Alsea

REPORTE DE AVANCES DE SUSTENTABILIDAD 2019

Contenido

1. Resumen Financiero 3

2. Nuestra forma de ganar 4

2.1 Alsea en números generales 5

2.2. Retos y estrategias al cierre del 2019 6

2.3 Modelo de sustentabilidad y responsabilidad social 7

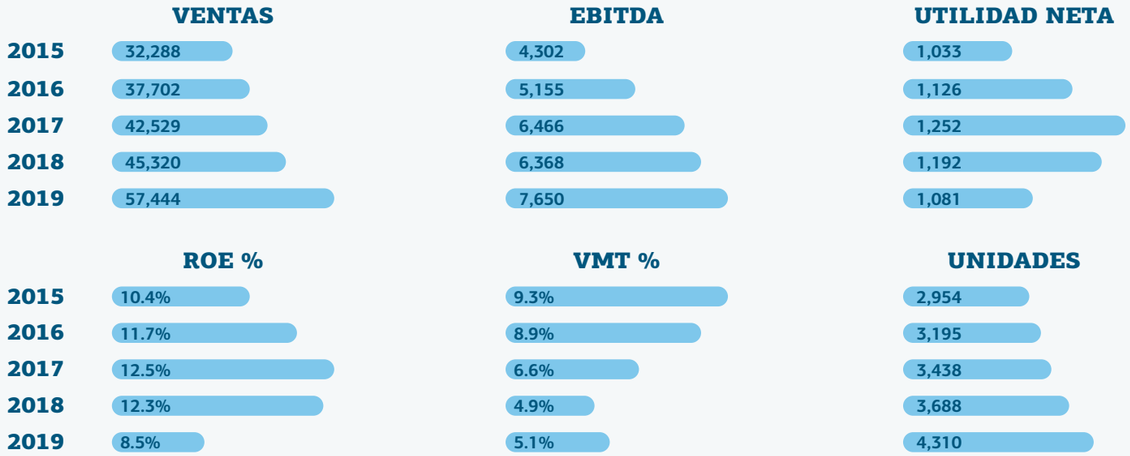
2.4 Iniciativas clave por comisión 11

2.5 Estrategias y resultados más importantes 13

3. Nuestro desempeño 24

4. Mirando hacia el futuro, actuando en el presente 27

1. Resumen Financiero



Resultados sobresalientes[1]

	CAGR[5] 2013-2018	Crecimiento Anual	2018[6]	%	2017	%
Resultados						
Ventas netas	20.6%	26.0%	58,154.6	100.0%	46,156.6	100.0%
Utilidad bruta	21.4%	28.2%	40,990.6	70.5%	31,969.1	69.3%
Utilidad de operación	25.5%	38.8%	4,570.9	7.9%	3,293.6	7.1%
EBITDA[2]	22.4%	19.9%	7,685.6	13.2%	6,408.3	13.9%
Utilidad Neta Consolidada	11.7%	-4.8%	1,084.7	1.9%	1,139.3	2.5%
Balance						
Activo Total		36.1%	76,412.2		56,155.6	
Efectivo		32.1%	2,625.4		1,987.9	
Pasivo con Costo		-0.9%	25,381.9		25,610.0	
Capital Contable Mayoritario		-17.2%	9,581.0		11,573.2	
Rentabilidad						
ROIC[3]		-24.8%	7.9%		10.5%	
ROE[4]		-30.9%	8.5%		12.3%	
Datos Bursátiles de la Acción						
Precio		-2.6%	49.83		51.15	
Utilidad por acción		-7.5%	1.11		1.20	
Dividendo		N.A.	0		0.78	
Valor en Libros por Acción		-0.5%	13.20		13.26	
Acciones en Circulación (Millones)		0.3%	838.5		835.6	
Operación						
Número Total de Unidades	9.1%	16.9%	4,310		3,688	
Colaboradores	6.2%	13.3%	81,126		71,621	

(1) Cifras en millones de pesos nominales y bajo las normas IFRS (no incluyen el efecto de la NIIF 16, ni el efecto referente a la reexpresión por la hiperinflación en Argentina), excepto datos por acción, número de unidades y colaboradores.
(2) EBITDA se define como utilidad de operación antes de la depreciación y amortización.
(3) ROIC se define como utilidad de operación después de impuestos entre la inversión operativa neta (activo total-efectivo e inversiones temporales - pasivo sin costo).
(4) ROE se define como la utilidad neta entre el capital contable.
(5) ROIC y ROE 2019 consideran los resultados de las adquisiciones en los últimos doce meses.
(6) TACC Tasa Anual de Crecimiento Compuesto de 2014 a 2019.

2. Nuestra forma de ganar

Somos el operador de restaurantes más grande en Latinoamérica y España, y jugador regional líder de marcas a nivel global dentro de los segmentos de comida rápida, cafeterías, comida casual y restaurante familiar. Contamos con un portafolio amplio y diversificado con marcas como Domino's Pizza, Starbucks, Burger King, Chili's Grill & Bar, P.F. Chang's, Italianni's, Vips y VIPS Smart entre otras.

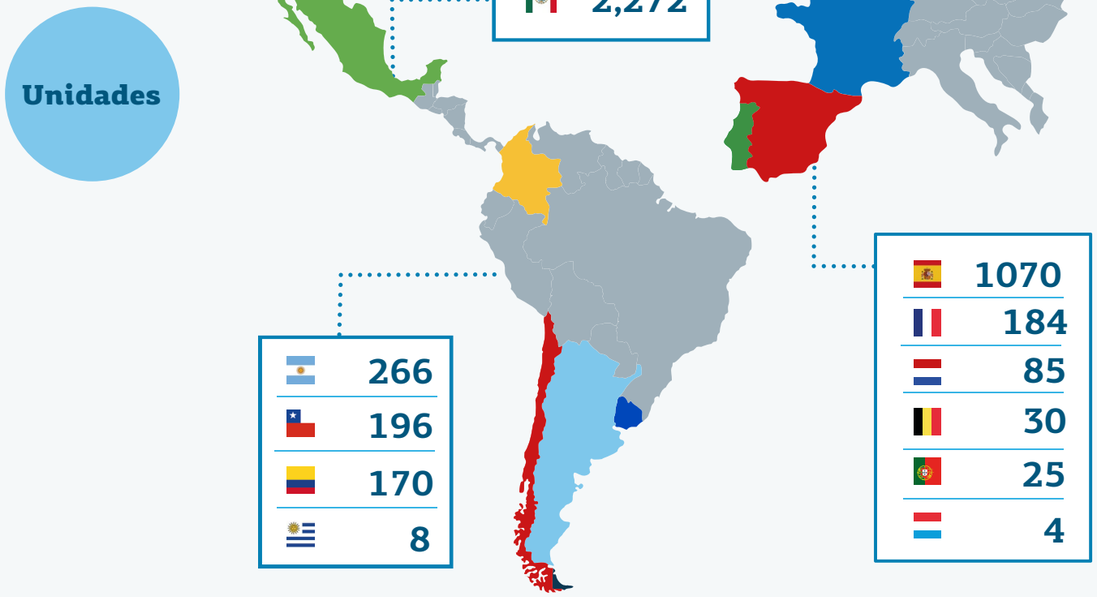
El modelo de negocio de la compañía incluye el respaldo a sus marcas a través de un Centro de Servicios Compartidos, que brinda todos los Procesos Administrativos y de Desarrollo, así como la Cadena de Suministro.

Al 31 de diciembre de 2019
operamos 4,310 unidades en

Ejecutamos con agilidad para ofrecer una experiencia sorprendente a nuestros clientes y garantizar resultados extraordinarios, brindando felicidad incluso en los detalles más pequeños. Nuestra estrategia consiste en atraer y retener el mejor talento para poder construir e incrementar la lealtad de nuestros clientes y poder crecer de forma estructurada a través de la innovación, tecnología y creando valor para todos nuestros grupos de interés.

2.1. Alsea en números generales

Geográfico
Huella total de ALSEA



Lo más destacado

4,495 unidades

17 marcas

11 países

$54,477MXN
EN INGRESOS

80%
UNIDADES CORPORATIVAS

$10,639 MXN
EBITDA AJUSTADO DE LTM

79,647
EMPLEADOS CON TIEMPO COMPLETO

QSR 38%	Cafetería 36%	Cena Casual 16%	Cena Familiar 9%
Domino's, Burger King	Starbucks	Italiannis, Foster's Hollywood, Chili's, The Cheesecake Factory, Ginos, Friday's, El Porton, Cañas y Tapas, Wagamama, Archies, P.F. Chang's, Lavaca	vips, VIPS

2.2. Retos y estrategias al cierre del 2019

México

Retos	Estrategias
1. Crecimiento lento de la economía mexicana y probable impacto en el consumo.	**1.** Ofrecer un excelente servicio en nuestras tiendas, mejorar la calidad e innovar nuestros productos.
2. Reducción y eficiencia de G&A	**2.** Nueva estructura organizacional y empoderar a nuestros gerentes de tienda (Propietario Gerente)
3. Fortalecer Domino's Pizza frente a sus competidores y aprovechar la demanda de los clientes a través de agregadores	**3.** Fortalecer nuestras ventas a través de la entrega de alimentos (a través de agregadores y servicio de entrega propio), incorporar Domino's Pizza en el mercado de los agregadores y mejorar nuestra promesa de tiempo de entrega
4. Crecimiento en pedidos y ventas en la misma tienda para Italianni's y El Portón	**4.** Nueva estrategia de desarrollo para marcas de comida mexicana.
5. Adoptar la mejor tecnología para mejorar la experiencia del cliente.	**5.** Digitalizar la experiencia completa del restaurante mientras establece vínculos con nuestros consumidores a través de nuestro programa de lealtad multimarca
6. Mejorar la eficiencia operativa del COA	**6.** Continuar mejorando las operaciones de la cadena de suministro.

Sudamérica

Retos	Estrategias
1. Condiciones macroeconómicas en Argentina.	**1.** Mantener el volumen y el tráfico en Argentina.
2. Eventos recientes en Chile y posibles impactos en la economía.	**2.** Aprovechar la alta rentabilidad y el potencial relevante para la expansión en Chile
3. Competencia relevante para Starbucks en Colombia	**3.** Diferenciar nuestro servicio Starbucks de la competencia y continuar ganando marginalidad en Colombia a través de nuestras operaciones de Domino´s Pizza
4. Desinversión en marcas que no tienen escala en su país.	**4.** Desinversión en países con potencial de crecimiento limitado
5. Reducción y eficiencia de G&A	**5.** Utilizar la reestructuración corporativa para simplificar las operaciones y empoderar a los gerentes de marcas

Europa

Retos	Estrategias
1. Implementar un modelo único para el éxito operacional	**1.** Integrar y simplificar la estructura operativa.
2. Transferencia de mejores prácticas de países donde ALSEA tiene operaciones a Francia y Benelux	**2.** Aplicación de la cultura de ALSEA en nuevas adquisiciones
3. Concluir la primera fase de sinergias	**3.** Ejecución de nuevas sinergias durante el proceso de solicitud.
4. Aplicación del modelo de gestión de ALSEA	**4.** Impulsar y reordenar las inversiones de marketing, aplicar las mejores prácticas a los programas de fidelización e innovación basada en datos.

2.3. Modelo de Sustentabilidad y Responsabilidad Social

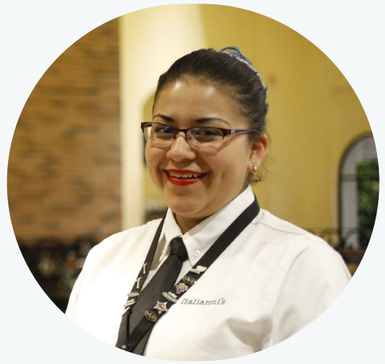
A. Modelo de sustentabilidad

La Sustentabilidad es un valor fundamental del negocio. De esta manera, contribuimos al desarrollo económico sostenible y a los intereses de la sociedad, asumiendo la responsabilidad de los impactos directos e indirectos de nuestra actividad en los diferentes grupos de interés con los que nos relacionamos.

Nuestro Modelo de Gestión de Sustentabilidad, está formado por 4 comisiones que reportan al Comité de Sustentabilidad integrado por el alta dirección de la Compañía.

El Comité identifica las necesidades de los grupos de interés, define la estrategia de sustentabilidad y supervisa el cumplimiento de las iniciativas propuestas por las comisiones. Nuestra gestión, planes de acción y metas están alineados con nuestros objetivos de negocio, y aspectos prioritarios resultantes de nuestra materialidad.

Asimismo, como parte de nuestro compromiso para lograr un mejor futuro para todos, nos alineamos a los Principios de Pacto Mundial y a los Objetivos de Desarrollo Sostenible establecidos por la Organización de las Naciones Unidas.



MODELO DE SUSTENTABILIDAD

DESARROLLO DE LA COMUNIDAD
Procuramos la seguridad alimentaria de comunidades vulnerables y promovemos el desarrollo humano, a través de iniciativas que favorecen la educación y la empleabilidad.

CALIDAD DE VIDA
Propiciamos el desarrollo integral de nuestros colaboradores, facilitando las condiciones para que armonicen su vida personal y profesional y les brindamos programas de salud y seguridad ocupacional.

CONSUMO RESPONSABLE
Promovemos un estilo de vida equilibrado integrando el placer de una comida de calidad y una sana convivencia en combinación con la actividad física.

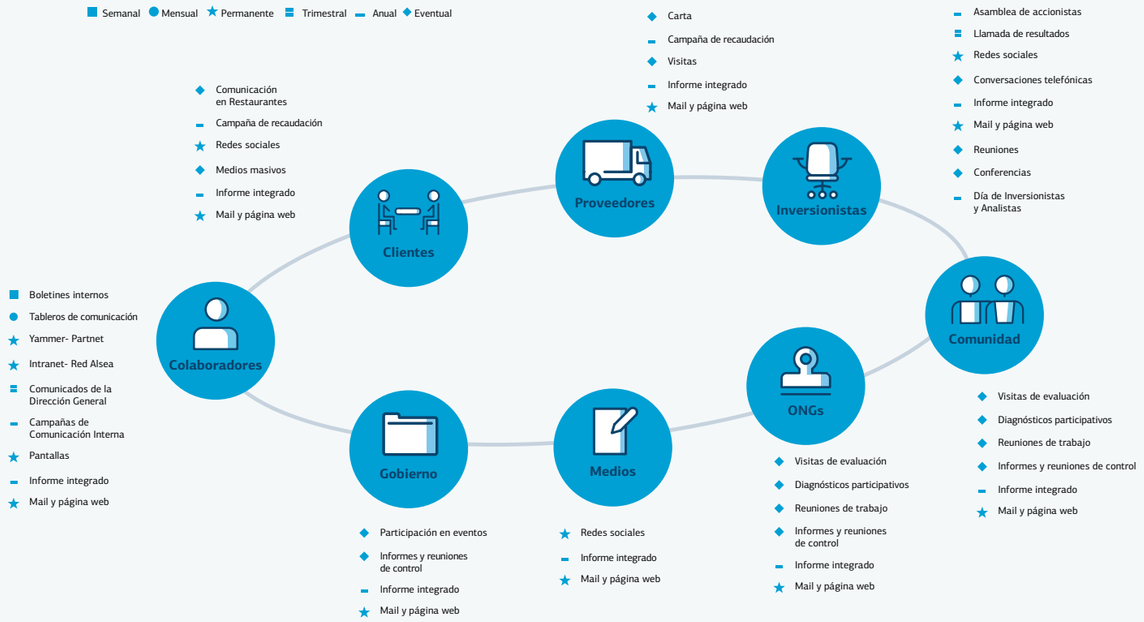
MEDIO AMBIENTE
Impulsamos el cuidado del medio ambiente, a través del uso eficiente de los recursos: energía, agua, insumos y residuos.

2 HAMBRE CERO · 10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES · 5 IGUALDAD DE GÉNERO · 8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO · 3 SALUD Y BIENESTAR · 12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES · 7 ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE · 13 ACCIÓN POR EL CLIMA

RELACIONAMIENTO CON GRUPOS DE INTERÉS

En Alsea estamos comprometidos con nuestros grupos de interés, ya que ellos son la base de nuestro crecimiento en el mercado. Estamos atentos a conocer cuáles son sus necesidades y expectativas en común y atenderlas. Es por ello que implementamos distintos mecanismos para conocer sus opiniones de forma directa, clara y oportuna. Para nosotros es muy importante mantener una buena comunicación con los clientes, proveedores, colaboradores, inversionistas, el gobierno, las autoridades, la comunidad y cualquier otra organización con la cual Alsea pueda tener un impacto positivo o negativo. Porque conectar con nuestros grupos de interés es un elemento importante para la construcción de un futuro sólido.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN E INTERACCIÓN:



B. Postura de Alsea en temas de sustentabilidad y RS

La Responsabilidad Social es una de las siete áreas estratégicas de Alsea y representa un valor fundamental del negocio ya que de esta manera aseguramos nuestra contribución al desarrollo económico sostenible y a los intereses de la sociedad en su conjunto, asumiendo la responsabilidad de los impactos directos e indirectos de nuestra actividad en los diferentes grupos de interés con los que nos relacionamos.

La organización lleva cerca de tres décadas contribuyendo activamente al mejoramiento económico, laboral, social y ambiental de los países donde opera, con un comportamiento empresarial responsable y sólido.

El área de RS se ha transformado y ha adoptado los temas de sustentabilidad o ESG de la compañía. Al ser un valor transversal para la compañía creemos que tanto la ciudadanía corporativa como la sustentabilidad son estrategias para crear valor a todos nuestros grupos de interés. Estructuramos esta gestión a través de comisiones y un comité de sustentabilidad. Estas comisiones están dirigidas por directores de la compañía.

C. Comisiones

Desde 2011 Alsea fortaleció su gestión de Responsabilidad Social y sustentabilidad al profesionalizar su estructura, la cual hoy en día se compone de un Comité de Sustentabilidad, integrado por los más altos ejecutivos de Alsea, liderado por Alberto Torrado, Presidente del Consejo de Administración.

El Comité de Sustentabilidad tiene el compromiso de identificar las expectativas y necesidades de los diversos grupos de interés de Alsea, así como definir la estrategia de sustentabilidad, aprobar y supervisar el cumplimiento de los programas e iniciativas de las comisiones.

La organización gestiona cuatro comisiones estratégicas, las cuales están integradas por agentes de cambio en los siguientes ámbitos:

D. Materialidad

Alsea está comprometida con identificar los aspectos materiales, es por ello que desde 2015 y cada 2 años se llevó a cabo el estudio de materialidad, el cual toma en cuenta los requerimientos establecidos por los prescriptores sectoriales, sociales y voluntarios en materia económica, social y ambiental.

De igual forma, durante 2018 Alsea Argentina y Alsea Chile, llevaron a cabo su estudio de materialidad por primera ocasión. Con la intensión de consolidar en un solo reporte todas las materialidades de las diversas geografías. Realizaremos próximamente un solo estudio de materialidad que consolide los temas de interés del sector a nivel global y que nos ayude a identificar los temas potenciales y de relevancia de todos nuestros grupos de interés que determinará la estrategia de Sustentabilidad de la compañía en los próximos años.

2.4 Iniciativas clave por comisión

Propiciamos el desarrollo integral de nuestros colaboradores, facilitando las condiciones para que armonicen su vida personal y profesional y les brindamos programas de salud y seguridad ocupacional.

Resultados 2019 en México

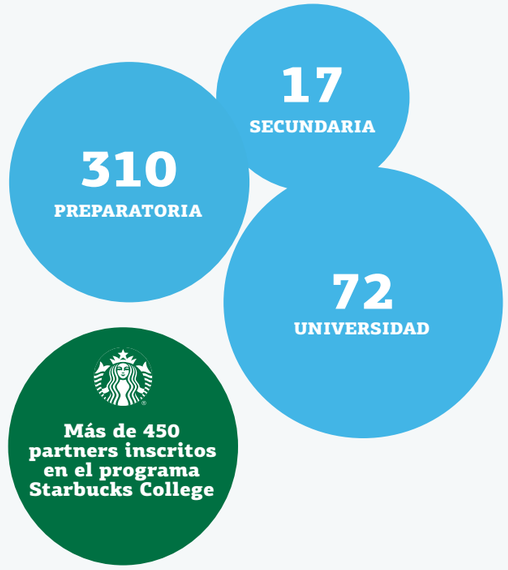
1) Seguridad laboral

Trabajamos en el cumplimiento legal, prevención y atención a emergencias.

2) Cultura de diversidad e inclusión laboral

3) ABC Alsea

Programa que promueve el término de estudios de nuestros colaboradores con un total de 399 colaboradores inscritos en el programa.



4) Descanso mensual para Gerentes

Programa que otorga 2 días de descanso consecutivo de descanso al mes.
54% de nuestra plantilla gerencial participando.

Promovemos un estilo de vida equilibrado integrando el placer de una comida de calidad y una sana convivencia en combinación con la actividad física.

Resultados 2019 en México

1) Comunicación nutrimental
Todos nuestros menús estan actualizados con contenido calórico incluido.

2) Consumo Sustentable
Marcas sin unicel, sin bolsas de plástico y con popotes biodegradables.

3) Proveeduría Sustentable
Café proveniente de la cooperativa Chiapas para El Portón y compra de tilapia.

Impulsamos el cuidado del medio ambiente a través del uso eficiente de los recursos: energía, agua, insumos y residuos.

Resultados 2019 en México

1) Reutilización y disminución de agua
Plantas de tratamiento, Reductores de flujo, Sanitarios de bajo consumo.

2) Eficiencia energética
Alumbrado Led, calentadores de agua.

3) Automatización
Avance Tiendas 158/170, Disminución de CO_2, Compra de energía limpia.

4) Eficiencia energética
Reducción de más de **53,000** toneladas de CO_2, Disminución de residuos, **850,229** litros de aceite recuperado.

Procuramos la seguridad alimentaria de comunidades vulnerables y promovemos el desarrollo humano a través de iniciativas a favor de la educación y la empleabilidad.

Los integrantes de estas comisiones junto con un equipo de soporte, aseguran la implementación, cumplimiento y evaluación de los objetivos del plan de sustentabilidad y Responsabilidad Social.

2.5 Estrategia y resultados más importantes

A. Ecosistema Tecnológico

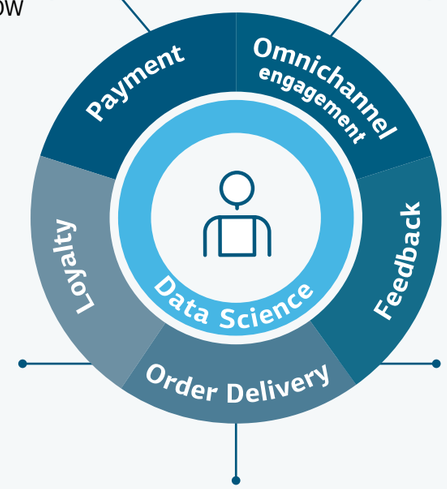
En Alsea creemos firmemente que la tecnología de punta es indispensable para mantener una ventaja competitiva en el futuro. Es por eso, que desde hace unos años la empresa ha decidido estructurar y mejorar el ecosistema tecnológico de la empresa.

Tendencias mundiales y las mejores practicas a nivel global se inclinan hacia la tecnificación de procesos, servicios y productos. Es ello, Alsea ha profundizado en las herramientas tecnológicas que se deben usar.

Estas herramientas tecnológicas serán alimentadas por datos reales de nuestros clientes, de la infraestructura científica y se podrá consolidar la información en un solo perfil de cliente. Esto nos va a permitir entender mejor a nuestros clientes y poder mantener una ventaja competitiva en los mercados donde operamos.

A continuación, un esquema general del ecosistema tecnológico que esta creando Alsea.

Pago: capacidad para realizar pagos desde aplicaciones y billetera WOW



Compromiso omnicanal: cliente comunicación a través de cualquier canal: correo electrónico, SMS, etc.

Lealtad: programa de fidelización personalizado que ofrece experiencias, productos y puntos

Comentarios: reciba comentarios de los clientes a través de medios digitales

Entrega de pedidos: proporcione pedidos móviles y entregando para todas nuestras marcas

B.Reconocimientos y distintivos

S&P Dow Jones Indices “S&P DJI”, el mayor proveedor global de índices, en conjunto con la Bolsa Mexicana de Valores (BMV), la segunda mayor bolsa de valores en América Latina, anunciaron hoy el debut del S&P/ BMV Total Mexico ESG Index, el último miembro en la creciente familia de índices ESG globales de S&P DJI, que se basan en algunos de los benchmarks específicos por región y país más seguidos en el mundo. Alsea forma parte de este índice desde Junio del 2020.

Durante el 2019, Alsea destacó por su compromiso con la Sustentabilidad ya que la compañía fue reconocida por segunda vez como parte del Dow Jones Sustainability MILA Pacific Alliance Index (DJSI). Fue un logro ya que fuimos la única empresa multinacional en la industria de restaurantes que calificó en el Mercado Integrado Latinoamericano.

Alsea ha sido reconocida desde el 2012 por el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) como una Empresa Socialmente Responsable. Esta distinción es otorgada a aquellas organizaciones o empresas que demuestran fehacientemente que cuentan con principios y proyectos institucionales a favor de sus diversos grupos de interés. La obtención del distintivo representa el reconocimiento y la validación de un tercero, a las prácticas responsables, pero sobre todo, compromete a redoblar esfuerzos para siempre buscar el beneficio de todos los grupos de interés, al ofrecer productos de alta calidad, contribuyendo al desarrollo integral de los colaboradores, promoviendo una cultura empresarial basada en estándares éticos, apoyando la conservación de los recursos naturales, preocupándose por el bienestar de las comunidades vecinas, entre muchas otras.

Desde el 19 de junio del 2011, Alsea se unió al Pacto Mundial de las Naciones Unidas, que es la iniciativa global más importante en Responsabilidad Social Empresarial, la cual promueve la adopción de diez principios universales relacionados con la defensa de los Derechos Humanos, los Estándares Laborales, el Medio Ambiente y la lucha contra la Corrupción.

Al adherirse a este Pacto, la empresa se compromete a reafirmar y promover estos principios en su estrategia empresarial, de tal forma que sus operaciones beneficien a las sociedades en todo el mundo. Con esta integración, todos que forman la gran familia Alsea fomentan una cultura en la que se vive y cumplen dichos principios

Los 10 principios del Pacto Mundial son:

uno

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

dos

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

tres

Las Empresas deben apoyar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.

cuatro

Las Empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.

cinco

Las Empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.

seis

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

siete

Las Empresas deben mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.

ocho

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

nueve

Las Empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.

diez

Las Empresas deben trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.

C. Resultados clave

Alsea nombra a un Chief Digital Officer:

Siendo conscientes de la transformación de los hábitos de consumo que nuestros clientes han experimentado en los últimos años, en donde el uso de la tecnología se ha vuelto un parteaguas, desde finales de 2019 detectamos la necesidad de contar con una Dirección que liderara la estrategia de la experiencia digital que ofrecemos a los invitados.

Se incrementó la cobertura de KPIs ambientales:

Año con año la empresa mejora la medición y la cobertura de sus KPIs ambientales. Este año contamos con una cobertura del 94% para nuestros KPIs ambientales.

Certificaciones LEED en Chile:

En Chile, se está trabajando en las Certificaciones LEED (Leadership in Energy and Environmental Design) de las tiendas de Starbucks, para alcanzar los mejores estándares de sustentabilidad a través de prácticas y estrategias de diseño y construcción.

149 tiendas comparables con el año 2018 en Argentina:

Redujimos el consumo de energía en 8.5%, equivalente a 876 toneladas de CO2 y a un 4.2% del gasto anual por este concepto.

Nuestro portafolio en el 2018:

En el 2018, nuestro portafolio fue de 85% de energía convencional y 15% de energía limpia, en 2019 logramos reducir la compra de energía convencional a 55% y 45% fue de un mix de tecnologías limpias.

2.6 Fundación Alsea

En el año 2004 se creó Fundación Alsea A.C. con la misión de ser el vehículo de Responsabilidad Social de la compañía que procura la seguridad alimentaria de las comunidades vulnerables y que promueve el desarrollo humano a través del apoyo a iniciativas a favor de la educación y la empleabilidad.

A través de Fundación Alsea, organización social que apoya instituciones de la sociedad civil para ejecutar programas y acciones sustentables y no de carácter asistencialista, ni paternalista a favor de la alimentación, la educación y empleabilidad en México, en el 2012 creo el "Movimiento Va por mi Cuenta" en el que mediante la participación de Alsea, sus marcas, consumidores, colaboradores, proveedores, la sociedad y/o grupo de interés que desee involucrarse, se garantiza que los niños en pobreza alimentaria de México tengan acceso a una comida nutritiva. Este objetivo se logra mediante la construcción y operación de comedores infantiles, los cuales llamamos "Nuestro Comedor" y que son gestionados por distintos aliados estratégicos como Comedor Santa María A.C, Fondo para la Paz I.A.P. y SEDAC (Servicio Educación y Desarrollo a la comunidad I.A.P.).

Actualmente, se cuenta con trece comedores, en los que se benefician diariamente a más de 5,000 niños y niñas en condiciones de pobreza alimentaria. Gracias a todas las aportaciones realizadas, a la fecha hemos logrado servir cerca de tres millones de comidas nutritivas.

Alsea cubre el monto destinado a la construcción de los comedores y las marcas de Alsea a través de sus mecánicas de recaudación y productos con causa aportan los fondos necesarios para "operar" estos comedores.

A. Resultados México 2019

va mi cuenta
Ni un niño más con hambre

Movimiento "Va por mi Cuenta"

Número de comidas nutritivas servidas en 2019	**855,390** Comedores operados por Comedor Santa María **51,439** Comedores Comunitarios en alianza con Fondo para la paz **14,913** Proporcionadas por Fundación Por un Hogar **131,040** Raciones de alimento entregadas a través de Save the Children **En total 1,052,782 comidas servidas en México durante 2019.**
Número de comedores en 2019	**1** Escolar **3** Comunitarios **9** Urbanos **En total 13 comedores en operación y 1 más en construcción.**
Número de familias / personas beneficiadas en 2019	**2,498** Comedores Va por mi Cuenta **97** Alimento para Compartir **33,954** Alimento para Todos **Total más de 36,549 familias beneficiadas** *no están consideradas las de Save The Children, ni las de Por un Hogar porque no contamos con el dato
Horas de voluntariado	**4,757** Voluntariado del Centro de Soporte Oficinas México
ONG's apoyadas	**12**
Niños	**4,420** de los comedores Va por mi Cuenta **1,491** del comedor de Fundación Por un hogar **504** de apoyo a Save The Children **438** del programa "Alimento para compartir" **152,671** de la alianza con "Alimento para Todos" **Total 159,525 de beneficiarios de Va por mi Cuenta**
Donativos en especie (ton)	**176.0853** ton de alimento

• **Inauguración del 12avo “Nuestro Comedor” ubicado en “El Corozal” dentro del municipio de San Juan de Lachao en la Costa Oaxaqueña,** el cual es el segundo que aperturamos bajo un modelo comunitario en colaboración con Fondo para la Paz, I.A.P. y Borda Las Américas.

• Se concluyó la construcción del **13avo “Nuestro Comedor” ubicado en San Luis Potosí** en colaboración con Fondo para la Paz, I.A.P. y Borda Las Américas, el tercero bajo un modelo comunitario.

• Inauguración del **Acervo Cultural** en las oficinas del Centro de Soporte de Alsea con el objetivo de generar **conciencia sobre la pobreza alimentaria infantil** que vivimos en nuestro país.

• **Inicio de la construcción** de un nuevo **“Nuestro Comedor”** ubicado en **Cancún** de la mano con un nuevo operador llamado “Huellas de pan” para aperturarse en el primer semestre del 2020.

• Realizamos una alianza con **Fundación Royal Holiday** para que nuestros 176 beneficiarios de “Nuestro Comedor” Chalco y sus familias fueran por primera vez de vacaciones.

• Entregamos **677 kits escolares** a nuestros beneficiarios del Movimiento.

• Logramos recaudar un total de **$11,136,924.06 mdp en la campaña con clientes** de octubre a noviembre del 2019.

• Logramos obtener un ingreso de **$15,324,498.21mdp provenientes de los productos con causa** de los establecimientos participantes.

• Contamos con una red de donantes de Alsea de más de **26 mil colaboradores.**

Egresos totales de Fundación Alsea en 2019

$53,100,941

Causas / Recursos destinados (%)

Alimentación	**$ 31,816,786** (59.92%)
Desarrollo comunitario	**$ 5,000,000** (9.42%)
Participación ciudadana	**$ 3,215,000** (6.05%)
Educación y empleabilidad	**$ 6,173,054** (11.63%)
Donaciones variables	**$ 2,050,000** (3.86%)
Emergencias	**$ 25,862** (0.05%)
Educación y empleabilidad	**$ 6,173,054** (0.18%)
Asociaciones en las que Alsea participa	**$ 96,101** (8.90%)

INTEGRA; Fondo de Oportunidad y Empleabilidad

Durante el 2019 se invirtieron

+ 340 mil dólares

a 15 instituciones

en México, Chile, Argentina y España

benefiando a **+4,600 jóvenes** en situación de vulnerabilidad

190 niños beneficiados

Durante el 2019 llevamos a cabo 5 actividades de voluntariado en las que participaron colaboradores de las marcas existentes en las ciudades de Colombia. En dichas visitas se realizaron actividades de entretenimiento para los niños, se les ofreció desayuno o refrigerio y recreación (show de magia, show del chef, globoflexia, titeres y pintucaritas). También, fueron donados $4.000.000 pesos colombianos en alimentos y aproximadamente 100 juguetes durante el año.

Instituciones Apoyadas

Asociación de Mujeres Artesanas Luz y Vida	Misioneras de Cristo Maestro
Funsodelpo Fundación social para el desarrollo del pozón	ABC Prodein Asociación Benéfica Cristiana Promotora de Desarrollo Integral
Fundación Social Semilla y Fruto	Secretaría de Salud de la Alcaldía de Sabaneta

Centro de Soporte y Cadena de Suministro

Marcas	Starbucks, Burger King, Domino’s, Archies, P.F Changs
Número de Voluntariado	**200** *Aprox. 40 personas por visita
Horas de Voluntariado	**30 hrs** *Aprox. 6 horas por voluntariado

España

Institución	Kilos o piezas	Valor económico
Alimentos (Asociación Marco Luna, Banco Alimentos, CEAR, Fundación Altius, Fundación Bobath, Fundaci´no Exti, Fundación Pequeño Deseo, Fundación Tengo Hogar, Fundación Tomillo, Hogar sí, Mensajeros de la Paz, Olvidados, Fundación Luz Casanova)	**2775,4 Kilos**	**13,383.12 €**
Mobiliario (CEAR, Coordinadora Vallecas, Feel Awad, Fundación Adra, Fundaci´no Tomillo, Grupo Amas, Fundación Luz Casanova, Pinardi)	**596 muebles**	
Hazlo posible		**9785**
CEAR		**5000**
SERES		**18000**
Voluntare		**1500**
WWF		**500**
Acción contra el Hambre		**23885**
Manos Unidas		**100**
Fundación Hogar Sí		**1000**
Fundación Tomillo		**1500**
Asoka El Grande		**1000**
Luz Casanova		**3221**

VIPS VIPS SMART

Han realizado 31 actividades de voluntariado, impactando en 838 beneficiarios. De estas 31 actividades, 21 han sido en acciones de formación y mentoría a jóvenes en situación de vulnerabilidad de las entidades: Fundación Tomillo, Asociación Pinardi, y Fundación Secretariado Gitano y 10 actividades han sido de intervención social a través de concursos de pizzas o sandwiches hechos en nuestros establecimientos y una participación en el evento mundial de sin hogarismo en Madrid.

GINOS •RISTORANTE•

Este año Ginos ha puesto foco en jóvenes en situación de vulnerabilidad, a través de 12 sesiones de formación y mentoría, y 1 actividad de acción social puntual con un taller de pizzas. Se han beneficiado 200 jóvenes. Las entidades con las que se ha colaborado son Fundación Éxit, Fundación Tomillo, Asociación Pinardi y Down Córdoba.

TGI FRIDAYS

Fridays ha participado en una actividad de voluntariado enfocado al entrenamiento de habilidades de jóvenes en situaciónd de riesgo de exclusión con Fundación Tomillo, habiendo disfrutado de la acción 17 jóvenes.

wagamama

Wagamama a través de su acción “the meaning of rice” estableció un vínculo con Luz Casanova, entidad que entre otras cosas tiene un comedor social, los voluntarios participaron en el comedor y en la recogida de alimentos

Starbucks en España tiene su propio programa de marca para atender al colectivo de refugiados, dividido a su vez en dos programas independientes: Clases de Castellano para aquellos refugiados que llevan menos de 6 meses en España y no tienen aún autorización para trabajar y sesiones de formación y mentoría para personas refugiadas que llevan más de dos años en España y están preparadas para su incorporación laboral.

En las clases de castellano han participado **94 voluntarios, durante 226 horas e impactando en 205 refugiados.** En el proyecto de formación en habilidades han participado **46 voluntarios, durante 321 horas e impactando en 54 beneficiarios.**

Adicionalmente se ha llevado a cabo una campaña de Voluntariado de Alto Impacto (asesoramiento ONG) en la que han participado **47 voluntarios que han dedicado 564 horas.** También, se han organizado acciones puntuales de voluntariado comunitario de las que han disfrutado 3**83 beneficiarios.** Las organizaciones han sido Aula Toledo, Fundación Tomillo, Down Asturias, Asoka, FIsat, Fundación Secretariado Gitano, Cruz Roja y Rey Ardid.

El personal de soporte este año ha participado en 14 actividades, todas ellas enfocadas a la formación y desarrollo de habilidades y competencias a colectivos vulnerables y una acción de apoyo en una carrera solidaria. S**e han beneficiado de estas acciones 417 jóvenes** de Fundación Tomillo, Pinardi, entreculturas y fundación once.

Durante el 2019, se han impulsado dos grandes campañas en colaboración con entidades sociales que forman parte de nuestra comunidad. En Navidad, en colaboración con la Fundación Tengo Hogar, hicimos realidad los deseos de **40 niños y niñas cuyas familias se encuentran en situación de vulnerabilidad.** En el mes de septiembre para facilitar la vuelta al colegio de las familias más vulnerables de un barrio humilde, se recolectó material escolar.

Chile

En Starbucks Chile cada tienda apadrina a una fundación o institución que se encuentre cercana al sector en donde está la tienda, por lo tanto el tipo de beneficiarios va variando según cada tienda y se realizan múltiples actividades durante el año. Además, en época de Navidad, las tiendas invitan a sus clientes a dejar regalos en canastos que son puestos en la misma tienda, los cuales posteriormente son entregados por los Partners a la Fundaciones/Instituciones apadrinadas.

Se realizó el primer Voluntariado Corporativo Alsea , el cual benefició a tres jardines infantiles de las comunas de Quilicura, Lo Espejo y Puente Alto que pertenecen a la red del Hogar de Cristo. Participaron 83 colaboradores de todas las marcas y Centro de Soporte, beneficiando a 247 niños y 30 educadoras de párvulo.

Campaña de recolección de útiles escolares (marzo) y Campaña de recolección de útiles de aseo personal para personas en situación de calle (también se sumó a toda la operación, agosto) junto a Fundación Hogar de Cristo.

Feria de Navidad con Sentido: instancia en Centro de Soporte donde se le dio la posibilidad a fundaciones y emprendedores de venir a vender sus productos a nuestros colaboradores. Alsea les brindó el espacio, los atendimos con café y productos Starbucks.

Argentina

Proyecto Arcoiris

Desde 1988, el compromiso con la diversidad está presente en todo lo que hacemos en Starbucks. En el 2019, en Buenos Aires, Argentina, creamos el Proyecto Arcoíris: un programa que enmarca distintas acciones con el objetivo de celebrar y continuar trabajando en este compromiso.

Fundación Flexer

Con Fundación Flexer en el 2019, como lo venimos haciendo hace más de 10 años, nos sumamos a la campaña #PoneteLaCamiseta durante febrero (Mes de la lucha contra el cáncer infantil), colaboramos con los eventos recreativos que organizan a lo largo del año y en diciembre, en las tiendas de Starbucks, por cada vaso reutilizable de temporada vendido les donamos una taza de leche para los niños/as que asisten. Para #PoneteLaCamiseta juntamos 1300 firmas apoyando una Ley de Asistencia Integral a Jóvenes con Cáncer y entregamos más de 300 remeras de la campaña a cambio de donaciones para recaudar fondos para la fundación. **En los eventos recreativos para los niños cumplimos más de 350 horas de voluntariado y realizamos donaciones de nuestros productos.**

Fundación Sí

Con Fundación Sí empezamos nuestra relación en 2018, con una donación de U$S 10.000 para el programa “Si pueden”, un programa que acompaña a comedores comunitarios en todo el país. En 2019 realizamos una donación de U$S 9.000,00 para el proyecto de “Residencias Universitarias”, donde la fundación apoya a jóvenes de poblaciones vulnerables que de otra manera no podrían acceder al sueño de completar una carrera universitaria. Adicionalmente participamos de la “Misión Solidaria 2019” organizada junto a Radio Metro y Telefé, el canal de televisión. La Misión Solidaria se realiza todos los años y es una colecta a gran escala para los comedores que asiste la organización en el marco del programa “Si Pueden”. La convocatoria se realizó a través de los medios y miles de personas se congregaron para dejar sus donaciones el 24 de julio en la Ciudad de Buenos Aires. Desde Starbucks, para acompañar a Fundación Sí, entregamos café a todas esas personas que se acercaron con el frío a dejar su donación.

La colecta alcanzó 295 comedores del interior del país y ese día ,en tan solo una jornada, cumplimos 220 horas de servicio comunitario.

Líderes Comunitarios

A través de Líderes Comunitarios nuestros Partners lideran proyectos junto a alguna ONG de su elección y buscan cambiar la realidad de poblaciones vulnerables de su comunidad. Durante el 2019 tuvimos 13 proyectos de Líderes Comunitarios que realizaron actividades de manera consistente a lo largo del año. Para alentar la organización de estas actividades se llevaron a cabo campañas específicas en diferentes momentos del año como, el Global Month of Good en abril (820 horas de voluntariado), Un Juguete por una Sonrisa en agosto por el Día del Niño (más de 600 juguetes y 256 horas de voluntariado) y la campaña de Navidad en diciembre (200 horas de voluntariado).

En el 2019 alcanzamos 2180 horas de servicio comunitarios en total, incluyendo todas estas iniciativas y las que fueron organizadas para cada proyecto de Líderes Comunitarios según sus necesidades particulares. Juntos demostramos que mucha gente pequeña, haciendo cosas pequeñas, pueden cambiar el mundo.

Fundación Sagrada Familia

La fundación busca promover el desarrollo humano a través del acceso a una vivienda digna y un hábitat adecuado. A raíz de las remodelaciones que llevamos adelante para asegurar un servicio sorprendente a nuestros clientes contamos con mobiliario que ya no utilizaremos. Entregamos este mobiliario a Sagrada Familia para que pueda darle una segunda vida útil y venderlo a precios accesibles a familias de bajos recursos para que puedan mejorar sus condiciones de vivienda.

En el 2019 hemos donado más de 50 sillones, 150 mesas y 250 sillas.

Banco de Alimentos

Es una organización sin fines de lucro que contribuye a reducir el hambre, mejorar la nutrición y evitar el desperdicio de alimentos.

Aquellos alimentos aptos para consumo y que no llegan ser enviados a nuestros puntos de venta por su próxima fecha de vencimiento, son enviados al Banco de Alimentos quien luego se encarga de la distribución entre organizaciones sociales que dan de comer en el lugar a personas que lo necesitan.

En el 2019 entregamos más de 5400 cajas de alimentos.

Stacker day voluntario

Por quinto año consecutivo, BURGER KING® realizó el Stacker® Day. Las personas que se acercaron a cualquiera de los locales de la marca pudieron comprar su Combo Stacker® con un 50% de descuento. Con esta compra colaboraban con la causa solidaria.

Este año y como parte del compromiso de Burger King® con la comunidad, con cada Combo Stacker® vendido se colaboró con Suena Eh, el sello discográfico que le dio voz a artistas de barrio. Este proyecto musical reúne a cantantes de barrios vulnerables que cuentan sus vivencias a través de géneros como el trap, beatbox, cumbia, reggaeton, rap y freestyle con el objetivo de desarrollar su carrera artística y así hacerse escuchar.

No solo se dio visibilidad a Suena Eh (más de 2 millones de visualizaciones en publicidades), sino que se realizó una importante inversión social por la suma de ARS$800.000=USD$18.059 (3-jul USD$1=ARS$44,30)

En ediciones anteriores, BURGER KING® apoyó distintas iniciativas de este tipo tales como la Fundación Bomberos de Argentina durante el 2018 y a Gino Tubaro y su organización Atomic Lab en 2017. Ambos eventos convocaron a miles de fanáticos a lo largo de toda la jornada que se reunieron para ayudar y disfrutar de la Stacker® a mitad de precio.

Uruguay

CEPRODIH

Es una Asociación civil sin fines de lucro, fundada en Montevideo (Uruguay) en 1998, con la misión de atender y promover a las familias más vulnerables, especialmente mujeres con niños en situación de alto riesgo social: desempleo, violencia doméstica, desamparo durante el embarazo. Estos factores atentan contra la dignidad de la mujer e impactan directamente en las condiciones de vida de los niños.

Este año realizamos dos grandes acciones con ellos (además del Food Share):

1) Co-Organización de su Kermese de Fin de Año. Evento anual de la fundación para entregar diplomas a las mujeres que fueron formadas en el año, y ofrecer entretenimientos y juegos a sus niños. En esta acción de voluntariado participaron 30 Partners, realizando un total de 180 Horas.

2) Compra de Obsequios de Fin de Año. En lugar de invertir en canastas navideñas comerciales, compramos a la fundación un obsequio de fin de año para cada Partner.

Los mismos fueron realizados por las madres en distintos talleres de gastronomía y textil.

3. Nuestro Desempeño

Esta tabla presenta un resumen de los principales indicadores ESG que gestionamos en Alsea. Para mantenernos en línea con una comunicación transparente y eficiente este reporte y tabla se elaboró con referencia a los estandares de reporteo global GRI.

2018-2019 ESG Performance

Gobernanza

	Unidad	2018	2019	YoY	GRI	ODS y Principios del Pacto
Gobierno Corporativo						
Número de mujeres en el consejo	Número	1	1	0%	405-1	Principio 6
Número de consejeros independientes	Número	5	5	0%	102-22	Principio 10
CRM						
Satisfacción del cliente	% de clientes encuestados	88	66*	N/A	“102-43 102-44”	
Privacidad de datos - TI						
Número total de reclamaciones comprobadas recibidas relacionadas con violaciones de la privacidad de los clientes	Número	0	0	0%	418-1	

Ambiental

	Unidad	2018	2019	YoY	GRI	ODS y Principios del Pacto
Emisiones GEI						
Cobertura de los indicadores ambientales	%	>75% de las operaciones o ingresos	>75% de las operaciones o ingresos	=	“102-45 102-46”	Principio 7,8,9
Alcance 1: Emisiones Directas	Ton CO2 Eq	98925	109217	Subió 10%	305-01	
Alcance 2: Emisiones Indirectas	Ton CO2 Eq	156860	150249	Bajo 4.3%	305-02	
Consumo de energia						
Combustibles no renovables comprados y consumidos	MWh	418542	368194.6922		302-01	
Electricidad no renovable comprada	MWh	325195	432024.4707	Subió 25%	302-01	
Otras energias no renovables compradas	MWh	0	0	=	302-01	
Total de energia no renovable consumida	MWh	743737	800219.1629	Subió 7%	302-01	
Consumo de Agua						
Agua de fuentes municipales	Millones de metros cubicos	3.250774	2.5169	Bajo 33%	“303-03 303-04”	
Consumo de agua de fuentes subterráneas y superficiales regresadas a su fuente de origen con una calidad mayor a la del agua extraída	Millones de metros cubicos	0.028213	0.0502861	Subio 44%	“303-03 303-04”	
Consumo total de agua	millones de métros cubicos	2.780612	3.019818	Subio 8%	“303-3 303-4”	

Social

	Unidad	2018	2019	YoY	GRI	ODS y Principios del Pacto
Colaboradores						
Número total de empleados	Número	71,000	79,647	Subio 11%	102-8	Principio 3 y 4
Número de mujeres	%	47	47	=	102-8	Principio 6
Porcentaje de mujeres en puestos de management	%	45	48		102-8	Principio 6
Porcentaje de empleados que forman parte de un sindicato	%	80	73	Bajo 7%		Principio 3
Compromiso de los empleados (porcentaje de empleados activamente comprometidos)	%	53	63	Subio 10%		
Cobertura de la encuesta de compromiso	%	92	92	=		
Remuneración igualitaria	VER TABLA		VER TABLA		G4-LA13	
Ciudadanía corporativa y filantropía						
Contribuciones dedicadas a donaciones caritativas	%	29	29	=		Principio 5
Contribuciones dedicadas a inversiones comunitarias	%	71	71	=		Principio 1 y 2
Contribuciones dedicadas a inciativas comerciales	%	0	0	=		
Contribución filantrópica en efectivo	Pesos Mexicanos	50,344,476.00	52,834,710.59			
Valor de las donaciones en especie	Pesos Mexicanos		3,584,391.63			
Gastos generales vinculados a ciudadania corporativa	Pesos Mexicanos		3,239,773			

4. Mirando hacia el futuro, actuando en el presente

Derivado de la crisis por COVID-19, Alsea se enfrentó a diversos retos para poder garantizar la continuidad de su operación, así como la atención de las diferentes necesidades de sus grupos de interés

Para esto, se llevaron a cabo diversas acciones entre las que destacan:

1) Salud y bienestar de nuestros colaboradores, clientes y comunidades en las que operamos.

2) Sostenibilidad financiera de la empresa

3) Adaptación a la nueva realidad y nuevas formas de operar a medida que la pandemia retrocede y los restaurantes vuelven a abrir.

Hemos trabajado en posicionar exitosamente a Alsea para la nueva realidad post-COVID-19. Hemos logrado importantes avances en la digitalización de nuestras operaciones y la experiencia del cliente, desde el pedido hasta la entrega y conociendo mejor a nuestros clientes a través de nuestras aplicaciones de Starbucks Rewards, OLO (Online Ordering) de Domino's Pizza y de los programas de lealtad Club Vips, Fosterianos de Foster's Hollywood y Wow Rewards, alcanzando en conjunto a más de 18 millones de clientes. Alsea ha sido durante mucho tiempo líder en la entrega a domicilio a través de su marca Domino's Pizza y ahora estamos aprovechando esa experiencia para expandir el alcance de las demás marcas dentro de nuestro portafolio

Con nuestra escala multi-nacional, marcas globales, una enorme base de clientes, inversiones en nuevas tendencias como las cocinas oscuras (dark kitchens) y otros factores, creemos que Alsea es la compañía mejor posicionada para que la entrega a domicilio Informe Trimestral 2T20 5 sea un éxito rentable.

Posicionados para el mundo post COVID-19. Creemos que el consumidor cambiará una vez que la pandemia haya terminado y se centrará más en la salud y la higiene, la entrega a domicilio, la comunicación digital y las marcas con una fuerte reputación. Es probable que el consumidor tenga menos dinero y, por lo tanto, se centrará más en el valor. La industria de los restaurantes cambiará. Se descapitalizará y le será más difícil obtener crédito, lo que significa, casi seguro, una racionalización de las marcas y una reducción en la capacidad de mercado.

VA NUESTROS HÉROES

Se creó Va por nuestros Héroes, una iniciativa para apoyar a las personas que como consecuencia de COVID-19 están en estado de vulnerabilidad.

Las iniciativas más destacadas son:

• Entrega de despensas para los beneficiarios de los comedores del movimiento Va por mi Cuenta, a la fecha se han entregado 7,185 despensas. A partir de junio se celebró una alianza con La Comer y Fundación Alsea para la entrega de despensas. A partir del mes de agosto a diciembre se reanudarán las operaciones.

• Se han otorgado 274 toneladas de alimento al 1 de junio, en todos los mercados en los que Alsea opera.

• Se entregaron 4,620 raciones de comidas para pacientes y familiares de pacientes del Hospital siglo XXI a través de nuestro aliado “Por un Hogar”

• A través de Fondo para la Paz I.A.P. se garantiza la seguridad alimentaria de 620 beneficiarios de comunidades indígenas en los estados de Oaxaca y San Luis Potosí, a los cuales también se les apoya con la compra y distribución de material médicos para atender a pacientes de COVID-19.

• Se entregaron 1200 despensas para colaboradoras que son madres solteras.

• En alianza con Fundación IMSS del 17 de abril al 2 de junio se entregarán 38,604 raciones de alimentos preparados a trabajadores de salud de los hospitales Siglo XXI y la Raza.

• Se otorgó un donativo a la Red Nacional de bancos de Alimentos para la compara de 11 toneladas de granos beneficiando 2759 familias en 11 estados de la República Mexicana.

• Con la finalidad de beneficiar a nuestros colaboradores severamente afectados por COVID-19, en conjunto con Starbucks Internacional se creó un Fondo de Emergencia que apoyará a los colaboradores de México, Chile, Colombia, Uruguay y Argentina.

• Las marcas de Alsea en los diferentes mercados han hecho donaciones de sus principales productos (Pizzas, cafés, hamburguesas, arroz frito, etc...) al personal de salud que atiende la emergencia a lo largo de sus territorios.

• Para apoyar a las comunidades se creó Va por nuestros Héroes, una iniciativa para apoyar a las personas que como consecuencia de COVID-19 están en estado de vulnerabilidad.

¿Cómo reaccionará Alsea?

Nuestro objetivo es ser líderes en la entrega a domicilio y en proveer la mejor experiencia digital para nuestros clientes, adaptando nuestro marketing y distribución para lograr este objetivo. Invertiremos y haremos crecer nuestro programa de lealtad WOW Rewards y así crear mayor lealtad, un canal de comunicación y análisis de base de datos. Nos aseguraremos de que nuestras marcas y menús estén dirigidos a los consumidores más conscientes en valor. Seremos muy disciplinados en el empleo de capital, logrando las mayores sinergias posibles entre nuestras diferentes unidades de negocio, minimizando gastos innecesarios y optimizando nuestra huella inmobiliaria. Estamos trabajando en una serie de alianzas estratégicas con bancos, cines y minoristas para impulsar el tráfico de personas.

A lo largo de este proceso, Alsea permanecerá muy de cerca con sus franquiciadores, principalmente Starbucks, Domino’s Pizza y Burger King. Creemos que mientras el mundo sale adelante de esta crisis, los consumidores gravitarán hacia las marcas más reconocidas y los franquiciadores se apoyarán más en los operadores más fuertes.

Alsea

** Este reporte es un avance de iniciaticas estrategicas de sustentabilidad de Alsea, alineado a la metodología GRI.*