20.437	53	<b>20.490</b>	17.777	332	<b>18.109</b>
Becarios	-	20	<b>20</b>	-	13	<b>13</b>
<b>Total</b>	<b>24.969</b>	<b>99</b>	<b>25.068</b>	<b>21.526</b>	<b>364</b>	<b>21.890</b>

## EMPLEADOS POR TIPO DE JORNADA Y CATEGORÍA PROFESIONAL AL CIERRE DEL EJERCICIO

	2023			2022		
	Completo	Parcial	Total	Completo	Parcial	Total
Directores	25	-	<b>25</b>	19	-	<b>19</b>
Gerentes	1.073	23	<b>1.096</b>	739	10	<b>749</b>
Encargados	2.857	319	<b>3.176</b>	944	48	<b>992</b>
Auxiliares	238	23	<b>261</b>	1.829	4	<b>2.008</b>
Operarios base	2.908	17.582	<b>20.490</b>	3.097	15.012	<b>18.109</b>
Becarios	19	1	<b>20</b>	13	-	<b>13</b>
<b>Total</b>	<b>7.120</b>	<b>17.948</b>	<b>25.068</b>	<b>21.526</b>	<b>364</b>	<b>21.890</b>

DESPIDOS POR GRUPO DE EDAD Y GÉNERO						
	2023			2022		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Menores de 30	527	280	<b>807</b>	249	106	<b>355</b>
Entre 30 y 50	291	216	<b>507</b>	145	70	<b>215</b>
Mayores de 50	23	22	<b>45</b>	6	7	<b>13</b>
<b>Total</b>	<b>841</b>	<b>518</b>	<b>1.359</b>	<b>400</b>	<b>183</b>	<b>583</b>

DESPIDOS POR CATEGORÍA PROFESIONAL Y GÉNERO						
	2023			2022		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Directores	-	1	<b>1</b>	2	1	<b>3</b>
Gerentes	31	44	<b>75</b>	20	11	<b>31</b>
Encargados	72	63	<b>135</b>	13	7	<b>20</b>
Auxiliares	25	36	<b>61</b>	46	29	<b>75</b>
Operarios base	713	374	<b>1.087</b>	319	135	<b>454</b>
Becarios	-	-	-	-	-	--
<b>Total</b>	<b>841</b>	<b>518</b>	<b>1.359</b>	<b>400</b>	<b>183</b>	<b>583</b>

## Desarrollo de talento y plan de carrera

Hemos desarrollado e implantado programas de formación en los que se describen los requisitos de formación necesarios para incorporarse a ciertos puestos de trabajo. Con ello buscamos garantizar la capacitación de los profesionales que están en plantilla, promover la excelencia y asegurar su preparación, para contribuir al buen funcionamiento de la compañía y proporcionar la mejor experiencia a nuestros clientes. El departamento de Recursos Humanos es el encargado de supervisar el cumplimiento de estos programas de formación y elabora anualmente un plan de formación que identifica las necesidades formativas de nuestros empleados. El plan de formación incluye cursos de formación inicial para integrar a las nuevas incorporaciones y cursos de formación continua para asegurar el crecimiento del talento interno.

**Para RB IBERIA la formación es fundamental para el desarrollo del talento.**

Además, RB IBERIA ha implementado DOCEBO, una herramienta corporativa para formación continua en línea. Todos los empleados, desde el Comité de Dirección hasta el personal de base, tiene acceso a esta herramienta en la que se ofrecen cursos de Seguridad y Salud, de Compliance y de habilidades multidisciplinares.

En concreto, el Plan Formativo de 2023 ha incluido sesiones para ampliar los conocimientos del negocio y otros aspectos como el liderazgo, el aprendizaje

de idiomas y la gestión de herramientas de trabajo. Durante el ejercicio se han impartido 243 formaciones y un total de 77.095 horas de formación. En total, RB IBERIA ha destinado una inversión a formación de más de medio millón de euros, de la que se han beneficiado 7.133 profesionales.

**RB IBERIA impartió 243 cursos de formación durante 2023 para sus empleados, con una participación del 28% de la plantilla y una inversión de más de medio millón de euros.**

HORAS DE FORMACIÓN*		
	2023	2022
Directores	-	-
Gerentes	9.195	4.192
Encargados y Auxiliares	23.383	34.856
Operarios base	44.517	28.371
Becarios	-	84
<b>Total</b>	<b>77.095</b>	<b>67.503</b>

DATOS DE FORMACIÓN*	
	2023
Modalidad Online	81%
Modalidad Presencial	19%
Horas de Formación totales	77.095
Número total de asistentes	7.133
% de participación con respecto al total de la plantilla	28,45%
Número total de cursos impartidos	243
Inversión en formación (€)	516.319 €

\* Las tablas incluyen datos relativos a Burger King® España y Popeyes®.

# BURGER KING® UNIVERSITY

Burger King® University es un plan de formación y desarrollo que RB IBERIA pone a disposición de los equipos de restaurante y es para todos aquellos que quieran dar un salto en su carrera laboral. Burger King® en colaboración con la Universidad Nebrija de Madrid ha desarrollado un plan que incluye formación específica para cada puesto, desde empleados base hasta gerente de restaurante. Además, todo empleado que complete el curso recibirá la certificación "Programa Superior en Dirección y Gestión de locales de Restauración Organizada" avalada por la Universidad Nebrija. División de Formación Continua (NFC)<sup>14</sup>.

El programa está a disposición de toda la plantilla de Burger King® España. El objetivo es promover el desarrollo profesional de la plantilla, retener el talento y atraer perfiles jóvenes a través de este plan único en el sector y atractivo para futuros empleados. En su primera edición, finalizada a finales de 2023, certificamos a 120 personas (48 hombres y 72 mujeres).

14. Enseñanzas no conducentes a la obtención de una titulación de carácter oficial.



## Bienestar de los empleados

Promovemos un equilibrio entre la vida personal y profesional de nuestros trabajadores, ofreciendo diversas medidas para los empleados tanto de oficina como de restaurante.

El modelo de negocio de RB IBERIA permite proveer a sus empleados de la flexibilidad necesaria para poder conciliar su jornada laboral con su vida personal. En el trabajo de restaurante, la jornada se organiza en tres turnos de trabajo (mañana, tarde y noche), cubriendo el periodo de apertura de los restaurantes de lunes a domingo y respetando siempre el número de horas máximas legales. El personal de oficina se organiza mediante jornada partida, respetando siempre el máximo número de horas legales.

Para poder organizar esta flexibilidad laboral, en RB IBERIA existe una correcta gestión de turnos de trabajo, que aplica la regulación del Convenio Colectivo. Se planifican los turnos con 4 semanas de antelación y cualquier cambio sobre esos turnos se debe acordar previamente entre las partes interesadas.

Para el personal de oficina existen diferentes medidas tendentes a favorecer la conciliación tales como la jornada intensiva los viernes y durante los meses de julio y agosto, un día de teletrabajo a la semana y flexibilidad horaria limitada para promover la flexibilidad en las horas de entrada y salida según las necesidades personales de cada empleado.

## Existen contratos a tiempo parcial y empleo para jóvenes, para poder conciliar el trabajo, estudios y la vida personal.

La Compañía presta especial atención a la conciliación de empleados con hijos, dependientes, situaciones familiares especiales y estudiantes. Se ha desarrollado una herramienta informática para gestionar y planificar turnos anticipadamente, considerando las expectativas de ventas, horas necesarias y respetando los límites legales y necesidades individuales, como bajas médicas o vacaciones. La tasa de reincorporación al trabajo de empleados que disfrutaron de permiso parental fue del 100%.

A continuación, se detalla el número de empleados que han disfrutado de permisos parentales:

Nº DE EMPLEADOS QUE DISFRUTARON DE UN PERMISO PARENTAL					
2023			2022		
Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
461	527	<b>988</b>	307	345	<b>652</b>

Los cambios tecnológicos que han acontecido en las últimas décadas han hecho que las relaciones laborales cambien, pudiendo a veces plantear un problema de salud para los trabajadores. Gracias a la Política de Desconexión Digital del Grupo favorecemos el equilibrio entre el descanso y el trabajo, tal y como

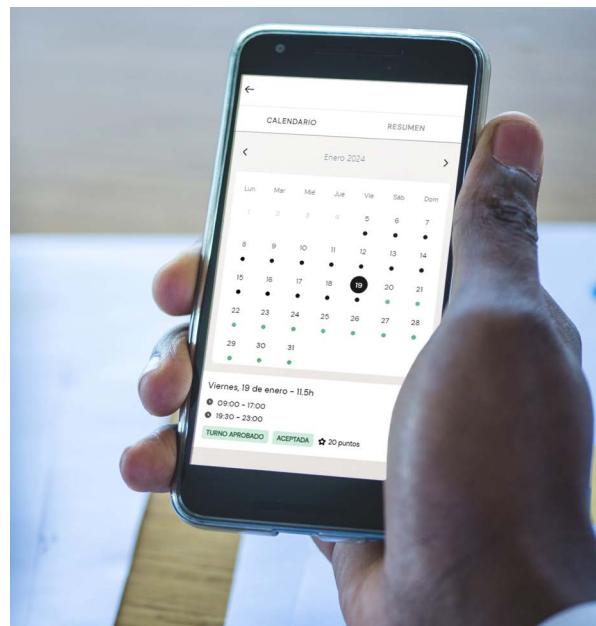
promueve la *Organización Mundial de la Salud*. En España, se reconoce el derecho a la desconexión digital a raíz de Ley Orgánica de Protección de datos y Garantía de los Derechos Digitales.

De esta manera, salvo que sea una situación de urgencia, extrema necesidad o fuerza mayor, el trabajador no envía comunicaciones electrónicas fuera de su horario laboral; para el personal de oficinas centrales, está prohibido el envío de comunicaciones, además, en fines de semana, festivos y vacaciones.

**RB IBERIA facilita formación a sus empleados acerca de la desconexión digital. Asimismo, ha enviado comunicaciones trimestrales a los managers y, además, ha facilitado píldoras informativas al resto de trabajadores.**



Por otro lado, los cambios y avances tecnológicos han hecho que muchas tareas de administración y de comunicación con nuestros trabajadores hayan mejorado. El 85% de los empleados de RB IBERIA no tiene correo electrónico. Con el objetivo de mejorar la comunicación y el bienestar de nuestros trabajadores en 2023, seguimos desarrollando una App propia de RB IBERIA accesible para todos los empleados. A través de esta App se pueden gestionar los turnos, descargar la nómina y ver comunicados operacionales y además, se puede disfrutar de diferentes beneficios del pago retribuido, como descuentos en proveedores de servicios y acceso a sesiones de fisioterapia. Actualmente, más del 80% se la plantilla son usuarios



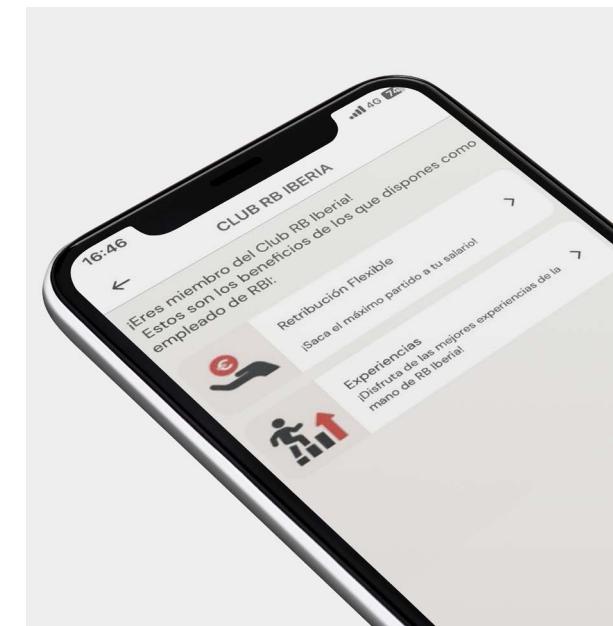
activos, y estamos tratando de incorporar nuevas funcionalidades para mejorar su usabilidad. Nos hemos fijado el objetivo de alcanzar un 100% de la plantilla como usuarios activos en 2024.

**La app de empleados desarrollada por RB IBERIA aporta beneficios tanto al trabajador como a la Compañía. A través de la app se pueden gestionar los turnos, descargar la nómina o ver comunicados operacionales y otros beneficios.**

En RB IBERIA fomentamos la implicación de nuestros trabajadores en la gestión, sobre todo en términos de información, consulta y participación. Además, a través de la encuesta de clima laboral, se han recogido indicadores sobre el bienestar de los trabajadores, su relación con sus superiores y otros aspectos clave de la experiencia del empleado.

Además, seguimos trabajando en la identificación de medidas de bienestar y satisfacción para nuestros trabajadores. Como medida de bienestar, contamos con una aportación denominada “Fondo social” para empleados con situaciones familiares especiales. Este fondo está destinado principalmente a trabajadores con hijos que requieran tratamientos o ayudas especiales. De esta manera, podemos ayudar a los compañeros de RB IBERIA que lo necesiten.

**En 2023, RB IBERIA introdujo una plataforma de retribución flexible que permite a todos los empleados (excepto aquellos bajo la aplicación del SMI) ajustar su salario mediante la contratación de productos y servicios, aprovechando las ventajas fiscales correspondientes. Ofrecemos opciones como seguro médico, ticket guardería, ticket transporte y ticket restaurante.**



## Libertad sindical y convenios colectivos

Defendemos una comunicación abierta y continua con diversos grupos de interés, incluyendo sindicatos y órganos de representación de cada centro, de acuerdo con la normativa vigente y aseguramos la libertad de asociación de todos los empleados a los sindicatos de su elección. La siguiente tabla desglosa esta información por ubicación geográfica y sindicato:

Nº DE EMPLEADOS ADHERIDOS A UN CONVENIO COLECTIVO EN ESPAÑA										
	CCOO	CCOO-SB	UGT	CSIF	SB	USO	ELA	CIGA	Independiente	Total
<b>2023</b>	200	10	101	3	50	2	7	2	1	<b>376</b>
<b>2022</b>	208	27	94	3	22	2	8	6	4	<b>374</b>

Nº DE EMPLEADOS ADHERIDOS A UN CONVENIO COLECTIVO EN PORTUGAL		
	SITACEHT	Total
<b>2023</b>	1	5

**En 2023, tanto en España como en Portugal, el 100% de los empleados de RB IBERIA estaban cubiertos por convenios colectivos.**



## Diversidad, inclusión e igualdad

En abril de 2023 redactamos una nueva versión de la Política de Diversidad e Inclusión, reforzando nuestro compromiso con las personas. Consideramos que cada persona es única, con sus diferencias y similitudes, y no se tolera ningún comportamiento discriminatorio por razón de raza, etnia, género, religión, orientación sexual, afiliación sindical, ideas políticas, situación familiar o discapacidad, así como no es aceptable ningún tipo de acoso verbal o físico.

**Nuestra Política de Diversidad e Inclusión se aplica a todos los empleados, proveedores, clientes, consultores, agentes y cualquier otra persona asociada con RB IBERIA independientemente de su localización.**

Nuestra cultura de inclusión tiene por objeto crear un entorno laboral en el que cada persona pueda lograr sus objetivos y desarrollarse como profesional. Asimismo, la diversidad funcional se considera parte integral de nuestra estrategia, asegurando la inclusión de personas con capacidades diferentes en todos los aspectos de la empresa.

Para poner en práctica nuestro compromiso con la Diversidad e Inclusión aplicamos los siguientes principios generales:

- Garantizar un ambiente de trabajo basado en la dignidad y el respeto a todas las personas, libre de discriminación, acoso y otras formas de intolerancia y violencia.
- Promover la igualdad de oportunidades, estableciendo las medidas y acciones que sean necesarias para alcanzar la igualdad real de trato y oportunidades.
- Facilitar un entorno de trabajo inclusivo, en el que se respete y valore las diferencias individuales, que garantice que todas las personas se sientan integradas y aceptadas.
- Involucrar a todos los miembros de la plantilla en una cultura de diversidad, tanto en las relaciones internas, como en las relaciones con clientes, proveedores y otros grupos de interés.
- Promover el conocimiento y el cumplimiento de los compromisos de esta Política entre aquellos con quienes la Compañía se relaciona a efectos comerciales: socios, proveedores, contratistas, distribuidores, etc., así como cualquier otra entidad pública o privada, relacionadas con nuestras operaciones o servicios.
- Atraer y retener el talento de todas las personas independientemente de su origen, creencias, género, capacidad, etc.



El incumplimiento de la Política o de cualquier comportamiento discriminatorio se puede denunciar de forma anónima a través del Canal Ético.

Estamos totalmente alineados con nuestra Política de Igualdad y aspiramos a conseguir la igualdad de género plena y la no discriminación dentro de la compañía. Para conseguir estos objetivos, partimos del principio de igualdad de oportunidades, y para ello, se deben de cumplir las siguientes premisas:

1. Acceso al empleo, seleccionando al personal sólo por sus méritos y por las capacidades de los candidatos.
2. Promoción y desarrollo profesional, valorando aquellas habilidades necesarias para realizar el trabajo designado.
3. Formación, para que cada profesional posea los conocimientos necesarios para el desarrollo de su trabajo.
4. Apoyo al personal con capacidades diferentes.
5. Establecer medidas que aseguren que en los procesos de selección y promoción interna no se favorezca ni se discrimine.

Nuestra Política de Igualdad no tolera la discriminación por razones de origen racial, edad, sexo, estado civil, ideología, nacionalidad, religión, orientación sexual o cualquier otra condición física o personal de nuestros trabajadores y trabajadoras.

**Tenemos la responsabilidad de tratar con el máximo respeto a los demás; por ello, practicamos una política de tolerancia cero frente a cualquier tipo de discriminación.**



## DESGLOSE DE EMPLEADOS POR GÉNERO

En línea con nuestra visión de diversidad, el 47% de nuestro personal son mujeres, quienes ocupan el 58,2% de los puestos gerenciales y de dirección. Esta inclusión de género no solo refleja nuestro enfoque a favor de la igualdad, sino que también demuestra nuestro compromiso continuo en fomentar un entorno laboral equitativo y enriquecedor. Además, trabajamos continuamente en la incorporación de perfiles diversos más allá del género, para fortalecer la representación y perspectivas en todos los niveles de la organización.



	EMPLEADOS POR CATEGORÍA PROFESIONAL Y GÉNERO AL CIERRE DEL EJERCICIO					
	2023			2022		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Directores	18	7	<b>25</b>	13	6	<b>19</b>
Gerentes	451	645	<b>1.096</b>	314	435	<b>749</b>
Encargados	1.158	2.018	<b>3.176</b>	394	598	<b>992</b>
Auxiliares	110	151	<b>261</b>	740	1.268	<b>2.008</b>
Operarios base	11.370	9.120	<b>20.490</b>	9.958	8.151	<b>18.109</b>
Becarios	8	12	<b>20</b>	4	9	<b>13</b>
<b>Total</b>	<b>13.115</b>	<b>11.953</b>	<b>25.068</b>	<b>11.423</b>	<b>10.467</b>	<b>21.890</b>

## PLAN DE IGUALDAD

La igualdad efectiva entre mujeres y hombres dentro de la compañía es una prioridad para nosotros. RB IBERIA cuenta con un Plan de Igualdad donde se recogen nuestros objetivos, acciones para promover la igualdad y prevenir cualquier situación de acoso. A través de nuestro Plan de Igualdad, buscamos alcanzar los siguientes objetivos:

- 1.** Fomentar el incremento de la participación de las mujeres en el mercado de trabajo.
- 2.** Mejorar la empleabilidad de la mujer.
- 3.** Mejorar la permanencia en el empleo de mujeres.
- 4.** Potenciar el nivel formativo de las mujeres con el objeto de facilitar el acceso al empleo y su desarrollo profesional.
- 5.** Potenciar la adaptabilidad de la mujer a los requerimientos del mercado de trabajo.
- 6.** Promover la conciliación de la vida laboral, familiar y personal de las personas trabajadoras.
- 7.** Eliminar toda forma de discriminación directa o indirecta por razón de género.
- 8.** Prevenir y evitar las situaciones de acoso que pudieran presentarse en el ámbito de las relaciones.

Durante el año 2024, se continuará la negociación con los sindicatos para la actualización del Plan de Igualdad.



## Remuneración justa y equitativa

El modelo de compensación y evaluación está directamente ligado al rendimiento y a la evolución de los salarios en conformidad con los convenios y las condiciones del mercado. Este enfoque busca impulsar el desarrollo del talento interno, a la vez que garantiza las condiciones mínimas alineadas con los estándares del sector. En el proceso anual de revisión salarial, se asignan mayores incrementos a los empleados con un desempeño destacado y/o cuya remuneración se aleja más de la referencia de mercado.

**El modelo retributivo y de evaluación de RB IBERIA se encuentra vinculado al desempeño y a la evolución de los salarios según convenio y mercado.**



REMUNERACIONES MEDIAS POR CATEGORÍA PROFESIONAL EN 2023 (euros brutos anuales)

Concepto	Hombres	Mujeres	Ratio media
Directores	144.003,90 €	110.258,76 €	0,10%
Gerentes	25.545,68 €	23.948,75 €	4,34%
Encargados	19.508,93 €	19.181,00 €	13,98%
Auxiliares	19.023,37 €	18.268,00 €	1,04%
Operarios base	14.963,58 €	15.062,01 €	80,46%
Becarios	12.433,36 €	9.977,15 €	0,08%

REMUNERACIONES MEDIAS POR EDAD EN 2023 (euros brutos anuales)

Concepto	Hombres	Mujeres	Ratio media
Menores de 30	15.131,20 €	15.326,14 €	60,14%
Entre 30 y 50	16.874,58 €	17.157,55 €	35,54%
Mayores de 50	18.149,81 €	16.821,56 €	4,32%

## BRECHA SALARIAL

Como parte de nuestra estrategia de igualdad, anualmente calculamos la brecha salarial existente entre nuestras trabajadoras y trabajadores. Según los cálculos realizados en España para el sector hostelería específicamente, la media de la brecha salarial en 2023 fue de un 22,5% según la ganancia femenina<sup>15</sup>. Para realizar este cálculo tenemos en cuenta el ingreso laboral medio de hombres y mujeres:

$$\text{Brecha salarial} = \frac{\text{Ingreso laboral medio de los hombres} - \text{ingreso laboral medio de las mujeres}}{\text{Ingreso laboral medio de los hombres}} * 100$$

Los valores salariales indicados en la tabla a continuación corresponden a la media aritmética.

15. Fuente: Brecha Salarial en los Sectores de CCOO Servicios. <https://www.ccoo-servicios.es/archivos/Resumen-ejecutivo-Brecha-Salarial-2023.pdf>

### REMUNERACIONES MEDIAS POR CATEGORÍA PROFESIONAL (euros brutos anuales) Y BRECHA SALARIAL EN 2023

Concepto	Hombres	Mujeres	Brecha (%)
Directores	144.003,90 €	110.258,76 €	23,43%
Gerentes	25.545,68 €	23.948,75 €	6,25%
Encargados	19.508,93 €	19.181,00 €	1,68%
Auxiliares	19.023,37 €	18.268,00 €	3,97%
Operarios base	14.963,58 €	15.062,01 €	-0,66%
Becarios	12.433,36 €	9.977,15 €	19,75%

La brecha salarial significativa se establece en las categorías profesionales de Directores y becarios. En el resto de las categorías las remuneraciones están muy equilibradas, con ligeras brechas salariales en las categorías de gerentes y encargados, fundamentalmente debidas a la antigüedad de los hombres en esas posiciones.

Este factor de edad se corrobora si se analizan los datos de brecha por tramos de edad. Los salarios son parejos para todos los empleados por debajo

de 50 años, para los profesionales de más de 50 años se observa un sesgo en los salarios de un 7,90% en favor de los hombres.

En todo caso, salvo para el nivel de Directores, la brecha salarial observada en las categorías de la empresa están muy por debajo de la brecha media nacional para el sector de la hostelería. En RB IBERIA estamos enfocados en minimizar la brecha existente en el menor plazo posible y practicable.

### REMUNERACIONES MEDIAS POR TRAMO DE EDAD (euros brutos anuales) Y BRECHA SALARIAL EN 2023

Concepto	Hombres	Mujeres	Brecha (%)
Menores de 30	15.131,20 €	15.326,14 €	-1,27%
Entre 30 y 50	16.874,58 €	17.157,55 €	-1,64%
Mayores de 50	18.149,81 €	16.821,56 €	7,90%

## Inclusión de personas con discapacidad en la vida laboral

RB IBERIA considera la accesibilidad universal como un valor fundamental, asegurando la integración de personas con capacidades diferentes tanto en los establecimientos como en las oficinas centrales.

Nuestro objetivo es cumplir o exceder el cumplimiento del Real Decreto Legislativo 1/2013, de 29 de noviembre, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley General de derechos de las personas con discapacidad y de su inclusión social. De hecho, en lugar de incorporar a un 2% de personal con capacidades diferentes, conforme al mínimo establecido en la legislación, nos hemos fijado como objetivo alcanzar un 2,5% de la plantilla en 2025. Para conseguirlo, contamos con varios planes para contratar a personas con capacidades diferentes e incluirlas en nuestra plantilla. Entre ellos destaca el programa de retención *Fanáticos de lo Real*, que ha ayudado a 26 personas a trabajar en nuestros restaurantes y algunos de ellos llevan más de 2 años con nosotros. Se facilita información adicional sobre el programa *Fanáticos de lo Real* en el capítulo 5 “Compromiso Social”.

A fecha de cierre del ejercicio 2023, contábamos con un total de 309 personas con capacidades diferentes, frente a las 237 en 2022, lo que supone un incremento del 30% respecto al año anterior.



# Seguridad y salud

## Protección de seguridad y salud para empleados y contratistas

La salud y seguridad de nuestros empleados constituye un pilar fundamental de nuestro trabajo. Contamos con un departamento interno encargado de garantizar el cumplimiento de la normativa vigente en protección de riesgos laborales, supervisando que nuestros empleados cumplan las normas de seguridad y salud.

Tenemos una Política de Prevención de Riesgos Laborales orientada no sólo a cumplir con normativas y regulaciones vigentes, sino también a promover una cultura de seguridad y bienestar. Nuestra política se enfoca en salvaguardar la integridad física y mental de nuestros empleados además de informar de todos los riesgos laborales.

Más allá de cumplir con los requisitos normativos, trabajamos activamente para fortalecer la conciencia colectiva en materia de seguridad y bienestar, contribuyendo al desarrollo de una cultura organizacional centrada en el cuidado integral de todos nuestros empleados. Los principales objetivos que nos marcamos son:

1. Reconocer el valor que representan las personas que conforman RB IBERIA, poniendo sus condiciones de trabajo en el centro de la estrategia de Recursos Humanos. Para el propio desarrollo y éxito de la empresa, es necesario asegurar un entorno de trabajo seguro.

2. Tener una actitud abierta a la hora de resolver las necesidades de cualquier persona en su entorno de trabajo.

3. Poner en marcha un programa preventivo para poder gestionar y mejorar el entorno de trabajo, es decir, su trabajo en establecimientos y oficinas centrales.

4. Evaluar y auditar el Sistema de Gestión de Seguridad y Salud para garantizar su eficacia y la mejora continua.

Además de la Política de Prevención de Riesgos Laborales, contamos con nuestro Sistema de Gestión de Seguridad y Salud definido para cubrir los requisitos de la Ley 31/1995, de 8 de noviembre, de Prevención de Riesgos Laborales y auditado conforme al art. 30 del Real Decreto 39/1997, de 17 de enero, por el que se aprueba el Reglamento de los Servicios de Prevención. La Política de Prevención de Riesgos Laborales y el Sistema de Gestión, junto con la promoción de la cultura de seguridad en el trabajo, son las herramientas que nos permiten monitorizar que los empleados cumplan con los requisitos establecidos para asegurar su integridad física y mental en sus puestos de trabajo.



## Prevención y mitigación de impactos en seguridad y salud

Para poder realizar una labor de prevención de riesgos laborales, el Sistema de Gestión de Seguridad y Salud se evalúa y se audita para garantizar una mejora continua y su eficacia. Además, los trabajadores juegan un papel fundamental en el desarrollo, implementación y evaluación del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud. A través de sus representantes podemos conocer la opinión de nuestros empleados para tomar una decisión

acertada. En caso de incidencias, se comunican al equipo gerencial y son resueltas a la mayor brevedad por la compañía. Este ejercicio de escucha a nuestros trabajadores ocurre en las reuniones trimestrales del Comité de Seguridad y Salud.

**En RB IBERIA integramos en nuestro sistema general de gestión un Plan de Prevención que aplica al conjunto de las actividades que se realizan a todos niveles jerárquicos del Grupo.**

Estos procedimientos de comunicación de incidencias nos permiten desarrollar actividades preventivas. De esta manera, el trabajador puede evitar actos o comportamientos inseguros para sí mismo y para sus compañeros.

Todos los trabajadores están representados por el Comité de Seguridad y Salud y los delegados de prevención. A través de las reuniones del Comité con la gerencia de la organización comunicamos y resolvemos las diferentes incidencias que notifican los empleados.



## Formación en seguridad y salud

La formación en seguridad laboral es una de las principales herramientas para prevenir posibles accidentes derivados de las actividades que se desarrollan en RB IBERIA cada día. Así pues, RB IBERIA desarrolla un Plan Anual de Formación, en el que se programan, entre otras actividades formativas, la formación en materia de prevención y riesgos en el entorno de trabajo. Esta formación incluye sesiones presenciales *ad hoc* para puestos de trabajo (cocina, reparto, etc.) y formación específica y obligatoria en el momento de la incorporación del empleado, antes de empezar a realizar su actividad.

De esta manera, aseguramos que todo el personal recibe formación en materia de Seguridad y Salud incluyendo información acerca de los riesgos en el trabajo, los controles y procedimientos existentes, y los derechos de los trabajadores respecto a la normativa de Prevención de Riesgos Laborales. Toda la información se facilita a través de diferentes canales como el portal del empleado, los representantes de los trabajadores, tablones y demás medios internos de comunicación. RB IBERIA requiere que todas las incorporaciones estén formadas en prevención de riesgos laborales antes de empezar a realizar su actividad.

En la tabla se detallan los principales indicadores en seguridad y salud en el entorno de trabajo durante 2022 y 2023.

FORMACIÓN EN PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES (PRL)		
	2023	2022
Nº de horas de formación en Prevención de Riesgos laborales (PRL)	61.773	32.751
Nº de asistentes a la formación en PRL	28.237	14.005
Nº de reconocimiento médicos	3.283	2.012

Todos los trabajadores del Grupo en España están cubiertos por un sistema de prevención de riesgos laborales en el trabajo. RB IBERIA gestiona directamente las especialidades técnicas (seguridad, higiene industrial, ergonomía y psicosociología aplicada) a través de su Servicio de Prevención Propio Mancomunado. La especialidad de medicina del trabajo, que no presta directamente RB IBERIA, se contrata con Quirón Prevención. La compañía ofrece anualmente la posibilidad de realizar un reconocimiento médico a todos los trabajadores, si bien las citas las gestiona el Servicio de Prevención Propio Mancomunado. Por otra parte, el Servicio de Prevención Propio Mancomunado garantiza la confidencialidad de la información personal y relacionada con la seguridad y salud de los trabajadores, conforme a la Legislación sobre protección de datos personales.

Por otra parte, todos los empleados de RB IBERIA en Portugal están cubiertos por un sistema de salud y

seguridad en el trabajo. La compañía contrata todas las especialidades a un servicio de prevención ajeno y un responsable operativo interno coordina dichos servicios externos:

- **KMED**

Que presta servicios de salud y seguridad para las (40) antiguas unidades de Burger King® Portugal.

- **Altanticare**

Que presta servicios médicos para las (121) unidades de la antigua Iberking.

- **Visafety**

Que presta servicios de seguridad para las (121) unidades de la antigua Iberking.

## Accidentes de trabajo

En RB IBERIA tenemos el objetivo de reducir al máximo los accidentes de trabajo. Desde el departamento de prevención de riesgos laborales, tenemos el propósito de crear un entorno de trabajo más seguro y saludable, demostrando que la seguridad de nuestro equipo es siempre nuestra principal prioridad.

RB IBERIA identifica los peligros existentes en todos los centros de trabajo a través de la evaluación de riesgos laborales. Una vez evaluados los riesgos, RB IBERIA procede a realizar la planificación de la actividad preventiva.

Si a pesar de todas las medidas de prevención se produce algún accidente, RB IBERIA sigue un procedimiento específico de comunicación e investigación de accidentes. Tras la comunicación del accidente a través del personal laboral o de recibir el documento de asistencia en Mutua, el Servicio de Prevención realiza la investigación del accidente en colaboración del equipo Gerencial. Realizada la misma, se determinan las causas del accidente y las acciones correctoras que se trasladan al centro de trabajo. La investigación se revisa y firma tanto por el equipo Gerencial como por el trabajador y posteriormente es verificada por el Servicio de Prevención.

Los accidentes de tráfico son los únicos riesgos identificados y evaluados en los centros de trabajo con el potencial de producir lesiones de consecuencias graves. Para poder prevenir este tipo de accidentes, se ha procedido a:

1. Sustituir la flota de vehículos de reparto a domicilio a ciclomotores y motocicletas eléctricas que incluyen medidas como límite de velocidad o telemetría.
2. Introducir telemetría en las motos, aumentando el control del comportamiento del repartidor en carretera.
3. Reducir el número de motocicletas de 125 cc, dejando sólo en aquellos restaurantes donde es imprescindible.
4. Limitar la velocidad de las motocicletas eléctricas a un máximo de 80 km/h.
5. Realizar actividades de formación de sensibilización y medidas seguras relacionadas con la seguridad vial.
6. Desarrollar actividades de formación y procedimientos de tareas específicas de trabajo.
7. Revisar y actualizar los EPIS.



**RB IBERIA se esfuerza para sensibilizar y proteger al trabajador durante su actividad laboral y en ningún momento del proceso de investigación o posteriormente se le sanciona o se toman represalias.**

Además, para mediados de 2024 planeamos realizar actividades de formación con un simulador de motocicleta.

En la siguiente tabla se encuentran los datos sobre accidentes laborales con la información desglosada por tipología de accidente y género. Estos datos se han obtenido de la relación de accidentes laborales de nuestro Portal de Recursos Humanos, relacionándolos con los datos aportados por la seguridad social, las Mutuas de trabajo y los trámites realizados con el Ministerio de Trabajo.

ACCIDENTES				2023			2022		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total			
Nº de accidentes totales	2.904	1.304	<b>4.208</b>	2.351	1.101	<b>3.452</b>			
Nº de accidentes con baja	1.875	235	<b>2.510</b>	1.730	657	<b>2.387</b>			
Nº de accidentes con baja (incluyendo <i>in itinere</i> )	2.064	793	<b>2.857</b>	1.839	774	<b>2.613</b>			
Nº de accidentes mortales	-	-	-	2	1	<b>3</b>			
Días perdidos por accidentes de trabajo	59.648	21.068	<b>80.716</b>	51.431	19.480	<b>70.911</b>			
ENFERMEDADES									
Nº de enfermedades profesionales con baja	-	-	-	-	-	1	1		
ÍNDICES DE ACCIDENTES Y ENFERMEDADES				2023			2022		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total			
Índice de frecuencia	140,8	56,13	<b>100,98</b>	197	65,8	<b>127,2</b>			
Índice de gravedad	4,07	1,49	<b>2,85</b>	5,9	2	<b>3,8</b>			
Índice de incidencia de enfermedades profesionales	-	-	-	-	0,1	<b>0,1</b>			

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

Índice de gravedad = (Nº de días perdidos por accidentes de trabajo / Nº de horas trabajadas) \* 1.000.

Índice de incidencia de enfermedades profesionales = (Nº de enfermedades profesionales con baja / Nº de empleados) \* 1.000.



Durante el año 2022, tras haber sufrido 3 accidentes fatales, se revisó el Plan de Seguridad y Salud para mejorar en todo lo que se pudiera la prevención de cualquier tipo de accidente. Gracias a esta revisión y a las medidas implantadas estamos orgullosos de comunicar que durante el año 2023 no ocurrió ningún accidente fatal.

Por otro lado, tanto el índice de frecuencia y el índice de gravedad han disminuido, confirmando que estamos en el buen camino para reducir la accidentabilidad en RB IBERIA.

### **En 2023 se registraron 0 accidentes fatales tanto en España como en Portugal; siendo este nuestro objetivo a mantener para el futuro.**

En RB IBERIA, no se han identificado enfermedades profesionales, ya que hemos trabajado para eliminar todos los factores que pueden dar lugar a ello. El único caso que se ha valorado es el de movimientos repetitivos que se evitan o eliminan a través de la organización del trabajo, implementando tareas rotativas en el puesto de trabajo y realizando reconocimientos médicos frecuentes. Además, en el caso de trabajadores con algún tipo de discapacidad o característica especial, se lleva a cabo una adaptación del puesto de trabajo en función de sus necesidades.

### **El Plan de Seguridad y Salud en el trabajo se revisará durante el año 2024 para identificar posibilidades de mejora en seguridad y salud laboral.**

## **ABSENTISMO**

RB IBERIA calcula mensualmente la tasa de absentismo de sus trabajadores, tanto en contingencia común como en accidentabilidad/siniestralidad laboral.

El ejercicio de 2023 se ha cerrado con una tasa de absentismo total del 8,5% en España, correspondiendo un 7,4% a Contingencias Comunes y el 1,1% a accidentes de trabajo. En el caso de Portugal, se ha cerrado con un 2,5%, correspondiendo un 1,9% a Contingencias Comunes y un 0,6% a accidentes de trabajo.

Durante el ejercicio de 2023, el número total de horas de absentismo en España es de 1.722.099 horas y en Portugal de 48.221. El ejercicio de 2022 se había cerrado con una tasa de absentismo total de 7,1%, con un total de 1.645.929.





**05 |  
COMPROMISO  
SOCIAL**

# Hitos 2023

## PROYECTO SOCIAL FANÁTICOS DE LO REAL

Este proyecto de Burger King® busca promover la integración de las personas con discapacidad intelectual, transmitiendo valores de tolerancia y respeto. Se lanzó con el propósito de reforzar nuestro compromiso con la inclusión y la diversidad a través del apoyo a iniciativas deportivas inclusivas y la creación de oportunidades laborales.

El compromiso de RB IBERIA con la integración de personas con diversidad funcional es firme y a través de sus tres marcas emplea a más de 300 profesionales con diversidad funcional en restaurantes y oficinas.

## DOCUMENTAL FANÁTICOS DE LO REAL

En 2023, lanzamos esta pieza audiovisual que explora la vida de tres jóvenes con discapacidad intelectual y sus familias y busca visibilizar y ser altavoz de diferentes realidades. Estas personas representan a muchas otras personas dispuestas a enfrentarse a todo tipo de desafíos y retos para alcanzar sus sueños.

Este año Burger King® ha querido amplificar su mensaje, para llegar a un mayor número de personas a través de grandes plataformas de vídeo y lanzar su documental como ejemplo de inclusión y diversidad. **El documental** ha sido un éxito con 12 millones de impresiones en Movistar Plus+ y más de 22.000 reproducciones en YouTube.

## CLUB CREATIMS

En Tim Hortons® hemos desarrollado un plan relacional con el propósito de respaldar y fomentar el talento joven y los artistas emergentes de nuestro país. A través de acuerdos con diversas entidades (editoriales, artistas, empresas y asociaciones), les brindamos la oportunidad de presentar sus obras y compartir su talento en nuestras cafeterías.

En concreto, en 2023, establecimos un acuerdo con la editorial Círculo Rojo y organizamos dos presentaciones de lanzamiento de libros de dos autores locales. Además, colaboramos con la librería Re-Read Atocha organizando un brunch literario.

## EXPERIENCIA CLIENTE: PEDIDOS A DOMICILIO

Con el objetivo de ofrecer la experiencia completa a sus clientes, RB IBERIA ha continuado reforzando su estrategia de delivery para responder a las tendencias y necesidades de los consumidores.

En 2023, la compañía ha acercado sus productos a la casa de más de 16 millones de personas, con su propia flota de reparto, con la que controla todo el pedido desde que se prepara en cocinas hasta que se entrega en casa de los clientes. Además, ha reforzado su apuesta por la electrificación de su flota para reducir su impacto medioambiental.

## DESARROLLO DE INICIATIVAS SOCIALES

En 2023, RB IBERIA ha llevado a cabo diferentes acuerdos y colaboraciones con administraciones públicas y organizaciones sin ánimo de lucro para favorecer el desarrollo de iniciativas de carácter social como acuerdos para la generación de empleo o el desarrollo de iniciativas locales, solidarias y medioambientales.

## VOLUNTARIADO CORPORATIVO

La acción social de RB IBERIA contempla no solo las propias actividades de la compañía, sino también la sensibilización e involucración de sus propios empleados en los compromisos de responsabilidad social corporativa de la compañía.

En 2023, 108 empleados participaron en actividades de voluntariado organizadas por RB IBERIA. Un 35% más que en el 2022 (70 voluntarios).

## RECONOCIMIENTOS A NUESTRO COMPROMISO

RB IBERIA ha recibido dos premios que reconocen su compromiso con la integración laboral de personas con discapacidad. Además, este mismo año la compañía fue seleccionada como la mejor cadena de restauración comprometida con las familias numerosas.

## COLABORACIONES A TRAVÉS DE DONACIONES

RB IBERIA realizó diversas donaciones económicas y en especie destinadas a organizaciones y proyectos que promueven la inclusión social, la igualdad y el desarrollo de actividades locales. En 2023 contribuyó económicamente donando cerca de 70.000€ a 4 asociaciones. Asimismo, realizó donaciones de producto, ropa, juguetes y materiales para niños y niñas en riesgo de exclusión y situación de pobreza.

## PROYECTO SOCIAL MÁS A-POLLO

Con este proyecto, Popeyes® busca demostrar su compromiso con las familias y los colectivos necesitados al colaborar con diversas asociaciones y fundaciones. A través de iniciativas de recaudación de fondos y donaciones generadas mediante la venta de menús y *merchandising* solidario, la marca apoya causas benéficas. En 2024, se lanzará una nueva iniciativa en colaboración con la Fundación ANAR.

# Impacto en las comunidades locales

Somos conscientes del impacto de nuestra actividad en las comunidades en las que operamos. Así, como parte de nuestra estrategia de sostenibilidad, invertimos recursos, tiempo y talento para generar un impacto social positivo. Este impacto comienza con la creación de **empleo directo (25.068 puestos de trabajo)**, o de empleo generado por nuestros **franquiciados (en total más de 35.000 puestos de trabajo)**, además de nuestras iniciativas propias de compromiso con las comunidades y de colaboraciones con otras entidades. En este sentido, el esfuerzo de RB IBERIA y sus empleados se centra principalmente en apoyar a colectivos que sufren desigualdades o que están en situación de riesgo de exclusión social o de especial vulnerabilidad.

**Además del impacto directo que tenemos como generadores de empleo, como parte de nuestra estrategia de sostenibilidad, invertimos recursos, tiempo y talento para generar un impacto social positivo.**

## GENERACIÓN DE EMPLEO

### Impacto de RB IBERIA en el mercado español y portugués

Consideramos que la actividad laboral es un eje fundamental de nuestra contribución a la sociedad. Nuestro papel de empleadores es una responsabilidad con los territorios en los que operamos y un motor para el desarrollo económico. Durante 2023 RB IBERIA abrió 70 nuevos restaurantes y cafeterías en España y 15 en Portugal incrementando su plantilla en 3.178 personas más en 2023.

**RB IBERIA es uno de los principales empleadores en el sector de la restauración en España y Portugal, generando más de 25.000 puestos de trabajo locales de manera directa.**

Nuestras marcas también están dejando su huella en el mercado español. En 2023, inauguramos el primer restaurante Burger King® en la provincia de Teruel. Este acontecimiento, además de dar la bienvenida a más de 30 nuevos miembros al equipo, representa un hito para Burger King® al marcar su llegada a Teruel

y consolidar su presencia en las 50 provincias y 2 ciudades autónomas del país.

**El Grupo RB IBERIA a través de la marca Burger King® ha alcanzado la presencia en las 50 provincias y 2 ciudades autónomas españolas y ha acercado sus restaurantes a municipios de menos de 30.000 habitantes como Almansa o Illescas.**

En Popeyes® celebramos tener más de 100 restaurantes en activo en España. En menos de cuatro años, y a pesar de la desaceleración económica producida por la pandemia del virus COVID-19, Popeyes® ha experimentado un rápido crecimiento estando presentes en 15 Comunidades Autónomas y superando los 115 restaurantes.

## MÁS DE 100 RESTAURANTES POPEYES® EN ESPAÑA

Desde 2019, nuestro esfuerzo en Popeyes® ha satisfecho exitosamente los paladares de **más de 20 millones de clientes**, hemos **invertido 150 millones de euros** y hemos incorporado a más de 3.500 personas a la familia Popeyes®.

Para la celebración de la apertura número 100 de Popeyes® en España, realizamos una campaña para destacar y poner en valor las claves de nuestro éxito: **la calidad de los productos frescos de origen local utilizados en todas nuestras preparaciones y un cuidadoso proceso de cocinado** que realizan cada día nuestros chefs en los restaurantes.

Para la ocasión, recreamos un típico mercado de barrio e invitamos a nuestros proveedores locales a compartir con la prensa, *influencers* y clientes la procedencia y calidad de sus productos. Los proveedores de los productos de Popeyes® provenientes de zonas como Segovia, Murcia, Jaén o Huesca, fueron los protagonistas del mercado. Además, nuestros proveedores locales de mobiliario y envases, ubicados en Valencia y Cantabria, que suministran materiales 100% reciclados a los más de 100 restaurantes del país, pusieron en valor nuestro compromiso con el medio ambiente y la sostenibilidad.

Con 7 stands, incluyendo pollo, aceite, harina, vegetales, pan, especias y *packaging* sostenible, este evento dio un claro ejemplo de nuestra firme **apuesta por productos locales de calidad, siendo cerca del 80% de nuestros proveedores actuales de origen nacional**.

Además, organizamos el reto culinario “*The Fresh Chicken Challenge by Popeyes®*” entre 4 celebridades reconocidas a nivel nacional (Cecíarmy, Belén Esteban, Josie y Ana Brito), que tuvieron que competir por cocinar y recrear la receta y sabor de tres de nuestros productos más icónicos y demandados: las hamburguesas *The Chicken Sandwich* y *The Soul*, y nuestras tiras crujientes de pollo. Josie resultó ganador alzándose con el título de “*The Fresh Chicken Chef*”.





## Contratación local

Estamos comprometidos con seguir reforzando el crecimiento económico en nuestras zonas de influencia mediante la generación de empleo local legal, de calidad y justo, **favoreciendo la contratación de personas del entorno más cercano, mejorando así la calidad de vida de la comunidad.**

**Hemos llevado nuestros productos a municipios de menos de 30.000 habitantes** y a lugares donde anteriormente sería impensable tener nuestros restaurantes y cafeterías. Algunos ejemplos son el establecimiento de restaurantes en localidades pequeñas como Vilanova de Arousa en Pontevedra, Sant Celoni en Barcelona y Puerto Lumbreras en Murcia. Con cada nuevo restaurante o cafetería llevamos nuevas oportunidades de empleo a las comunidades mediante la priorización de empleo local.

**En RB IBERIA apostamos firmemente por la contratación local, contribuyendo así al desarrollo económico de las comunidades en las que operamos.**

Durante 2023, RB IBERIA continuó promoviendo el acceso al mercado laboral a través de la participación de sus equipos de Recursos Humanos en cuatro ferias de empleo, para destacar las oportunidades laborales y subrayar las posibilidades de crecimiento y desarrollo profesional en nuestras marcas. Estas ferias incluyeron: "Meet Your Future ESIC", el proyecto "Plan de Empleo para familias vulnerables" de Cruz Roja, "The Style Outlets" en colaboración con el

Ayuntamiento de Viladecans y la "Retiro I Feria de Empleo Madrid" con la Asociación Almedillas.

Asimismo, mantenemos un diálogo fluido con los ayuntamientos para actuar como motor del desarrollo económico. Durante 2023, establecimos diferentes acuerdos y convenios de colaboración con Ayuntamientos con el objetivo de impulsar la contratación de jóvenes procedentes del mismo municipio y sus alrededores, favoreciendo así el desarrollo local. En 2023, Burger King® firmó acuerdos con once Ayuntamientos y Popeyes® con uno más:

- Bollullos Par del Condado.
- Mairena del Alcor.
- La Junquera.
- Playa de Aro.
- Puigcerdà.
- Níjar.
- Picassent.
- Yecla.
- Albal.
- Onda.
- Vitoria.
- Alfaz del Pí (Popeyes®).

**Favorecemos el acceso al mercado laboral de jóvenes de los municipios donde operamos para impulsar el desarrollo local.**

Gracias a la apertura de nuevos restaurantes y cafeterías durante 2023 hemos incrementado la plantilla de RB IBERIA en 3.178 profesionales más. Además, estamos constantemente abriendo y creando nuevas oportunidades de empleo, que se pueden encontrar en las secciones de empleo de las páginas web de las distintas marcas.

## Iniciativas sociales

RB IBERIA es una empresa comprometida con las necesidades de las comunidades en las que se integra y es consciente de la importancia de su contribución al desarrollo social como parte de sus compromisos en sostenibilidad.

En este marco, la compañía aporta recursos, tiempo y talento para influir positivamente en el desarrollo del entorno y de las comunidades en las que opera con sus marcas.

A través de iniciativas que ponen en marcha o con las que colaboran, RB IBERIA y sus empleados se centran prioritariamente en ayudar a colectivos que sufren diversos tipos de desigualdad o que se encuentran en situación de riesgo de exclusión social o especial vulnerabilidad.

Si bien existen numerosas formas de generar un impacto positivo en la sociedad, nuestro objetivo es claro: mejorar la calidad de vida de la población allí donde operamos. Así, durante 2023, logramos reforzar nuestro compromiso con la integración y la inclusión de personas con discapacidad, establecer acuerdos con administraciones y organizaciones para promover la generación de empleo local y colaboramos en diversas iniciativas sociales a través de donaciones económicas y participación de voluntarios.

En 2024, desarrollaremos una Política de Acción Social que nos permitirá incrementar aún más nuestro impacto positivo en la sociedad.

En esta política, recogeremos nuestras futuras contribuciones, detallando los diferentes tipos de acciones y causas, las áreas geográficas y los beneficiarios de las mismas.

Siendo los siguientes ámbitos de actuación prioridad para el Grupo: apoyo al deporte, integración de personas con discapacidad y reforestación.

**Nuestro objetivo es mejorar la calidad de vida de la población en las comunidades locales donde operamos.**

## PROYECTO SOCIAL FANÁTICOS DE LOS REAL



La accesibilidad universal de las personas con capacidades diferentes es un valor fundamental para RB IBERIA. Bajo esta premisa, la compañía creó Fanáticos de lo Real, el proyecto social de Burger King® que tiene como objetivo fomentar la integración laboral y social de personas con diversidad funcional y materializar el compromiso de la marca con la inclusión, la diversidad y la igualdad de oportunidades.

A través del apoyo a iniciativas deportivas inclusivas y la creación de oportunidades laborales, la compañía ha seguido impulsando la inclusión de personas con diversidad funcional en la sociedad, porque *Fanáticos de lo Real* es apostar por las personas y generar oportunidades.

## Integración laboral

El acceso de personas con discapacidad, así como la creación de equipos de trabajo diversos forma parte de la estrategia de desarrollo del talento de la compañía, apostando por la integración de personas con capacidades diferentes tanto en los restaurantes como en sus oficinas centrales.

En concreto, en 2023, RB IBERIA ha colaborado con 11 entidades para favorecer la integración socio laboral:

- Fundación Aproscom.
- Centro Mater Misericordiae.
- Asociación Astus.
- Down Vigo.
- Down A Coruña.
- Down Lugo.
- Federació Catalana d'Autisme.
- Simpromi.
- Adecco.
- Cruz Roja.
- Fundación LaLiga.

En colaboración con estas entidades regionales y nacionales, RB IBERIA ha empleado a 309 profesionales con diversidad funcional en restaurantes y oficinas, perteneciendo más de 250 a Burger King®. Además, todo su *call center* lo conforma personal contratado a través de Ilunion.

## Integración a través del deporte

El objetivo de la compañía es participar y visibilizar iniciativas deportivas inclusivas que contribuyan a la integración e inclusión de personas con diversidad funcional a través del deporte y fomenten la igualdad en el ámbito deportivo. En 2023, Burger King® ha patrocinado y apoyado 3 competiciones inclusivas:



### LaLiga Genuine

Desde Burger King® respaldamos el acceso al deporte de personas con discapacidad intelectual a través de nuestro patrocinio con LaLiga Genuine. Esta iniciativa, liderada por LaLiga a través de su Fundación, es pionera a nivel mundial y busca integrar socialmente a personas con discapacidad intelectual a través de la competición deportiva. Una temporada más, durante el ejercicio 2023, hemos mantenido nuestro apoyo y patrocinio.

RB IBERIA tiene las siguientes tres líneas de colaboración con LaLiga Genuine para aumentar la visibilidad e integración del colectivo de personas con discapacidad intelectual en el ámbito de la competición deportiva:

- **Tour Fanáticos por lo Real.** Durante toda la temporada hemos acompañado y apoyado a las estrellas de esta liga, a través de nuestra *fan zone* con la que hemos generado una experiencia superior a jugadores, familiares, cuerpo técnico y asistentes.
- **Voluntariado corporativo.** Además, 25 voluntarios de nuestro equipo de oficinas han participado en todas las jornadas de competición dando apoyo y soporte a los jugadores y jugadoras de esta liga.
- **Convenio de inclusión sociolaboral.** Fruto de este patrocinio, firmamos un acuerdo de inclusión sociolaboral para que jugadores de esta liga se incorporaran a trabajar en nuestros restaurantes de España. A cierre de 2023, son 23 las personas que están trabajando con nosotros y algunos de ellos llevan ya más de 2 años.

De esta manera, Burger King® contribuye de manera activa a los objetivos de normalización de la práctica del fútbol entre personas con discapacidad intelectual, respaldando un compromiso socialmente responsable del fútbol profesional con este proyecto integrador.

### I Torneo Fútbol 7 Unificado de Special Olympics

Burger King® patrocinó el primer Torneo de Fútbol 7 Unificado de Special Olympics y Fundación Frutas Niqui, en el que participaron 10 equipos integrados por personas con y sin diversidad funcional. Una competición sin adaptaciones ni diferencias entre los 120 jugadores y jugadoras, solo una pasión en común, el deporte. Este patrocinio se enmarca en nuestro proyecto social *Fanáticos de lo Real* con los que queremos reforzar nuestra apuesta por la diversidad y la inclusión.



### Liga Inclusiva de Baloncesto Femenino de Special Olympics

Como parte del proyecto social *Fanáticos de lo Real*, somos los orgullosos patrocinadores de la primera Liga inclusiva de Baloncesto femenino, puesta en marcha por Special Olympics y Fundación Frutas Niqui, en la que participaron cerca de 100 mujeres con discapacidad intelectual de 8 centros de educación especial de la Comunidad de Madrid.

## Campañas de concienciación y visibilización

### Documental *Fanáticos de lo Real*

En 2023, decidimos llevar nuestro proyecto *Fanáticos de lo Real* un paso más allá. Continuando con este compromiso, Burger King® ha reforzado su apuesta por las personas reales, impulsando la visibilidad del colectivo de personas con discapacidad intelectual, a través de la producción y realización del documental *Fanáticos de lo Real*, disponible en Movistar+ y el canal de YouTube de Burger King®.

Con un formato sencillo, buscamos proporcionar una mayor visibilidad y ser la voz de las distintas realidades de nuestra sociedad. En particular, este material audiovisual tiene como objetivo transmitir un mensaje de tolerancia e inclusión a través de historias reales que pueden llegar a todos.

Este documental narra la vida cotidiana de tres jóvenes con discapacidad intelectual: José Antonio Carmona, de 22 años; Pedro Payares de 21 años; y Rebeca García, de 18 años. Estos jóvenes no dudan en enfrentarse a cualquier reto con el fin de perseguir sus sueños.

Este documental forma parte del proyecto social *Fanáticos de lo Real*, creado con el propósito de reforzar nuestro compromiso por la inclusión y la diversidad, especialmente en un contexto en el que el 92% de las personas con discapacidad intelectual en España, entre 16 y 24 años, se encuentran desempleadas.



Documental  
*Fanáticos de lo Real*



### Restauración de Pista de Fútbol en Lezama

Burger King®, como parte de su proyecto *Fanáticos de lo Real*, ha colaborado con la artista local Ibane Cerezo Sanz para restaurar la pista de fútbol pública de Lezama (Vizcaya). Esta iniciativa artística destaca el compromiso de Burger King® con la inclusión y la diversidad a través del deporte. La inauguración contó con la presencia del alcalde Jon Ander Aurrekoetxea Artetxe, jugadores del Athletic Club Fundazioa, y Aritz Aduriz Zubeldia, exfutbolista y embajador de LaLiga, así como representantes de FUNDACIÓN LaLiga. ¡Un nuevo espacio colorido y vibrante para la comunidad de Lezama!



## Colaboración con asociaciones y administraciones públicas

**En RB IBERIA creemos en nuestro potencial para impactar positivamente en la vida de las personas y contribuir a la solución de problemas sociales.**

A continuación, presentamos algunas de las iniciativas de colaboración y de acción social que llevamos a cabo en la compañía durante 2023.

### Proyecto Replanta Pachamama

La preservación de los entornos naturales es, además de un activo crucial en la protección del medio ambiente y en la lucha contra el cambio climático, un elemento fundamental para el desarrollo de las comunidades locales.



Bajo este propósito, en 2022 Burger King® y Cruz Roja comenzaron el proyecto Replanta Pachamama con el objetivo de salvaguardar la biodiversidad de los bosques españoles mediante la reforestación.

Tal y como se describe en detalle en el capítulo 3 del Informe, *Nuestra Gestión Medioambiental*, durante 2023 hemos seguido colaborando con Cruz Roja con 36 personas de nuestro equipo de restaurantes en la reforestación de 8 terrenos repartidos por todo el territorio nacional.

### Colaboración con Cooperación Internacional: “Día Solidario de las Empresas”

En 2023, volvimos a colaborar con Cooperación Internacional en el “Día Solidario de las Empresas” participando con 12 voluntarios en un torneo de fútbol sala inclusivo junto a la Asociación Feddig 2008.

Además, donamos 5.250€ para ayudarles a su misión social de integrar a personas con discapacidad a través del deporte.

### Colaboración con Cooperación Internacional: “Una sonrisa por Navidad”

En 2023, participamos por tercer año consecutivo en la campaña “Una Sonrisa por Navidad” que organiza Cooperación Internacional con el objetivo de hacer llegar regalos e ilusión a niños y niñas en riesgo de exclusión y situación de pobreza.

Este año gracias a la solidaridad y colaboración de nuestro equipo de oficinas, 200 niños recibieron un regalo estas navidades.

Además, donamos una caja con 35 kgs de comida para las familias más vulnerables de la Comunidad de Madrid y *merchandising* de la promoción que lanzamos este año con McLaren para el proyecto “Costa de Marfil”.



## Proyecto Social Popeyes®: Más A-Pollo

Mediante este proyecto, la marca Popeyes® busca reafirmar su compromiso con las familias y los colectivos o personas más necesitadas. A través del lanzamiento de iniciativas de recaudación y donación de fondos, principalmente a través de la venta de menús y *merchandising* solidario, en colaboración con diversas asociaciones y fundaciones. Además, en 2024, lanzaremos una nueva iniciativa en colaboración con la Fundación ANAR.

## Colaboración con Aldeas Infantiles

En 2023, 35 voluntarios de nuestras oficinas se unieron al proyecto “Carrera Solidaria” organizado por Aldeas Infantiles para apoyar los derechos infantiles y proteger a los niños más vulnerables.

## Colaboración en Iniciativas Solidarias

A través de las iniciativas que ponemos en marcha o con las que colaboramos, nuestra contribución se ha centrado prioritariamente en ayudar a los colectivos más desfavorecidos.

En 2023, RB IBERIA colaboró con Fundación Altem Figueres organizando una jornada de formación y acompañamiento para 5 personas con diversidad funcional en las cocinas de nuestros restaurantes. Además, participó en una rifa solidaria del colegio Sant Josep Reus entregando vales por productos gratuitos y donó a Fundación Juegoterapia 20 menús para niños enfermos con cáncer.

## Cultura en Tim Hortons®: Club CreaTims

Desde Tim Hortons® hemos lanzado “Club CreaTims”, un proyecto que tiene como objetivo dar visibilidad a autores noveles brindándoles la oportunidad de presentar y compartir sus obras en las cafeterías Tim Hortons®. El inicio de este proyecto fue de la mano de la Editorial Círculo Rojo con la presentación de la obra de Chris Martos *La Última Luz del Día*, parte de la trilogía de *El Código*. Además, hemos colaborado con la librería Re-Read Atocha organizando un *brunch* literario. Con esta iniciativa, desde Tim Hortons® reforzamos nuestro compromiso con la creatividad literaria en un auténtico entorno canadiense.



## Participación en Iniciativas Locales

En la víspera del día más mágico del año, el día de Reyes, desplegamos nuestro encanto y generosidad en varias localidades de España. Participamos activamente en las cabalgatas de Los Palacios (Sevilla), Valdepeñas (Ciudad Real) y Novelda (Alicante) regalando menús y caramelos a los más pequeños.

Asimismo, colaboramos con el Ayuntamiento de Vigo decorando un autobús público para celebrar el Día de la Reconquista.



## Voluntariado Corporativo

Integrando el voluntariado como parte fundamental de nuestra responsabilidad social. Gracias al esfuerzo desinteresado de 108 empleados conseguimos aumentar nuestro impacto a través de su participación en numerosas actividades solidarias.

**Gracias al esfuerzo desinteresado de nuestros empleados conseguimos aumentar nuestro impacto positivo en las comunidades y en la sociedad en general.**

ACCIÓN SOCIAL	VOLUNTARIOS
Cooperación Internacional: "Una Sonrisa por Navidad"	Equipo de oficinas
Cooperación Internacional: "Día Solidario de las Empresas"	12
Jornadas de competición de LaLiga Genuine Santander	25
Carrera Solidaria Virtual de Aldeas Infantiles	35
Jornadas de reforestación con Cruz Roja	36
<b>Total</b>	<b>108</b>



## Vida activa

**A través del fomento del deporte de base, buscamos contribuir al bienestar de las comunidades locales, ofreciendo a jóvenes y niños oportunidades para desarrollarse física y emocionalmente.**

El fomento de un estilo de vida activo y promoción de hábitos saludables también forman parte de los compromisos de RB IBERIA, una estrategia que la compañía ha continuado impulsando en 2023.

La compañía pone a disposición de sus empleados y familias la posibilidad de sumarse a actividades e iniciativas que respalden esta estrategia. En 2023, RB IBERIA ha participado, una temporada más, en el torneo interempresas “La Liga de las Empresas” con un equipo de fútbol y 3 de pádel, todos conformados por personal de oficinas.

Asimismo, gracias al patrocinio con LaLiga, los hijos e hijas de los equipos de oficinas y restaurantes han podido asistir al campamento de verano de LaLiga y participar como Escort Kids en partidos de esta competición. Sólo en 2023, 36 niños pudieron cumplir su sueño y saltar al campo de la mano de jugadores profesionales.



### Deporte base

La promoción del deporte base forma parte de la estrategia de fomento de la vida activa de RB IBERIA, en la medida en que la actividad física constituye un elemento clave en el desarrollo de hábitos de vida saludables, especialmente entre los jóvenes.

En este sentido, la compañía lleva años dedicando esfuerzos para apoyar a diferentes clubes deportivos a nivel local, en línea también con la promoción de los valores positivos asociados al deporte.

En 2023, RB IBERIA colaboró con los siguientes clubes e instituciones deportivas:

APOYO A CLUBES DEPORTIVOS EN CATEGORÍA BASE	APORTACIÓN
Club de Baloncesto Gigantes	15.000 €
Club deportivo Ausarta Barakaldo*	5.000 €
Club deportivo Laguna	3.000 €
Club Balonmano Mare Nostrum Torrevieja	3.000 €
Club Tyde F.C.	1.000 €
Club Voleibol Villena*	5.000 €
<b>Aportación total en patrocinios deportivos</b>	<b>32.000 €</b>

\*Cantidad abonada en ejercicios anteriores.

## Somos excelentes

### Reconocimientos a nuestro compromiso

RB IBERIA tuvo el privilegio de recibir dos premios en 2023 que reconocen el esfuerzo y dedicación que ponemos en nuestro compromiso con la integración laboral de personas con discapacidad. Además, este mismo año fuimos seleccionados como la mejor cadena de restauración comprometida con las familias numerosas.

#### • Reconocimiento de Down Burgos

Burger King® tuvo el honor de asistir a la Gala de los Premios Down Burgos, organizados por la asociación Síndrome de Down Burgos. En este prestigioso evento, recibimos un reconocimiento especial por nuestro compromiso continuo con las personas con discapacidad. Diego, un compañero que forma parte de uno de nuestros restaurantes Burger King® en Burgos desde hace 3 años, nos entregó el galardón.

#### • Premios Down Compostela

Premio a Burger King® por su firme compromiso con la integración laboral de las personas con Síndrome de Down y discapacidad intelectual.

#### • Premios FANOC

##### (Asociación de Familias Numerosas de Cataluña)

FANOC nos seleccionó entre empresas de catorce sectores económicos diferentes, para concedernos el premio a la mejor cadena de restauración comprometida con las familias numerosas.





## Donaciones

Para seguir reforzando su compromiso con las comunidades, RB IBERIA llevó a cabo diversas donaciones en 2022 destinadas a organizaciones y proyectos que promueven la inclusión social, la igualdad y los Derechos Humanos.

**Cerca de 70.000€ fueron destinados a fundaciones y a iniciativas solidarias en 2023.**

DONACIONES ECONÓMICAS	CANTIDAD DONADA
Cooperación Internacional “Día Solidario de las Empresas”	5.250 €
Cooperación Internacional en la campaña “Una Sonrisa por Navidad”	1.325 €
Aldeas Infantiles en su proyecto “Carrera Solidaria”	1.350 €
Adopta Un Abuelo a través del proyecto “Los abuelos montan el pollo”	2.132 €
Frutas Niqui y Special Olympics por el patrocinio del Campeonato de Fútbol 7 Unificado y la primera liga femenina de baloncesto inclusivo	59.922 €
<b>Total</b>	<b>69.978,51 €</b>

DONACIONES EN ESPECIE	DONADO	EQUIVALENTE APORTADO
Ayuntamiento de Novelda	200 menús	900 €
Juegoterapia	20 menús	165 €
Alcampo Tamarguillo	150 sandys	443 €
Cooperación Internacional: “Una Sonrisa Por Navidad”	112 minijuegos + 4 balones de fútbol + 15 artículos de ropa	1.256 €
Cooperación Internacional “Proyecto Costa de Marfil”	3.159 artículos de ropa	37.814 €
<b>Total</b>		<b>40.577,41 €</b>

# Compromiso con los clientes

## Generadores de Experiencias

### Participación en Festivales

Burger King® culminó un verano exitoso al conquistar festivales en toda España y Portugal con su Whopper® Truck. La marca acercó el auténtico sabor a la parrilla a los asistentes de Nos Alive y Mareas Vivas en Portugal y los siguientes eventos destacados en España:

- Viña Rock.
- Interestelar.
- Festival Les Arts.
- O sonido Camiñao.
- MadCup.
- Holika.
- Dreamhack.
- FIB.
- ZEVRA.
- Medusa.
- Arenal Sound.
- CCME.
- Granada Sound.
- Jardín de las Delicias.
- Brava Madrid.
- Madrid Salvaje.

### Celebración del Centenario de Warner Bros

Burger King® se sumó a la celebración del centenario de Warner Bros. Convirtiendo uno de sus restaurantes en valencia en la madriguera de Bugs Bunny, transportando a los más pequeños al mundo animado de LooneyTunes y LaLiga de la Justicia. Entretenimiento con una transformación mágica.



## Entrega a domicilio (*home delivery*)

Nos complace llevar a nuestros clientes la experiencia de nuestros restaurantes directamente a sus hogares. Hace 10 años, asumimos el reto y lanzamos el servicio de entrega a domicilio, lo que supuso una transformación completa de nuestras operaciones. Hemos adaptado cocinas, productos y envases para llegar a cada hogar, cumpliendo así con el compromiso de ofrecer la mejor experiencia a los clientes, incluso en la comodidad de sus hogares.

**El servicio de reparto a domicilio de Burger King® cumple 10 años en España sirviendo sus productos a cada hogar.**

Desde los restaurantes de Cáceres, donde hicimos las pruebas piloto, y que se convirtieron en pioneros en ofrecer el servicio a domicilio, dimos el salto a nivel nacional. En 2023, contamos con más de 6.000 motos en total con las que se entregaron más de 16 millones de pedidos a domicilio (13.049.803 en Burger King® España, 2.543.218 en Burger King® Portugal, 858.048 en Popeyes® y 15.265 en Tim Hortons®).

**Las entregas a domicilio se hacen principalmente usando nuestra propia flota de motocicletas, siendo los pedidos gestionados por nuestra web, aplicación móvil o plataformas de agregadores.**

Las diferentes opciones de pedido a domicilio aseguran comodidad y sencillez para que nuestros clientes puedan encargar nuestros productos estén donde estén. Desde la atención telefónica al comienzo del reparto a domicilio, las opciones para realizar pedidos se han ido desarrollando. En 2014 se implantó la plataforma de reparto a domicilio lanzada por Burger King® y en 2020 la de Popeyes®. Además, los clientes tienen a su disposición las plataformas de agregadores.

Independientemente de la plataforma utilizada para hacer el pedido, nuestros repartidores son los encargados de entregar los pedidos, permitiéndonos tener un control total de nuestros productos desde que salen de nuestras cocinas hasta que llegan a casa de nuestros clientes.

El sector de reparto a domicilio de comida en España alcanzó los 1.140 millones de euros de ingresos en 2023<sup>16</sup>. Esta cifra representa un incremento del 6,5% más que en 2022. Ante esta tendencia positiva, hemos reforzado nuestra estrategia de entrega a domicilio, recorriendo aproximadamente 33.147.840 kilómetros en el 2023.

**En RB IBERIA avanzamos hacia un modelo de entrega a domicilio más sostenible, contando con más de un 68% de la flota de motocicletas eléctricas de reparto.**

Además, hemos logrado alcanzar un 68,28% de motocicletas eléctricas, gracias al acuerdo establecido con nuestro proveedor español, Nuuk Mobility solutions. Mantenemos un compromiso firme de alcanzar el 100% de flota de motos eléctricas para 2026, reforzando así nuestra apuesta por la movilidad sostenible.



16. Según el artículo de *CincoDías* “Del restaurante al súper: la cesta de la compra ya genera más del 80% del negocio del delivery en España” publicado el 29 de Noviembre de 2023.

## Restaurantes Accesibles

Valoramos a todos nuestros clientes por igual, promoviendo la igualdad y evitando la discriminación basada en características físicas. En esta línea, con el objetivo de ofrecer la mejor experiencia a nuestros clientes, hemos implementado medidas de accesibilidad en el 100% de los restaurantes propios, y continuamos trabajando en adaptaciones integrales en locales históricos donde resulta un reto. La accesibilidad a nuestros restaurantes y cafeterías es una prioridad, y estamos llevando a cabo un plan de mejora para garantizar la accesibilidad universal, cumpliendo así con la legislación española.

Nuestras medidas de accesibilidad incluyen<sup>17</sup>:

1. Mostradores con menor elevación para facilitar el acceso a personas con silla de ruedas.
2. Servicio a mesa en algunos restaurantes para personas con discapacidad.
3. Rampas de acceso para eliminar las barreras arquitectónicas, como escalones.
4. Aseos adaptados para personas con movilidad reducida.

5. Puertas con un ancho mínimo para permitir el paso de sillas de ruedas.
6. Mesas con altura adecuada para sillas de ruedas.
7. Kioskos adaptados a la altura de las personas en silla de ruedas.
8. Espacios reservados para personas con movilidad reducida en estacionamientos de los restaurantes.
9. Puertas de entrada automáticas con medidas que faciliten el acceso.
10. Acceso a todas las instalaciones necesarias en planta baja sin escaleras.

**Trabajamos para asegurar que nuestros restaurantes estén adaptados al acceso y disfrute de personas con algún tipo de discapacidad física.**

Para 2024, hemos definido un objetivo de integrar nuevos criterios y medidas para mejorar la accesibilidad de las personas con discapacidad en nuestros establecimientos.

17. Alguno de nuestros restaurantes de obra antigua, pueden llevar más de 30 años abiertos, de forma excepcional y por el tipo de emplazamiento en un edificio antiguo, podría no contar con alguno de estos requisitos. No obstante, la compañía apuesta por el modelo de local *Free Standing*, de restaurante tipo "chalet" que cuenta con todos los criterios de accesibilidad además de ofrecer todo tipo de opciones y facilidades para clientes como: zona de juegos infantil, parking, recarga para vehículos eléctricos, servicio de recogida en coche o kioscos de autopedido.

## Comunicación a Clientes

Abordamos la comunicación de nuestros productos al público con gran seriedad, ya que es la vía mediante la cual les damos a conocer la amplia variedad de productos que ofrecemos en nuestros restaurantes.

Estamos orgullosos de compartir que el gran trabajo realizado por nuestro equipo de marketing en campañas publicitarias y de comunicación fue reconocido con 20 premios en 2023.

### Comunicación y divulgación dirigida al público general y al público infantil

El contenido de las campañas de comunicación dirigidas al público infantil promociona las nuevas licencias de juguetes de los menús infantiles y sigue las pautas nutricionales establecidas para menores. Un ejemplo de comunicación dirigida al público infantil es el menú Disney, que ofrece distintas opciones alimentarias cuyo valor nutricional ha sido evaluado por la Sociedad Española de Ciencias de la Alimentación (SEDCA).

Durante el año 2023, Burger King® llevó a cabo cuatro campañas de publicidad y marketing dirigidas específicamente al público infantil Disney, Spider Verse, Sonic y la Patrulla Canina.

**En RB IBERIA tenemos muy en cuenta al público infantil, por eso dedicamos nuestro esfuerzo en diseñar campañas de comunicación que respeten los estándares nacionales y europeos de comunicación dirigida a menores.**

## Vuestra satisfacción es nuestro orgullo

### Quejas y reclamaciones de clientes

La satisfacción y experiencia de nuestros clientes es fundamental y una de nuestras máximas prioridades, ya que es la piedra angular para mejorar continuamente nuestros productos y servicios. Para facilitar la comunicación con nuestros clientes, hemos implementado canales efectivos a través de nuestra aplicación y sitio web, permitiendo el seguimiento a consultas, quejas y reclamaciones:



**BURGER KING®**

<https://www.burgerking.es/contacts>



**POPEYES®**

<https://www.popeyes.es/support>

Estos canales nos permiten gestionar cada interacción de manera detallada y tomar medidas correctivas cuando sea necesario, ya sea a través del Servicio de Atención al Cliente o presentar una reclamación directamente en el Restaurante o Cafetería.

En el ejercicio de 2023, se registraron un total de 29.636 reclamaciones y quejas en nuestro Servicio de Atención al Cliente relacionadas con las operaciones de nuestros restaurantes y cafeterías. La percepción y el nivel general de satisfacción de nuestros clientes y usuarios sigue siendo positiva, estimándose que

el mayor número de reclamaciones respecto del 2022 tiene una clara y directa relación con el número de aperturas de nuevos restaurantes producidas durante el ejercicio 2023, así como la integración definitiva de los nuevos restaurantes resultantes de las adquisiciones societarias ejecutadas en el ejercicio 2022 y 2023.

En esta misma línea positiva incide el dato de que el número total de reclamaciones y quejas habidas en el 2023 representan el 0,031% del total de transacciones de todas las sociedades del Grupo en España y Portugal, lo que implica que nos hayamos mantenido prácticamente en los mismos niveles que el año anterior (+0,001%), todo ello a pesar del importante número de aperturas e integraciones de restaurantes producidas en el ejercicio. De igual modo, se ha de indicar que el 80% de las esas reclamaciones y quejas versan sobre incidencias relacionadas con los pedidos, mientras que el resto se refieren a aspectos de calidad, servicio o nutrición (por citar alguna de las muy diversas naturaleza y variada tipología de comunicaciones que se reciben a través del Servicio de Atención al Cliente).

En relación con el funcionamiento y gestión de nuestras apps, páginas web, programas de fidelización, campañas y promociones de marketing y otras quejas y reclamaciones generales y/o técnicas, se han recibido en el ejercicio 2023 un total de 54.507 comunicaciones, lo que supone el 0,038% del total de transacciones registradas en los diferentes canales de venta del sistema de las marcas Burger King®, Popeyes® y Tim Hortons® (incluidos franquiciados) en España, Portugal, Gibraltar y Andorra durante el ejercicio 2023.

Por último, se han recibido 16.203 comunicaciones (0,01% del total de transacciones del registradas en los diferentes canales de venta del sistema) que no han podido ser gestionadas por el Servicio de Atención al Cliente ni, por ende, incardinadas en ninguna de las anteriores categorías de reclamaciones y quejas por no haberse facilitado en dichas comunicaciones una mínima información que permitiese su verificación.

Todos estos datos cualitativos y cuantitativos nos impulsan a seguir trabajando sin descanso por mantener nuestro compromiso con la máxima satisfacción y la mejora continua de la experiencia de nuestros clientes, investigando y dando debido seguimiento a cada reclamación y queja que recibimos, analizándola individualmente, buscando sus causas, dando respuestas y soluciones eficaces y satisfactorias e identificando siempre posibles puntos y áreas de mejora. En definitiva, el Grupo sigue enfocado en implementar medidas que fortalezcan la calidad del servicio ofrecido a los clientes, consolidando su posición una vez más como referente en la satisfacción del cliente en la industria.

**Solamente el 0,038% de las transacciones que se realizan en los diferentes canales de venta del sistema RB IBERIA (franquiciados incluidos) son objeto de algún tipo de queja o reclamación, la mayoría de las cuales se refieren a cuestiones relativas al pedido.**

## Nuestro compromiso con los Derechos Humanos

### Los Derechos Humanos en RB IBERIA

Basamos nuestro respeto a los Derechos Humanos en los principios consagrados en la Declaración Universal de Derechos Humanos de las Naciones Unidas (ONU) y en los valores de la Organización Internacional del Trabajo (OIT).

Los compromisos que asumimos en materia de respeto a los Derechos Humanos parten del cumplimiento de lo previsto en determinados instrumentos internacionales, los cuales nos sirven de base para una adecuada aplicación e interpretación de esta Política; a saber: (i) Principios Rectores sobre las empresas y los derechos humanos; (ii) Líneas directrices de la OCDE para empresas multinacionales; (iii) Principios del Pacto mundial de Naciones Unidas (Global Compact); (iv) Declaración tripartita de principios sobre las empresas multinacionales y la política social; (v) Convenios de la Organización

Internacional del Trabajo; y (vi) Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas.

**RB IBERIA reconoce los derechos humanos como fundamentales y universales, rechazando cualquier forma de discriminación basada en raza, etnia, género, religión, orientación sexual, afiliación sindical, ideas políticas, situación familiar o discapacidad.**



Nuestro compromiso con el respeto a los Derechos Humanos se proyecta tanto en el ámbito interno (especialmente, con nuestros empleados) como externo (de manera especialmente intensa con nuestros proveedores):

**1. Ámbito interno.** En nuestro Código Ético formulamos expresamente el compromiso específico, innegociable y firme del Grupo RB IBERIA con los derechos humanos. Además, disponemos de otras Políticas corporativas que inciden igualmente en asuntos relacionados con el respeto a los Derechos Humanos como son la de Igualdad, la de Diversidad e Inclusión o la de Protección de Datos Personales. Todas ellas redundan con mayor o menor intensidad en distintas manifestaciones o acepciones de los Derechos Humanos universalmente reconocidos. De igual modo, nuestros procesos de gestión de recursos humanos se centran en el respeto a la dignidad y derechos de las personas, así como en la creación y mantenimiento de un entorno laboral positivo, libre de discriminación, acoso y represalias.

**2. Ámbito externo.** En el ámbito externo de nuestra relación con los proveedores y en la necesidad de alinear su actuación con los compromisos de respeto a los Derechos Humanos del Grupo RB IBERIA, a través de la suscripción y aceptación de la Declaración Responsable de nuestro Código de Conducta del Proveedor, los proveedores se comprometen expresamente (entre otras materias) a respetar el cumplimiento de los Derechos

Humanos internacionalmente reconocidos y a sus derechos laborales básicos, asegurándose de no incurrir en abusos de estos derechos dentro de sus operaciones de negocio, tratando con dignidad y respeto a sus empleados y no permitiendo ninguna forma de castigo físico o psíquico, acoso o abuso de poder. Adicionalmente, durante el ejercicio 2023 hemos incluido en los documentos contractuales con nuestros proveedores una cláusula específica de respeto a los derechos humanos, en virtud de la cual asumen contractualmente compromisos específicos en esta materia.

Sin perjuicio de que nuestro compromiso con el respeto a los derechos humanos ya se contenía en diversos componentes de nuestro Sistema Normativo de Ética y *Compliance*, durante el ejercicio 2023 hemos estado trabajando en la elaboración de una Política específica de Respeto a los Derechos Humanos. Esta política se está elaborando en atención a la decisión del Consejo de Administración de la sociedad cabecera del Grupo RB IBERIA de mejorar nuestras aspiraciones en materia de ESG y aprobar una política de alto nivel en el que de una manera monotemática y específica se contengan los compromisos sociales de nuestro Grupo en esta materia tan relevante y crítica para un responsable, ético y sostenible desarrollo, expansión y crecimiento de nuestros negocios. Esta Política de Derechos Humanos será formalmente aprobada en el ejercicio 2024.

Finalmente, como parte de nuestra transparencia, compartimos de manera anual información pública sobre el grado de cumplimiento del respeto a los Derechos Humanos, utilizando para ello el Estado de Información No Financiera.

**En RB IBERIA no se ha detectado ninguna vulneración de los derechos humanos en ninguna de las etapas de su cadena de valor. El Grupo se muestra totalmente en contra de prácticas de trabajo forzoso u obligatorio. Además, apoyamos firmemente la protección de los derechos de la infancia, por lo que estamos posicionados en contra del trabajo infantil y no realizamos contrataciones de personas menores de edad (salvo en los casos permitidos y bajo los requerimientos normativos previstos a tal fin por la normativa laboral).**



## Cadena de suministro

### Evaluación, homologación y selección de proveedores por criterios sociales

Los proveedores se adhieren al Código de Conducta de Proveedores a través de una Declaración Responsable que suscriben con carácter previo a comenzar a trabajar para el Grupo.

**Los proveedores del Grupo deben respetar nuestro Código de Conducta del Proveedor mediante la aceptación y firma de una Declaración Responsable, donde constan todas las cláusulas contractuales que deben cumplir.**

En concreto, el borrador de la política de Respeto a los Derechos Humanos incluye los siguientes compromisos que deberán respetar los proveedores, además de los requisitos ya establecidos en el Código de Conducta del Proveedor:

- Adoptar las medidas necesarias para eliminar toda forma o modalidad de trabajo forzoso u obligatorio y cualquier forma de esclavitud moderna en su organización, así como promover su adopción en su cadena de suministro.

- Rechazar expresamente el empleo de mano de obra infantil tanto en su organización como en su cadena de suministro.

- Respetar el derecho a la libre circulación dentro de cada país de sus respectivos profesionales.

- Respetar la libertad de asociación sindical y los derechos a la huelga y a la negociación colectiva de sus profesionales.

- Asegurar que sus respectivos profesionales realizan su trabajo en unas adecuadas condiciones de seguridad, salud e higiene laboral, adoptando las medidas de prevención de riesgos laborales que sean necesarias (y, como mínimo, las previstas legalmente) para proteger la vida, integridad e indemnidad física y moral de sus profesionales.

- Evitar cualquier práctica discriminatoria por cualquier condición o característica en materia de empleo y ocupación.

- Fijar las retribuciones de sus profesionales de acuerdo con las leyes aplicables, respetando los salarios mínimos, horas extra y beneficios sociales.

- Respetar los derechos de las minorías étnicas y de los pueblos indígenas en los lugares donde desarrolla su actividad.

- Actuar con responsabilidad medioambiental, promoviendo un enfoque preventivo orientado a la protección del medio ambiente y los recursos naturales y asegurando el cumplimiento de la normativa medioambiental de aplicación en los lugares donde operen.

### Otros aspectos de minimización de nuestro impacto a través de la cadena de suministro

Colaboramos con nuestros proveedores para eliminar completamente el plástico de sus envases, promover el bienestar animal y mejorar la gestión y reducción de residuos en nuestros restaurantes, entre otros aspectos importantes.

**El 100% de nuestros envases de cartón disponen de certificación FSC (Forest Stewardship Council), asegurando una gestión sostenible de los bosques de los cuales proviene la madera.**

Durante 2023, aumentamos el porcentaje de proveedores locales en nuestra cadena de suministro. Actualmente, adquirimos una gran parte de nuestras materias primas a nivel local, y nuestro objetivo es seguir incrementando esta proporción para abastecernos localmente en todos los productos posibles. Al contar con una cadena de suministro principalmente local, reducimos nuestra huella de carbono (Alcance 3) y mejoramos el control sobre nuestra cadena de suministro.

## El 78% de nuestros proveedores son locales.

	LOCALES	INTERNACIONALES*	% LOCALES
 RB IBERIA	2.661	703	78,33%
 Burger King®	2.357	31	77,03%
 Popeyes®	763	19	96,1%
 Tim Hortons®	185	1.699	90,7%

\*Siendo mayoritariamente proveedores de origen europeo.

La propuesta actual de la Directiva EU sobre la debida diligencia de las empresas en materia de sostenibilidad establece normas relacionadas con las obligaciones de las empresas respecto a los posibles efectos adversos, tanto reales como potenciales, sobre los derechos humanos y el medio ambiente en sus actividades, filiales y cadena de valor. Las empresas que mantengan relaciones comerciales con miembros de su cadena de valor deberán reevaluar estos posibles efectos cada doce meses. En línea con estas directrices, RB IBERIA está desarrollando una Política de Compras Responsables y un modelo de evaluación ESG de proveedores para tener un mejor control y evaluación de los proveedores con los que colaboramos.

**Trabajamos en una Política de Compras Responsables y en un modelo de evaluación ESG de proveedores.**



## Información fiscal

En la siguiente tabla se desglosan determinadas magnitudes relativas al desempeño financiero de las sociedades que forman el Grupo RB IBERIA (en miles de euros), para los dos últimos ejercicios.

Durante el ejercicio 2023, se realizó la fusión de las sociedades dependientes (i) Burger King® Spain, S.L.U. (sociedad absorbente) y (ii) LURCA, S.A.U. (sociedad absorbida) íntegramente participada por ella, con disolución y extinción sin liquidación de la sociedad absorbida y transmisión en bloque y con carácter universal de la totalidad de su patrimonio a la sociedad absorbente. La fecha de eficacia de la fusión fue el 1 de enero de 2023.

El 6 de junio de 2023, se presentó el proyecto de fusión de las sociedades dependientes (i) IBER KING RESTAURAÇÃO, S.A (sociedad absorbente) y (ii) BK PORTUGAL, S.A (sociedad absorbida). La sociedad absorbida era el accionista único de la sociedad absorbente, por lo que las acciones de la sociedad absorbida se entregaron a los accionistas de la sociedad absorbente. IBER KING RESTAURAÇÃO, S.A cambió su denominación social y adoptó la denominación social de la sociedad absorbida BK PORTUGAL, S.A. La fusión se hizo efectiva a efectos contables y fiscales con fecha 1 de enero de 2023.

IMPORTE NETO DE LA CIFRA DE NEGOCIOS				
Nombre de la sociedad	País	2023	2022	
RB IBERIA	España	19.305	17.857	
Burger King® España	España	901.780	790.757	
Lurca, S.A.U.(*)	España	N/A	787	
Burger King® Portugal	Portugal	N/A	47.850	
Iber King, Restauraçao, S.A.(*)	Portugal	N/A	13.503	
Burguer King® Portugal (Antigua Iber King Restauraçao, S.A.)	Portugal	202.561	N/A	
Popeyes®	España	81.355	48.138	
Tim Hortons®	España	2.335	1.785	
Ajustes consolidación		-19.305	-19.799	
<b>Total</b>		<b>1.188.031</b>	<b>900.878</b>	

\*Datos correspondientes al período comprendido entre el 30 de noviembre de 2022 (fecha de adquisición de estas dos sociedades) y el 31 de diciembre de 2022.

Durante el ejercicio 2023, las sociedades españolas que forman RB IBERIA han registrado en concepto de impuesto sobre sociedades (criterio de caja) cobros o devoluciones netas por importe de 5.003 miles de euros. Asimismo, las sociedades portuguesas que forman RB IBERIA han registrado pagos por importe de 1.051 miles de euros. Por tanto, globalmente se han registrado en 2023 pagos netos por impuesto sobre sociedades por importe de 6.054 miles de euros.

Durante el ejercicio 2023 RB IBERIA recibió subvenciones por 554 miles de euros y de 647 miles de euros durante el 2022.

RESULTADOS INDIVIDUALES, ANTES DE IMPUESTOS, DEL EJERCICIO				
Nombre de la sociedad	País	2023	2022	
RBI (anterior Elvis Bidco Iberia)	España	8.049	11.030	
Burger King® España	España	21.242	23.741	
Lurca S.A.U	España	N/A	-2.220	
Burger King® Portugal	Portugal	-	307	
Iber King, Restauraçao, S.A.	Portugal	-7.383	8.417	
Popeyes®	España	-8.983	-7.089	
Tim Hortons®	España	114	-93	

## **ANEXOS**

## ÍNDICE GRI DE CONTENIDOS - LEY 11/2018 DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA

CONTENIDOS	SUBCONTENIDOS	INDICADOR LEY 11/2018	GLOBAL REPORTING INITIATIVE	PÁGINA
Carta del Presidente			<ul style="list-style-type: none"> <li>• GRI 2-22 Declaración sobre estrategia de desarrollo sostenible.</li> </ul>	3
Alcance de la memoria			<ul style="list-style-type: none"> <li>• GRI 2-1 Datos de la organización.</li> <li>• GRI 2-2 Entidades incluidas en el informe de sostenibilidad de la organización.</li> <li>• GRI 2-3 Periodo de elaboración de la memoria, frecuencia y punto de contacto.</li> <li>• GRI 207-4 Informes país por país.</li> </ul>	4
Sobre RB IBERIA		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Una 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.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• GRI 2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales.</li> <li>• GRI 2-7 Empleados.</li> </ul>	6-7
Cifras clave			<ul style="list-style-type: none"> <li>• GRI 201-1 Valor económico directo generado y distribuido.</li> <li>• GRI 2-7 Empleados.</li> </ul>	8
Hitos 2023		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los resultados de esas políticas, debiendo incluir indicadores clave de resultados no financieros pertinentes que permitan el seguimiento y evaluación de los progresos y que favorezcan la comparabilidad entre sociedades y sectores.</li> </ul>		9
Reconocimientos				10
Modelo de negocio y ambición de futuro		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Una 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.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• GRI 2-29 Enfoque de la participación de las partes interesadas.</li> <li>• GRI 2-25 Procesos para remediar impactos negativos.</li> <li>• GRI 2-29 Estrategia de compromiso con las partes interesadas.</li> <li>• GRI 201-1 Valor económico directo generado y distribuido.</li> <li>• GRI 3-1 Proceso para determinar temas materiales.</li> </ul>	11-19

CONTENIDOS	SUBCONTENIDOS	INDICADOR LEY 11/2018	GLOBAL REPORTING INITIATIVE	PÁGINA
Nuestra estrategia de sostenibilidad			<ul style="list-style-type: none"> <li>• GRI 2-29 Estrategia de compromiso con las partes interesadas.</li> <li>• GRI 3-1 Proceso para determinar temas materiales.</li> <li>• GRI 3-2 Lista de temas materiales.</li> <li>• GRI 3.3-3 Gestión del tema material.</li> <li>• GRI 2-25 Procesos para remediar impactos negativos.</li> <li>• GRI 2-29 Enfoque de la participación de las partes interesadas.</li> </ul>	20-22
Análisis de materialidad		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 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 estos, en particular sobre los principales riesgos a corto, medio y largo plazo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• GRI 3-1 Proceso para determinar temas materiales.</li> <li>• GRI 2-29 Enfoque de la participación de las partes interesadas.</li> <li>• GRI 3-2 Lista de temas materiales.</li> <li>• GRI 3.3-3 Gestión del tema material.</li> </ul>	23-25
Plan Director de Sostenibilidad 2023-2026			<ul style="list-style-type: none"> <li>• GRI 3.3-3 Gestión del tema material.</li> <li>• GRI 2-29 Enfoque de la participación de las partes interesadas.</li> <li>• GRI 2-25 Procesos para remediar impactos negativos.</li> </ul>	26-27
Gestión de riesgos no financieros			<ul style="list-style-type: none"> <li>• GRI 3.3-3 Gestión de temas materiales.</li> <li>• GRI 201-2 Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades debido al cambio climático.</li> </ul>	28
Compromisos en ESG		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los resultados de esas políticas, debiendo incluir indicadores clave de resultados no financieros pertinentes que permitan el seguimiento y evaluación de los progresos y que favorezcan la comparabilidad entre sociedades y sectores, de acuerdo con los marcos nacionales, europeos o internacionales de referencia utilizados para cada materia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• GRI 2-25 Procesos para remediar impactos negativos.</li> </ul>	29

CONTENIDOS	SUBCONTENIDOS	INDICADOR LEY 11/2018	GLOBAL REPORTING INITIATIVE	PÁGINA
Hitos 2023		<ul style="list-style-type: none"> <li>Los resultados de esas políticas, debiendo incluir indicadores clave de resultados no financieros pertinentes que permitan el seguimiento y evaluación de los progresos y que favorezcan la comparabilidad entre sociedades y sectores.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>GRI 2-29 Estrategia de compromiso con las partes interesadas.</li> </ul>	31
Gobernanza responsable	Modelo de gobierno		<ul style="list-style-type: none"> <li>GRI 2-9 Estructura y composición de la gobernanza.</li> </ul>	32
	Accionista único	<ul style="list-style-type: none"> <li>Una 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.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>GRI 2-9 Estructura y composición de la gobernanza.</li> <li>GRI 2-10 Nominación y selección del máximo órgano de gobierno.</li> </ul>	33
	Consejo de Administración	<ul style="list-style-type: none"> <li>La remuneración media de los consejeros y directivos, incluyendo la retribución variable, dietas, indemnizaciones, el pago a los sistemas de previsión de ahorro a largo plazo y cualquier otra percepción desagregada por sexo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>GRI 2-9 Estructura y composición de la gobernanza.</li> <li>GRI 2-11 Presidente del máximo órgano de gobierno.</li> <li>GRI 2-19 Políticas de remuneración.</li> </ul>	34
	Equipo Directivo		<ul style="list-style-type: none"> <li>GRI 2-9 Estructura y composición de la gobernanza.</li> </ul>	35
Gestión ética y cumplimiento normativo	Políticas corporativas		<ul style="list-style-type: none"> <li>GRI 2-23 Compromisos políticos.</li> <li>GRI 2-15 Conflictos de intereses.</li> <li>GRI 2-29 Estrategia de compromiso con las partes interesadas.</li> </ul>	36-37
	Ética y cumplimiento	<ul style="list-style-type: none"> <li>Una descripción de las políticas que aplica el grupo, que incluirá los procedimientos de diligencia debida aplicados para la identificación, evaluación, prevención y atenuación de riesgos e impactos significativos y de verificación y control, incluyendo qué medidas se han adoptado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>GRI 2-23 Compromisos políticos.</li> <li>GRI 2-26 Mecanismos para buscar asesoramiento y plantear inquietudes.</li> <li>GRI 205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción.</li> </ul>	38
	Auditorías internas RB IBERIA			39

CONTENIDOS	SUBCONTENIDOS	INDICADOR LEY 11/2018	GLOBAL REPORTING INITIATIVE	PÁGINA
Lucha contra la corrupción, soborno y blanqueo de capitales		<ul style="list-style-type: none"> <li>Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno.</li> <li>Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>GRI 205.3-3 Gestión de temas materiales.</li> <li>GRI 2-25 Procesos para remediar impactos negativos.</li> <li>GRI 2-26 Mecanismos para buscar asesoramiento y plantear inquietudes.</li> </ul>	40-41
Evaluación de nuestros proveedores		<ul style="list-style-type: none"> <li>Una descripción de las políticas que aplica el grupo, que incluirá los procedimientos de diligencia debida aplicados para la identificación, evaluación, prevención y atenuación de riesgos e impactos significativos y de verificación y control, incluyendo qué medidas se han adoptado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>GRI 204.3-3 Gestión de temas materiales.</li> <li>GRI 2-26 Mecanismos para buscar asesoramiento y plantear inquietudes.</li> </ul>	42-43
Articulación de alianzas		<ul style="list-style-type: none"> <li>Las relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>GRI 2-25 Procesos para remediar impactos negativos.</li> <li>GRI 2-29 Enfoque de la participación de las partes interesadas.</li> </ul>	44-45
Mirando al futuro	Transformación digital	<ul style="list-style-type: none"> <li>Una descripción de las políticas que aplica el grupo respecto a dichas cuestiones, que incluirá los procedimientos de diligencia debida aplicados para la identificación, evaluación, prevención y atenuación de riesgos e impactos significativos y de verificación y control, incluyendo qué medidas se han adoptado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>GRI 418.3-3 Gestión de temas materiales.</li> </ul>	46-47
	Ciberseguridad	<ul style="list-style-type: none"> <li>Los principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del grupo, entre ellas, cuando sea pertinente y proporcionado, sus relaciones comerciales, productos o servicios que puedan tener efectos negativos en esos ámbitos, y cómo el grupo gestiona dichos riesgos, explicando los procedimientos utilizados para detectarlos y evaluarlos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>GRI 418.3-3 Gestión de temas materiales.</li> <li>GRI 418-1 Reclamaciones fundamentadas recibidas sobre violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente.</li> </ul>	47
	Protección de datos / privacidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>Los principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del grupo, entre ellas, cuando sea pertinente y proporcionado, sus relaciones comerciales, productos o servicios que puedan tener efectos negativos en esos ámbitos, y cómo el grupo gestiona dichos riesgos, explicando los procedimientos utilizados para detectarlos y evaluarlos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>GRI 2-26 Mecanismos para buscar asesoramiento y plantear inquietudes.</li> <li>GRI 418.3-3 Gestión de temas materiales.</li> <li>GRI 418-1 Reclamaciones fundamentadas recibidas sobre violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente.</li> </ul>	48

CONTENIDOS	SUBCONTENIDOS	INDICADOR LEY 11/2018	GLOBAL REPORTING INITIATIVE	PÁGINA
Hitos 2023 en materia de gestión medioambiental		<ul style="list-style-type: none"> <li>Los resultados de esas políticas, debiendo incluir indicadores clave de resultados no financieros pertinentes que permitan el seguimiento y evaluación de los progresos y que favorezcan la comparabilidad entre sociedades y sectores.</li> </ul>		50
Gestión medioambiental		<ul style="list-style-type: none"> <li>Los principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del grupo, entre ellas, cuando sea pertinente y proporcionado, sus relaciones comerciales, productos o servicios que puedan tener efectos negativos en esos ámbitos, y cómo el grupo gestiona dichos riesgos, explicando los procedimientos utilizados para detectarlos y evaluarlos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>GRI 3-2 Lista de temas materiales.</li> <li>GRI 3-1 Proceso para determinar temas materiales.</li> <li>GRI 305.3-3 Gestión del tema material.</li> <li>GRI 305-1 Emisiones directas de GEI (Alcance 1).</li> </ul>	51-52
Estrategia climática	Introducción a nuestra estrategia		<ul style="list-style-type: none"> <li>GRI 305.3-3 Gestión del tema material.</li> </ul>	53-54
	Nuestra huella de carbono	<ul style="list-style-type: none"> <li>Medidas para prevenir, reducir o reparar las emisiones de carbono que afectan gravemente el medio ambiente; teniendo en cuenta cualquier forma de contaminación atmosférica específica de una actividad.</li> <li>Elementos importantes de las emisiones de gases de efecto invernadero generados como resultado de las actividades de la empresa, incluido el uso de los bienes y servicios que produce; las medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático; las metas de reducción establecidas voluntariamente a medio y largo plazo para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y los medios implementados para tal fin.</li> <li>Medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética y el uso de energías renovables.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>GRI 305.3-3 Gestión del tema material.</li> <li>GRI 305-1 Emisiones directas de GEI (Alcance 1).</li> <li>GRI 305-2 Emisiones de GEI indirectas de energía (Alcance 2).</li> <li>GRI 305-3 Otras emisiones indirectas (Alcance 3) de GEI.</li> <li>GRI 305-4 Intensidad de emisión de GEI.</li> <li>GRI 305-5 Reducción de Emisiones de GEI.</li> </ul>	55-56
	Iniciativas estratégicas vinculadas a nuestra huella de carbono		<ul style="list-style-type: none"> <li>GRI 2-23 Compromisos políticos.</li> <li>GRI 305-5 Reducción de Emisiones de GEI.</li> </ul>	57-64
	Restaurantes sostenibles		<ul style="list-style-type: none"> <li>GRI 3-3 Gestión de temas materiales.</li> <li>GRI 2-23 Compromisos políticos.</li> </ul>	65

CONTENIDOS	SUBCONTENIDOS	INDICADOR LEY 11/2018	GLOBAL REPORTING INITIATIVE	PÁGINA
Gestión de la energía	Consumo de electricidad		<ul style="list-style-type: none"> <li>• GRI 302.3-3 Gestión de temas materiales.</li> <li>• GRI 302-1 Consumo de energía dentro de la organización.</li> <li>• GRI 302-3 Intensidad energética.</li> <li>• GRI 302-4 Reducción del consumo de energía.</li> <li>• GRI 302-5 Reducciones en los requisitos energéticos de productos y servicios.</li> </ul>	66
	Generación de energía eléctrica renovable	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Consumo directo e indirecto de energía.</li> <li>• Medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética y el uso de energías renovables.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• GRI 3-3 Gestión de temas materiales.</li> <li>• GRI 302-1 Consumo de energía dentro de la organización.</li> <li>• GRI 302-5 Reducciones en los requisitos energéticos de productos y servicios.</li> </ul>	
	Consumo de combustibles fósiles		<ul style="list-style-type: none"> <li>• GRI 302.3-3 Gestión de temas materiales.</li> <li>• GRI 302-1 Consumo de energía dentro de la organización.</li> <li>• GRI 302-3 Intensidad energética.</li> <li>• GRI 302-4 Reducción del consumo de energía.</li> <li>• GRI 302-5 Reducciones en los requisitos energéticos de productos y servicios.</li> </ul>	67-68
Economía circular	Compromisos en economía circular	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Economía circular y prevención y gestión de residuos: medidas de prevención, reciclaje, reutilización, otras formas de recuperación y eliminación de desechos.</li> <li>• Acciones para combatir el desperdicio de alimentos.</li> <li>• Medidas adoptadas para mejorar la eficiencia del uso de las materias primas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• GRI 306.3-3 Gestión de temas materiales.</li> <li>• GRI 2-23 Compromisos políticos.</li> <li>• GRI 301-1 Materiales utilizados por peso volumen.</li> <li>• GRI 301-2 Materiales de entrada reciclados utilizados.</li> <li>• GRI 305-5 Reducción de Emisiones de GEI.</li> <li>• GRI 306-1 Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos.</li> <li>• GRI 306-2 Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos.</li> <li>• GRI 306-3 Residuos generados.</li> <li>• GRI 306-4 Residuos desviados de la eliminación.</li> <li>• GRI 301.3-3 Gestión del tema material.</li> </ul>	69-74

CONTENIDOS	SUBCONTENIDOS	INDICADOR LEY 11/2018	GLOBAL REPORTING INITIATIVE	PÁGINA
Biodiversidad	Gestión del agua	<ul style="list-style-type: none"> <li>El consumo de agua y el suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>GRI 303.3-3 Gestión de temas materiales.</li> <li>GRI 303-1 Interacciones con el agua como recurso compartido.</li> <li>GRI 303-3 Extracción de agua.</li> <li>GRI 303-5 Consumo de agua.</li> </ul>	75-76
	Proyecto “Replanta Pachamama”	<ul style="list-style-type: none"> <li>Medidas tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>GRI 304.3-3 Gestión del tema material</li> <li>GRI 304-2 Impactos significativos de actividades, productos y servicios sobre la biodiversidad.</li> <li>GRI 304-3 Hábitats protegidos o restaurados.</li> <li>GRI 2-23 Compromisos políticos.</li> </ul>	
Gestión responsable de nuestros suministros	Sostenibilidad en nuestra cadena de suministro	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cómo el grupo gestiona dichos riesgos, explicando los procedimientos utilizados para detectarlos y evaluarlos.</li> <li>Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental.</li> <li>Sistemas de supervisión y auditorias y resultados de las mismas.</li> <li>Una descripción de las políticas que aplica el grupo respecto a dichas cuestiones, que incluirá los procedimientos de diligencia debida aplicados para la identificación, evaluación, prevención y atenuación de riesgos e impactos significativos y de verificación y control, incluyendo qué medidas se han adoptado.</li> <li>Economía circular: reciclaje, reutilización y otras formas de recuperación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>GRI 2-29 Estrategia de compromiso con las partes interesadas.</li> <li>GRI 204.3-3 Gestión del tema material.</li> <li>GRI 308.3-3 Gestión del tema material.</li> <li>GRI 308-1 Nuevos proveedores que fueron seleccionados según criterios ambientales.</li> <li>GRI 308-2 Impactos ambientales negativos significativos reales y potenciales en la cadena de suministro y medidas tomadas.</li> <li>GRI 301-2 Materiales de entrada reciclados utilizados.</li> <li>GRI 416.3-3 Gestión del tema material.</li> <li>GRI 416-1 Evaluación de los impactos sobre la salud y la seguridad de las categorías de productos y servicios.</li> </ul>	81-82
	Materias primas	<ul style="list-style-type: none"> <li>Medidas tomadas para preservar la biodiversidad.</li> <li>Impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>GRI 301.3-3 Gestión del tema material.</li> <li>GRI 301-1 Materiales utilizados por peso o volumen.</li> </ul>	

CONTENIDOS	SUBCONTENIDOS	INDICADOR LEY 11/2018	GLOBAL REPORTING INITIATIVE	PÁGINA
Gestión responsable de nuestros suministros	Evaluación de proveedores	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cómo el grupo gestiona dichos riesgos, explicando los procedimientos utilizados para detectarlos y evaluarlos.</li> <li>• Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental.</li> <li>• Sistemas de supervisión y auditorias y resultados de las mismas.</li> <li>• Una descripción de las políticas que aplica el grupo respecto a dichas cuestiones, que incluirá los procedimientos de diligencia debida aplicados para la identificación, evaluación, prevención y atenuación de riesgos e impactos significativos y de verificación y control, incluyendo qué medidas se han adoptado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• GRI 2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones.</li> <li>• GRI 204.3-3 Gestión de temas materiales.</li> <li>• GRI 204-1 Proporción de gasto en proveedores locales.</li> <li>• GRI 2-29 Enfoque de la participación de las partes interesadas.</li> <li>• GRI 416.3-3 Gestión del tema material.</li> <li>• GRI 416-1 Evaluación de los impactos sobre la salud y la seguridad de las categorías de productos y servicios.</li> </ul>	84-85
	Bienestar animal	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Medidas tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• GRI 2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones.</li> <li>• GRI 3.3-3 Gestión del tema material.</li> <li>• GRI 204.3-3 Gestión del tema material.</li> <li>• GRI 2-29 Enfoque de la participación de las partes interesadas.</li> <li>• GRI 416-1 Evaluación de los impactos sobre la salud y la seguridad de las categorías de productos y servicios.</li> </ul>	
Nuestro compromiso con los clientes: Productos responsables	Valor nutricional		<ul style="list-style-type: none"> <li>• GRI 2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones.</li> <li>• GRI 2-29 Enfoque de la participación de las partes interesadas.</li> <li>• GRI 204.3-3 Gestión de temas materiales.</li> </ul>	87
	Seguridad alimentaria	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Medidas para la salud y la seguridad de los consumidores.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• GRI 204.3-3 Gestión de temas materiales.</li> <li>• GRI 416.3-3 Gestión del tema material.</li> <li>• GRI 416-1 Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios.</li> <li>• GRI 416-2 Incidentes de incumplimiento relacionados con los impactos en la salud y la seguridad de productos y servicios.</li> </ul>	

CONTENIDOS	SUBCONTENIDOS	INDICADOR LEY 11/2018	GLOBAL REPORTING INITIATIVE	PÁGINA
Financiación en base a criterios de sostenibilidad		<ul style="list-style-type: none"> <li>Una 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.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>GRI 201.3-3 Gestión de temas materiales.</li> <li>GRI 2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones.</li> </ul>	90
Hitos 2023		<ul style="list-style-type: none"> <li>Los resultados de esas políticas, debiendo incluir indicadores clave de resultados no financieros pertinentes que permitan el seguimiento y evaluación de los progresos y que favorezcan la comparabilidad entre sociedades y sectores, de acuerdo con los marcos nacionales, europeos o internacionales de referencia utilizados para cada materia.</li> </ul>		92
Nuestro equipo y valores	Capital Humano	<ul style="list-style-type: none"> <li>Número total y distribución de empleados por sexo, edad, país y clasificación profesional.</li> <li>Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo, promedio anual de contratos indefinidos, de contratos temporales y de contratos a tiempo parcial por sexo, edad y clasificación profesional, número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional.</li> <li>Las remuneraciones medias y su evolución desagregados por sexo, edad y clasificación profesional o igual valor; la remuneración de puestos de trabajo iguales o de media de la sociedad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>GRI 2-7 Empleados.</li> <li>GRI 401.3-3 Gestión de temas materiales.</li> <li>GRI 401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación de empleados.</li> <li>GRI 408-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de incidentes de trabajo infantil.</li> </ul>	94-99
	Desarrollo de talento y plan de carrera	<ul style="list-style-type: none"> <li>Las políticas implementadas en el campo de la formación.</li> <li>La cantidad total de horas de formación por categorías profesionales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>GRI 404-1 Promedio de horas de formación al año por empleado.</li> <li>GRI 404-2 Programas de mejora de las competencias de los empleados y programas de ayuda a la transición.</li> </ul>	100-101

CONTENIDOS	SUBCONTENIDOS	INDICADOR LEY 11/2018	GLOBAL REPORTING INITIATIVE	PÁGINA
Nuestro equipo y valores	Bienestar de empleados	<ul style="list-style-type: none"> <li>Organización del tiempo de trabajo, medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio corresponsable de estos por parte de ambos progenitores.</li> <li>Organización del diálogo social, incluidos procedimientos para informar y consultar al personal y negociar con ellos.</li> <li>Implantación de políticas de desconexión laboral.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>GRI 2-29 Enfoque de la participación de las partes interesadas.</li> <li>GRI 201.3 Obligaciones del plan de beneficios definido y otros planes de jubilación.</li> <li>GRI 401.3-3 Gestión de temas materiales.</li> <li>GRI 401-2 Beneficios proporcionados a empleados de tiempo completo que no se brindan a empleados temporales o de tiempo parcial.</li> <li>GRI 401-3 Licencia parental.</li> <li>GRI 402-1 Plazos mínimos de preaviso para cambios operativos.</li> </ul>	102-103
	Libertad sindical y convenios colectivos	<ul style="list-style-type: none"> <li>Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país, el balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y la seguridad en el trabajo.</li> <li>Organización del diálogo social, incluidos procedimientos para informar y consultar al personal y negociar con ellos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>GRI 2-29 Estrategia de compromiso con las partes interesadas.</li> <li>GRI 407.3-3 Gestión de temas materiales.</li> <li>GRI 407-1 Operaciones y proveedores en los que el derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva puede estar en riesgo.</li> <li>GRI 2-30 Convenios colectivos.</li> </ul>	
Diversidad, inclusión e igualdad	Diversidad, inclusión e igualdad	<ul style="list-style-type: none"> <li>Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres.</li> <li>Planes de igualdad (Capítulo III de la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres).</li> <li>Protocolos contra el acoso sexual y por razón de sexo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>GRI 405.3-3 Gestión del tema material.</li> <li>GRI 2-24 Incorporación de los compromisos políticos.</li> <li>GRI 2-26 Mecanismos para buscar asesoramiento y plantear inquietudes.</li> <li>GRI 405-1 Diversidad de órganos de gobierno y empleados.</li> </ul>	105-108
	Remuneración justa y equitativa	<ul style="list-style-type: none"> <li>Las remuneraciones medias y su evolución desagregados por sexo, edad y clasificación profesional o igual valor.</li> <li>Brecha salarial.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>GRI 202-1 Relación entre el salario inicial estándar por género y el salario mínimo local.</li> <li>GRI 405-2 Relación entre el salario base y la remuneración de las mujeres y los hombres.</li> </ul>	109-110
	Inclusión de personas con discapacidad a la vida laboral	<ul style="list-style-type: none"> <li>Empleados con discapacidad, la integración y la accesibilidad universal de las personas con discapacidad.</li> <li>La eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>GRI 405-1 Diversidad de los órganos de gobierno y de los empleados.</li> </ul>	111

CONTENIDOS	SUBCONTENIDOS	INDICADOR LEY 11/2018	GLOBAL REPORTING INITIATIVE	PÁGINA
Seguridad y salud	Protección de la seguridad y salud de nuestros empleados y contratistas	<ul style="list-style-type: none"> <li>Condiciones de salud y seguridad en el trabajo.</li> <li>Accidentes de trabajo, en particular su frecuencia y gravedad, así como las enfermedades profesionales desagregado por sexo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>GRI 403.3-3 Gestión de temas materiales.</li> <li>GRI 403-1 Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo.</li> <li>GRI 403-3 Servicios de salud ocupacional.</li> </ul>	112
	Prevención y mitigación de impactos en seguridad y salud	<ul style="list-style-type: none"> <li>Una descripción de las políticas que aplica el grupo respecto a dichas cuestiones.</li> <li>Condiciones de salud y seguridad en el trabajo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>GRI 403-4 Participación, consulta y comunicación de los trabajadores en materia de salud y seguridad en el trabajo.</li> </ul>	113
	Formación en seguridad y salud	<ul style="list-style-type: none"> <li>Las políticas implementadas en el campo de la formación.</li> <li>La cantidad total de horas de formación por categorías profesionales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>GRI 2-29 Estrategia de compromiso con las partes interesadas.</li> <li>GRI 403-5 Formación de los trabajadores en materia de salud y seguridad en el trabajo.</li> <li>GRI 403-6 Promoción de la salud de los trabajadores.</li> <li>GRI 403-8 Trabajadores cubiertos por un sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo.</li> </ul>	114
	Accidentes de trabajo	<ul style="list-style-type: none"> <li>Condiciones de salud y seguridad en el trabajo.</li> <li>Accidentes de trabajo, en particular su frecuencia y gravedad, así como las enfermedades profesionales desagregado por sexo.</li> <li>Número de horas de absentismo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>GRI 403-2 Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes.</li> <li>GRI 403-9 Lesiones relacionadas con el trabajo.</li> <li>GRI 403-10 Enfermedades profesionales.</li> </ul>	115-116
Hitos 2023		<ul style="list-style-type: none"> <li>Los resultados de esas políticas, debiendo incluir indicadores clave de resultados no financieros pertinentes que permitan el seguimiento y evaluación de los progresos y que favorezcan la comparabilidad entre sociedades y sectores.</li> </ul>		119

CONTENIDOS	SUBCONTENIDOS	INDICADOR LEY 11/2018	GLOBAL REPORTING INITIATIVE	PÁGINA
Impacto en las comunidades locales		<ul style="list-style-type: none"> <li>Compromisos de la empresa con el desarrollo sostenible: el impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local.</li> <li>El impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio.</li> <li>Las relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos; las acciones de asociación o patrocinio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>GRI 201.3-3 Gestión de temas materiales.</li> <li>GRI 2-29 Enfoque de la participación de las partes interesadas.</li> <li>GRI 203.3-3 Gestión del tema material.</li> <li>GRI 203-2 Impactos económicos indirectos significativos.</li> <li>GRI 413.3-3 Gestión del tema material.</li> <li>GRI 413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones de impacto y programas de desarrollo.</li> </ul>	120
	Impacto de RB IBERIA en el mercado español y portugués		<ul style="list-style-type: none"> <li>GRI 2-7 Empleados.</li> <li>GRI 401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación de empleados.</li> </ul>	120
Generación de empleo	Contratación local		<ul style="list-style-type: none"> <li>GRI 413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones de impacto y programas de desarrollo.</li> <li>GRI 2-7 Empleados.</li> <li>GRI 401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación de empleados.</li> </ul>	122
	Iniciativas sociales	<ul style="list-style-type: none"> <li>Las relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos.</li> <li>Medidas adoptadas para promover el empleo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>GRI 413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones de impacto y programas de desarrollo.</li> </ul>	123
	Proyecto social <i>Fanáticos de lo Real</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Las relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos.</li> <li>El impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio.</li> <li>Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>GRI 2-23 Compromisos políticos.</li> <li>GRI 413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones de impacto y programas de desarrollo.</li> <li>GRI 203-2 Impactos económicos indirectos significativos.</li> <li>GRI 405-1 Diversidad de órganos de gobierno y empleados.</li> </ul>	123-125

CONTENIDOS	SUBCONTENIDOS	INDICADOR LEY 11/2018	GLOBAL REPORTING INITIATIVE	PÁGINA
Generación de empleo	Colaboración con asociaciones y administraciones públicas	<ul style="list-style-type: none"> <li>Las relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>GRI 413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones de impacto y programas de desarrollo.</li> </ul>	126-127
	Voluntariado corporativo	<ul style="list-style-type: none"> <li>El impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio.</li> <li>Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>GRI 413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones de impacto y programas de desarrollo.</li> <li>GRI 203-2 Impactos económicos indirectos significativos.</li> </ul>	128
	Vida activa	<ul style="list-style-type: none"> <li>El impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local.</li> <li>El impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio.</li> <li>Las relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos.</li> <li>Las acciones de asociación o patrocinio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>GRI 413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones de impacto y programas de desarrollo.</li> <li>GRI 203-2 Impactos económicos indirectos significativos.</li> </ul>	129
	Somos excelentes	<ul style="list-style-type: none"> <li>El impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local.</li> <li>El impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio.</li> <li>Las relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>GRI 413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones de impacto y programas de desarrollo.</li> </ul>	130
	Donaciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>GRI 205.3-3 Gestión del tema material</li> <li>GRI 413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones de impacto y programas de desarrollo.</li> <li>GRI 203-2 Impactos económicos indirectos significativos.</li> </ul>	131

CONTENIDOS	SUBCONTENIDOS	INDICADOR LEY 11/2018	GLOBAL REPORTING INITIATIVE	PÁGINA
Compromiso con los clientes	Generadores de experiencias Restaurantes accesibles Comunicación a clientes	<ul style="list-style-type: none"> <li>La integración y la accesibilidad universal de las personas con discapacidad.</li> <li>Las relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos.</li> <li>El impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>GRI 2.23 Compromisos políticos.</li> <li>GRI 2-29 Estrategia de compromiso con las partes interesadas.</li> <li>GRI 203.3-3 Gestión de temas materiales.</li> <li>GRI 203-1 Inversiones en infraestructuras y servicios de infraestructura apoyados.</li> </ul>	132-134
	Vuestra satisfacción es nuestro orgullo	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de las mismas medidas para la salud y la seguridad de los consumidores.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>GRI 2-26 Mecanismos para buscar asesoramiento y plantear inquietudes.</li> <li>GRI 2-29 Enfoque relativo a la participación de los grupos de interés.</li> </ul>	
Nuestro compromiso con los Derechos humanos	Los derechos humanos en RB IBERIA	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aplicación de procedimientos de diligencia debida en materia de derechos humanos.</li> <li>Prevención de los riesgos de vulneración de derechos humanos y, en su caso, medidas para mitigar, gestionar y reparar posibles abusos cometidos.</li> <li>Denuncias por casos de vulneración de derechos humanos.</li> <li>Promoción y cumplimiento de las disposiciones de los convenios fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo relacionadas con el respeto por la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva.</li> <li>La eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación.</li> <li>La eliminación del trabajo forzoso u obligatorio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>GRI 2.23 Compromisos políticos.</li> <li>GRI 2-29 Enfoque relativo a la participación de los grupos de interés.</li> <li>GRI 406.3-3 Gestión de temas materiales.</li> <li>GRI 406-01 Incidentes de discriminación y acciones correctivas tomadas</li> <li>GRI 408-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de incidentes de trabajo infantil.</li> <li>GRI 409-1 Operaciones y proveedores con un riesgo significativo de incidentes de trabajo forzoso u obligatorio.</li> <li>GRI 2.23 Compromisos políticos.</li> <li>GRI 2-29 Enfoque relativo a la participación de los grupos de interés.</li> <li>GRI 3-3 Gestión de temas materiales.</li> <li>GRI 414-1 Nuevos proveedores seleccionados según criterios sociales.</li> <li>GRI 204-1 Proporción de gasto en proveedores locales.</li> </ul>	136-137

CONTENIDOS	SUBCONTENIDOS	INDICADOR LEY 11/2018	GLOBAL REPORTING INITIATIVE	PÁGINA
	Cadena de suministro	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La abolición efectiva del trabajo infantil.</li> <li>• La inclusión en la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales.</li> <li>• Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental.</li> <li>• Sistemas de supervisión y auditorias y resultados de las mismas.</li> <li>• Política contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad.</li> <li>• Una descripción de las políticas que aplica el grupo respecto a dichas cuestiones, que incluirá los procedimientos de diligencia debida aplicados para la identificación, evaluación, prevención y atenuación de riesgos e impactos significativos y de verificación y control, incluyendo qué medidas se han adoptado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• GRI 2-23 Compromisos políticos.</li> <li>• GRI 2-29 Enfoque relativo a la participación de los grupos de interés.</li> <li>• GRI 3-3 Gestión de temas materiales.</li> <li>• GRI 414-1 Nuevos proveedores seleccionados según criterios sociales.</li> <li>• GRI 204-1 Proporción de gasto en proveedores locales.</li> </ul>	138-139
Información Fiscal		<ul style="list-style-type: none"> <li>• El estado de información no financiera consolidado incluirá la información necesaria para comprender la evolución, los resultados y la situación del grupo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• GRI 201-1 Valor económico directo generado y distribuido.</li> </ul>	140-141

## ÍNDICE DE CONTENIDOS SASB

CONTENIDOS	SUBCONTENIDOS	INDICADOR LEY 11/2018	SABS	PÁGINA
Carta del Presidente				3
Alcance de la memoria				4
Sobre RB IBERIA		<ul style="list-style-type: none"> <li>Una 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.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Número de empleados en restaurantes y cafeterías propiedad de RB IBERIA y número de empleados en las franquicias.</li> </ul>	6 - 7
Cifras clave			<ul style="list-style-type: none"> <li>Número de (1) restaurantes y cafeterías propiedad de RB IBERIA y (2) número de franquicias.</li> <li>Número de empleados en restaurantes y cafeterías propiedad de RB IBERIA.</li> </ul>	8
Hitos 2023		<ul style="list-style-type: none"> <li>Los resultados de esas políticas, debiendo incluir indicadores clave de resultados no financieros pertinentes que permitan el seguimiento y evaluación de los progresos y que favorezcan la comparabilidad entre sociedades y sectores.</li> </ul>		9
Reconocimientos				10
Modelo de negocio y ambición de futuro		<ul style="list-style-type: none"> <li>Una 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.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Número de (1) restaurantes y cafeterías propiedad de RB IBERIA y (2) número de franquicias.</li> </ul>	11-19

CONTENIDOS	SUBCONTENIDOS	INDICADOR LEY 11/2018	SABS	PÁGINA
Nuestra estrategia de sostenibilidad				20-22
Análisis de materialidad		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 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 estos, en particular sobre los principales riesgos a corto, medio y largo plazo.</li> </ul>		23-25
Plan Director de Sostenibilidad 2023-2026				26-27
Gestión de riesgos no financieros			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prácticas Laborales. Identificación del riesgo de pérdidas económicas asociado al incumplimiento de la ley.</li> </ul>	28
Compromisos en ESG		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los resultados de esas políticas, debiendo incluir indicadores clave de resultados no financieros pertinentes que permitan el seguimiento y evaluación de los progresos y que favorezcan la comparabilidad entre sociedades y sectores, de acuerdo con los marcos nacionales, europeos o internacionales de referencia utilizados para cada materia.</li> </ul>		29
Hitos 2023		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los resultados de esas políticas, debiendo incluir indicadores clave de resultados no financieros pertinentes que permitan el seguimiento y evaluación de los progresos y que favorezcan la comparabilidad entre sociedades y sectores.</li> </ul>		31

CONTENIDOS	SUBCONTENIDOS	INDICADOR LEY 11/2018	SABS	PÁGINA
Gobernanza responsable	Modelo de gobierno	<ul style="list-style-type: none"> <li>Una 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.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>La estrategia de buen Gobierno de RB IBERIA se basa entre otras acciones en asegurar el cumplimiento de la legislación y normativas aplicables, incluyendo la legislación acerca de las Prácticas Laborales.</li> </ul>	32
	Accionista único			33
	Consejo de Administración			34
	Equipo Directivo			35
Gestión ética y cumplimiento normativo	Políticas corporativas			36-37
	Ética y cumplimiento	<ul style="list-style-type: none"> <li>Una descripción de las políticas que aplica el grupo, que incluirá los procedimientos de diligencia debida aplicados para la identificación, evaluación, prevención y atenuación de riesgos e impactos significativos y de verificación y control, incluyendo qué medidas se han adoptado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>RB IBERIA cuenta con un Sistema Normativo de Ética y <i>Compliance</i> compuesto por el conjunto de políticas y normas internas de que nos hemos dotado a fin de gestionar adecuadamente los riesgos de <i>Compliance</i> de la compañía y dar debido cumplimiento a nuestras obligaciones tanto de <i>hard law</i> como de <i>soft law</i>. Incluyendo la legislación reguladora de las prácticas laborales.</li> </ul>	38
	Auditorías internas RB IBERIA			39
Lucha contra la corrupción, soborno y blanqueo de capitales		<ul style="list-style-type: none"> <li>Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno.</li> <li>Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales.</li> </ul>		40-41

CONTENIDOS	SUBCONTENIDOS	INDICADOR LEY 11/2018	SABS	PÁGINA
Evaluación de nuestros proveedores		<ul style="list-style-type: none"> <li>Una descripción de las políticas que aplica el grupo, que incluirá los procedimientos de diligencia debida aplicados para la identificación, evaluación, prevención y atenuación de riesgos e impactos significativos y de verificación y control, incluyendo qué medidas se han adoptado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gestión de la Cadena de Suministro y Abastecimiento de Alimentos. Discusión de la estrategia para gestionar los riesgos ambientales y sociales dentro de la cadena de suministro.</li> <li>Porcentaje de alimentos comprados que (1) cumplen los estándares ambientales y sociales de suministro.</li> </ul>	42-43
Articulación de alianzas		<ul style="list-style-type: none"> <li>Las relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos.</li> </ul>		44-45
	Transformación Digital	<ul style="list-style-type: none"> <li>Una descripción de las políticas que aplica el grupo respecto a dichas cuestiones, que incluirá los procedimientos de diligencia debida aplicados para la identificación, evaluación, prevención y atenuación de riesgos e impactos significativos y de verificación y control, incluyendo qué medidas se han adoptado.</li> </ul>		46-47
Mirando al futuro	Ciberseguridad	<ul style="list-style-type: none"> <li>Los principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del grupo, entre ellas, cuando sea pertinente y proporcionado, sus relaciones comerciales, productos o servicios que puedan tener efectos negativos en esos ámbitos, y cómo el grupo gestiona dichos riesgos, explicando los procedimientos utilizados para detectarlos y evaluarlos.</li> </ul>		47
	Protección de datos/privacidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>Los principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del grupo, entre ellas, cuando sea pertinente y proporcionado, sus relaciones comerciales, productos o servicios que puedan tener efectos negativos en esos ámbitos, y cómo el grupo gestiona dichos riesgos, explicando los procedimientos utilizados para detectarlos y evaluarlos.</li> </ul>		48
Hitos 2023 en materia de gestión medioambiental		<ul style="list-style-type: none"> <li>Los resultados de esas políticas, debiendo incluir indicadores clave de resultados no financieros pertinentes que permitan el seguimiento y evaluación de los progresos y que favorezcan la comparabilidad entre sociedades y sectores.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gestión de Energía. (3) Porcentaje de energía renovable.</li> </ul>	50

CONTENIDOS	SUBCONTENIDOS	INDICADOR LEY 11/2018	SABS	PÁGINA
Gestión medioambiental		<ul style="list-style-type: none"> <li>Los principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del grupo, entre ellas, cuando sea pertinente y proporcionado, sus relaciones comerciales, productos o servicios que puedan tener efectos negativos en esos ámbitos, y cómo el grupo gestiona dichos riesgos, explicando los procedimientos utilizados para detectarlos y evaluarlos.</li> </ul>		51-52
Estrategia climática	Introducción a nuestra estrategia	<ul style="list-style-type: none"> <li>Medidas para prevenir, reducir o reparar las emisiones de carbono que afectan gravemente el medio ambiente; teniendo en cuenta cualquier forma de contaminación atmosférica específica de una actividad.</li> </ul>		53-54
	Nuestra huella de carbono	<ul style="list-style-type: none"> <li>Elementos importantes de las emisiones de gases de efecto invernadero generados como resultado de las actividades de la empresa, incluido el uso de los bienes y servicios que produce; las medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático; las metas de reducción establecidas voluntariamente a medio y largo plazo para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y los medios implementados para tal fin.</li> </ul>		55-56
	Iniciativas estratégicas vinculadas a nuestra huella de carbono	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gestión de Energía. (3) Porcentaje de energía renovable.</li> </ul>		57-64
	Restaurantes sostenibles	<ul style="list-style-type: none"> <li>Medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética y el uso de energías renovables.</li> </ul>		65
Gestión de la energía	Consumo de electricidad		<ul style="list-style-type: none"> <li>Gestión de Energía. (1) Consumo total de energía. (2) Porcentaje de electricidad de la red (3) Porcentaje de energía renovable.</li> </ul>	66
	Generación de energía eléctrica renovable	<ul style="list-style-type: none"> <li>Consumo directo e indirecto de energía.</li> <li>Medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética y el uso de energías renovables.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gestión de Energía. (3) Porcentaje de energía renovable.</li> </ul>	66
	Consumo de combustibles fósiles			67-68

CONTENIDOS	SUBCONTENIDOS	INDICADOR LEY 11/2018	SABS	PÁGINA
Economía circular	Compromisos en economía circular	<ul style="list-style-type: none"> <li>Economía circular y prevención y gestión de residuos: medidas de prevención, reciclaje, reutilización, otras formas de recuperación y eliminación de desechos.</li> <li>Acciones para combatir el desperdicio de alimentos.</li> <li>Medidas adoptadas para mejorar la eficiencia del uso de las materias primas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gestión de Residuos de Alimentos y Envases. (1) Cantidad total de residuos (páginas 77-76); (3) porcentaje de residuos desviado (páginas 75 y 77).</li> </ul>	69-74
Biodiversidad	Gestión del agua	<ul style="list-style-type: none"> <li>El consumo de agua y el suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gestión del Agua. (1) Total de agua extraída. (2) Total de agua consumida.</li> </ul>	75-76
	Proyecto “Replanta Pachamama”	<ul style="list-style-type: none"> <li>Medidas tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad.</li> </ul>		77
Gestión responsable de nuestros suministros	Sostenibilidad en nuestra cadena de suministro	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cómo el grupo gestiona dichos riesgos, explicando los procedimientos utilizados para detectarlos y evaluarlos.</li> <li>Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental.</li> <li>Sistemas de supervisión y auditorias y resultados de éstas.</li> <li>Una descripción de las políticas que aplica el grupo respecto a dichas cuestiones, que incluirá los procedimientos de diligencia debida aplicados para la identificación, evaluación, prevención y atenuación de riesgos e impactos significativos y de verificación y control, incluyendo qué medidas se han adoptado.</li> <li>Economía circular: reciclaje, reutilización y otras formas de recuperación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gestión de la Cadena de Suministro y Abastecimiento de Alimentos. Porcentaje de alimentos comprados que (1) cumplen los estándares ambientales y sociales de suministro; (2) están certificados conforme a estándares ambientales o sociales de terceras partes.</li> </ul>	81-82
	Materias primas	<ul style="list-style-type: none"> <li>Medidas tomadas para preservar la biodiversidad.</li> <li>Impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gestión de la Cadena de Suministro y Abastecimiento de Alimentos. Porcentaje de alimentos comprados que (1) cumplen los estándares ambientales y sociales de suministro; (2) están certificados conforme a estándares ambientales o sociales de terceras partes.</li> </ul>	83

CONTENIDOS	SUBCONTENIDOS	INDICADOR LEY 11/2018	SABS	PÁGINA
Gestión responsable de nuestros suministros	Evaluación de proveedores	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cómo el grupo gestiona dichos riesgos, explicando los procedimientos utilizados para detectarlos y evaluarlos.</li> <li>• Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental.</li> <li>• Sistemas de supervisión y auditorias y resultados de éstas.</li> <li>• Una descripción de las políticas que aplica el grupo respecto a dichas cuestiones, que incluirá los procedimientos de diligencia debida aplicados para la identificación, evaluación, prevención y atenuación de riesgos e impactos significativos y de verificación y control, incluyendo qué medidas se han adoptado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestión de la Cadena de Suministro y Abastecimiento de Alimentos. Porcentaje de alimentos comprados que (1) cumplen los estándares ambientales y sociales de suministro; (2) están certificados conforme a estándares ambientales o sociales de terceras partes.</li> </ul>	84-85
	Bienestar animal	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Medidas tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Porcentaje de (1) huevos originados en ambientes sin jaulas y (2) cerdo producido sin el uso de jaula de gestación.</li> <li>• Discusión de la estrategia para gestionar los riesgos ambientales sociales dentro de la cadena de suministro incluido el bienestar animal.</li> </ul>	
Nuestro compromiso con los clientes: Productos responsables	Valor nutricional			87
	Seguridad alimentaria	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Medidas para la salud y la seguridad de los consumidores.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Seguridad Alimentaria. (1) Porcentaje de restaurantes inspeccionados por un organismo de supervisión de seguridad alimentaria.</li> <li>• Número de brotes confirmados de enfermedades transmitidas por alimentos. Porcentaje de brotes de enfermedades transmitidas por alimentos que han resultado en una investigación por las autoridades de Salud Pública.</li> </ul>	88-89
Financiación en base a criterios de sostenibilidad		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Una 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.</li> </ul>		90

CONTENIDOS	SUBCONTENIDOS	INDICADOR LEY 11/2018	SABS	PÁGINA
Hitos 2023		<ul style="list-style-type: none"> <li>Los resultados de esas políticas, debiendo incluir indicadores clave de resultados no financieros pertinentes que permitan el seguimiento y evaluación de los progresos y que favorezcan la comparabilidad entre sociedades y sectores, de acuerdo con los marcos nacionales, europeos o internacionales de referencia utilizados para cada materia.</li> </ul>		92
Nuestro equipo y valores	Capital humano	<ul style="list-style-type: none"> <li>Número total y distribución de empleados por sexo, edad, país y clasificación profesional.</li> <li>Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo, promedio anual de contratos indefinidos, de contratos temporales y de contratos a tiempo parcial por sexo, edad y clasificación profesional, número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional.</li> <li>Las remuneraciones medias y su evolución desagregados por sexo, edad y clasificación profesional o igual valor; la remuneración de puestos de trabajo iguales o de media de la sociedad.</li> </ul>		94-99
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Las políticas implementadas en el campo de la formación.</li> <li>La cantidad total de horas de formación por categorías profesionales.</li> </ul>		100-101
	Bienestar de empleados	<ul style="list-style-type: none"> <li>Organización del tiempo de trabajo, medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio corresponsable de estos por parte de ambos progenitores.</li> <li>Organización del diálogo social, incluidos procedimientos para informar y consultar al personal y negociar con ellos.</li> <li>Implantación de políticas de desconexión laboral.</li> </ul>		102-103
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país, el balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y la seguridad en el trabajo.</li> <li>Organización del diálogo social, incluidos procedimientos para informar y consultar al personal y negociar con ellos.</li> </ul>		104

CONTENIDOS	SUBCONTENIDOS	INDICADOR LEY 11/2018	SABS	PÁGINA
Diversidad, inclusión e igualdad	Diversidad, inclusión e igualdad	<ul style="list-style-type: none"> <li>Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres.</li> <li>Planes de igualdad (Capítulo III de la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres).</li> <li>Protocolos contra el acoso sexual y por razón de sexo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Discriminación laboral.</li> </ul>	105-108
	Remuneración justa y equitativa	<ul style="list-style-type: none"> <li>Las remuneraciones medias y su evolución desagregados por sexo, edad y clasificación profesional o igual valor.</li> <li>Brecha salarial.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Prácticas laborales. (2) porcentaje de empleados de restaurantes que ganan el salario mínimo por región.</li> </ul>	109-110
	Inclusión de personas con discapacidad a la vida laboral	<ul style="list-style-type: none"> <li>Empleados con discapacidad, la integración y la accesibilidad universal de las personas con discapacidad.</li> <li>La eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Discriminación laboral.</li> </ul>	111
Seguridad y salud	Protección de la seguridad y salud de nuestros empleados y contratistas	<ul style="list-style-type: none"> <li>Condiciones de salud y seguridad en el trabajo.</li> <li>Accidentes de trabajo, en particular su frecuencia y gravedad, así como las enfermedades profesionales desagregado por sexo.</li> </ul>		112
	Prevención y mitigación de impactos en seguridad y salud	<ul style="list-style-type: none"> <li>Una descripción de las políticas que aplica el grupo respecto a dichas cuestiones.</li> <li>Condiciones de salud y seguridad en el trabajo.</li> </ul>		113
	Formación en seguridad y salud	<ul style="list-style-type: none"> <li>Las políticas implementadas en el campo de la formación.</li> <li>La cantidad total de horas de formación por categorías profesionales.</li> </ul>		114
	Accidentes de trabajo	<ul style="list-style-type: none"> <li>Condiciones de salud y seguridad en el trabajo.</li> <li>Accidentes de trabajo, en particular su frecuencia y gravedad, así como las enfermedades profesionales desagregado por sexo.</li> <li>Número de horas de absentismo.</li> </ul>		115-116

CONTENIDOS	SUBCONTENIDOS	INDICADOR LEY 11/2018	SABS	PÁGINA
Hitos 2023		<ul style="list-style-type: none"> <li>Los resultados de esas políticas, debiendo incluir indicadores clave de resultados no financieros pertinentes que permitan el seguimiento y evaluación de los progresos y que favorezcan la comparabilidad entre sociedades y sectores.</li> </ul>		119
Impacto en las comunidades locales		<ul style="list-style-type: none"> <li>Compromisos de la empresa con el desarrollo sostenible: el impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local.</li> <li>El impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio.</li> <li>Las relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos; las acciones de asociación o patrocinio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Número de empleados en restaurantes y cafeterías propiedad de RB IBERIA y número de empleados en las franquicias.</li> </ul>	120
Generación de empleo	Impacto de RB IBERIA en el mercado español y portugués			120
	Contratación local			122
Generación de empleo	Iniciativas sociales	<ul style="list-style-type: none"> <li>Las relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con éstos.</li> <li>Medidas adoptadas para promover el empleo.</li> </ul>		
	Proyecto social <i>Fanáticos de lo Real</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Las relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos.</li> <li>El impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio.</li> </ul>		
	Colaboración con asociaciones y administraciones públicas	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro.</li> </ul>		123-128
	Voluntariado corporativo			

CONTENIDOS	SUBCONTENIDOS	INDICADOR LEY 11/2018	SABS	PÁGINA
Generación de empleo	Vida activa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local.</li> <li>• El impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio.</li> <li>• Las relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos.</li> <li>• Las acciones de asociación o patrocinio.</li> </ul>		129
	Somos excelentes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local.</li> <li>• El impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio.</li> <li>• Las relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos.</li> </ul>		130
	Donaciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro.</li> </ul>		131
	Compromiso con los clientes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La integración y la accesibilidad universal de las personas con discapacidad.</li> <li>• Las relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos.</li> <li>• El impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio.</li> </ul>		132-134
	Vuestra satisfacción es nuestro orgullo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de las mismas medidas para la salud y la seguridad de los consumidores.</li> </ul>		135

CONTENIDOS	SUBCONTENIDOS	INDICADOR LEY 11/2018	SABS	PÁGINA
Nuestro compromiso con los Derechos humanos	Los derechos humanos en RB IBERIA	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicación de procedimientos de diligencia debida en materia de derechos humanos.</li> <li>• Prevención de los riesgos de vulneración de derechos humanos y, en su caso, medidas para mitigar, gestionar y reparar posibles abusos cometidos.</li> <li>• Denuncias por casos de vulneración de derechos humanos.</li> <li>• Promoción y cumplimiento de las disposiciones de los convenios fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo relacionadas con el respeto por la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva.</li> <li>• La eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación.</li> </ul>		136-137
	Cadena de suministro	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La eliminación del trabajo forzoso u obligatorio.</li> <li>• La abolición efectiva del trabajo infantil.</li> <li>• La inclusión en la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales.</li> <li>• Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental.</li> <li>• Sistemas de supervisión y auditorias y resultados de las mismas.</li> <li>• Política contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad.</li> <li>• Una descripción de las políticas que aplica el grupo respecto a dichas cuestiones, que incluirá los procedimientos de diligencia debida aplicados para la identificación, evaluación, prevención y atenuación de riesgos e impactos significativos y de verificación y control, incluyendo qué medidas se han adoptado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestión de la Cadena de Suministro y Abastecimiento de Alimentos. Discusión de la estrategia para gestionar los riesgos ambientales sociales dentro de la cadena de suministro incluido el bienestar animal.</li> </ul>	138-139
Información fiscal	Información fiscal	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El estado de información no financiera consolidado incluirá la información necesaria para comprender la evolución, los resultados y la situación del grupo.</li> </ul>		140-141

# EVALUACIÓN DE TAXONOMÍA EUROPEA DE ACTIVIDADES SOSTENIBLES EN RB IBERIA

## Introducción

Este apartado considera la información que da cumplimiento a las obligaciones establecidas en el artículo 8 del Reglamento Delegado 2020/852 de la Unión Europea, que establece el marco para facilitar las inversiones sostenibles. Este marco se desarrolla a través de:

- Reglamento Delegado 2021/2139, el cual determina las actividades elegibles en relación con los objetivos de mitigación y adaptación al cambio climático.
- Reglamento Delegado 2023/2486, el cual determina los criterios técnicos de selección para determinar en qué condiciones se considerará que una actividad económica contribuye de forma sustancial al uso sostenible y a la protección de los recursos hídricos y marinos, a la transición a una economía circular, a la prevención y el control de la contaminación, o a la protección y recuperación de la biodiversidad y los ecosistemas, y para determinar si dicha actividad económica no causa un perjuicio significativo a ninguno de los demás objetivos medioambientales.
- Reglamento Delegado 2021/2178, el cual establece la metodología de reporte.

Según este marco normativo, las empresas están obligadas a informar sobre su grado de elegibilidad y alineamiento mediante tres indicadores económicos: porcentaje de la cifra de negocios, de la inversión (CapEx) y del gasto operativo (OpEx).

A continuación, se describe el proceso de evaluación de la elegibilidad y alineamiento de las actividades de Restaurant Brands Iberia, S.A.U., los métodos de cálculo del porcentaje de alineamiento de las distintas actividades evaluadas y los resultados obtenidos.

## Evaluación de la elegibilidad y alineamiento

Las actividades llevadas a cabo por las sociedades de Restaurant Brands Iberia, S.A.U. han sido evaluadas en términos de elegibilidad y alineamiento respecto de los objetivos de mitigación del cambio climático y adaptación al cambio climático. No obstante, no se han asignado importes al objetivo de adaptación al cambio climático para evitar la doble contabilidad.

El proceso de evaluación de la elegibilidad y alineamiento ha implicado un riguroso análisis secuencial, siguiendo el flujo de evaluación determinado por la Taxonomía. Este análisis se ha realizado a nivel de Sociedad e instalación del Grupo.

## Evaluación de la elegibilidad

El proceso de evaluación se inicia con la identificación de las actividades de Restaurant Brand Iberia, S.A.U. consideradas elegibles según la normativa. Las actividades elegibles son aquellas que potencialmente

pueden contribuir a uno o varios de los objetivos medioambientales de la Unión Europea, indicadas en los Reglamentos Delegados 2021/2139 y 2023/2486.

Al analizar las actividades llevadas a cabo por Restaurant Brand Iberia, S.A.U. y compararlas con las descripciones que aparecen en los diferentes Reglamentos Delegados, el listado de actividades elegibles es el siguiente:

- Sección 4.1. Generación de electricidad mediante tecnología solar fotovoltaica.
- Sección 6.5. Transporte por motocicletas, turismos y vehículos comerciales ligeros.
- Sección 7.2. Renovación de edificios existentes.
- Sección 7.3. Instalación, mantenimiento y reparación de equipos de eficiencia energética.
- Sección 7.4. Instalación, mantenimiento y reparación de estaciones de recarga para vehículos eléctricos en edificios (y en las plazas de aparcamiento anexas a los edificios).
- Sección 7.5. Instalación, mantenimiento y reparación de instrumentos y dispositivos para medir, regular y controlar la eficiencia energética de los edificios.
- Sección 7.6. Instalación, mantenimiento y reparación de tecnologías de energía renovable.

## Evaluación del alineamiento

Para que una actividad sea considerada alineada debe satisfacer los criterios técnicos de contribución sustancial de algún objetivo medioambiental. Una vez identificadas las actividades elegibles, el siguiente paso consistió en determinar si estas actividades cumplen o no con los requisitos de contribución sustancial para algunos de los Objetivos medioambientales.

Para este propósito y pasos siguientes del proceso de evaluación del alineamiento, Restaurant Brands Iberia, S.A.U. ha desarrollado una metodología consistente en trasladar los requisitos a cuestionarios. Esto ha permitido abordar el trabajo de manera uniforme y homogénea. Para cada sociedad matriz de negocios se ha evaluado el grado de cumplimiento, documentando y respaldando sus conclusiones con las evidencias necesarias.

En los casos de cumplimiento de los criterios técnicos de contribución sustancial para uno de los dos Objetivos del Clima, el paso siguiente implica evaluar si la actividad en cuestión cumple o no con los criterios de ausencia de perjuicio a otros objetivos ambientales. Estos criterios, establecidos en el Reglamento Delegado 2021/2139, consideran, con carácter general, el cumplimiento de normativas y estándares europeos relacionados con diversos aspectos ambientales. Nuevamente, la evaluación de

los criterios de ausencia de perjuicio a otros objetivos ambientales se ha realizado a nivel de Sociedad matriz de negocio e instalaciones afectadas.

En este sentido, Restaurant Brands Iberia, S.A.U., no dispone de un Análisis de Riesgos de Cambio Climático para sus sociedades y restaurantes. En ausencia de este análisis no se cumple con los criterios de ausencia de perjuicio a otros objetivos ambientales. En consecuencia, aún cuando las actividades mencionadas son elegibles y se dispone del cálculo de porcentaje ingresos, CapEx y OpEx de esas actividades, no resultan elegibles como actividades sostenibles desde el punto de vista de la Taxonomía.

El último paso del proceso implica evaluar la existencia de suficientes salvaguardas sociales en el contexto del desarrollo de las actividades. Para ello, se ha seguido un enfoque similar a la evaluación de ausencia de perjuicio y apoyándose en un análisis general de las políticas, métodos y resultados de debida diligencia en derechos humanos existentes. En este caso, el análisis es común para todas las Sociedades, pues todas comparten el mismo modelo de gestión. Los resultados se han documentado en el procedimiento de Restaurant Brand Iberia, S.A.U. que determina el método y resultados de la evaluación de Taxonomía.

**Porcentaje del volumen de negocio procedente de productos o servicios asociados a actividades económicas que se ajustan a la taxonomía**

Actividades económicas	Código	Criterios de contribución sustancial				Criterios ausencia de perjuicio significativo						Proporción del volumen de negocio que se ajusta a la taxonomía año N	Proporción del volumen de negocio que se ajusta a la taxonomía año N-1	Categoría (actividad facilitador)	Categoría (actividad de transición)					
		Volumen de negocio absoluto	Proporción del volumen de negocio	Mitigación al cambio climático	Adaptación al cambio climático	Mitigación	Adaptación	Recursos hídricos y marinos	Economía circular	Contaminación	Biodiversidad y ecosistemas									
<b>A. ACTIVIDADES ELEGIBLES SEGÚN LA TAXONOMÍA</b>																				
<b>A.1 Actividades medioambientalmente sostenibles (que se ajustan a taxonomía)</b>																				
Transporte por motocicletas, turismos y vehículos comerciales ligeros	6.5	0,00	0,00%	100%	0%	SÍ	NO		SÍ	SÍ	SÍ				T					
Instalación, mantenimiento y reparación de estaciones de recarga para vehículos eléctricos en edificios	7.4	0,00	0,00%	100%	0%	SÍ	NO				SÍ				F					
Instalación, mantenimiento y reparación de instrumentos y dispositivos para medir, regular y controlar la eficiencia energética de los edificios	7.5	0,00	0,00%	100%	0%	SÍ	NO				SÍ				F					
Instalación, mantenimiento y reparación de tecnologías de energía renovable	7.6	0,00	0,00%	100%	0%	SÍ	NO				SÍ				F					
Volumen de negocios de actividades medioambientalmente sostenibles (que se ajustan a la Taxonomía) (A.1)		0,00	0,00%																	
<b>A.2 Actividades elegibles según la taxonomía pero no medioambientalmente sostenibles (actividades que no se ajustan a la taxonomía)</b>																				
Transporte por motocicletas, turismos y vehículos comerciales ligeros	6.5	270.717.931,00	22,79%												T					
Instalación, mantenimiento y reparación de estaciones de recarga para vehículos eléctricos en edificios	7.4	319.147,00	0,03%												F					

Actividades económicas	Código	Criterios de contribución sustancial			Criterios ausencia de perjuicio significativo						Proporción del volumen de negocio que se ajusta a la taxonomía año N	Proporción del volumen de negocio que se ajusta a la taxonomía año N-1	Categoría (actividad facilitador)	Categoría (actividad de transición)	
		Volumen de negocio absoluto	Proporción del volumen de negocio	Mitigación al cambio climático	Adaptación al cambio climático	Mitigación	Adaptación	Recursos hídricos y marinos	Economía circular	Contaminación	Biodiversidad y ecosistemas				
Instalación, mantenimiento y reparación de instrumentos y dispositivos para medir, regular y controlar la eficiencia energética de los edificios	7.5	0,00	0,00%												F
Instalación, mantenimiento y reparación de tecnologías de energía renovable	7.6	0,00	0,00%												F
Volumen de negocios de actividades elegibles según la taxonomía pero no medioambientalmente sostenibles (actividades que no se ajustan a la taxonomía) (A.2)		271.037.078	22,8%												
<b>Total (A.1 + A.2)</b>		<b>271.037.078,00</b>	<b>22,81%</b>												
<b>B. Actividades no elegibles según la taxonomía</b>															
Volumen de negocios de actividades no elegibles (B)		916.993.922,00	77,19%												
<b>Total (A + B)</b>		<b>1.188.031.000,00</b>	<b>100%</b>												

**Proporción del OpEx procedente de productos o servicios asociados a actividades económicas que se ajustan a la taxonomía**

Actividades económicas	Código	OpEx absoluto	Proporción del OpEx	Criterios de contribución sustancial		Criterios ausencia de perjuicio significativo						Proporción del OpEx que se ajusta a la taxonomía año N	Proporción del OpEx que se ajusta a la taxonomía año N-1	Categoría (actividad facilitador)	Categoría (actividad de transición)								
				Mitigación al cambio climático	Adaptación al cambio climático	Mitigación	Adaptación	Recursos hídricos y marinos	Economía circular	Contaminación	Biodiversidad y ecosistemas												
<b>A. ACTIVIDADES ELEGIBLES SEGÚN LA TAXONOMÍA</b>																							
<b>A.1 Actividades medioambientalmente sostenibles (que se ajustan a taxonomía)</b>																							
Transporte por motocicletas, turismos y vehículos comerciales ligeros	6.5	0,00	0,00%	100%	0%	SÍ	NO		SÍ	SÍ	SÍ					F							
Instalación, mantenimiento y reparación de estaciones de recarga para vehículos eléctricos en edificios	7.4	0,00	0,00%			SÍ	NO																
Instalación, mantenimiento y reparación de instrumentos y dispositivos para medir, regular y controlar la eficiencia energética de los edificios	7.5	0,00	0,00%	100%	0%	SÍ	NO				SÍ												
Instalación, mantenimiento y reparación de tecnologías de energía renovable	7.6	0,00	0,00%	100%	0%	SÍ	NO				SÍ												
Volumen de negocios de actividades medioambientalmente sostenibles (que se ajustan a la Taxonomía) (A.1)		0,00	0,00%																				
<b>A.2 Actividades elegibles según la taxonomía pero no medioambientalmente sostenibles (actividades que no se ajustan a la taxonomía)</b>																							
Transporte por motocicletas, turismos y vehículos comerciales ligeros	6.5	239.277,00	0,04 %																				
Instalación, mantenimiento y reparación de estaciones de recarga para vehículos eléctricos en edificios	7.4	0,00	0,00 %																				

Actividades económicas	Código	OpEx absoluto	Proporción del OpEx	Criterios de contribución sustancial		Criterios ausencia de perjuicio significativo						Proporción del OpEx que se ajusta a la taxonomía año N	Proporción del OpEx que se ajusta a la taxonomía año N-1	Categoría (actividad facilitador)	Categoría (actividad de transición)	
				Mitigación al cambio climático	Adaptación al cambio climático	Mitigación	Adaptación	Recursos hídricos y marinos	Economía circular	Contaminación	Biodiversidad y ecosistemas	Garantías mínimas				
Instalación, mantenimiento y reparación de instrumentos y dispositivos para medir, regular y controlar la eficiencia energética de los edificios	7,5	311.415,00	0,05 %													
Instalación, mantenimiento y reparación de tecnologías de energía renovable	7,6	98.877,00	0,02 %													
Volumen de negocios de actividades elegibles según la taxonomía pero no medioambientalmente sostenibles (actividades que no se ajustan a la taxonomía) (A.2)		649.569	0,07 %													
<b>Total (A.1 + A.2)</b>		<b>649.569</b>	<b>0,1%</b>													
<b>B. Actividades no elegibles según la taxonomía</b>																
Opex de actividades no elegibles (B)		620.427.431	99,9%													
<b>Total (A + B)</b>		<b>621.077.000</b>	<b>100 %</b>													

**Proporción del CapEx procedente de productos o servicios asociados a actividades económicas que se ajustan a la taxonomía**

Actividades económicas	Código	CapEx absoluto	Proporción del volumen de negocio	Criterios de contribución sustancial		Criterios ausencia de perjuicio significativo						Proporción de CaPex que se ajusta a la taxonomía año N	Proporción de Capex que se ajusta a la taxonomía año N-1	Categoría (actividad facilitador)	Categoría (actividad de transición)							
				Mitigación al cambio climático	Adaptación al cambio climático	Mitigación	Adaptación	Recursos hídricos y marinos	Economía circular	Contaminación	Biodiversidad y ecosistemas	Garantías mínimas										
<b>A. ACTIVIDADES ELEGIBLES SEGÚN LA TAXONOMÍA</b>																						
<b>A.1 Actividades medioambientalmente sostenibles (que se ajustan a taxonomía)</b>																						
Transporte por motocicletas, turismos y vehículos comerciales ligeros	6.5	0,00	0,00%	100%	0%	SÍ	NO		SÍ	SÍ	SÍ					T						
Instalación, mantenimiento y reparación de estaciones de recarga para vehículos eléctricos en edificios	7.4	0,00	0,00%	100%	0%	SÍ	NO				SÍ					F						
Instalación, mantenimiento y reparación de instrumentos y dispositivos para medir, regular y controlar la eficiencia energética de los edificios	7.5	0,00	0,00%	100%	0%	SÍ	NO				SÍ					F						
Instalación, mantenimiento y reparación de tecnologías de energía renovable	7.6	0,00	0,00%	100%	0%	SÍ	NO				SÍ					F						
Volumen de negocios de actividades medioambientalmente sostenibles (que se ajustan a la Taxonomía) (A.1)		0,00	0,00%																			
<b>A.2 Actividades elegibles según la taxonomía pero no medioambientalmente sostenibles (actividades que no se ajustan a la taxonomía)</b>																						
Transporte por motocicletas, turismos y vehículos comerciales ligeros	6.5	0,00	0,00%																			
Instalación, mantenimiento y reparación de estaciones de recarga para vehículos eléctricos en edificios	7.4	0,00	0,00%													F						

Actividades económicas	Código	CapEx absoluto	Proporción del volumen de negocio	Criterios de contribución sustancial		Criterios ausencia de perjuicio significativo							Proporción de CapEx que se ajusta a la taxonomía año N	Proporción de Capex que se ajusta a la taxonomía año N-1	Categoría (actividad facilitador)	Categoría (actividad de transición)	
				Mitigación al cambio climático	Adaptación al cambio climático	Mitigación	Adaptación	Recursos hídricos y marinos	Economía circular	Contaminación	Biodiversidad y ecosistemas	Garantías mínimas					
Instalación, mantenimiento y reparación de instrumentos y dispositivos para medir, regular y controlar la eficiencia energética de los edificios	7,5	0,00	0,00%														
Instalación, mantenimiento y reparación de tecnologías de energía renovable	7,6	0,00	0,00%														
Volumen de negocios de actividades elegibles según la taxonomía pero no medioambientalmente sostenibles (actividades que no se ajustan a la taxonomía) (A.2)		0	0,00%														
<b>Total (A.1 + A.2)</b>		<b>0</b>	<b>0,0%</b>														
<b>B. Actividades no elegibles según la taxonomía</b>																	
Capex de actividades no elegibles (B)		163.970.000	100,0%														
<b>Total (A + B)</b>		<b>163.970.000,00</b>	<b>100%</b>														



📍 Restaurant Brands Iberia  
Avenida de Europa, 26. Edificio Ática, 7  
CP. 28224, Pozuelo de Alarcón (Madrid).  
📞 +34 915401626  
👤 Restaurant Brands Iberia

Diseñado por: Ecoavantis