

**ESTADO DE INFORMACIÓN
NO FINANCIERA 2024
Starbucks Coffee España, S.L.U.**

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. OBJETO Y ALCANCE	3
2. MODELO DE NEGOCIO Y CULTURA CORPORATIVA	3
3. CUESTIONES MEDIOAMBIENTALES	11
4. CUESTIONES SOCIALES Y RELATIVAS AL PERSONAL	14
5. RELACIÓN CON LAS COMUNIDADES Y DESARROLLO SOSTENIBLE	20
6. RELACIONES CON LA CADENA DE VALOR	24
7. INFORMACIÓN FISCAL	26
8. ÍNDICE DE CONTENIDOS LEY 11/2018 SOBRE INFORMACIÓN NO FINANCIERA Y DIVERSIDAD	26

1. OBJETO Y ALCANCE

El presente documento es un Estado de Información No Financiera (EINF) que responde a los requisitos de información no financiera de la Ley 11/2018 de 28 de diciembre por la que se modifica el Código de Comercio, del texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2010 de 2 de julio y de la Ley 22/2015 de 20 de julio de Auditoría de Cuentas, en materia de información no financiera y diversidad.

El contenido del presente informe comunica la información sobre el modelo de negocio de Starbucks Coffee España, S.L.U., así como sobre cuestiones ambientales, sociales y relativas al personal y en relación con los derechos humanos relevantes para la compañía en la ejecución de sus actividades propias del negocio.

En la elaboración de este informe y selección de sus contenidos se han tenido en cuenta los resultados del ejercicio interno llevado a cabo durante el ejercicio 2024 (entre el 1 de enero de 2024 y el 31 de diciembre de 2024).

Por tanto, el alcance de la información presentada en este informe se enmarca en la operativa de Starbucks Coffee España, S.L.U., en adelante Starbucks España.

Starbucks España es un operador de hostelería, integrado en la estructura de Alsea S.A.B. de C.V. (en adelante Alsea). Es una compañía de prestigio y líder en el sector de la restauración dentro de nuestro ámbito de negocio. La actividad principal

Hasta el 18 de diciembre de 2024, Starbucks Coffee España, S.L.U., estaba integrada en la estructura de Alsea Europa (Food Service Project, S.A.). En la fecha señalada se concluyó un proceso de verticalización de Starbucks Coffee España, S.L.U., la cual ha pasado a formar parte de la sociedad Alsea (Alsea S.A.B. de C.V.). Alsea S.A.B. de C.V. es la sociedad matriz de Food Service Project, S.A.

Por el motivo expuesto, la información contenida en el presente informe responde únicamente al ejercicio 2024. Esto es debido a que en ejercicios anteriores la información relativa a la sociedad Starbucks Coffee España, S.L.U., en el marco de la Ley 11/2018 de 28 de diciembre en materia de información no financiera y diversidad, se integraba en el Estado de Información No Financiera de Food Service Project, S.A.

Las limitaciones significativas en la elaboración y presentación del alcance de la información se reflejan en los capítulos y apartados correspondientes cuando dicha información es omitida o presentada bajo un alcance específico. No obstante, se presenta la información necesaria para comprender la situación y la actividad de Starbucks Coffee España, S.L.U. El presente EINF se ha elaborado siguiendo los principios para la elaboración de informes de los Estándares GRI.

2. MODELO DE NEGOCIO Y CULTURA CORPORATIVA

La filosofía de la compañía se basa en un enfoque centrado en entregar felicidad al cliente donde la dedicación y la pasión de las personas se refleja en cada detalle. El principal objetivo es generar experiencias llenas de sabor en cada visita y anticiparse a las necesidades de los clientes y colaboradores para impactar positivamente en su vida. El cliente está en el centro del modelo de negocio.

Misión: Ser el mejor proveedor de café del mundo, inspirando y nutriendo el espíritu humano - una persona, una taza y una comunidad a la vez.

La actividad principal de Starbucks España es de “coffee shop”, es decir, servicios de cafetería en local. La compañía Starbucks es un tostador y distribuidor de café.

Starbucks España opera únicamente en España, donde se ubican numerosas tiendas propias y también establecimientos franquiciados. Estas tiendas operan bajo la marca Starbucks. A través de sus principales productos y servicios ofrece un valor diferencial mediante el desarrollo de la actividad comercial en el mercado hostelero español.

A lo largo del año 2024 hemos llevado a cabo 19 nuevas aperturas de restaurantes y se han producido 3 cierres de tiendas propias y 1 de Travel Channel. A cierre de ejercicio la compañía cuenta con 158 establecimientos propios, 12 franquiciados y 12 Travel Channel¹, sumando un total de 182 unidades.

Principios éticos y de gestión responsable

La compañía promueve un modelo de empresa en base a unos principios éticos. La gestión responsable sienta los cimientos de una forma de actuar honesta y respetuosa.

Starbucks, como marca integrada en Alsea, se guía igualmente por su propósito, convicciones y principios compartidos por el grupo.

Este propósito se basa en 4 principios, los cuales marcan tanto la forma de ser como aquello que une y hace única a la compañía:

- **Entrega:** damos lo mejor de nosotros, poniendo siempre el corazón. Valoramos cada interacción con nuestros clientes: en el restaurante y hasta la puerta de su casa.
- **Felicidad:** en un negocio como el nuestro, la felicidad se vive en cada detalle; desde el primer contacto, a través de una sonrisa, haciendo sentir bienvenido al invitado y llamándolo por su nombre.
- **Experiencias:** conectamos de forma auténtica con los clientes, les brindamos momentos únicos y los hacemos sentir especiales.
- **Sabor:** Llevamos la sazón en nuestras venas; nos encanta aderezar la vida de las personas y llenarlas de recuerdos tan deliciosos, que siempre los dejan con un buen sabor de boca.

En Starbucks España se reafirma el compromiso con la transparencia ante los grupos de interés y el fomento de una comunicación clara y constante, fortaleciendo así la confianza en la compañía. Los principales grupos de interés son los colaboradores, los clientes, los proveedores y la sociedad.

Valores Starbucks:

- Crear una cultura de calidez y pertenencia, donde todos son bienvenidos.
- Estar presentes, conectar con transparencia, dignidad y respeto.
- Actuar con valentía, desafiando el statu quo y encontrar nuevos caminos para que crezcamos como compañía y cada uno.

Dando lo mejor de nosotros mismos, haciéndonos responsables de los resultados.

¹Tiendas Starbucks en aeropuertos sobre las que Starbucks España no tiene ninguna relación comercial o legal de franquicia.

Principales canales de comunicación

- **Comunicación interna:** intranet, workplace, e-mail y contacto directo con los mandos.
- **Atención directa** en nuestras instalaciones, a través de nuestros colaboradores y responsables.
- **Sistemas de reclamación y atención del cliente y al socio:** aplicación de nuestro programa de fidelización, contact center, el correo electrónico y el correo postal
- **Redes sociales:** Twitter, Facebook, Instagram y TikTok.

El modelo de gestión de Starbucks España responde al modelo de buen gobierno de Alsea Europa. Aunque a cierre de ejercicio la sociedad está integrada en la estructura de Alsea S.A.B. de C.V., en términos de gestión efectiva durante el año 2024 ha respondido al marco normativo y de cumplimiento de Alsea Europa.

Durante el ejercicio, Starbucks España opera bajo la supervisión y marco regulador del Órgano de Cumplimiento de Alsea Europa, entidad responsable de la vigilancia y cumplimiento normativo dentro del grupo. Dicho órgano está compuesto por dos instancias clave el Comité de Cumplimiento² y el Compliance Officer. El Comité supervisa y controla la correcta implementación del Programa de Cumplimiento, mientras que el Compliance Officer gestiona su aplicación diaria.

El Marco Normativo tiene como finalidad garantizar actuaciones conforme a los más elevados principios éticos, asegurando una administración efectiva y comprometida en cada nivel. Este marco se presenta como un elemento fundamental para establecer, promover y orientar una cultura ética de cumplimiento dentro de la organización. Incluye un conjunto de normativas, directrices y procesos diseñados para asegurar tanto la adhesión a la legislación vigente como el compromiso con los valores y principios adoptados de manera voluntaria.

En términos generales, las políticas corporativas establecen directrices de actuación claras que incluyen mecanismos de evaluación, prevención y control. El objetivo principal del Marco Normativo es reducir los riesgos inherentes a la actividad y, en caso de que se materialicen, minimizar el impacto. A lo largo del presente informe se señalarán las políticas del Marco Normativo para cada tema tratado.

Los colaboradores de Starbucks España han recibido la comunicación y difusión del Marco Normativo que se realiza actualmente a través de dos vías:

1. Repositorio en la intranet, "Actívate", en donde se encuentran todas las políticas corporativas, protocolos, procedimientos, etc.
2. Plataforma de gestión de Recursos Humanos, "Club del Colaborador", en donde se encuentran las políticas a validar por el colaborador.

El Código Ético define los valores, principios y normas que deben seguir colaboradores, proveedores, franquiciados y socios estratégicos de Starbucks España. Su objetivo es fomentar una cultura empresarial basada en la integridad, la transparencia y el respeto, así como prevenir conductas contrarias a estos principios. Además, se ofrece un canal interno confidencial y

² Órgano colegiado cuya finalidad, entre otras, es supervisar la efectividad de nuestro Sistema Integral de Gestión de Riesgos, velando por su correcta aplicación y garantizando su adecuado mantenimiento y actualización en aras de garantizar un Sistema permanente y eficaz, así como la elaboración de Planes Anuales de Cumplimiento Normativo y el aseguramiento del correcto funcionamiento del Canal de Denuncias o Sistema Interno de Información.

anónimo para informar sobre incumplimientos o irregularidades que contravengan el Código Ético o las normativas internas.

En el Canal Interno de Información se han implantado mejoras durante 2024 con el objetivo de reforzar su seguridad, garantizar el anonimato y cumplir con la Ley 2/2023 de Protección del Informante.

Con el objetivo de definir una adecuada cultura de prevención de irregularidades contamos, entre otras, con la Política de Cumplimiento. Esta política establece nuestro compromiso con el cumplimiento respetuoso de la ley y da cobertura al Programa de Cumplimiento, que recoge todas las labores de identificación y clasificación de los riesgos, especialmente los de índole penal, estableciendo mecanismos de prevención, gestión y reacción. La formación global en materia de cumplimiento es obligatoria para todos los colaboradores, incluyendo las nuevas incorporaciones.

Estrategia, análisis de riesgos y tendencias

La estrategia de Starbucks España responde a la visión de Alsea, como marca integrada en su estructura. El Modelo de Sostenibilidad define la estrategia, estableciendo los objetivos y como alcanzarlos.

Durante 2024, se ha redefinido el Modelo de Sostenibilidad, ajustando las metas para adaptarlas a las particularidades de los mercados. Este proceso integró desde una perspectiva estratégica y de posicionamiento las principales cuestiones ESG.

El modelo tiene una estructura basada en cuatro ejes estratégicos y ocho metas clave que establecen el marco de acción hasta 2040:

- **Balance:** Ambición climática y circularidad de envases y materiales plásticos.
- **Desarrollo:** Empleabilidad, desarrollo del talento e impacto en la comunidad.
- **Crecimiento:** Productos nutritivos, saludables, diversos y accesibles, y origen responsable de los productos.
- **Gobernanza ESG:** Gestión y transparencia de datos para fortalecer la trazabilidad, el cumplimiento normativo y la integración de la sostenibilidad en la estrategia corporativa.

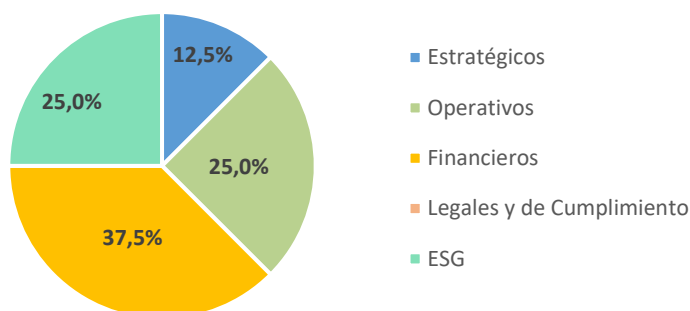
Igualmente, debido a su integración en la estructura de Alsea, y hasta el 18 de diciembre de 2024 en la de Alsea Europa, durante el ejercicio ha sido de aplicación tanto el marco normativo como la gestión de riesgos que se define en el presente informe.

De esta forma, en 2024, la gestión de riesgos de Starbucks España se enmarcó en la definición estructural y metodológica de Alsea.

Se cuenta con un Comité de Riesgos, con reuniones bimensuales y representación de diversas geografías, dependiente del Comité de Auditoría, encargado de la identificación, monitoreo y mitigación de riesgos corporativos.

Un aspecto clave de este nuevo modelo es la identificación y clasificación de 74 riesgos corporativos, dentro de los cuales 16 han sido catalogados como críticos. Para facilitar su gestión, los riesgos han sido agrupados en cinco grandes categorías: estratégicos, operativos, financieros, legales y de cumplimiento, además de un enfoque específico en riesgos ESG (ambientales, sociales y de gobernanza).

Riesgos críticos identificados*



*No se identifican riesgos Legales y de Cumplimiento críticos.

Starbucks España ha iniciado el proceso de certificación en control interno (SOX)³, alineado con normativas estadounidenses, con el objetivo de fortalecer el marco de control interno y garantizar el cumplimiento de estándares internacionales en materia de gestión de riesgos y transparencia en la información financiera.

Además, en 2024 se ha elaborado y aprobado un Manual de Política y Procedimientos de Gestión de Riesgos. Desarrollando también un Plan de Continuidad de Negocio, inicialmente aplicado en México y España, con el objetivo de minimizar el impacto de crisis operativas y garantizar la resiliencia de las operaciones.

Por otra parte, se cuenta con un Modelo Integral de Gestión de Riesgos y Control Interno (GRC), que recoge:

1. Sistema de Gestión de Riesgos de Negocio (ERM). Identificación, priorización y gestión de los riesgos en los procesos clave de negocio que dificultan la consecución de los objetivos estratégicos. El sistema integra las Matrices de Riesgos que permiten monitorizar y controlar los riesgos a los que está expuesta la compañía. Entre las matrices que ayudan a reducir la incertidumbre se encuentran la matriz de sostenibilidad, comunicación interna y cultura, la matriz de compras, la matriz de calidad y la matriz de PRL y salud laboral.
2. Sistema de Control Interno de la Información Financiera (SCIIF). Control y gestión de la información financiera para proporcionar seguridad razonable respecto a su fiabilidad.
3. Programa de Cumplimiento Penal o Modelo de Prevención y Detección de Delitos (MPDD). Asegura razonablemente la efectividad de los controles que previenen o mitigan la materialización de los potenciales riesgos de comisión de un delito del que tenga que responder la compañía como persona jurídica.

³ Ley Sarbanes-Oxley (SOX). El cumplimiento normativo de la Ley Sarbanes-Oxley (SOX) implica la observancia de las disposiciones regulatorias establecidas en el marco jurídico estadounidense, garantizando la transparencia y fiabilidad de la información financiera, la integridad en los controles internos y la seguridad de los sistemas de información. Esta normativa impone obligaciones en materia de auditoría, control interno y gobernanza corporativa, con el propósito de mitigar riesgos, prevenir fraudes contables y reforzar la rendición de cuentas de las entidades emisoras, en conformidad con los principios de responsabilidad fiduciaria y debido cumplimiento legal.

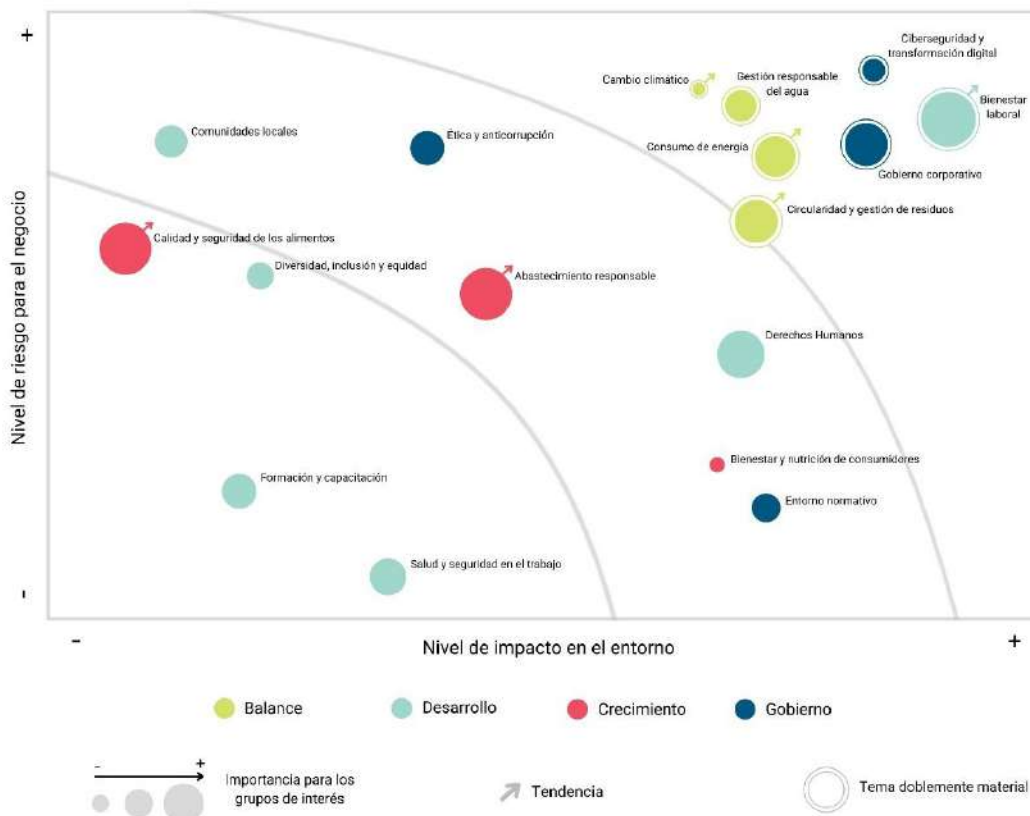
Doble Materialidad

Los asuntos materiales identificados surgen del análisis estratégico de Doble Materialidad realizado a nivel global y, por tanto, de repercusión directa en todas las unidades y geografías dependientes de la matriz Alsea (Alsea S.A.B. de C.V.)⁴.

El análisis ha sido realizado durante el ejercicio 2024 siguiendo un proceso de reflexión que incluye las principales preocupaciones de Alsea Europa⁵ y de sus grupos de interés. Por tanto, el presente análisis y sus resultados están alineados con las preocupaciones derivadas del modelo de negocio de Alsea, a la vez que se adapta a los requerimientos regulatorios cada vez más exigentes y a las particularidades específicas de las geografías de Alsea Europa y, concretamente, incluyendo a Starbucks España.

De esta forma, se ha trabajado en la matriz de asuntos prioritarios mediante un enfoque de doble materialidad que recoge tanto el nivel de impacto en el entorno como el nivel de riesgo para el negocio.

Matriz de doble Materialidad



⁴ El análisis global alcanza Starbucks España (Starbucks Coffee España, S.L.U.).

⁵ Durante la realización del análisis citado de doble materialidad la sociedad Starbucks España estaba integrada en Alsea Europa y, por tanto, también su visión y preocupaciones, así como su impacto en el entorno y sobre el desarrollo de negocio.

Temas materiales de balance	
1	Gestión responsable del agua
2	Consumo de energía
3	Circularidad y gestión de residuos
4	Cambio climático
Temas materiales de desarrollo	
5	Bienestar laboral
6	Derechos Humanos
7	Comunidades locales
8	Diversidad, inclusión y equidad
9	Formación y capacitación
10	Salud y seguridad en el trabajo
Temas materiales de crecimiento	
11	Abastecimiento responsable
12	Bienestar y nutrición de consumidores
13	Calidad y seguridad de los alimentos
Temas materiales de gobierno	
14	Ciberseguridad y transformación digital
15	Gobierno corporativo
16	Ética y anticorrupción
17	Entorno normativo

Información sobre el respeto de los derechos humanos

Starbucks España considera esencial el respeto a los derechos humanos en una sociedad avanzada. Para ello, proporciona a sus grupos de interés herramientas para garantizar su cumplimiento y fomentar un mayor compromiso social. Su enfoque, alineado con estándares globales, refuerza la protección de estos derechos, cumpliendo en todo momento con la legalidad vigente y normativas internacionales.

El modelo de gestión en materia de derechos humanos se fundamenta en el modelo de buen gobierno y cumplimiento normativo descrito anteriormente. Tal como se ha señalado, el Comité de Cumplimiento tiene la responsabilidad de supervisar el cumplimiento normativo, actuando como el órgano encargado del seguimiento en materia de compliance. Asimismo, a través del Código Ético y del marco de actuación en gestión de riesgos, se establece un mecanismo integral que contribuye al aseguramiento y ejecución de la Debida Diligencia en el ámbito de los derechos humanos.

De manera concurrente, se adopta como marco de referencia la Carta Internacional de Derechos Humanos, promulgada por las Naciones Unidas, junto con el conjunto de instrumentos normativos en materia de derechos humanos que la integran. Dichos documentos constituyen estándares de reconocimiento internacional que orientan la formulación y aplicación de los procedimientos internos destinados a la identificación, análisis y evaluación de riesgos asociados a la esfera de los derechos humanos, incluyendo, entre otros, los de naturaleza civil, económica y social.

La compañía se compromete a respetar y promover los Principios y Derechos Fundamentales del Trabajo según lo establecido en la Declaración de la Organización Internacional del Trabajo, garantizando el derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva, así como la

aplicación de los diferentes convenios, incluyendo los referentes al trabajo infantil y trabajo forzoso u obligatorio.

De acuerdo con estos principios, la organización condena cualquier forma de discriminación y establece su marco normativo, incluido el Código Ético, como garantía de cumplimiento. Estas directrices se aplican también a terceros, y se ofrece formación a los colaboradores sobre políticas y procedimientos en Derechos Humanos.

En el presente ejercicio, no se ha abierto ningún expediente por denuncias en materia de derechos humanos.

Información relativa a la lucha contra la corrupción y el soborno

La compañía mantiene un firme compromiso en la lucha contra la corrupción, asegurando que las operaciones se lleven a cabo siempre en cumplimiento con todas las leyes y regulaciones aplicables en las regiones donde se opere en materia de corrupción, soborno, blanqueo de capitales y financiación del terrorismo.

Los mecanismos para prevenir y mitigar las prácticas ilícitas indicadas, identificando los riesgos asociados, están contemplados en el Modelo de Prevención y Detección de Delitos (MPDD) y en las políticas incluidas en el Marco Normativo, destacando especialmente la Política Anticorrupción, la Política de Conflictos de Interés, la Política de Regalos e Invitaciones y la Política de Donaciones y Patrocinios.

La Política Anticorrupción establece los mecanismos y directrices tendentes a garantizar el cumplimiento de las diferentes legislaciones en la materia, en consonancia con los principios y pautas de conducta asumidos en el Código Ético, así como cualquier otra política y procedimiento aplicable.

La citada política proporciona el conjunto de normas e instrucciones a seguir por los colaboradores en su relación con clientes, proveedores, administraciones públicas y terceras partes que realicen actividades en nombre de la compañía. En consecuencia, también aplicará a los franquiciados, contratistas, organizaciones sindicales y representantes de colaboradores.

La Política de Conflicto de Interés persigue evitar situaciones de conflicto en la toma de decisiones de los colaboradores por diferentes intereses ajenos a la actividad y objetivos de la compañía. Por este motivo, se espera que los procesos de toma de decisiones sean transparentes e imparciales.

La Política de Regalos e Invitaciones define el marco de actuación en la recepción y ofrecimiento de regalos o invitaciones, con el objetivo de garantizar el comportamiento ético y legal. La Política de Donaciones y Patrocinios refuerza los criterios que deben cumplir todas las contribuciones realizadas, independientemente de su naturaleza jurídica. La Política de Regalos e Invitaciones y la Política de Donaciones y Patrocinios, junto con la Política Anticorrupción, constituyen el marco de referencia de la compañía en materia de integridad.

La compañía lleva a cabo acciones de sensibilización sobre la importancia de utilizar de manera racional los recursos en cuanto a gastos de viaje, así como sobre la conducta íntegra al recibir o realizar invitaciones o regalos.

Por último, el marco normativo desarrolla también la Política de Fiscalidad. Esta política está vinculada a la parte de índole fiscal y a la gestión prudente del riesgo derivado. Por tanto, debido a su relación directa con las legislaciones aplicables en cada región, incide de forma cercana con materias vinculadas a la lucha contra la corrupción y comportamientos éticos.

3. CUESTIONES MEDIOAMBIENTALES

Gestión ambiental

Starbucks España fomenta el cuidado del medio ambiente a través de sus actividades diarias, adoptando iniciativas para minimizar su impacto ecológico y desarrollando proyectos que refuercen la gestión sostenible de los recursos naturales.

La Política Global Medioambiental define las acciones prioritarias para prevenir, mitigar y controlar eficazmente los impactos ambientales. Establece directrices para fijar objetivos, asegurar el cumplimiento y fomentar la mejora continua dentro de un sistema integral de gestión ambiental. Los procedimientos de gestión contemplados en la Política y alineados con la norma ISO 14001 constituyen las medidas de protección y prevención en materia medioambiental.

El enfoque de gestión medioambiental viene marcado por los objetivos definidos en la Política Global:

1. Consumo eficiente de la energía y reducción de emisiones de gases de efecto invernadero.
2. Reducción de residuos.

Durante el ejercicio 2024 se ha avanzado en la evaluación de riesgos medioambientales, identificando los siguientes factores que podrían afectar a las operaciones:

- La utilización de nuevos materiales de envase en contacto con alimentos, ya que la falta de una regulación europea armonizada genera incertidumbre en términos de seguridad alimentaria, inercia química y posibles alérgenos en los materiales utilizados.
- Restricciones en el uso de químicos y plaguicidas para Desinfección, Desinsectación y Desratización (DDD), lo que podría aumentar el riesgo de plagas y contaminación microbiológica en nuestras instalaciones.
- El cambio climático y la resistencia antimicrobiana (RAM) representan un riesgo creciente al incrementar el riesgo de toxiinfecciones alimentarias, requiriendo un refuerzo en nuestros protocolos de higiene y control microbiológico.

Además, el Código Ético que alcanza y aplica a Starbucks España recoge el compromiso con el respeto al medio ambiente, la conservación de los recursos naturales y el fomento de un consumo responsable.

Con el objetivo de prevenir riesgos ambientales, la sociedad de Starbucks España está cubierta por un seguro de responsabilidad civil que cubre los posibles daños ambientales ocasionados por la actividad de nuestras unidades de negocio en España. Por otra parte, debido al bajo riesgo de que se produzcan impactos ambientales significativos, no se han contabilizado otras provisiones o garantías.

Consumos energéticos y lucha contra el cambio climático

El principal impacto identificado en los establecimientos es el consumo energético. Para mejorar la eficiencia, se priorizan medidas de ahorro en climatización e iluminación. Se busca renovar progresivamente los equipos, con inversiones que optimizan el consumo y la eficiencia energética.

Durante 2024, Starbucks ha seguido impulsando el programa Greener Stores, consiguiendo que el 100% de las nuevas aperturas cumplan con 23 criterios estándar y 3 electivos de sostenibilidad, establecidos por la marca a nivel global. Estas certificaciones, auditadas por un organismo externo, garantizan que cada nueva tienda Starbucks cumpla con estándares avanzados de sostenibilidad, desde la selección de materiales hasta la gestión eficiente de los recursos.

Por tanto, todas las aperturas de Starbucks España en el ejercicio han sido Greener Store. Además de la optimización de las nuevas aperturas, la compañía ha trabajado en la mejora y certificación de tiendas ya operativas. Estas certificaciones son un paso clave en nuestro compromiso de adaptar nuestros establecimientos existentes a los nuevos estándares de sostenibilidad.

Todas las cafeterías Greener Stores cuentan con al menos el 50% de energía renovable en su consumo. En cuanto a medidas de eficiencia energética, se realiza la instalación de equipos más eficientes y de iluminación LED, además, se estandarizan los horarios de uso energético y la temperatura para el uso de calefacción y de refrigeración.

Por otra parte, para reducir la contaminación acústica, todos los equipos susceptibles de producir ruidos y vibraciones llevarán *silentblocks* y cuellos anti-vibratorios en caso de extractores.

Tabla 1. Consumo energético directo (kWh) e indirecto (kWh)

Consumo directo de energía (KWh)	
Gas natural	2.153
Gasolina	16.805
Diésel	142.415
Propano	17.414
Consumo indirecto de energía (kWh)	
Electricidad	11.813.330

El consumo total de energía renovable asciende a 6.891.109 kWh. Este consumo proviene de electricidad adquirida con certificación de garantía de origen, representando el 58 % del consumo total de electricidad.

Por otro lado, reducir las emisiones a medio y largo plazo es un objetivo estratégico. La Política Global Medioambiental junto con el Modelo de Sostenibilidad marcan la hoja de ruta en materia de reducción de emisiones.

Tabla 2. Huella de Carbono (tCO₂e)

Fuentes de emisión	Emisiones (tCO ₂ e)
Alcance 1	184
Alcance 2	1.280
Total	1.464

Uso sostenible de los recursos y gestión de residuos

En relación con la utilización del recurso agua, se aplican medidas vinculadas a un consumo más racional y responsable en las cafeterías. Entre las medidas aplicadas, destacan las tecnologías de vanguardia para administrar el uso y la recuperación del agua en las cafeterías verdes con certificación Greener Store, reduciendo su consumo en un 30 % frente a tiendas sin esta certificación.

En el año 2024, el consumo de agua de Starbucks España fue de 237.525 m³. La gestión del abastecimiento y suministro de agua siempre se realiza en total concordancia con las limitaciones locales, extrayendo el agua consumida de las infraestructuras públicas.

Starbucks es una marca comprometida con el uso eficiente de materiales y la adecuada gestión de residuos. Los principales materiales utilizados en las cafeterías son el plástico, el papel y el cartón. Por ello, las medidas para mejorar la eficiencia se centran en la gestión de los envases, las bolsas y las servilletas.

Para optimizar la separación y reciclaje, existen en las cafeterías muebles específicos en todas nuevas aperturas y tiendas reformadas, facilitando a los clientes la clasificación de los residuos en tres espacios distintos.

La compañía cumple con la normativa sobre envases de un solo uso, eliminando hace años las pajitas de plástico y sustituyendo los envases desechables por opciones más sostenibles, como cartón y plástico reciclado. Dentro de los establecimientos se fomenta el uso de papel reciclado con certificación FSC. Además, se continúa trabajando en una gestión integral de residuos en las cafeterías, enfocada en la prevención, el reciclaje y el uso de materiales responsables.

Para el traslado de residuos a los puntos de recogida y contenedores, sigue las normativas municipales, mientras que los residuos de obra se entregan a gestores autorizados, garantizando su correcta gestión ambiental.

4. CUESTIONES SOCIALES Y RELATIVAS AL PERSONAL

Empleo de calidad

Starbucks España cerró el ejercicio contando con 2.218 colaboradores. Las personas colaboradoras son clave en la experiencia Starbucks, se trabaja para garantizar su bienestar, éxito e inclusión, promoviendo un ambiente acogedor para todos. De este modo, existe un compromiso para ofrecer empleo basado en la calidad, asegurando un entorno que impulsa el desarrollo profesional y personal.

Tabla 3. Número de profesionales por sexo, edad y categoría profesional a cierre de ejercicio (31 diciembre 2024)

Sexo	
Hombres	727
Mujeres	1.491
Edad	
18-29	1.566
30-49	627
50 o más	25
Categoría profesional	
Base operación	2.025
Gerentes operación	158
Analistas	7
Coordinadores	5
Gerentes	18
Subdirectores	4
Directores	1

Tabla 4. Promedio anual (FTE) de profesionales por tipo de contrato por sexo, edad y categoría profesional, ejercicio 2024.

	Indefinido	Temporal
Sexo		
Hombres	499,5	23,2
Mujeres	1.039,2	33,9
Edad		
18-29	1.004,4	50,8
30-49	512,3	6,4
50 o más	22,0	0,0
Categoría profesional		
Base operación	1.348,0	56,9
Gerentes operación	156,3	0,3
Analistas	7,0	0,0
Coordinadores	4,7	0,0
Gerentes	17,8	0,0
Subdirectores	4,0	0,0
Directores	1,0	0,0

Tabla 5. Promedio anual (FTE) de profesionales por modalidad de contrato por sexo, edad y categoría profesional, ejercicio 2024

	Jornada completa	Jornada parcial
Sexo		
Hombres	166,7	356,0
Mujeres	325,8	747,3
Edad¹		
18-29	191,6	863,6
30-49	284,8	233,8
50 o más	16,1	6,0
Categoría profesional		
Base operación	301,5	1.103,3
Gerentes operación	156,6	0,02
Analistas	7,0	0,0
Coordinadores	4,7	0,0
Gerentes	17,8	0,0
Subdirectores	4,0	0,0
Directores	1,0	0,0

Tabla 6. Número de bajas involuntarias* por sexo, edad y clasificación profesional, ejercicio 2024

Sexo	
Hombres	134
Mujeres	207
Edad	
18-29	274
30-49	67
50 o más	0
Categoría profesional	
Base operación	331
Gerentes operación	10
Analistas	0
Coordinadores	0
Gerentes	0
Subdirectores	0
Directores	0

*El número de bajas involuntarias incluye los despidos de Starbucks España.

Starbucks España busca garantizar la igualdad salarial por trabajos de igual valor. La Política Retributiva aplicable a la compañía se basa en justicia, equidad y no discriminación, con revisiones salariales según el desempeño. La brecha salarial es de 3,4%.

Tabla 7. Remuneraciones medias por sexo, edad y clasificación profesional (euros), ejercicio 2024

	Hombres	Mujeres
Sexo	19.979	19.294
Edad		
18-29	19.565	19.242
30-49	22.105	20.905
50 o más	48.809	28.728
Categoría profesional¹		
Base operación	19.269	18.971
Gerentes operación	26.331	26.278
Analistas	0	23.007
Coordinadores	39.435	43.832
Gerentes	45.672	46.788
Subdirectores	70.351	87.572

¹La categoría Directores está compuesta en su totalidad por miembros de la Alta Dirección/Consejeros. Las remuneraciones medias de consejeros y directivos no se exponen por protección de datos al contar la citada categoría profesional únicamente con una persona.

Organización del trabajo y relaciones sociales

La gestión del tiempo laboral se organiza con el objetivo de equilibrar las necesidades de los colaboradores y las exigencias de cada centro de trabajo. Por ello, en cada unidad de negocio se determina la correspondencia entre los requerimientos comerciales y operativos del centro y las demandas de los colaboradores. El total de horas de absentismo laboral durante el ejercicio 2024 han sido de 175.008.

El derecho a la desconexión laboral y su aplicación efectiva se recoge a través de las medidas establecidas en el Plan de Igualdad. Actualmente, no existe una política específica en materia de desconexión laboral. El Plan de Igualdad establece además otras medidas relacionadas con la flexibilidad para que nuestros profesionales puedan conciliar su vida personal y laboral:

- Horarios de entrada y salida flexibles, siempre que el puesto laboral lo permita.
- Horarios adaptados a guardería para profesionales bajo circunstancias específicas y justificadas.
- Profesionales con hijos y/o hijas menores de tres años pueden solicitar no trabajar fines de semana y festivos.
- Posibilidad de traslado a un centro de trabajo más cercano al domicilio.

Durante 2024 se trabajó en una herramienta para llevar a cabo el planificador de turnos y recepción de incidencias de nóminas a través de SAP. Esta herramienta se llama GIRNET y se implementó en todas las tiendas Starbucks España.

Por otra parte, la organización del diálogo social se basa en procedimientos estructurados para informar y consultar a los colaboradores, garantizando su participación en la toma de decisiones. Esto incluye canales de comunicación abiertos, reuniones periódicas y mecanismos de negociación que faciliten acuerdos justos y representativos, promoviendo un entorno laboral colaborativo y transparente.

En este sentido, la compañía garantiza una comunicación abierta y continua con la Representación Legal de los Trabajadores a través de comités específicos que permiten la consulta y participación de todas las partes implicadas. Un ejemplo de ello son los Comités Intercentros, encargados de tratar asuntos de carácter general que van más allá de las competencias de los comités individuales de cada centro. Además, se vela por mantener un diálogo constante y fluido con los profesionales y sindicatos, asegurando siempre el respeto al derecho de libertad de asociación y representación colectiva.

El convenio sectorial propio de Marcas de Restauración en España, creado en 2023, sigue siendo un referente en el sector, permitiendo la armonización de condiciones laborales en todas las empresas adheridas. Este convenio establece criterios comunes en materia salarial, jornadas mínimas o tiempos de descanso, asegurando igualdad de condiciones para los colaboradores. Este convenio afecta a Starbucks España. A lo largo del ejercicio 2024, el 100 % de nuestros profesionales han estado cubiertos por convenio colectivo.

Formación e igualdad

Starbucks promueve su cultura y valores fomentando la identificación con la marca. Sus procesos de selección evalúan solo competencias laborales, sin requerir datos personales, garantizando igualdad, transparencia y diversidad. Los canales de empleo son completamente digitales.

La política de formación promueve y facilita el crecimiento profesional de los colaboradores, garantizando igualdad de oportunidades. La responsabilidad principal de la capacitación recae en el gerente, quien debe velar por el cumplimiento de los plazos y procesos establecidos. Además, le corresponde supervisar que todas las personas colaboradoras reciban la preparación adecuada para desempeñar sus funciones de manera eficiente.

Starbucks cuenta con planes de desarrollo personalizados, mediante formación continua tanto digital como presencial y con la participación de un colaborador barista que ayuda a la persona que se incorpora durante sus primeras semanas en tienda. Con el plan de formación y desarrollo de Starbucks se puede alcanzar la promoción a diferentes niveles de responsabilidad en la compañía. La promoción varía según la unidad de negocio, pero en general, implica identificar talento, evaluar desempeño, capacitar y proponer ascensos.

En concreto, durante el año 2024 se han realizado las siguientes acciones:

- Formación liderazgo: programa especial de liderazgo enfocado a los managers y dirección operacional. Todos los líderes de la marca pasaron por la formación. Es interactiva y luego se complementa con una formación presencial realizada mediante talleres.
- Proud to be a Partner: programa formativo en igualdad y diversidad desarrollado por los propios colaboradores. Mediante la colaboración de los propios partners se llevan a cabo acciones que incluyen temas de igualdad y de formación en diversidad, inclusión de la mujer en el mundo laboral, masterclass de café y papel de la mujer dentro del sector del café.

Tabla 8. Horas de formación, ejercicio 2024

	Hombres	Mujeres
Categoría profesional		
Base operación	22.739	45.551
Gerentes operación	1.481	2.705
Analistas	0	217
Coordinadores	170	58
Gerentes	330	465
Subdirectores	10	107
Directores	30	0
Total	73.863	

El Plan de Igualdad, que engloba a la sociedad Starbucks España, establece los protocolos y procedimientos necesarios para asegurar el cumplimiento de los principios de igualdad, diversidad e inclusión. A su vez, incorpora objetivos destinados a fortalecer la perspectiva de género en la compañía y a definir un enfoque adecuado para su gestión. Entre las acciones destacadas para garantizar la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres destacan:

- La igualdad en los procesos de selección, contrataciones y promoción.
- Acciones de sensibilización, impulso a la formación y la creación de canales de comunicación.
- Cumplimiento de la política retributiva.
- Mejora de las medidas de conciliación.
- Prevención y eliminación del acoso sexual o por razón de sexo.

En 2024, además de la ratificación de la Política Anti-Acoso, se ha puesto el foco en la negociación y actualización del Plan de Igualdad. Este marco normativo en materia de igualdad incluye igualmente a la sociedad Starbucks Coffee España, S.L.U.

Este proceso incluye la integración de un Protocolo de Acoso Sexual y por Razón de Sexo, así como un Protocolo para Víctimas de Violencia de Género. Ambos protocolos están diseñados para ofrecer apoyo y protección a las personas colaboradoras que hayan podido ser víctimas de estas situaciones. La aprobación definitiva de este plan está prevista para 2025, lo cual marcará un paso crucial hacia la creación de un entorno laboral más seguro y equitativo.

Starbucks España trabaja para implementar acciones que ayuden a fomentar un empleo más inclusivo, garantizando la igualdad de oportunidades para grupos en situación de vulnerabilidad. Asimismo, se ajustan los puestos de trabajo según las necesidades de las personas con discapacidad, siempre que resulte viable y las circunstancias lo permitan.

En concreto, la marca Starbucks ha seguido avanzando en la apuesta por la diversidad con acciones como "Proud to be a Partner". Esta medida, en la que los propios colaboradores participan activamente en acciones de formación y sensibilización sobre igualdad y diversidad, promueve un entorno laboral donde cada persona pueda sentirse valorada y respetada.

A través del Protocolo de Incorporación para Personas con Discapacidad, garantizamos un proceso de incorporación eficaz e igualitario, desde el contacto con empresas y asociaciones especializadas en la inserción laboral de personas con discapacidad hasta el proceso de adaptación, acompañamiento y desarrollo. En este sentido, a 31 de diciembre de 2024, nuestro equipo estaba integrado por 15 personas con discapacidad.

Salud y seguridad laboral

La compañía prioriza la protección y el bienestar de sus colaboradores y demás personas vinculadas. Para ello, ha implementado un sistema de gestión basado en procesos que previene riesgos laborales y garantiza condiciones seguras en sus centros de trabajo.

La Política de Seguridad, Salud y Bienestar Laboral (PRL) establece las directrices para alcanzar estos objetivos, reflejando el compromiso con la seguridad laboral y el bienestar organizacional. Además, define principios, compromisos y medidas de prevención y control de riesgos.

En Alsea se ha desarrollado e implantado un Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo de acuerdo con lo establecido en la Norma ISO 45001, el Modelo de la OMS Entornos Laborales Saludables y el Marco Legal aplicable en Seguridad y Salud en el Trabajo (SST).

Hay diferentes Comités de Seguridad y Salud intercentros con los que se organizan reuniones con carácter trimestral donde se tratan todos los temas propuestos por parte de la Representación Legal de los Trabajadores y donde se explica la actualidad de los temas de seguridad y salud laboral, así como futuras acciones y proyectos por parte del Área de Salud Laboral.

El Servicio de Prevención Mancomunado, asume las disciplinas técnicas de Seguridad Laboral, Higiene Industrial y Ergonomía y Psicología Aplicada. Asimismo, se mantiene el servicio de Medicina del Trabajo. El Área de Seguridad, Salud y Bienestar es la encargada de elaborar la evaluación de riesgos de todos los puestos de trabajo, todos los centros y todos los equipos e instalaciones de trabajo. El marco de salud y seguridad descrito alcanza en todos los casos a la sociedad Starbucks Coffee España, S.L.U.

Se llevó a cabo una investigación y análisis exhaustivo de la totalidad de los accidentes laborales y las enfermedades profesionales, con el propósito de identificar sus causas y aplicar las medidas correctivas necesarias.

Tabla 9. Accidentes de trabajo y enfermedades profesionales, ejercicio 2024

	Hombres	Mujeres
Accidentes totales	20	48
Accidentes con baja	10	28
Enfermedades profesionales	0	0

Tabla 10. Índices de accidentabilidad, ejercicio 2024

	Hombres	Mujeres
Índice de frecuencia ¹	10,18	13,88
Índice de gravedad ²	0,16	0,33

¹"Accidente laboral con baja por cada 1.000.000 horas trabajadas"

²"Días no trabajados por accidente laboral por cada 1.000 horas trabajadas"

Además, se realizan formaciones preventivas destinadas a cuestiones de salud y seguridad laboral, como formaciones iniciales sobre riesgos y medidas preventivas en el puesto de trabajo, formaciones continuas y de reciclaje anual en PRL y formaciones para equipos gerenciales dentro de los programas de formación de líderes.

Starbucks impulsa el bienestar físico, mental y social de su equipo. La salud física se refuerza mediante campañas de sensibilización sobre seguridad laboral. Dado el entorno laboral exigente del sector, la compañía desarrolla diagnósticos y liderazgo saludable para brindar apoyo psicoemocional a sus colaboradores.

En esta línea, se cuenta con programas enfocados en la salud mental adaptados a sus necesidades específicas de marca. Por ejemplo, durante este ejercicio, se ha implementado el programa STAR BIEN, enfocado en mejorar el día a día de los colaboradores. Para ello, se realizaron encuestas psicosociales a los gerentes de la marca, seguidas de focus groups, en los cuales se analizaron diferentes propuestas de mejora. Como resultado, se identificaron 500 iniciativas, de las cuales 60 se han implementado al considerarse viables y de impacto positivo en la operación diaria.

5. RELACIÓN CON LAS COMUNIDADES Y DESARROLLO SOSTENIBLE

La compañía mantiene un firme compromiso con el desarrollo sostenible, la empleabilidad y el progreso local. Su impacto positivo en las comunidades se refleja en la generación de empleo, el fortalecimiento del territorio y la colaboración con actores sociales. A través del diálogo y alianzas estratégicas, impulsa un crecimiento inclusivo y responsable.

Tabla 11. Resumen de acciones comunitarias¹, ejercicio 2024

Beneficiarios	Voluntarios	Horas de voluntariado	Número de ONGs
6.025	199	1.717	30

¹Incluye acción social, acción medioambiental, aperturas con causa y programas de empleabilidad.

Durante el año 2024, más de 200 personas han sido beneficiadas por los programas de educación, capacitación y empleabilidad promovidos por Starbucks España y con la colaboración de más de 50 personas voluntarias.

La compañía establece alianzas estratégicas para generar valor social y atender las necesidades comunitarias. La prioridad es impulsar la colaboración y el diálogo entre empresa, organizaciones y sociedad. Para maximizar el impacto, se trabajan con plataformas relevantes y se fomenta la participación en eventos que conectan con actores clave y comunidades locales.

La suma de las donaciones a asociaciones y entidades sin ánimo de lucro a través de las aperturas con causa, proyectos de impacto medioambiental, organizaciones con proyectos sociales o de empleabilidad a lo largo del año 2024 asciende a 267 mil euros.

Tabla 12. Asociaciones y entidades sin ánimo de lucro, ejercicio 2024

- Acción contra el Hambre
- AFA
- AGISDEM
- APACOR
- ARGAR
- ASAMMA
- ASANOG
- ASION
- ASPACE
- AVAPACE
- CEAR
- Centro Espiral
- Cruz Roja
- DOWN España
- Fundación Aladina
- Fundación Tomillo
- Menudos Corazones
- Oncolliga
- Pindari
- Respiralia
- SEO BirdLife
- Worldvision
- Xatrac

Además, durante el mes de abril celebramos el Global Month of Good, en el cual Starbucks España participó apoyando diferentes acciones de voluntariado en apoyo a la juventud, comedores sociales, personas refugiadas o al medioambiente.

Por otro lado, la Fundación Starbucks respalda diversos proyectos centrados en el empoderamiento juvenil, la inclusión laboral y la lucha contra el hambre. De esta forma, ha promovido el desarrollo de proyectos de impacto social financiando a Starbucks España con 100 mil euros.

Creación de valor social y de desarrollo de los territorios

Donaciones

Aperturas con causa

Proyecto estratégico que persigue crear vínculos sostenibles y significativos entre los negocios y las comunidades locales al inaugurar nuevos establecimientos. En el primer día de apertura, se apoya a una organización social local financiando uno de sus proyectos mediante la donación íntegra de la recaudación del día.

Starbucks ha logrado una fuerte conexión con las comunidades locales, lo que se refleja en sus aperturas, que buscan establecer lazos con entidades sociales locales y generar un impacto directo en la zona. Estas asociaciones refuerzan el tejido social, destinando los fondos recaudados a quienes más lo necesitan. Tras la inauguración, el vínculo con las organizaciones se mantiene y se profundiza mediante acciones de voluntariado y colaboración constante.

En el ejercicio 2024, se ha colaborado con diversas organizaciones como: Asociación de Familiares de personas enfermas de Alzheimer y otras demencias (AFA), Asociación para la Integración de Personas con Discapacidad Psíquica (AGISDEM), Asociación de Pacientes Coronarios (APACOR), Asociación de Padres de Niños Con Cáncer (ARGAR), Asociación de Mujeres Operadas de Cáncer de Mama (ASAMMA), Asociación de Cáncer Infantil y Juvenil de Galicia (ASANOG), Asociación Infantil Oncológica (ASION), ASPACE, Asociación Valenciana de Ayuda a la Parálisis Cerebral (AVAPACE), Centro Espiral, DOWN España, Menudos Corazones, Oncolliga, Federación de Plataformas Sociales Pinardi, Respiralia, Associació Mediambiental Xatrac.

Este enfoque no solo genera un impacto tangible en las nuevas localidades, sino que también fortalece el orgullo y sentido de pertenencia entre los colaboradores, quienes participan activamente en las iniciativas solidarias. Durante el 2024, Starbucks en España ha estado involucrada en este proyecto a través de las aperturas de nuevos locales, recaudando 66.456 euros y con más de 2.443 beneficiarios.

Acción contra el Hambre

Colaboración a través del programa de gestión del excedente alimentario llamado **1x2**. Este programa promueve la venta del producto que se va a desechar al final del día reduciendo su precio al 50% y donando el 100% de su venta a la organización Acción contra el Hambre.

Durante 2024 se han vendido un total de 57 mil productos bajo este programa, lo que supone un total de prácticamente 200 mil euros recaudados para la organización.

Cruz Roja

La compañía apoya proyectos desarrollados en colaboración con la Cruz Roja enfocados a la formación y empleabilidad de colectivos en situación de vulnerabilidad a nivel nacional. Estos proyectos están diseñados para ofrecer capacitación y recursos que faciliten la inserción laboral de personas que enfrentan dificultades sociales y económicas, brindándoles las herramientas necesarias para acceder a un empleo digno y mejorar su calidad de vida

Además, en respuesta a la catástrofe provocada por la DANA a finales de 2024, se ha colaborado con la Cruz Roja a través de donaciones para ayudar a las víctimas de este desastre natural, con el fin de proporcionar asistencia urgente a las personas afectadas.

Acción social

Comisión Española de Ayuda al Refugiado (CEAR)

En colaboración con CEAR se impulsa el programa "En la Línea de Salida", que ofrece formación laboral en cafetería a personas en situación de asilo o refugio, con el objetivo de facilitar su inserción sociolaboral.

A través de mentorías y tutorización, se apoya el desarrollo de estas personas dentro de la marca, creando una red externa de apoyo. Los colaboradores de Starbucks España participan activamente en el proceso, tanto como tutores en la formación profesional como mentores en la integración y el desarrollo de los participantes.

Fundación Aladina

La compañía colabora con la Fundación Aladina en su Mercadillo Navideño anual, contribuyendo con la donación de merchandising y productos para su venta. Los ingresos obtenidos de estas ventas son destinados a la Fundación, apoyando su labor en la ayuda a menores que luchan contra el cáncer. Además, las donaciones también contribuyen a financiar investigaciones relacionadas con el tratamiento del cáncer infantil.

Fundación Tomillo

Starbucks España colabora con la Fundación Tomillo en proyectos relacionados con la formación de jóvenes interesados en el mundo de la hostería a través de la realización Masterclass en diferentes ámbitos del sector.

SEO BirdLife

En colaboración con SEO BirdLife se llevaron a cabo actuaciones de voluntariado ambiental con el objetivo de promover el cuidado del entorno, formando de esta forma parte activa de las comunidades locales.

El objetivo es concienciar y mostrar a los colaboradores y familias la importancia de cuidar el entorno. En este sentido, se llevaron a cabo limpiezas en entornos naturales, principalmente en montes, y se realizaron labores de erradicación de plantas exóticas que afectan a la fauna y flora local.

Worldvision

Junto a Worldvision, Starbucks España ofrece apoyo en comedores sociales, donde los colaboradores ayudan en la entrega de alimentos y en la formación de los usuarios. Además, se continúa contribuyendo al apoyo de la inclusión en el mercado laboral y en la provisión de comida básica a las personas necesitadas.

Fundación Starbucks

Un capítulo aparte merece el apoyo de la Fundación Starbucks a diferentes proyectos de Alsea en Europa, poniendo foco en materia de empoderamiento de la juventud, diversidad e Inclusión laboral y lucha contra el hambre. Gracias a esta financiación, a nivel Europa se ha podido apoyar a un total de 8 organizaciones. Este apoyo se ha llevado a cabo tanto para la financiación de los proyectos como para la involucración de personas voluntarias de la marca:

Empoderamiento de la Juventud, Diversidad e Inclusión:

- Fundación Tomillo, "Cocina Tu Futuro": Tiene como objetivo formar jóvenes en situación de vulnerabilidad a través de la Formación para el Empleo en el mundo de la hostelería.

- Financiación de 20.000 €.
- 40 jóvenes beneficiarios.
- 17 personas voluntarias.
- Fundación de Plataformas Pinaradi, “+Talento”: su objetivo está enfocado a dotar a jóvenes de herramientas y habilidades para continuar con su formación profesional y poder avanzar en su carrera profesional, a través de formaciones, charlas y acompañamiento de mentores;
 - Financiación de 15.000 €.
 - 30 jóvenes beneficiarios.
 - 3 personas voluntarias.
- CEAR, “Empleabilidad para Jóvenes Migrantes Refugiados”: Está enfocado a mejorar la empleabilidad de las personas migrantes y refugiadas, recién llegadas a España a través de la enseñanza del castellano, formación en cómo crear CV y cómo comenzar la búsqueda de empleo.
 - Financiación de 48.000 €.
 - 80 personas beneficiarias.
 - 39 personas voluntarias.

Lucha Contra el Hambre:

- Worldvision, “Centro de Nutrición Alimentaria a Familias en Situación de Pobreza o en Riesgo de Exclusión Social”: este proyecto otorga fondos directos al Comedor Social Vicente de Paúl, para la financiación de alimentación de sus usuarios y familias que acuden al Centro, así como formaciones a los usuarios del centro para la búsqueda de empleo:
 - Financiación de 17.000 €.
 - 3.348 personas beneficiarias.
 - 12 personas voluntarias.

Consumo responsable y oferta inclusiva

Starbucks busca mejorar el bienestar de las personas promoviendo hábitos de consumo saludables y sostenibles. Para ello, ajusta su oferta y establece alianzas estratégicas que benefician a comunidades y grupos de interés.

La compañía se compromete a ofrecer opciones inclusivas, integrando alternativas más saludables que cubren las diversas necesidades de sus consumidores. Su objetivo principal es satisfacer las demandas de los clientes y ampliar las opciones ofertadas. De esta forma, se ofrecen opciones para personas con intolerancias o alergias alimentarias, opciones veganas o bebidas bajas en azúcar.

Por otra parte, Starbucks España también trabaja en una gestión basada en la prevención y control de excedentes con el objetivo de reducir y mitigar el desperdicio alimentario. De esta forma, las cafeterías cuentan con sistemas de información para ajustar pedidos mediante la realización de estimaciones del consumo. A través de este mecanismo, se anticipan las necesidades de suministro a los almacenes y la preparación diaria de los productos.

Se cuenta con protocolos que facilitan la donación del excedente generado en los almacenes cuando se realiza un cambio de menú o receta. Las donaciones de productos, dentro del marco de la iniciativa solidaria, se efectúan cerca de la fecha de vencimiento, con el fin de minimizar el desperdicio de alimentos y promover un consumo más consciente y responsable. De esta forma, en 2024, hemos logrado donar al Banco de Alimentos más de 200 kilos de excedente de alimentos de nuestros almacenes.

Por último, en el marco del consumo sostenible y responsable, Starbucks España se ha comprometido a utilizar huevos 100 % libres de jaula. La compañía quiere promover el bienestar animal desde su actividad. Por ello, colaborando con los proveedores, se quiere mantener ese objetivo en los procesos de abastecimiento.

6. RELACIONES CON LA CADENA DE VALOR

Relaciones comerciales con la cadena de suministro

Starbucks España promueve relaciones comerciales con sus proveedores basadas en actuaciones éticas y responsables. El Código Ético junto la Política Global de Compras y la Política Corporativa sobre el Control de Terceros Proveedores, reflejan el compromiso de fomentar vínculos con los proveedores sustentados en el cumplimiento y las buenas prácticas corporativas, con la finalidad de identificar y mitigar posibles riesgos.

Starbucks trabaja para que se cumplan los estándares básicos ligados a la ética, respeto de los derechos humanos, respeto de la seguridad y salud en el trabajo y por el medio ambiente y la sostenibilidad, junto a la aplicación de la legislación vigente que sea aplicable a cada caso.

La Política de Compras es el marco de referencia para establecer los principios y requerimientos a seguir en las relaciones comerciales con la cadena de suministro. Los procedimientos y actividades de compras deben ser coherentes con los principios establecidos en la citada política. De la misma forma, todo el proceso de compras debe seguir las directrices del Código Ético e incluir aspectos relacionados con criterios sociales, laborales y medioambientales.

Por último, la Política sobre el Control de Terceros Proveedores fomenta entre los proveedores la aplicación de conceptos básicos sobre las políticas del marco normativo en materia de derechos humanos y laborales, salud, seguridad laboral, respeto del medio ambiente y un comportamiento ético y responsable; así como la implementación de buenas prácticas de Responsabilidad Corporativa.

Starbucks España, dentro de la gestión de Alsea, cuenta con un Procedimiento de Homologación de Proveedores en Calidad y Seguridad Alimentaria. Este procedimiento define la metodología para evaluar, aprobar y dar seguimiento a los posibles proveedores, alcanzando tanto suministradores de alimentos como a aquellos que ofrecen servicios que impactan la calidad del producto y la seguridad alimentaria. La reputación del proveedor, las certificaciones en la materia o el nivel de riesgo asociado determinan el procedimiento de homologación.

Para garantizar el cumplimiento de los estándares de salud y seguridad alimentaria, se llevan a cabo auditorías a los proveedores homologados. Durante 2024 se han realizado 13 auditorías a proveedores. Estas auditorías están realizadas estrictamente en términos de criterios de calidad y seguridad alimentaria. El 100 % de los proveedores, productos y servicios fueron evaluados en materia de salud y seguridad alimentaria. El detalle de la evaluación se establece en función de su impacto en la seguridad alimentaria.

Además, en 2024 se está avanzando en el Procedimiento de Homologación de Proveedores basado en criterios de cumplimiento normativo, responsabilidad social, sostenibilidad y salud y seguridad ocupacional (PRL). La evaluación de proveedores consiste en un cuestionario detallado para evaluar las expectativas, requisitos y procedimientos desde tres puntos de vista diferentes: ambiental, social y de gobernanza (criterios ASG).

Relaciones con los consumidores

En Starbucks se ha trabajado durante 2024 en crear entornos acogedores que inviten a disfrutar de exquisitas bebidas y cafés, donde la amabilidad y la calidez de los baristas son la clave de la “Experiencia Starbucks”. Garantiza los más altos estándares de calidad y servicio, fusionando la herencia con innovación para ofrecer nuevas experiencias para disfrutar.

Además, la experiencia del cliente se refuerza a través de campañas de gran impacto, destacando el anuncio de Navidad más exitoso en la historia de la marca en España y la colaboración sin precedentes con “La Casa del Dragón”.

La satisfacción y fidelización de nuestros clientes es un pilar fundamental en nuestra organización. Garantizar la calidad y la seguridad alimentaria de todos los productos y servicios ofertados es una prioridad. Así, la principal herramienta normativa interna es la Política de Calidad y Seguridad Alimentaria, que alcanza tanto a las operaciones propias como franquiciados y proveedores.

Starbucks España y todas unidades de negocio bajo su marca gestionan diariamente el sistema de Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (APPCC). Este sistema incorpora procedimientos y controles alineados con los estándares de calidad, diseñados para anticipar y reducir los riesgos asociados tanto a los productos alimentarios como a las operaciones diarias en cafeterías. Asimismo, también permite garantizar el cumplimiento de rigurosas medidas de seguridad e higiene en los establecimientos.

Se realizan auditorías internas y externas para evaluar el cumplimiento y gestionar riesgos, incluyendo análisis microbiológicos. Durante 2024 se han realizado un total de 624 auditorías de seguridad alimentaria en establecimientos de Starbucks España.

También se miden diferencias entre auditorías anunciadas y no anunciadas. En 2024, los Premios Q reconocieron locales con más del 95% en auditorías no anunciadas de calidad. Además, se promueve la formación en calidad y seguridad alimentaria a los colaboradores.

Por otra parte, Starbucks asegura el cumplimiento normativo y protege la información mediante la Política de Protección de Datos. Garantiza la confidencialidad y evalúa la precisión de los datos, reforzando la digitalización con tecnologías innovadoras para mejorar la experiencia del cliente y fortalecer la seguridad de la información.

Starbucks Rewards es el programa global de fidelización de Starbucks. A través de este programa, los clientes acumulan “Estrellas” con cada compra, que luego pueden canjear por bebidas u otros beneficios dentro de los dos niveles del programa: Green y Gold.

En 2024 se ha incorporado una nueva modalidad llamada MOP, que permite a los clientes realizar pedidos directamente a través de la app y recogerlos en tienda, ofreciendo una experiencia más rápida y conveniente.

Además, la app cuenta con diferentes compatibilidades con lectores de pantalla, así como con opciones de personalización inclusiva de los pedidos, incluyendo en los espacios en las tiendas, por lo que trabaja para promover la accesibilidad de todas las personas.

La opinión de clientes y socios en relación con su experiencia en las cafeterías de Starbucks es importante. De esta forma, se establece una comunicación cercana a través de la Encuesta Continua de Satisfacción del Cliente, dando seguimiento a sus valoraciones y ofreciendo un canal de escucha activo.

En cuanto a consultas y reclamaciones, el sistema de atención al socio de Starbucks Rewards soluciona directamente las incidencias a través del Contact Center, que podría variar según su nivel de criticidad, el tipo de reclamación o consulta.

Diariamente trabajamos para resolver al menos el 90 % de las incidencias en un máximo de 3 días laborables. A día 31 de diciembre de 2024 se han recibido y resuelto durante el año 9.507 consultas y reclamaciones.

7. INFORMACIÓN FISCAL

El Beneficio antes de impuestos de Starbucks España asciende a 8.435 miles de euros a cierre de ejercicio 2024. Por otra parte, la sociedad Starbucks Coffee España, S.L.U. se encontraba en el Grupo Fiscal para el Impuesto sobre beneficios pagados en 2024, siendo el Grupo Fiscal Food Service Project S.A. quién consolida el pago del citado impuesto. Esta información consolidada aparece en el Estado de Información No Financiera Food Service Project S.A. 2024. Por último, durante 2024 Starbucks España ha recibido subvenciones por valor de 28.734 euros.

8. ÍNDICE DE CONTENIDOS LEY 11/2018 SOBRE INFORMACIÓN NO FINANCIERA Y DIVERSIDAD

Índice de contenidos relativo a los requerimientos expuestos por la Ley 11/2018, de 28 de diciembre, por la que se modifica el Código de Comercio, el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, y la Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas, en materia de información no financiera y diversidad.

Ley 11/2018	Comentario / Páginas
Entorno empresarial	3-10
Organización y estructura	3-6
Mercados en los que opera	3-4
Objetivos y estrategias	6-9
Factores y tendencias que pueden afectar a su evolución	6-9
Descripción y resultados de las políticas	3-26
Principales riesgos asociados	6-9
ASPECTOS MEDIOAMBIENTALES	
General	
Efectos actuales y previsibles de las actividades de la empresa en el medioambiente, en su caso en la salud y la seguridad	11
Procedimientos de evaluación o certificación ambiental	11
Recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales	11-13
Aplicación del principio de precaución, cantidad de provisiones y garantías para riesgos ambientales	11

Medidas para prevenir, reducir o reparar las emisiones de carbono que afecten gravemente el medio ambiente	11-12
Contaminación atmosférica específica de una actividad incluido el ruido y la contaminación lumínica	11-12
Economía circular y prevención y gestión de residuos	
Medidas de prevención, reciclaje, reutilización, otras formas de recuperación y eliminación de deshechos; acciones para combatir el desperdicio de alimentos	11, 13, 23-24
Uso sostenible de los recursos	
Consumo de agua y suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales	13
Consumo de materias primas y medidas adoptadas para mejorar la eficiencia en su uso.	11, 13
Consumo directo e indirecto de energía	12
Medidas para mejorar la eficiencia energética y el uso de energías renovables	11-12
Cambio climático	11-12
Protección de la biodiversidad	Starbucks España no es propietaria de suelo en hábitats ricos en biodiversidad y durante 2024 no se han registrado impactos sobre la biodiversidad ni sobre áreas protegidas, patrimonio universal o reservas de la biosfera.
CUESTIONES SOCIALES Y RELATIVAS AL PERSONAL	
Empleo	
Número total y distribución de empleados por sexo, edad, país y clasificación profesional	14
Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo, promedio anual de contratos indefinidos, contratos temporales y contratos a tiempo parcial por sexo, edad y clasificación profesional	14-15
Número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional	15
Remuneraciones medias y evolución desagregada por sexo, edad y clasificación profesional o igual valor	16
Brecha salarial, la remuneración por puestos de trabajo iguales o de media de la sociedad	15-16
Remuneración media de los consejeros y directivos incluyendo la retribución variable, dietas, indemnizaciones, el pago de los sistemas de previsión de ahorro a largo plazo y cualquier otra percepción desagregada por sexo	16
Implantación de políticas de desconexión laboral	16-17
Empleados con discapacidad	18

Organización del trabajo	
Organización de tiempo de trabajo	16-17
Número de horas de absentismo	16
Medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio corresponsable de estos por parte de ambos progenitores	16-18
Salud y seguridad	19-20
Relaciones Sociales	16-20
Formación	17-20
Igualdad y diversidad	
Accesibilidad universal de las personas con discapacidad	18
Igualdad	17-18
INFORMACIÓN SOBRE EL RESPETO DE LOS DERECHOS HUMANOS	
Procedimientos de diligencia debida en materia de DDHH	9-10
Prevención de los riesgos de vulneración de DDHH y, en su caso, medidas para mitigar, gestionar y reparar posibles abusos cometidos; denuncias por casos de vulneración de DDHH	
Promoción y cumplimiento de las disposiciones de los convenios fundamentales de la OIT relacionadas con el respeto por la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva	
Eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación; Eliminación del trabajo forzoso u obligatorio; Abolición efectiva del trabajo infantil	
INFORMACIÓN RELATIVA A LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN Y EL SOBORNO	
Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno	10
Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales	
Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro	
INFORMACIÓN SOBRE LA SOCIEDAD	
Compromiso de la empresa con el desarrollo sostenible	3-11, 20-23
Subcontratación y proveedores	24
Consumidores	25-26
Información fiscal	26