

INFORME DE PROGRESO 2019

Beer&Food

Estructura de Contenidos

01

Carta de Renovación del Compromiso

02

Beer&Food, un gran grupo de restauración

¿Quiénes Somos?
Beer&Food en cifras
Ámbito de actuación
Estructura organizativa
Reconocimientos del sector
Nuestros valores nos definen
Plan Director ESG 2019-2021
Comité de ESG

03

Metodología

04

Análisis

Elementos aplicados por grupos de interés
Temáticas contempladas
Objetivos de Desarrollo Sostenible
Compromiso con nuestros Empleados
Compromiso con el Medio Ambiente
Compromiso con nuestros Clientes
Compromiso con nuestros Proveedores
Compromiso con la Comunidad
Compromiso con nuestros Socios

05

Anexos

CARTA DE RENOVACIÓN DEL COMPROMISO

"Juntos Es Mejor"

INFORME DE PROGRESO 2019

Estimados Señores,



Si hay algo que tenemos claro en Beer&Food, es nuestra vocación de servicio público y sentido de la responsabilidad con la sociedad, como gran grupo de restauración que somos.

En noviembre de 2018 anunciamos nuestra adhesión al Pacto Mundial de las Naciones Unidas, convirtiéndonos en el primer grupo español de restauración en unirse como miembro Signatory de la Red Española. Una unión, donde adquirimos el firme compromiso por hacer del Pacto Mundial y sus principios, parte de nuestra estrategia y cultura corporativa.

Desde entonces, hemos trabajado muy duro para poner en marcha un completo plan a tres años, que hemos denominado internamente “Plan Director ESG Beer&Food 2019-2021”, basado principalmente en aquellos Objetivos de Desarrollo Sostenible sobre los que nuestra actividad tiene mayor impacto, y hemos implementado toda una serie de medidas en el área de Gobierno Corporativo, enmarcadas en el ODS 16, en nuestra apuesta por la transparencia y el crecimiento sostenible, que hemos hecho extensivas a todos nuestros stakeholders.

Entre otras medidas, en 2019 hemos apostado por reducir el impacto medioambiental, tanto en nuestras oficinas centrales de Madrid, como en nuestra red de establecimientos, contribuyendo al ODS 13. Además, anunciamos un acuerdo con Auara, compañía que distribuye agua mineral natural en botellas fabricadas con material 100% reciclado y 100% reciclable, y que invierte el 100% de sus dividendos en desarrollar proyectos de acceso y abastecimiento de agua potable en África, Sudamérica, Centroamérica y Asia, contribuyendo de manera muy positiva a los ODS 6 y 12.

También hemos puesto especial énfasis en los ODS 8 y 10, para favorecer un trabajo digno y reducir las desigualdades. En Beer&Food creemos firmemente en el empoderamiento de las personas y en otorgarles oportunidades para que puedan incorporarse al mundo laboral. Una apuesta que nos ha llevado a recibir en 2019 el premio “Empresa con Aura”, que concede la Fundación Aura, a aquellas entidades que contribuyen a la inserción laboral y social de personas con discapacidad intelectual en España.

Y hoy, mediante esta carta, queremos renovar nuestro compromiso, tanto con los 17 ODS del Pacto Mundial, como con sus 10 Principios, en materia de derechos humanos, trabajo, medio ambiente y anti-corrupción, que son parte esencial de nuestros valores corporativos.

Así que, seguiremos remando día a día para que, entre todos, podamos contribuir a un mundo mejor, donde las empresas actúen de forma responsable y generen desarrollo sostenible, ya que como bien reza nuestro lema: Juntos Es Mejor.



Sergio Rivas
CEO de Beer&Food



BEER&FOOD

UN GRAN GRUPO DE RESTAURACIÓN

¿QUIÉNES SOMOS?

Beer&Food fue fundada en 2008 por el grupo Heineken España, y en 2018 fue adquirida por el fondo de capital inversión Abac Solutions y un equipo directivo liderado por Sergio Rivas, con el objetivo de convertirse en un grupo de restauración de referencia.

Desde entonces, el grupo ha sufrido una completa transformación, y se ha convertido en uno de los grandes protagonistas, a la vanguardia del sector durante estos años, con más de 400 restaurantes que reciben al año a más de 2 millones de visitas, y con 4.300 empleados (directos e indirectos).

En la actualidad cuenta con 7 grandes marcas. Por un lado están las licencias internacionales de la talla de Carl's Jr. (con una máster franquicia para España y Portugal durante 20 años) y Tony Roma's (con la que tiene un acuerdo de máster franquicia para España, Portugal y Francia, por 25 años).

Por el otro, sus marcas propias, que son Tommy Mel's y La Chelinda. Por último, destacar las licencias de tres de las marcas cerveceras de Heineken, como Casa Gambrinus, Cruz Blanca y Official Irish Pub, para su explotación durante los próximos 30 años.

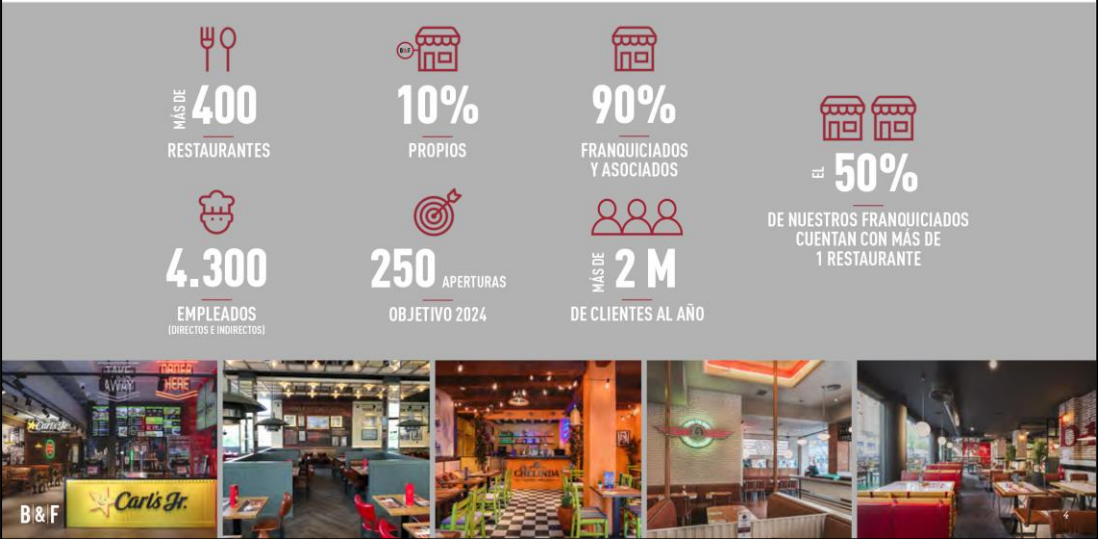
Beer&Food ha sido uno de los grandes protagonistas del crecimiento y expansión del sistema de franquicia y de la restauración organizada en 2019. En total, el grupo llevó a cabo 23 aperturas, alcanzando los 433 locales en España.

En su primer año de vida (2018) Beer&Food obtuvo un EBITDA de 2,9 millones de euros, y en 2019 alcanzó un EBITDA de 4,5 millones de euros, es decir, casi el doble.



BEER&FOOD EN CIFRAS

¿Quiénes somos?
Somos una gran central
franquiciadora con:



UNO DE LOS GRANDES GRUPOS MULTIMARCA DEL SECTOR

PRINCIPALES EMPRESAS Y GRUPOS DE RESTAURACIÓN ORGANIZADAS POR VENTAS (M€)

EMPRESA / GRUPO	VENTAS '18	VENTAS '17	VENTAS '16
1 BURGER KING SPAIN	1.000,00	655,50	630
2 McDONALD'S ESPAÑA	990,00	1.010,00	1.007,00
3 ALSEA IBERIA	960,50	485,00	448,00
4 AREAS	486,00	342,00	332,00
5 TELEPIZZA	369,00	561,60	517,00
6 GRUPO RESTALIA	340,00	310,00	275,00
7 BEER & FOOD	295,00	280,00	293,00
8 GRUPO AMREST	291,50	265,00	250,00
9 SODEXO IBERIA	250,00	--	--
10 EL CORTE INGLÉS	232,33	195,00	190,00
11 YUM! BRANDS - KFC	139,81	115,00	100,00
12 COMESS GROUP	125,00	180,00	180,00
13 GRUPO RODILLA	116,00	108,00	100,60
14 SELECT SERVICE PARTNER	103,00	--	--
15 GRUPO ABADES	94,20	--	--
16 FOODBOX	85,00	79,70	46,00
17 COMPAÑIA DEL TRÓPICO CAFÉ Y TÉ	78,00	84,00	84,00
18 MEGAFOOD	77,96	--	--
19 AUTOGRILL IBERIA	74,17	79,70	46,00
20 DELUZ Y COMPAÑIA	73,00	--	--

CUOTA DE MERCADO DE RESTAURACIÓN ORGANIZADA POR NÚMERO DE LOCALES EN ESPAÑA EN 2018



ÁMBITO DE ACTUACIÓN

A cierre de 2019, Beer&Food contaba con 433 restaurantes operativos en España, distribuidos en todo el ámbito nacional.



RESTAURANTES POR MARCAS (2019)

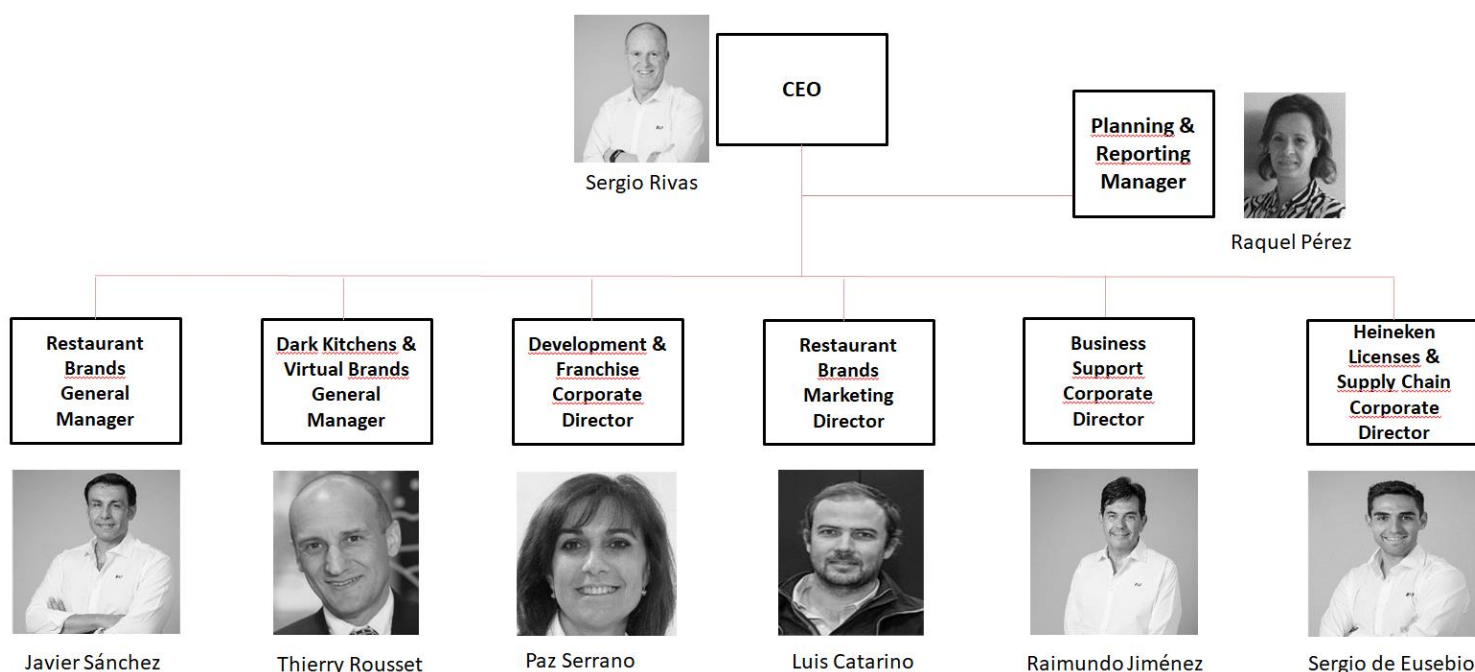
- TONY ROMA'S: 33
- CARL'S JR: 18
- TOMMY ME'LS 21
- LA CHELINDA: 12
- CASA GAMBRINUS: 3
- OFFICIAL IRISH PUBS: 235
- CERVECERÍA GAMBRINUS: 77
- CRUZ BLANCA: 34

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

En los últimos dos años, Beer&Food ha llevado a cabo una completa reestructuración de la compañía a todos los niveles, incluyendo su equipo directivo.

El grupo ha apostado por consolidar un Comité de Dirección con profesionales de primer nivel, que cuentan con una dilatada experiencia en el mundo de la franquicia y la restauración, con el propósito de dar un gran impulso a sus marcas en España, y cumplir con los objetivos de su ambicioso plan estratégico de expansión.

En la actualidad, el Comité Ejecutivo de Beer&Food está formado por 8 miembros:



RECONOCIMIENTOS DEL SECTOR

A lo largo de 2019, Sergio Rivas, Accionista y CEO de Beer&Food, ha recibido 2 galardones que confirman el reconocimiento del sector como uno de sus profesionales más destacados, por su completa dedicación, pasión por su trabajo, el foco en los resultados y por su compromiso con la empresa y con sus franquiciados.

Por un lado, en julio de 2019, recibió el **“Premio Honorífico 2019 de Restauración News”**, revista de cabecera dentro del sector de la restauración en España, por sus logros alcanzados a lo largo de su trayectoria profesional de más de 25 años.

Por su parte, en octubre recibía el **“Premio Nacional de Franquicia 2019 a la mejor Trayectoria Profesional en el Sector”**, uno de los reconocimientos de mayor prestigio concedido por el Salón Internacional de Franquicia (SIF) junto con la Asociación Española de Franquiciadores (AEF).

Galardones de gran prestigio a nivel nacional, que consolidan a Beer&Food como uno de los grandes protagonistas del sector en 2019.



NUESTROS VALORES NOS DEFINEN

*“En Beer&Food tenemos como objetivo ser la empresa de restauración multimarca de referencia en el sector de la restauración organizada, por su **Compromiso, Responsabilidad, Excelencia, Trabajo en Equipo, Audacia, Rentabilidad e Involucración de todos nuestros stakeholders**”*



C

► **COMPROMISO** Desarrollamos nuestra actividad comprometiéndonos socialmente con las personas y ambientalmente con nuestro entorno. Lo hacemos de forma sostenible en el tiempo, dedicando recursos económicos y humanos. Hacemos siempre lo que decimos.

R

► **RESPONSABILIDAD** Nuestros procesos y proyectos siguen una metodología que nos permite trabajar con el mayor rigor y transparencia. Somos responsables de nuestro trabajo y de nuestras acciones.

E

► **EXCELENCIA** Estamos comprometidos en ofrecer la mejor calidad en todas nuestras Operaciones, el Producto que Servimos, el Ambiente que creamos y el Servicio que Prestamos.

T

► **TRABAJO EN EQUIPO** Trabajar unidos, fomentar la participación, compartir el conocimiento y remar todos juntos, hacen que lleguemos más lejos. Juntos es Mejor.

A

► **AUDACIA** Tenemos la capacidad de detectar lo que puede crear Valor y nos atrevemos a llevarlo a cabo.

PLAN DIRECTOR ESG 2019-2021



Si hay una frase que define a Beer&Food es su lema, *“Juntos Es Mejor”*.

Un lema que refleja la esencia de sus valores corporativos, y su firme compromiso por

hacer del Pacto Mundial y sus 10 principios parte de su estrategia y cultura corporativa, y contribuir a un mundo mejor, donde las empresas actúen de forma responsable y generen desarrollo sostenible.

En noviembre de 2018, Beer&Food anunció su adhesión al Pacto Mundial de las Naciones Unidas, convirtiéndose en el primer grupo español de restauración en unirse como miembro Signatory de la Red Española.

Desde entonces, la compañía ha puesto en marcha su **“Plan Director ESG Beer&Food 2019-2021”**: un completo programa en materia de Responsabilidad Social Corporativa, denominada internamente ESG (por las siglas en inglés “Gobierno Corporativo, Social y Medio Ambiente”), con el objetivo de consolidarse como el grupo de restauración multimarca de referencia en el sector de la Restauración Organizada.

Dicho programa agrupa objetivos claros y ambiciosos vinculados tanto a la organización, como a cada una de las personas que forma parte del grupo, y refleja sus valores corporativos que se resumen en las siglas C.R.E.T.A.

Así, Beer&Food ha apostado por toda una serie de iniciativas enfocadas en aquellos Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) sobre los que su actividad tiene mayor impacto, a los que se suma toda una serie de medidas enfocadas al área de Gobierno Corporativo, en su

apuesta por la transparencia y el crecimiento sólido, teniendo en cuenta a todos sus stakeholders.

COMITÉ DE ESG

Con el objetivo de liderar el “Plan Director ESG Beer&Food 2019-2021”, el grupo ha creado un Comité de ESG, formado por Sergio Rivas, CEO; Javier Sánchez, Restaurant Brands General Manager; Raimundo Jiménez, Business Support Corporate Director; Víctor Pereira, People Director; Noelia Hernán, Brand Standards & Training Director, y Maite Casas, Office Manager.

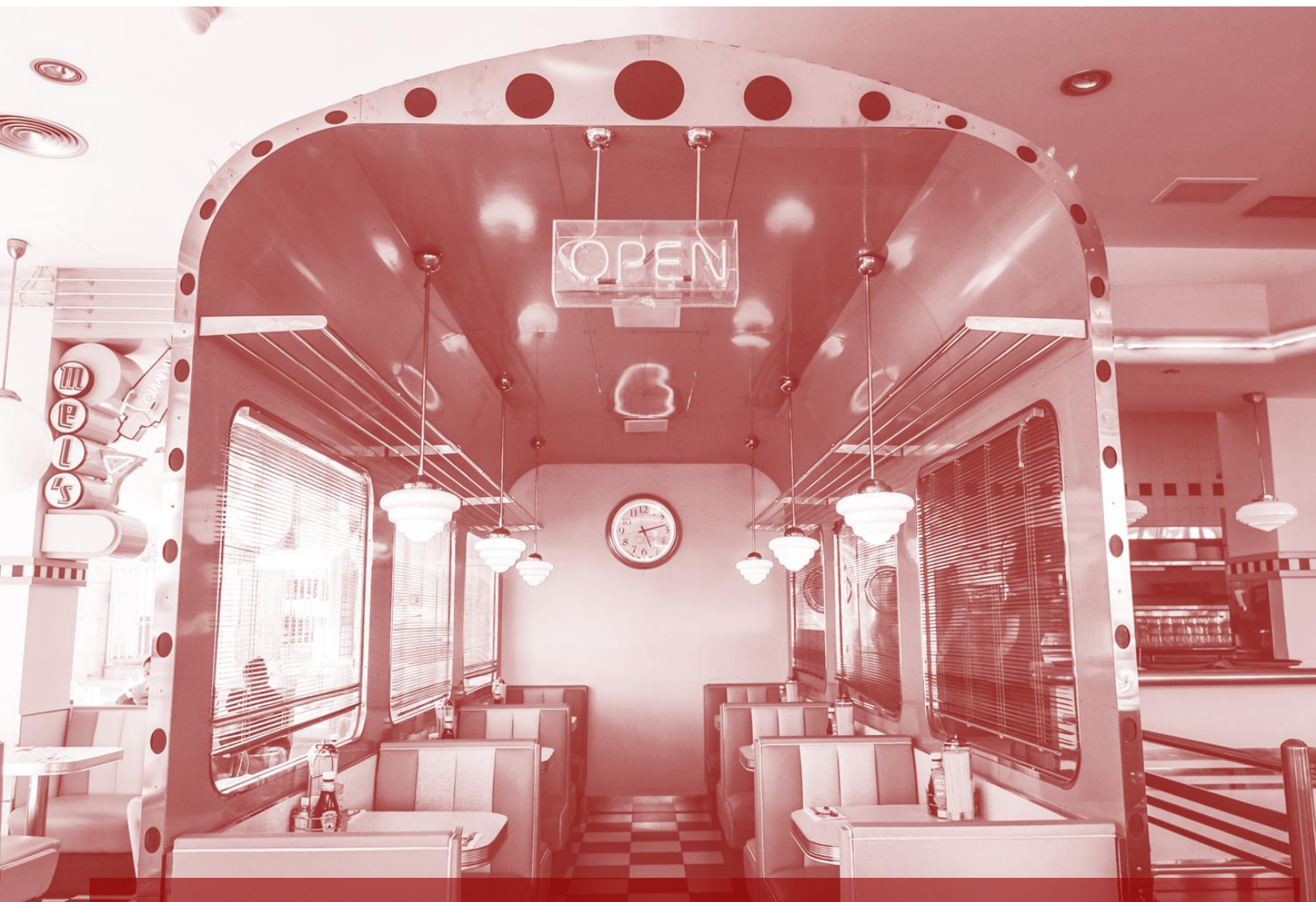
La composición del Comité de ESG es un fiel reflejo del compromiso de la compañía por el desarrollo sostenible, donde su máximo representante (Sergio Rivas) y 2 miembros del Comité de Dirección, están personalmente involucrados en el proyecto.

Además, Beer&Food ha apostado por la creación de la figura del ESG Champion, donde un empleado de la compañía asume el reto de impulsar el área de ESG a nivel corporativo, en un puesto que rota de forma anual. A lo largo de 2019, la ESG Champion fue Noelia Hernán.

El Comité de ESG se reúne una vez al mes, para evaluar el progreso del grupo en materia de ESG, analizar el funcionamiento de las diferentes iniciativas puestas en marcha y avanzar en los diferentes objetivos marcados dentro del “Plan Director ESG Beer&Food 2019-2021”.



Foto del Comité de ESG de Beer&Food



METODOLOGÍA

METODOLOGÍA

El presente Informe de Progreso está basado en la metodología de reporting, en función de los distintos grupos de interés que son prioritarios para Beer&Food.

Precisamente uno de los primeros pasos adoptados por la compañía a la hora de definir su estrategia de RSC, ha sido identificar aquellos grupos afectados directa o indirectamente por su misión empresarial, y adquirir un compromiso firme con todos ellos, lo que le permite anticipar posibles riesgos u oportunidades, y establecer políticas, acciones, herramientas e indicadores de seguimiento como los que se recogen en el presente informe.

Así, los principales grupos de interés para Beer&Food son:

- Empleados
- Medio Ambiente
- Clientes
- Proveedores
- Comunidad
- Socios y Accionistas

Una vez establecidos dichos grupos, se ha procedido a identificar aquellas temáticas de sostenibilidad más significativas para los grupos de interés seleccionados.

Por último, se describe de forma detallada el trabajo de Beer&Food en cada materia, a través de:

Políticas: documentos formales plasmados por escrito que definen sus valores y comunicaciones.

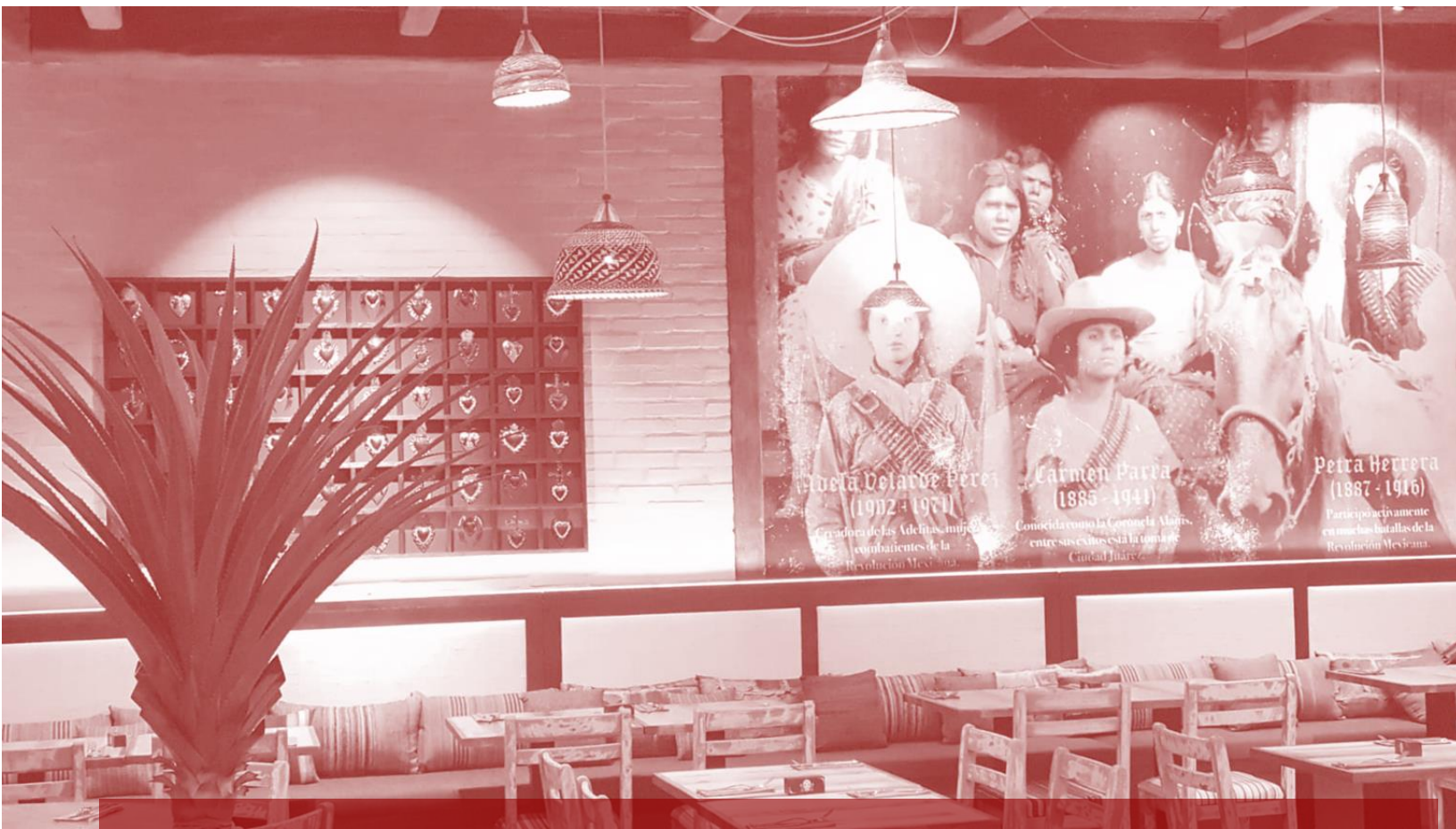
-Acciones/Proyectos: todas aquellas acciones llevadas a cabo a lo largo de 2019, que ayudan

a dar forma a las políticas desarrolladas. Unas acciones que están planificadas en el tiempo y diseñadas en base al grupo de interés al que van dirigidas.

Herramientas de seguimiento: evaluación y control de los resultados obtenidos de las acciones implementadas.

Indicadores de seguimiento: datos cuantitativos para medir el grado de implantación de las ideas (políticas, acciones/proyectos y herramientas de seguimiento).

Además, este Informe de Progreso está planteado en términos de medición del avance, donde lo importante es ir mejorando cada año en los compromisos adquiridos por el grupo con el Pacto Mundial y sus Principios.



ANÁLISIS

ELEMENTOS APLICADOS POR GRUPOS DE INTERÉS



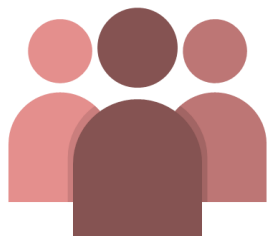
EMPLEADOS (50%)



MEDIO AMBIENTE (13%)



PROVEEDORES (14%)



CLIENTES (11%)



COMUNIDAD (7%)



SOCIOS Y ACCIONISTAS (5%)

TEMÁTICAS CONTEMPLADAS



DERECHOS HUMANOS



NORMAS LABORALES



MEDIOAMBIENTE



ANTICORRUPCIÓN

OBJETIVOS DE DEARROLLO SOSTENIBLE (ODS)





COMPROMISO CON NUESTROS EMPLEADOS

Ambiente laboral



Fiel a su lema "Juntos Es Mejor", el grupo apuesta por fomentar el mejor ambiente laboral entre todos los que forman parte del gran proyecto de Beer&Food

Encuesta a Empleados

Con el objetivo de hacer partícipes a todos los empleados de la estrategia de ESG de la compañía, y como pistoletazo de salida para la implementación de su plan de RSC de cara a 2019, a finales de 2018 Beer&Food realizó una encuesta a sus empleados, para conocer su opinión respecto a los programas de ESG propuestos por el grupo en los distintos ámbitos de actuación: Gobierno Corporativo, Medioambiente y Social.

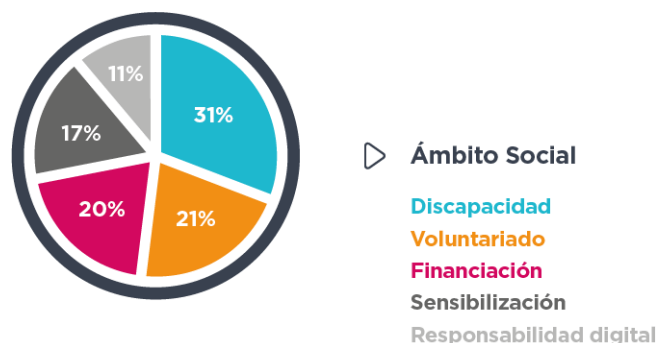
Los resultados arrojaron cifras muy positivas: 4 de cada 10 trabajadores se mostraron favorables a realizar voluntariado corporativo, y el 40% afirmó querer implicarse en alguno de los proyectos de ESG puestos en marcha por el grupo.

Dentro de las iniciativas de carácter social, 1 de cada 3 empleados indicó su voluntad de que Beer&Food llevase a cabo acciones con foco en la inserción de personas con discapacidad a lo largo de 2019.

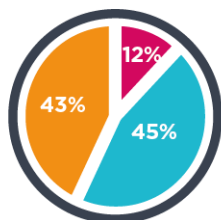
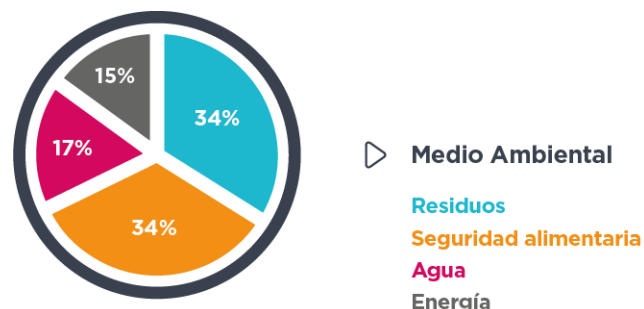
En cuestiones medioambientales, el 34% indicó su preferencia hacia iniciativas relacionadas con la gestión de residuos y la seguridad alimentaria.

Propuestas que el Comité de ESG de Beer&Food estudió detenidamente para valorar su viabilidad, y que incorporó a su Plan Director ESG Beer&Food 2019-2021".

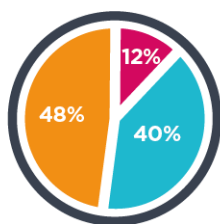
Preferencias en el Ámbito Social



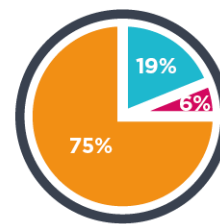
Preferencias en el Ámbito Medio Ambiental



▶ ¿Te gustaría hacer voluntariado corporativo?



▶ ¿Te gustaría implicarte en alguno de los proyectos de B&F en ESG?



▶ ¿Colaboras con alguna ONG a la que te gustaría que B&F apoyara?

Si No No contesta

INFORME DE PROGRESO 2019

Portal del Empleado

Fomentar un buen ambiente laboral ha sido, y es, un aspecto clave para Beer&Food.

A lo largo de 2019, la compañía ha desarrollado un canal de Comunicación Interna con todos sus empleados, denominado "Portal del Empleado".



En él, pone a disposición de sus trabajadores cualquier tipo de información relativa a las novedades del grupo y comunicados de interés, así como datos personales y profesionales, permitiendo una comunicación más fluida entre todos los empleados.

El acceso al Portal del Empleado es individual y personal para cada uno, donde pueden consultar, entre otros, todos sus datos de contratación, nóminas, Código de Conducta, políticas internas, y otros documentos relevantes.

Una nueva herramienta al servicio de los trabajadores, que ha tenido una acogida muy positiva: los datos internos del sistema confirman la utilización de la plataforma por parte de la práctica totalidad de todos los trabajadores del grupo.

Canal de Denuncia de Compliance

Asimismo, desde 2019 Beer&Food ha puesto a disposición de sus empleados un "Canal de Denuncia de Compliance" donde los empleados podrán contactar de manera absolutamente confidencial con el equipo de Recursos Humanos, para denunciar cualquier tipo de incumplimiento del Código de Conducta de la

compañía, especialmente en casos de Acoso Laboral o de Prevención de Riesgos Penales.



Política de Acogida a Empleados

En 2019 Beer&Food apostó por la creación de una "Welcome Policy", o Política de Acogida a Empleados, que busca facilitar la integración de las nuevas incorporaciones al Restaurant Support Center (su sede corporativa de Madrid) y garantizar que reciben una acogida adecuada y la información necesaria, para poder desarrollar su posición de la manera más satisfactoria posible.

Los elementos integrantes de la Welcome Policy son, entre otros, el plan de recepción y acogida del nuevo empleado en su primer día de trabajo, la elaboración de un plan de inducción específico para facilitar su incorporación, el envío de las distintas políticas de empresa que puedan afectarle, información relativa al acceso al Portal del Empleado, etc.

One Day Working in a Restaurant

Además, Beer&Food ha puesto en marcha el proyecto "One Day Working in a Restaurant", donde todos los empleados de la sede central de Beer&Food deben trabajar, al menos durante un día al año, en un restaurante de la compañía.

Una iniciativa que refleja su filosofía de trabajo, con el objetivo de destinar a sus restaurantes la mayor parte de esfuerzo, conocimientos y compromiso, creando así un sentimiento de pertenencia y de equipo, y de focalización en el motor de su negocio.

Se trata de un proyecto de Team Building que fomenta la involucración, el compromiso, la unidad y el

INFORME DE PROGRESO 2019

conocimiento, aumentando el reconocimiento y la comprensión entre compañeros de diferentes áreas:

Involucración: contribuye a tener un equipo multidisciplinar y polifacético involucrado en los aspectos centrales del negocio como clave del éxito, y a la creación de un buen ambiente de equipo más allá de los puntos de contacto diarios.

Compromiso: por desafiar constructivamente el *status quo* y fomentar el pensamiento más allá de uno mismo o del marco de referencia.

Unidad: se logra un entorno donde la unidad aumenta y el individualismo disminuye, y donde la comunicación, la unidad y la empatía son visibles y se fomentan en toda la organización.

Conocimiento: se reducen las barreras entre los restaurantes y las oficinas centrales, aumentando el reconocimiento y la comprensión entre compañeros.

Así, la compañía apuesta por alcanzar una mayor involucración de su equipo y ser más conscientes de cómo todos los empleados pueden ayudar al desarrollo de los restaurantes y marcas, contribuyendo de manera muy positiva a los resultados del negocio.

Para llevar a cabo un seguimiento profundo de esta iniciativa y la valoración de la experiencia, tras su jornada de trabajo en el restaurante cada trabajador debe mandar una foto y rellenar un formulario, contestando unas breves preguntas sobre su experiencia a lo largo de ese día.

En 2019 prácticamente el 100% de la plantilla cumplió con éxito su jornada de "One Day Working in a Restaurant".



Formación en aspectos de Derechos Humanos



La Responsabilidad Social Corporativa de una compañía es fruto de la responsabilidad individual de cada uno de los empleados que la conforman

Desde su adhesión a la Red Española Pacto Mundial de las Naciones Unidas, una de las máximas de Beer&Food ha sido involucrar a sus empleados en su Política de ESG, haciendo especial hincapié en la importancia de difundir los valores de los Derechos Humanos en la plantilla.

Precisamente en su Código Ético, Beer&Food muestra su compromiso por apoyar, respetar y difundir los valores y la protección de los Derechos Humanos.

Para ello, ha llevado a cabo a lo largo de 2019 una serie de acciones encaminadas a fomentar la formación de sus empleados, así como de otros stakeholders de referencia, en esta materia.

Newsletters Trimestrales de ESG

Para fomentar los principios y valores de la Responsabilidad Social Corporativa entre los diferentes públicos, Beer&Food ha apostado por la realización de Comunicaciones Trimestrales de ESG.

Dichas comunicaciones son enviadas a modo de Newsletter cada tres meses a todos los trabajadores del grupo, así como a otros stakeholders de interés como socios, proveedores o franquiciados, para comunicar todos los proyectos recogidos en el “Plan Director ESG Beer&Food 2019-2021”, así como información de interés general en materia de Responsabilidad Social Corporativa.

Entre otras secciones, incluye un apartado de Glosario, donde se comparte toda una serie de terminología del ámbito de los Derechos Humanos, y se ahonda en el significado de los diferentes valores responsables.

Asimismo, la Comunicación Trimestral de ESG incluye una entrevista a un empleado, colaborador o perfil relevante en materia de RSC, para dar a conocer un poco más en profundidad su participación en diferentes iniciativas solidarias, y su colaboración con ONGs, programas de voluntariado, etc., y motivar al resto de empleados.

También incluye una sección de Cultura Responsable, dedicada a asociaciones, ONGs, proyectos de voluntariado, etc, relacionados con los proyectos de ESG de Beer&Food.

En total, prácticamente el 100% empleados del grupo de Beer&Food han recibido los materiales de formación en materia de RSC y Derechos Humanos a lo largo de 2019.



Apuesta por la diversidad



Una de las máximas de Beer&Food es garantizar el respeto a la individualidad de las personas y la eliminación de cualquier conducta excluyente y discriminatoria

En este sentido, el grupo rechaza cualquier exclusión por razón de raza, edad, sexo, estado civil, nacionalidad, creencias, o cualquier otra condición física entre sus empleados, evitando cualquier tipo de discriminación laboral en los ámbitos de acceso al empleo, promoción, clasificación profesional, formación, retribución, conciliación de la vida laboral y personal, y demás condiciones laborales.

Política de Igualdad

El respeto por el principio de igualdad está presente en todos los procesos de gestión de personas. Beer&Food cuenta con una Política de Igualdad de Oportunidades, que promueve la diversidad como un valor, que permite confrontar diferentes puntos de vista y aporta un mayor enriquecimiento, creatividad e innovación.

Código Ético

El Código Ético de Beer&Food recoge en su Artículo número 4 su compromiso por fomentar el respeto a las personas y la diversidad.

En él, se reconoce la diversidad como la combinación de destrezas, habilidades, experiencias y antecedentes que capacitan a las personas para lograr resultados extraordinarios.

Así, los trabajadores de Beer&Food perciben la diversidad de cada uno de sus compañeros como un valor diferencial que deben apoyar y respetar.

Sensibilización en igualdad de oportunidades

Entre otros, el grupo informa periódicamente a toda la plantilla sobre la Política de Igualdad de Oportunidades y su compromiso con esta materia.

Asimismo, desde la dirección de Beer&Food se insta a todos los responsables de gestionar equipos, a tener en cuenta lo expuesto en dicha política, para que sean siempre un ejemplo a seguir.

Todos los trabajadores del grupo deben tener presentes estos principios en el desarrollo de su actividad profesional.

Como parte de ese compromiso de igualdad, Beer&Food apuesta por la integración de colectivos específicos y el fomento de la diversidad, tanto en las relaciones entre los empleados, independientemente de suposición en la empresa, como en las relaciones con clientes, proveedores y otros colectivos de interés.



Inserción y accesibilidad de personas con discapacidad



Beer&Food cree firmemente en el empoderamiento de las personas y en otorgarles oportunidades para que puedan incorporarse al mundo laboral

Plan de Igualdad

Beer&Food defiende que las empresas son un núcleo importante de relaciones entre personas.

Estas redes sociales que se tejen día a día pueden actuar como centros de transmisión de la solidaridad, gracias al contacto constante con los colectivos de empleados, clientes, proveedores o consumidores.

Por eso, su Política de Igualdad se basa en el tratamiento como un igual de todas las personas que forman parte de su equipo, apostando además por la inserción de personas con discapacidad al mundo laboral.

Código Ético

Asimismo, el Código Ético de Beer&Food contempla en su Artículo 5, su compromiso por el desarrollo profesional y la igualdad de oportunidades de todos los trabajadores, a través de diferentes políticas de actuación.

Colaboración con Fundación Aura



A lo largo de 2019, Beer&Food ha elegido a la Fundación Aura para colaborar en materia de inclusión laboral de personas con discapacidad.

La Fundación Aura trabaja por mejorar la calidad de vida de las personas con discapacidad intelectual mediante la inclusión social y laboral, siguiendo la metodología del "Empleo con Apoyo".

Este programa ha sido el primero en España, pionero en la implantación y desarrollo de esta metodología, donde se parte de la premisa de que cualquier persona con discapacidad, con un adecuado acompañamiento, puede incorporarse al mundo laboral.

Premio "Empresa Con Aura 2019"

Su apuesta por favorecer un trabajo digno y reducir las desigualdades, ha llevado a Beer&Food a recibir el premio "Empresas con AURA" en julio de 2019. Un galardón otorgado por la Fundación Aura, que reconoce a aquellas entidades que han contribuido a la inserción laboral y social de personas con discapacidad intelectual a lo largo de ese año.

El acto, celebrado en el emblemático Hotel ARTS de Barcelona, contó con la asistencia de más de 800 invitados, y fue inaugurado por la presidenta de la Fundación, Glòria Canals, y presentado por María Cabré, directora de la entidad.

Además, contó con la presencia del jugador del FC Barcelona, Gerard Piqué, que clausuró el acto con unas emotivas palabras destacando la importante labor social que desarrolla la Fundación, y animando a los empresarios a seguir incluyendo en sus equipos a personas con discapacidad intelectual.



Colaboración con Down Madrid Down Madrid

Asimismo, en 2019 se inició un proyecto de colaboración entre Beer&Food y la Asociación Down Madrid, para la incorporación de un empleado con Síndrome de Down en el restaurante Carl's Jr. de la Calle Fuencarral de Madrid.

La finalidad de Down Madrid es la defensa del derecho a la vida y de la dignidad de las personas con Síndrome de Down u otras discapacidades intelectuales, así como la promoción y realización de todas las actividades encaminadas a lograr su plena integración familiar, escolar, laboral y social, con el fin de mejorar su calidad de vida, contando siempre con su participación activa y la de sus familias.

Desde el primer momento, el equipo de Carl's Jr. Fuencarral se implicó personalmente en la que fue una experiencia muy enriquecedora para todos.

Sin duda, destacar su sonrisa permanente, su esfuerzo y dedicación, convirtiéndose en uno más a remar en el restaurante.



Igualdad de género



Beer&Food garantiza el derecho a la igualdad efectiva de oportunidades entre hombres y mujeres, y de trato de todos sus trabajadores, buscando siempre que puedan desarrollarse personal y profesionalmente, independientemente de su sexo

Plan de Igualdad

El Plan de Igualdad de Oportunidades de Beer&Food, es una política transversal a todas sus áreas, que recoge el compromiso por la igualdad de género, y la implantación y fomento de medidas de conciliación que faciliten el mejor equilibrio entre la vida personal y familiar, y las responsabilidades laborales de ambos géneros.

Código Ético

El Artículo 5 del Código Ético de Beer&Food destaca el compromiso de la compañía por fomentar el desarrollo profesional y la igualdad de oportunidades entre todos sus trabajadores, a través de sus políticas de actuación.

Igualdad de Género en la Plantilla

El equipo de Beer&Food vela por que se promueva la igualdad efectiva de sexos, garantizando su desarrollo profesional en igualdad de oportunidades.

En 2019, la compañía ha dado grandes pasos para alcanzar la paridad. Prueba de ello es que el porcentaje de mujeres del total de la plantilla del grupo es del 45,2%.

INFORME DE PROGRESO 2019

Además, Beer&Food anunció el nombramiento de Paz Serrano como directora Corporativa de Expansión y Franquicias del grupo, formando parte del Comité de Dirección.

De esta manera, reforzaba su compromiso por promover la incorporación de la mujer a los ámbitos de decisión empresariales y puestos de Dirección.



Paz Serrano, directora Corporativa de Expansión y Franquicias de Beer&Food

La Chelinda, comprometida con la Igualdad de Género

También en 2019 Beer&Food apostó por llevar a cabo diferentes iniciativas de Acción Social, para contribuir de manera activa al ODS 5.

En este aspecto cobra especial relevancia La Chelinda, cadena de restauración especializada en comida mexicana, que da visibilidad a la historia de las mujeres que lucharon en la revolución mexicana de principios del siglo XX, a través de las soldaderas mexicanas que inspiran a la marca.

Entre otras, la cadena llevó a cabo una campaña de apoyo a la revolución femenina en sus Redes Sociales el Día de la Mujer, el 8 de marzo.

Además, coincidiendo con la celebración en México del Día de Muertos, La Chelinda puso en marcha su particular iniciativa “Día de Muertas: mejor vivas que Catrinas”, con el objetivo de recordar a las mujeres víctimas de violencia de género en España.



En México, durante la semana del Día De Muertos hay un día para cada causa del fallecimiento. La tradición dicta que se recuerden a los fallecidos por muerte violenta el día 28 de octubre. En esta ocasión, la cadena quiso ir más allá, para aportar su granito de arena en esta lucha por dar visibilidad y apoyo a todas las mujeres que son víctimas de violencia, por el mero hecho de serlo.

Para ello, La Chelinda realizó una donación a tres organizaciones: la Fundación Mujeres, la Asociación MUM (Mujeres Unidas Contra el Maltrato), y la Fundación Ana Bella.

Por su parte, la Fundación Mujeres destinó los donativos al “Fondo de Becas Soledad Cazorla Prieto”, cuyas becas van dirigidas a los hijos de mujeres asesinadas por violencia de género, dependientes económicamente y en situación de necesidad.

A su vez, la Asociación MUM (Mujeres Unidas Contra el Maltrato), destinó los fondos a su causa por apoyar a las mujeres en ese difícil proceso de pasar de víctimas a supervivientes, y a su apuesta por la prevención y educación como herramienta clave para luchar contra la violencia de género.

Por último, la Fundación Ana Bella - Red de Mujeres Supervivientes, lo hizo para su lucha por la construcción de una sociedad igualitaria, libre de violencia hacia las mujeres, en su labor de acompañamiento a las mujeres maltratadas, actuando como amigas, logrando que rompan su silencio, se empoderen con un trabajo digno y recuperen su felicidad.

Impulsar la sensibilización en materia medioambiental



Sensibilización ante el consumo responsable de recursos

Con el objetivo de contribuir a la sensibilización de la plantilla en materia medioambiental, a lo largo de 2019 se realizaron diversas iniciativas.

Entre otras, la compañía desarrolló una importante campaña de comunicación interna en sus oficinas centrales, promoviendo de forma activa el consumo responsable de papel, agua y energía en el puesto de trabajo.

Derecho a la negociación colectiva y respeto de los convenios



Convenio Colectivo

Hasta el año 2019 prácticamente no existía estructura sindical en Beer&Food, por lo que, a lo largo del año, se desarrolló dicha estructura hasta completarla.

Debido a la complejidad societaria y de marcas del grupo, hoy en día existen varios Comités de Empresa y varios delegados de personal que representan los intereses de los trabajadores, y que tienen contacto directo y frecuente con la dirección de la compañía.

Ese contacto fluido llevó a que se negociara el primer Convenio Colectivo del Grupo de Empresas Beer&Food. Una negociación que se concretó en la firma del mismo en enero de 2020.

Hoy en día, y gracias a esa firma, todos los trabajadores de Beer&Food se rigen por un mismo Convenio Colectivo, que se adapta a la realidad de la empresa, recogiendo las particularidades de la misma.

Además, han quedado acordadas las condiciones económicas para los próximos años, lo que sin duda contribuirá al buen desarrollo y entendimiento futuro.



COMPROMISO CON EL MEDIO AMBIENTE

Consumo de la entidad



En 2019 el grupo ha apostado por reducir su impacto medioambiental, poniendo en marcha medidas de ahorro en los consumos de sus oficinas centrales de Madrid

Apuesta por mejorar la eficiencia en el uso de recursos

A lo largo del año, Beer&Food llevó a cabo diferentes iniciativas para la reducción de consumos de la entidad, sobre todo en su sede central de Madrid.

Fomento del Reciclaje: se llevó a cabo la instalación de contenedores para el reciclaje de plásticos, papel y tóners de impresoras, haciendo partícipes a todos sus empleados de la importancia del consumo responsable de recursos.

Consumo de Agua: además, apostó por la instalación de grifos automáticos con aireadores de control de flujo en sus baños, y de mecanismos de doble descarga en los inodoros, garantizando un funcionamiento óptimo en ambos casos, contribuyendo positivamente al ahorro en el consumo de agua de sus instalaciones.

Consumo Energético: en 2019 el grupo llevó a cabo la sustitución del sistema de iluminación de su sede central en Madrid, por bombillas LED de bajo consumo.

Asimismo, se llevó a cabo la instalación de temporizadores tanto para el apagado y encendido automático del sistema de climatización de sus instalaciones, como para el sistema de iluminación, permitiendo un mayor ahorro en el consumo eléctrico.

Medidas de economía circular



También sus restaurantes han sido partícipes de su compromiso por el desarrollo sostenible, con acuerdos que han marcado un antes y un después para el grupo

Reducción de plásticos de un solo uso

En 2019 Beer&Food apostó por reducir el consumo de plásticos de un solo uso en sus restaurantes, adelantándose a la Directiva Europea que prohibirá el uso de este tipo de plásticos a partir de 2021.

Así, ha procedido a la retirada de las tapas de los vasos, y de las pajitas de plástico, de las máquinas de refill de bebidas en todos los restaurantes de Carl's Jr. de España, de tal forma que aquellas personas que quieran disponer de ellas, pueden solicitarlas en los mostradores de atención al cliente.

De esta manera, se apela a la responsabilidad de cada cliente, promoviendo la sensibilización y el compromiso de todos, en materia de consumo responsable.

En total, Beer&Food ha logrado reducir el consumo de plásticos de un solo uso en sus establecimientos en 52.000 unidades al mes, el equivalente de 66 kg mensuales.

INFORME DE PROGRESO 2019

Acuerdo con Auara

En 2019, Beer&Food anunció uno de sus acuerdos más representativos en su apuesta por la sostenibilidad y la economía circular.

Se trata de su acuerdo con Auara, compañía española que distribuye agua mineral natural en botellas fabricadas con material 100% reciclado y 100% reciclable.

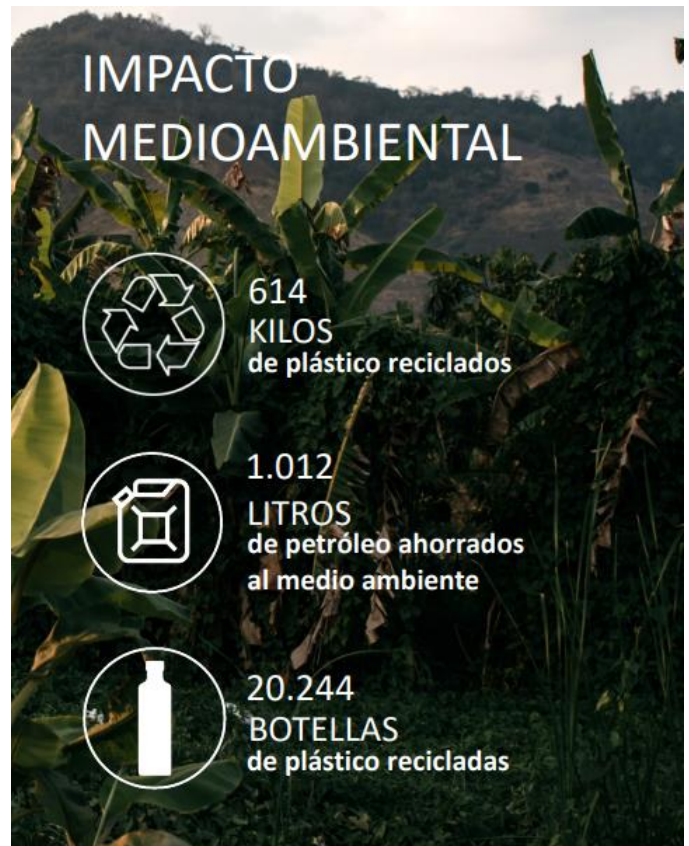
Además, la empresa social invierte el 100% de sus dividendos en desarrollar proyectos de acceso y abastecimiento de agua potable en países sumidos en la pobreza, a través de los proyectos que la empresa social desarrolla en África, Sudamérica, Centroamérica y Asia.

De esta manera, desde el mes de octubre, todos los restaurantes de Tony Roma's, Tommy Mel's, La Chelinda, y Carls' Jr. ofrecen en sus cartas de bebidas la opción de agua mineral embotellada Auara, uniéndose a la apuesta por promover el consumo de productos sostenibles, así como a la lucha contra el desabastecimiento de agua potable en el mundo.

Gracias a este acuerdo, a nivel medioambiental **Beer&Food ha contribuido al reciclaje de más de 20.000 botellas, y se ha ahorrado el consumo de más de 1.000 litros de petróleo, reduciendo así el impacto negativo en los organismos y ecosistemas.**

Además, ha logrado que **más de 100 personas de países desfavorecidos tengan acceso a agua potable para siempre, y ha aportado más de 73.279 litros de agua en países en vías de desarrollo.**

Para alcanzar la mayor notoriedad posible del acuerdo, y dar difusión a acciones de sensibilización en materia de consumo responsable en España, el grupo llevó a cabo una campaña de comunicación en su red de establecimientos, donde colocó diferentes materiales de comunicación, como vinilos en las cristaleras, expositores de barra, o los table tents de las mesas, para promover el compromiso de Beer&Food y todas sus marcas en materia de desarrollo sostenible y hacer llegar al consumidor el alcance de dicha acción.





COMPROMISO CON NUESTROS CLIENTES

Apuesta por la calidad



Uno de los mayores compromisos de Beer&Food, es ofrecer los máximos estándares de calidad y seguridad alimentaria a todos sus clientes

Todas las marcas de Beer&Food comparten el compromiso por adaptarse a las nuevas dietas, hábitos y estilos de vida que definen al nuevo consumidor, más actual y más exigente, con el objetivo de ofrecer la mejor experiencia gastronómica a todos los niveles.

En este sentido, han sido muchas las iniciativas llevadas a cabo por las diferentes cadenas del grupo para fomentar la salud, la calidad y la seguridad entre sus consumidores.

Opciones Pronokal Low-Carb

En 2019 Tony Roma's y Tommy Me'l's introdujeron en sus cartas opciones más saludables, como menús bajos en carbohidratos diseñados por Grupo PronoKal.

Con este acuerdo, la compañía estrechaba lazos con un partner estratégico, para ofrecer productos que contribuyen a la mejora de la salud y el bienestar de sus clientes.

Apuesta por nuevas opciones 100% Plant Based

Asimismo, en los meses de octubre y noviembre de 2019, las marcas Tony Roma's, Carl's Jr. y Tommy Mel's anunciaron el lanzamiento de sus hamburguesas 100% Plant Based, gracias a un acuerdo de Beer&Food con Moving Mountains®.

Se trata de una innovadora compañía británica que desarrolla productos similares a los cárnicos, pero elaborados únicamente con plantas y vegetales, así

como con colorantes y aromatizantes naturales, aceite vegetal y vitamina B12. Por todo ello, están libres de colesterol, antibióticos y hormonas.

En esta línea, La Chelinda también ha llevado a cabo lanzamientos de productos elaborados con Heura® 100%, ofreciendo productos con proteínas con un impacto positivo en el mundo, a través de alimentos sostenibles, nutritivos y deliciosos.



Compromiso con el colectivo celiaco

Por otro lado, en 2019 Tommy Mel's renovó su compromiso con la Federación de Asociaciones de Celiacos de España (FACE), firmado en el año 2013, donde se comprometió a la implantación de sistemas que faciliten el acceso y disfrute de productos sin gluten para el colectivo celiaco en sus establecimientos.

La cadena es consciente de que hay un porcentaje de la población, cada vez mayor, que requiere de unas circunstancias específicas que le condicionan a la hora de disfrutar de ciertos alimentos. En este sentido, lleva siete años trabajando por brindar al consumidor la opción de disfrutar en Tommy Mel's de una alternativa igual de sabrosa, atractiva y de la misma calidad que el resto de productos de su carta, con total garantía gluten free.



COMPROMISO CON NUESTROS PROVEEDORES

Relación duradera con los proveedores



Beer&Food considera a sus proveedores parte indispensable para la consecución de sus objetivos de crecimiento, buscando con ellos relaciones basadas en el beneficio mutuo

Código Ético

El artículo 12 del Código Ético de Beer&Food recoge el compromiso y políticas del grupo en materia de relaciones con empresas colaboradoras y proveedores.

La calidad de los productos y servicios que las cadenas del grupo ofrecen a sus clientes, depende también en gran medida de su capacidad para obtener prestaciones excelentes por parte de las empresas proveedoras.

Por ello, la elección de proveedores debe ser transparente y meticulosa, en la perspectiva de una relación de estrecha confianza y duradera en el tiempo.

Compromiso de Buenas Prácticas

En este ámbito, Beer&Food recomienda a sus empresas proveedoras o socios comerciales que se doten, si no las poseen, de normas éticas y sociales que respeten las prácticas compatibles con los valores de la compañía.

Asimismo, el grupo apuesta por una filosofía que defiende las buenas prácticas éticas y el cumplimiento de las leyes y regulaciones aplicables al negocio, e insta a todos sus proveedores y empleados a compartir esta filosofía.

Para ello, desde 2019 todos sus proveedores deberán firmar un documento de Compromiso de Buenas Prácticas, confirmando la aceptación del Código Ético de Beer&Food, el cumplimiento legal y evitar cualquier

tipo de conflicto de intereses que pueda surgir en el desarrollo de su actividad.

Apuesta por una comunicación proactiva y estrecha

En su apuesta por estrechar lazos y generar relaciones duraderas con sus proveedores y colaboradores, a lo largo de 2019 Beer&Food ha llevado a cabo comunicaciones periódicas con todos ellos, para mantenerles informados de las principales novedades y noticias que han ido marcando la actualidad de la compañía.

Entre otros, el grupo les ha hecho partícipes de los principales logros alcanzados en materia de RSC, como su adhesión a la iniciativa del Pacto Mundial, que marcó un hito trascendental para la corporación.

Así, llevó a cabo todo un plan de comunicación interna y externa, para dar a conocer entre sus principales stakeholders su firme compromiso por hacer del Pacto Mundial y sus principios, parte de su estrategia y cultura corporativa.

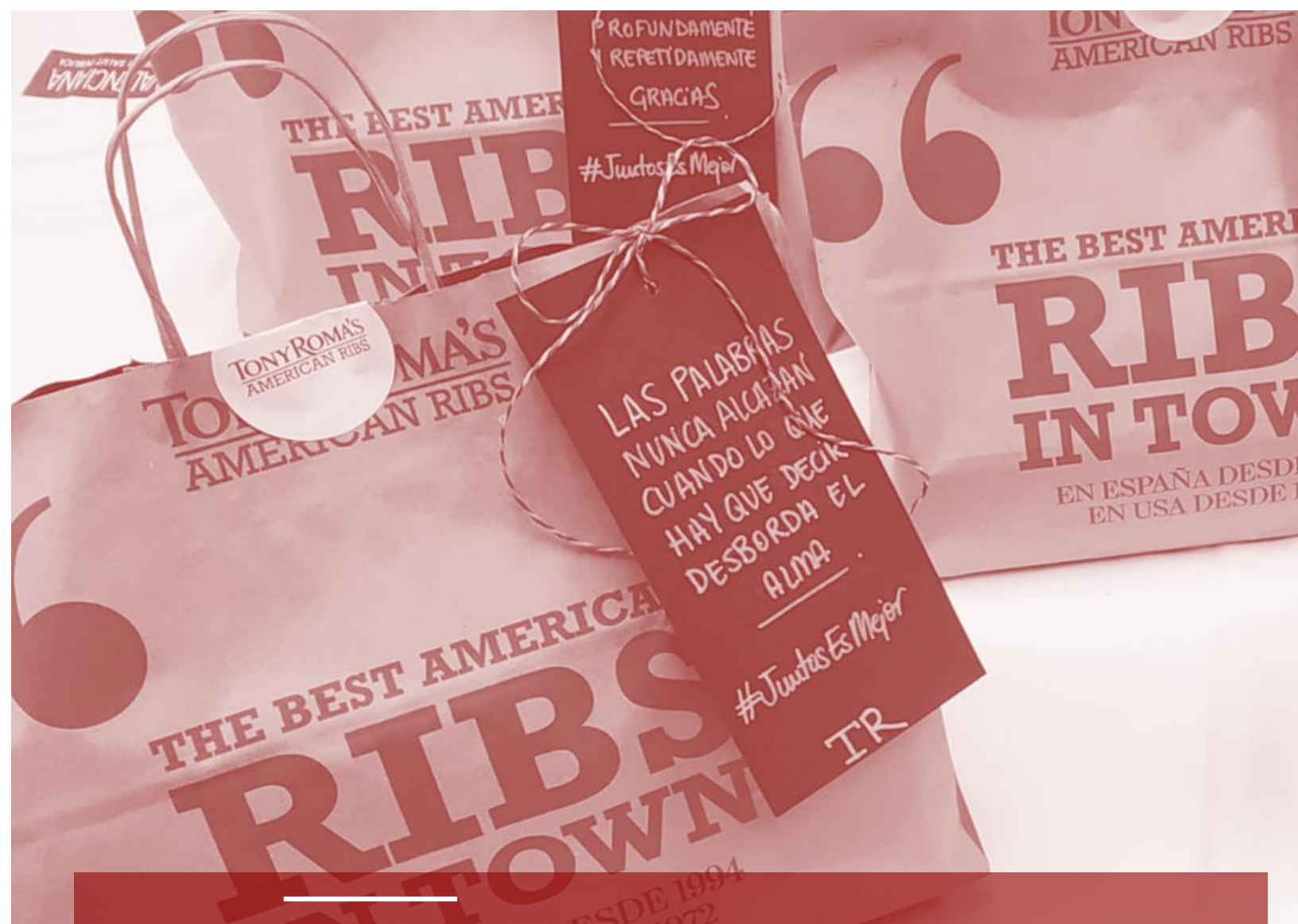
Proveedores como aliados de la RSE en la empresa



Alianzas con proveedores en materia de desarrollo sostenible

Desde su Adhesión al Pacto Mundial de las Naciones Unidas, uno de los mayores objetivos de Beer&Food en 2019 ha sido la búsqueda de alianzas con partners estratégicos, que le permitiesen alcanzar con éxito los objetivos de desarrollo sostenible marcados por el grupo.

Es el caso de sus acuerdos con Grupo PronoKal, Moving Mountains® o AUARA, compañías sin duda muy comprometidas con el fomento de la salud, la calidad y el consumo responsable, así como el acceso de agua limpia a poblaciones de países sin recursos.



COMPROMISO CON LA COMUNIDAD

Alianzas con el tercer sector



Si hay algo que tiene claro Beer&Food, como gran grupo de restauración de referencia, es su vocación de servicio público y sentido de la responsabilidad con la sociedad

Colaboraciones con ONG's

A lo largo de 2019, el grupo ha colaborado con diferentes iniciativas de ONGs, poniendo sobre todo el foco en los ODS 2 (Hambre Cero) y 10 (Reducción de las Desigualdades).

Además de los acuerdos con la **Fundación AURA** y **Down Madrid** para aspectos relacionados con la inserción laboral con personas con discapacidad, y de la **Asociación MUM**, la **Fundación Ana Bella** y la **Fundación Mujeres**, en materia de igualdad de género, Beer&Food ha colaborado también con otros organismos, con el objetivo de arrimar el hombro y contribuir al bienestar de colectivos en riesgo de exclusión, especialmente de aquellas familias que más lo necesitan.

Es el caso de la **Fundación Columbus**, organismo que lucha cada día por facilitar el acceso a las terapias más avanzadas y efectivas a niñas y niños con cáncer o enfermedades raras, para mejorar su esperanza y calidad de vida, con quien ha colaborado a través de donaciones monetarias.

También en el mes de septiembre inició una colaboración con la **Fundación Los Romeros**, para ayudar a familias sin recursos.

Gracias a esta colaboración, logró devolver la sonrisa a diversas familias en riesgo de exclusión social. Para ello, se sumó a la iniciativa de la organización, donde se invitó a una familia a disfrutar de unos días de ocio y diversión en Madrid, que de alguna forma les hiciese olvidar sus sinsabores diarios.

Entre otros, dicha familia pudo vivir una gran experiencia en el restaurante Tommy Mel's de la calle Gran Vía, donde pudieron disfrutar de un plan juntos y en familia, olvidando por un momento su crítica situación.

También en esta línea, Beer&Food ofreció su apoyo a la **Asociación AMAR**, asociación sin ánimo de lucro de ámbito nacional, que busca ayudar a aquellos hombres y mujeres que padecen o han padecido violencia, tanto física como emocional, así como violencia familiar, acoso sexual o laboral, sin discriminación por género.

Para ello, el grupo tomó parte en una gala benéfica organizada por la asociación, para poner su granito de arena, y hacer que personas víctimas de algún tipo de violencia o acoso, pudiesen vivir una experiencia única y especial en sus establecimientos.





COMPROMISO CON NUESTROS SOCIOS

Gobierno Corporativo



Beer&Food apuesta por un modelo de gobierno corporativo que vela por que se cumplan sus valores de ética, integridad y transparencia en todos sus ámbitos, para consolidarse como una compañía en la que confiar, y cuya reputación es un valor diferencial

Para ello, a lo largo de 2018 y 2019, el grupo ha desarrollado toda una serie de políticas y códigos de conducta, que recogen los principios básicos de actuación en diferentes áreas, como su Política de Igualdad de Oportunidades, de Selección y Contratación de personal, de Compras, Pagos Internos y Externos, Viajes Corporativos, Movilidad, Sistema de Incentivos, o de Regulación de Horarios y Vacaciones, entre otras.

Código Ético

El Código Ético de Beer&Food constituye el pilar fundamental del grupo. Un documento que se sustenta sobre los valores fundamentales que deben compartir todos los que forman parte de la organización, tales como:

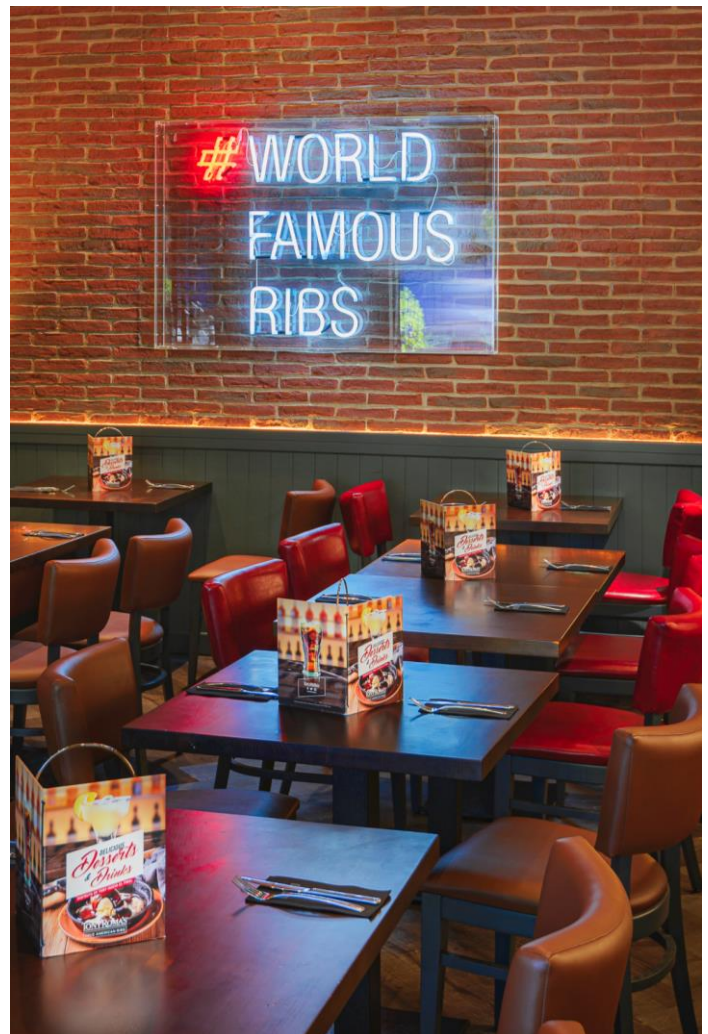
- Integridad
- Interés y respeto por las personas
- Orientación al cliente
- Compromiso con los resultados
- Compromiso con la compañía y los que forman parte de ella
- Responsabilidad social
- Cumplimiento incondicional del entorno legal
- Motivar la curiosidad intelectual de las personas

Dicho Código Ético emana del Consejo de Administración del grupo, e incluye a todo el personal de las compañías que integran Beer&Food, con independencia de la posición que ocupen o el lugar donde desempeñen su función.

En él, se establecen las pautas generales de conducta para todos los empleados en su desempeño diario, y su interacción con clientes, proveedores, colaboradores externos, accionistas, instituciones y la sociedad en general, por lo que constituye una guía de actuación que asegura un comportamiento adecuado en el desempeño profesional de todo su equipo.

Es, por lo tanto, un código de obligado cumplimiento para todos, y que debe ser expresamente aceptado por cada uno de ellos.

Su incumplimiento es considerado como falta muy grave, y conlleva la aplicación de las medidas disciplinarias oportunas.



INFORME DE PROGRESO 2019

Consejo de Administración

El Consejo de Administración de Beer&Food es el máximo exponente del gobierno corporativo, responsable de definir, desarrollar y supervisar con total transparencia la estrategia corporativa y financiera, la estructura organizativa y la gestión de la compañía.

El órgano de gobierno se reúne con carácter mensual, con el objetivo de conocer toda la información relativa a la compañía, supervisando y guiando la actuación del Comité de Dirección.

En total se celebran 11 Consejos al año, donde se realiza un análisis general del negocio, así como del entorno económico y social, y se revisan los resultados mensuales de cada área, poniendo especial foco en la situación financiera de la compañía.

Periódicamente, también se analiza el status de cada uno de los proyectos especiales que puntualmente se ponen en marcha, para avanzar en las necesidades detectadas en los Consejos previos.

Asimismo, de forma trimestral, el Consejo dedica parte de su agenda a analizar los avances del grupo en materia de sostenibilidad y ESG, así como de aspectos de Compliance Penal.

El Consejo de Administración de Beer&Food está formado por: **Oriol Pinya**, Socio, Fundador y CEO de ABAC Solutions; **Federico Conchillo**, Socio de ABAC Solutions; **Lidia García Blanco**, Retail Industry Manager de Google Spain; **Luis Casals**, Secretario del Consejo y Socio de Baker McKenzie; **Mónica Comalrena**, Responsable de Operaciones de Force Manager, y **Sergio Rivas**, CEO de Beer&Food.

Además de los miembros del Consejo, en las reuniones mensuales participan también representantes de los principales puestos de dirección de Beer&Food, así como de ABAC Solutions.

Por parte de ABAC Solutions participa **Marta Renalias**, Analista, mientras que por parte de Beer&Food están presentes: **Javier Sánchez**, Restaurant Brands General Manager; **Luis Catarino**, Restaurant Brands Marketing Director; **Paz Serrano**, Development & Franchise Corporate Director; **Raimundo Jiménez Alba**, Business

Support Corporate Director; **Raquel Pérez**, Planning & Reporting Manager; **Sergio de Eusebio**, HKL Licenses & Supply Chain Corporate Director, y **Thierry Rousset**, Dark Kitchens & Virtual Brands General Manager.

Comisión de Auditoría

La Comisión de Auditoría de Beer&Food se encarga de la supervisión de los estados financieros de la compañía, del reporte de los controles internos, así como del control y supervisión de los auditores, y de la independencia de estos y la auditoría interna.

Se reúne dos veces al año, una antes de la emisión del Informe de Auditoría, y otra antes de la terminación del trabajo interino, normalmente en diciembre.

La Comisión de Auditoría está formada por: **Oriol Pinya**, Socio, Fundador y CEO de ABAC Solutions; **Federico Conchillo**, Socio de ABAC Solutions; **Mónica Comalrena**, Presidenta de la Comisión y Responsable de Operaciones de Force Manager; **Sergio Rivas**, CEO de Beer&Food, y **Raimundo Jiménez Alba**, Business Support Corporate Director de Beer&Food.

Además, también participan **Ambrosio Arroyo**, Socio de EY; **Alfonso Balea**, Socio de EY; **Ana Cristina Quintana**, Senior Manager de EY; **Mercè Barbe**, Finance Director de ABAC Solutions, y **Paula López**, Controller de Abac Solutions.

Comisión de Nombramientos y Retribuciones

Esta Comisión se encarga de validar, a propuesta de Beer&Food, la contratación de nuevos directores, de revisar los procedimientos de promoción interna en puestos de relevancia, y de aprobar las subidas salariales anuales o puntuales que no estén recogidas en el I Convenio Colectivo del Grupo de Empresas Beer&Food.

Se reúne dos veces al año, y está formada por: **Oriol Pinya**, Socio, Fundador y CEO de ABAC Solutions; **Lidia García Blanco**, Presidenta de la Comisión y Retail Industry Manager de Google Spain; **Federico Conchillo**, Socio de ABAC Solutions; **Sergio Rivas**, CEO de Beer&Food, y **Javier Sánchez**, Restaurant Brands General Manager de Beer&Food.

Transparencia



En su compromiso de transparencia y buen gobierno, Beer&Food apuesta por una relación sólida, fluida y proactiva con sus socios

Además de las reuniones mensuales del Consejo de Administración, y de las Comisiones de Auditoría y de Nombramientos y Retribuciones, Beer&Food mantiene con sus socios y consejeros toda una serie de reuniones a lo largo del año, con el fin de compartir la evolución de las diferentes áreas de negocio de la compañía, y garantizar el cumplimiento del plan estratégico marcado por el grupo con absoluta transparencia.



Entre otras citas, cabe destacar:

- **Beer&Food Business Update:** cada semana, a excepción de las semanas previas al Consejo y las del Consejo, los consejeros de Beer&Food se reúnen para informar de los avances y novedades en los diferentes proyectos en los que trabaja la compañía.

- **Digital Transformation Review:** en su apuesta por liderar el proceso de transformación digital de la organización, Beer&Food lleva a cabo una reunión mensual con sus Consejeras Digitales especialistas, Lidia García Blanco y Mónica Comalrena, para analizar e impulsar la estrategia digital de la compañía.

- **Sustainability Day:** una vez al año, el ESG Champion de Beer&Food participa en el Sustainability Day que organiza Abac Solutions. Un punto de encuentro, presidido por Oriol Pinya, donde gran parte de los directores de ABAC Solutions y todos los Sustainability Champions de las empresas participadas, se reúnen para compartir su progreso en materia de ESG, analizar estrategias y coordinar esfuerzos y métricas de seguimiento. Una jornada muy enriquecedora para todos, que sirve para tomar ideas y afinar enfoques, aprendiendo entre compañeros.

- **CEO Day:** Sergio Rivas, CEO de Beer&Food, participa cada año en el CEO Day, una jornada anual organizada por Abac Solutions. En ella se dan cita los líderes de todas sus empresas participadas, con el objetivo de compartir impresiones, inquietudes y experiencias de los diferentes directivos, establecer grandes metas y trazar las diferentes estrategias de negocio para cada compañía.



Además, Beer&Food comparte con sus socios las principales comunicaciones internas y externas de la compañía, como notas de prensa, comunicados oficiales, acuerdos con proveedores, hitos, etc.

También reciben los Newsletters de ESG trimestrales, para que conozcan de primera mano los principales avances del grupo en materia de desarrollo sostenible.

ANEXO

CORRELACIÓN DE TEMÁTICAS



Empleados

Diversidad de la plantilla en la entidad



Principio: Principio 6: Las Empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación.

ODS relacionado: 08 | Trabajo decente y crecimiento económico, 10 | Reducción de las desigualdades

Vinculación Ley: II. Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal: Formación, III. Información sobre el respeto de los derechos humanos

Indicador GRI: 102-8, 405, 401-1

Formación a empleados en aspectos de derechos humanos



Principio: Principio 1: Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente dentro de su ámbito de influencia.

ODS relacionado: 08 | Trabajo decente y crecimiento económico, 16 | Paz, Justicia e instituciones sólidas

Vinculación Ley: II. Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal: Formación, III. Información sobre el respeto de los derechos humanos

Indicador GRI: 410, 412, 412-2

Inserción y accesibilidad de personas con discapacidad



Principio: Principio 6: Las Empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación.

ODS relacionado: 10 | Reducción de las desigualdades, 08 | Trabajo decente y crecimiento económico

Vinculación Ley: II. Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal: Empleo, II. Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal: Igualdad, II. Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal: Accesibilidad universal de las personas con discapacidad

Indicador GRI: 406

Igualdad de género



Principio: Principio 6: Las Empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación.

ODS relacionado: 05 | Igualdad de género, 08 | Trabajo decente y crecimiento económico

Vinculación Ley: II. Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal: Igualdad, II. Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal: Empleo

Indicador GRI: 405, 406, 102-22, 401-1

Ambiente laboral



Principio: Principio 1: Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente dentro de su ámbito de influencia.

ODS relacionado: 08 | Trabajo decente y crecimiento económico

Derecho a la negociación colectiva y respeto de los convenios



Principio: Principio 3: Las empresas deben apoyar la libertad de Asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.

ODS relacionado: 08 | Trabajo decente y crecimiento económico, 16 | Paz, Justicia e instituciones sólidas

Vinculación Ley: II. Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal: Relaciones sociales, III. Información sobre el respeto de los derechos humanos

Indicador GRI: 102-41

Impulsar la sensibilización en materia medioambiental



Principio: Principio 7: Las Empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.

ODS relacionado: 13 | Acción por el clima 12 | Producción y Consumo Responsable

Proveedores

Proveedores como aliados de RSE en la empresa



Principio: Principio 1: Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente dentro de su ámbito de influencia.

ODS relacionado: 17 | Alianzas para lograr los objetivos 12 | Producción y Consumo Responsable

Vinculación Ley: V. Información sobre la sociedad: Subcontratación y proveedores

Relación duradera con los proveedores



Principio: Principio 2: Las Empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices de la vulneración de los derechos humanos.

ODS relacionado: 08 | Trabajo decente y crecimiento económico, 17 | Alianzas para lograr los objetivos

Vinculación Ley: V. Información sobre la sociedad: Subcontratación y proveedores

Indicador GRI: 102-9

Cientes

Consumo responsable



Principio: Principio 8: Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental

ODS relacionado: 12 | Producción y Consumo Responsable, 13 | Acción por el clima

Vinculación Ley: I. Información sobre cuestiones medioambientales: Economía Circular y prevención y gestión de residuos

Indicador GRI: 301-1

Fomento de la calidad en la entidad



Principio: Principio 1: Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente dentro de su ámbito de influencia.

ODS relacionado: 12 | Producción y Consumo Responsable, 03 | Salud y Bienestar

Vinculación Ley: V. Información sobre la sociedad: Consumidores

Indicador GRI: 416

Comunidad

Alianzas entre empresas y tercer sector



Principio: Principio 1: Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente dentro de su ámbito de influencia.

ODS relacionado: 2 | Hambre cero, 10 | Reducción de las desigualdades

Vinculación Ley: V. Información sobre la sociedad: Compromiso de la empresa con el desarrollo sostenible

Indicador GRI: 102-13

Socios

Relación con los socios o accionistas



Principio: Principio 10: Las Empresas deben trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas. Incluidas la extorsión y el soborno.

ODS relacionado: 16 | Paz, Justicia e instituciones sólidas, 08 | Trabajo decente y crecimiento económico

Medioambiente

Consumo de la entidad



Principio: Principio 7: Las Empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.

ODS relacionado: 12 | Producción y Consumo Responsable, 7 | Energía Asequible y No Contaminante

Vinculación Ley: I. Información sobre cuestiones medioambientales: Uso sostenible de los recursos

Indicador GRI: 301-1, 302-1, 302-2

Medidas de economía circular



Principio: Principio 8: Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.

ODS relacionado: 13 | Acción por el Clima , 6 | Agua Limpia y Saneamiento

Vinculación Ley: I. Información sobre cuestiones ambientales: Economía Circular y prevención y gestión

Indicador GRI: 301-2, 301-3



BEER & FOOD

JUNTOS ES MEJOR

INFORME DE PROGRESO 2019