

**INFORME  
NO  
FINANCIERO  
2023**

**GRUPO  
SIBUYA**

# ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

**3**

FORMACIÓN

**32**

MODELO DE NEGOCIO

**5**

CUESTIONES AMBIENTALES

**39**

ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO

**10**

SOCIEDAD

**49**

CULTURA (VALORES; VISIÓN Y MISIÓN)

**12**

LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN Y EL SOBORNO

**61**

GESTIÓN DE ASPECTOS NO FINANCIEROS

**13**

RESPECTO DE LOS DERECHOS HUMANOS

**63**

PERSONAL

**15**

ANEXOS

**64**

# INTRODUCCIÓN

## **ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA DE GRUPO SIBUYA**

El presente documento de Estado de Información no Financiera, se ha elaborado conforme a la legislación vigente cumpliendo con el marco legal en vigor, dentro de los preceptos observados por la Ley 11/2018 del 28 de Diciembre del 2028 que hace referencia a la Información no Financiera y Diversidad, aprobada el 13 de diciembre de 2018 en el Congreso de los Diputados, por la que se modifican 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, que emana del Real Decreto Ley 18/2017, de 24 de noviembre.

Durante el proceso de elaboración se han considerado también otros textos complementarios que hacen mención a las directrices para presentar informes no financieros, como los emanados de la Comisión Europea (2017/C 215/01) y de algunos indicadores recogidos en los estándares del GRI (Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad de la Global Reporting Initiative).

## **CRECIMIENTO SOSTENIDO Y SOSTENIBLE COMO LEIT MOTIV DE LA COMPAÑÍA**

El presente informe no financiero se elabora para proporcionar una visión integral del desempeño y los compromisos de GRUPO SIBUYA SL en relación con sus objetivos de crecimiento sostenido y sostenible, que se muestran en parte, y entre otros, alineados

con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas, con horizonte a 2030.

### **Objetivos de Crecimiento Sostenido**

GRUPO SIBUYA ha establecido una estrategia clara para su expansión y consolidación en el mercado. Entre los principales objetivos se incluyen:

**La expansión geográfica:** La meta es abrir nuevos locales en ubicaciones estratégicas, tanto a nivel nacional como internacional, aumentando la cuota de mercado y llevando su experiencia gastronómica a un público más amplio.

**El aumento del empleo:** Con la apertura de nuevos establecimientos, y la consolidación del Head Office y las instalaciones logísticas en León, GRUPO SIBUYA se compromete a generar empleo, ofreciendo condiciones laborales justas y oportunidades de desarrollo profesional.

**Innovación y Calidad:** El crecimiento se basa en la constante innovación de productos y servicios, asegurando que cada local mantenga altos estándares de calidad, mejorando la eficiencia y la experiencia del cliente.

### **Objetivos de Crecimiento Sostenible**

GRUPO SIBUYA integra la sostenibilidad en su modelo de negocio, apostando por:

**La Igualdad y Diversidad:** Con políticas que promueven la igualdad de género y la inclusión, asegurando igualdad de oportunidades para todos, independientemente de su género, origen étnico o condición social.



El cuidado del Medioambiente: Adoptando prácticas responsables en el uso de recursos, gestión de residuos y reducción de emisiones de carbono, implementando tecnologías que fomentan el ahorro energético en sus locales e instalaciones logísticas y minimizando el desperdicio alimentario.

El Desarrollo Sostenible de las Comunidades: Contribuyendo al desarrollo económico y social de las comunidades donde opera, apoyando a proveedores locales, ofreciendo programas de formación para empleados y participando en proyectos comunitarios que promuevan la sostenibilidad.

GRUPO SIBUYA se encuentra en un camino de crecimiento sólido y sostenible, comprometido con la creación de valor económico, social y ambiental, en línea con los objetivos globales de desarrollo sostenible. Este informe detalla las acciones y logros en este recorrido, destacando su compromiso con un futuro próspero y responsable para todos.

#### **ASPECTOS DE RELEVANCIA CLAVE, ALTA Y MEDIA**

Para el mantenimiento de un crecimiento sostenido y sostenible hay que distinguir varios aspectos de relevancia a la hora de conseguir los objetivos.

##### **Relevancia Clave**

- Empleo
- People como estrategia de cuidado de las personas
- Seguridad laboral y alimentaria
- Acciones por el Clima

##### **Relevancia Alta**

- Formación
- Gestión del desperdicio
- Apuesta por Proveedores locales
- Igualdad y diversidad

##### **Relevancia Media**

- Marketing honesto
- Logística sostenible
- Lucha contra la corrupción y el blanqueo de capitales
- Fomento de la salud pública

El presente documento ha sido sometido a controles de auditoría externa independiente para garantizar su veracidad, incluyéndose en los anexos el alcance de dicho proceso.



# MODELO DE NEGOCIO

## QUÉ ES GRUPO SIBUYA

GRUPO SIBUYA es un proyecto de Restauración Organizada que opera en España y Portugal las marcas SIBUYA URBAN SUSHI BAR y KAMADO ASIAN FOOD. A finales de 2023 cuenta con 65 restaurantes (55 de SIBUYA y 10 de KAMADO

ASIAN FOOD) y da empleo a más de 1000 personas incluyendo los trabajadores de los restaurantes propios y los franquiciados repartidos por España y Portugal, y las oficinas centrales y el bloque logístico que se encuentran situadas en el municipio de León.

## MARCAS DEL GRUPO SIBUYA



URBAN SUSHI BAR

Los Restaurantes SIBUYA URBAN SUSHI BAR nacieron enfocados a nuevos conceptos de sushi, mucho más atrevidos, innovadores y originales, con una carta con toques diferentes a un restaurante japonés tradicional. Una cuidada y estudiada decoración hacen que SIBUYA URBAN SUSHI BAR sea el lugar perfecto para degustar cocina japonesa y vivir una experiencia

única, basada en una cocina de lujo a precios asequibles con un ticket medio muy razonable. Los locales SIBUYA son lugares especiales, diseñados con elementos naturales y cálidos, que ofrecen al cliente un espacio acogedor, lleno de detalles, que convierten la degustación de sushi y otras especialidades de la carta en un momento perfecto para el relax y el disfrute.



### CONCEPTO

SIBUYA trae a España un nuevo concepto de sushi, valiente y original, basado en una carta con matices diferentes a los de un restaurante japonés tradicional con unas recetas de sushi innovadoras que sorprenden y entusiasman al cliente.



### CALIDAD

En SIBUYA la originalidad y la calidad van de la mano. Esto sólo se puede lograr cuando los procesos y los ingredientes sean siempre de las primeras calidades. Con ello conseguimos que la experiencia y el sabor de nuestros platos sea inigualable.



### CARTA

La carta de SIBUYA es pura innovación y variedad. Atún, Salmón, Pollo, Langostinos... y nuestro sushi flambeado que no deja indiferente. Una carta pensada para clientes atrevidos y tradicionales, con posibilidades para los más sanos o para los amantes de las salsas.



### EXPERIENCIA

Los locales SIBUYA son lugares perfectos para desconectar. Música y ambiente chill, atención al detalle y sushi delicioso que convierten cada comida o cada cena en una auténtica experiencia para disfrutarla en soledad o, mucho mejor, en compañía.



# KAMADO

## ASIAN FOOD

En los Restaurantes **KAMADO ASIAN FOOD** conviven lo mejor de la gastronomía asiática de seis países: Tailandia, Malasia, Vietnam, Corea, China y Japón... países con una tradición cultural culinaria única.

Locales donde se sirve una oferta culinaria vanguardista única en España, con una performance potente que atrapa al cliente desde el primer plato, ya sea exótico o "spicy".



### CONCEPTO

**KAMADO** trae a España el sabor de Asia poniendo a disposición del público los mejores y más sabrosos platos que se servirían en cualquier callejón asiático, reproducidos fielmente para teletransportarse en cuerpo y alma.



### CALIDAD

Restaurantes donde hay un protagonista esencial, el **horno japonés KAMADO**, conocido por su cocción lenta y a baja temperatura que consigue en todos los platos ese sabor tan explosivo y característico que hace las delicias del público.



### CARTA

La carta de **KAMADO** es pura vanguardia. Compuesta por una gran variedad de platos, donde destacan los Curry, los Ramen, unos Baos alucinantes, el Pad Thai que todo el mundo admira o las Costillas y el Pato homeados en el **KAMADO**, sin olvidar los alocados Cócteles.



### ESCENA

Rabiosamente urbanos y con ese toque callejero tan logrado, los locales de **KAMADO** representan una experiencia viajera excitante, en la que no faltan ni las luces de neón ni el ruido de fondo tan característico de los callejones más importantes de Asia.

# PROPUESTAS DE VALOR DIFERENCIALES FRENTE A LA COMPETENCIA

## PROPUESTA DE VALOR DIFERENCIAL DE SIBUYA URBAN SUSHI BAR

SIBUYA URBAN SUSHI BAR redefine la experiencia del sushi con un enfoque atrevido, innovador y original. Nuestra propuesta de valor se sustenta en tres pilares clave:

**INNOVACIÓN GASTRONÓMICA** Ofrecemos una reinterpretación audaz de la cocina japonesa, fusionando ingredientes frescos y técnicas innovadoras para crear platos únicos y sorprendentes, alejados de los conceptos tradicionales.

**AMBIENTE ACOGEDOR Y MODERNO** Nuestros locales, diseñados con elementos naturales y cálidos, proporcionan un espacio acogedor y lleno de detalles. La cuidada decoración y el entorno desenfadado crean el lugar perfecto para relajarse y disfrutar de una experiencia gastronómica incomparable.

**CALIDAD Y ASEQUIBILIDAD** En Sibuya, la excelencia culinaria es accesible para todos. Con una relación calidad-precio excepcional, ofrecemos cocina de lujo a precios razonables, logrando un equilibrio perfecto entre calidad, innovación y coste.

**SIBUYA URBAN SUSHI BAR** se destaca por su encaje producto-mercado perfectamente equilibrado. No somos un restaurante japonés tradicional con un ticket medio elevado, ni un buffet de sushi de entrada a mercado. En cambio, ofrecemos una experiencia gastronómica única y sofisticada, manteniendo una oferta accesible y atractiva para una amplia variedad de clientes.



## PROPUESTA DE VALOR DIFERENCIAL DE KAMADO ASIAN FOOD

KAMADO ASIAN FOOD ofrece una experiencia gastronómica única basada en la cocina asiática de calidad y la fusión de tradiciones culinarias de Tailandia, Malasia, Vietnam, Corea, China y Japón. Nuestra propuesta de valor se basa en los siguientes pilares: **FUSIÓN CULINARIA VANGUARDISTA** Con un menú que destaca por su variedad y calidad, ofrecemos platos emblemáticos como curries, ramen, baos, pad thai, costillas y pato horneados en el kamado, además de cócteles innovadores. Nuestra cocina fusiona lo mejor de Asia con un toque de vanguardia único en España.

**AMBIENTE INMERSIVO Y URBANO** Nuestros locales están diseñados para ofrecer una experiencia viajera excitante, con decoraciones inspiradas en la cultura callejera de las principales ciudades asiáticas. Las luces de neón y el ambiente bullicioso recrean perfectamente el entorno vibrante de los callejones asiáticos, proporcionando una experiencia sensorial completa.

**HOMENAJE AL CONTINENTE ASIÁTICO KAMADO** no solo ofrece comida, sino un verdadero homenaje a Asia. Desde el nombre, que hace referencia al horno japonés, hasta la decoración y la ambientación, cada detalle está pensado para transportar a nuestros clientes a un viaje culinario y cultural.

**CALIDAD ASEQUIBLE** En KAMADO, creemos que una experiencia gastronómica de alta calidad no tiene que ser costosa. Ofrecemos nuestra innovadora y deliciosa cocina a un ticket medio muy razonable, por debajo de los 30€ por persona, haciendo accesible la excelencia culinaria para todos.

En **KAMADO ASIAN FOOD**, destacamos por ofrecer una propuesta culinaria innovadora y de alta calidad en un entorno urbano y auténtico. Nuestra performance culinaria y ambiente envolvente atrapan al cliente desde el primer plato, creando una experiencia gastronómica global que no se encuentra en ningún otro lugar de España.



## ORÍGENES DE GRUPO SIBUYA

Amigos de la infancia y residentes en el mismo barrio de la capital leonesa, **Rubén** Fernández Labandera y **Kima** Fuentes, leoneses y **Co-fundadores** de GRUPO SIBUYA, coincidían en su afición por la gastronomía y su carácter emprendedor.

Kima Fuentes fue un hostelero precoz. De los 17 a los 21 años tuvo un local de kebaps en León, el primero de la ciudad en ese segmento. De precocidad también sabe Rubén F. Labandera, quien a los 21 años se estrenó como autónomo con una empresa de distribución

de productos enfocados a hostelería que hoy el 90% de lo que vende es carne. Tras descubrir, en algunos viajes en común, el sushi con un toque premium, los fundadores del GRUPO pensaron que era el momento de sumar fuerzas y montar algo en su ciudad en esa dirección, ya que no había nada parecido. Rubén sugirió hacerlo de la mano de una franquicia, pero en 2016 no encontraron nada que les llamase la atención o que les gustase por el concepto, la oferta... con lo que decidieron entonces montarlo por su cuenta.





La idea cristalizó en un primer SIBUYA en la leonesa Plaza de San Marcelo en enero del 2016, con el horizonte desde el inicio de replicarlo. Una vez vieron que no existía ninguna opción en el mercado, comprobaron que había más negocio más allá de vender sólo sushi en León, ya que tampoco había sushi en Gijón, en Salamanca...



La estrategia fue hacerlo muy bien para replicar el modelo y cubrir así un nicho casi desatendido. Desde el primer local se registró la marca e invirtieron muchísimo en imagen siempre pensando en el segundo; de hecho, en menos de seis meses ya tenían firmado otro restaurante, que se abrió en Burgos justo 1 año después. El resto de las aperturas hasta la número 67, incluyendo SIBUYA y KAMADO es historia.



En el inicio del 2023 contábamos con 42 locales de SIBUYA y 8 locales de KAMADO  
**APERTURAS REALIZADAS DURANTE EL 2023**

SIBUYA CÁDIZ	FEBRERO
SIBUYA MURCIA	FEBRERO
SIBUYA CARTAGENA	ABRIL
KAMADO BURGOS	ABRIL
SIBUYA HUELVA	MAYO
SIBUYA SANTIAGO DE COMPOSTELA	JUNIO
SIBUYA TOMARES	JUNIO
SIBUYA OPORTO	SEPTIEMBRE

SIBUYA GRANADA	SEPTIEMBRE
SIBUYA ELDA	OCTUBRE
SIBUYA MADRID PADRE DAMIÁN	OCTUBRE
SIBUYA LLEIDA	NOVIEMBRE
SIBUYA MADRID SANTA ENGRACIA	NOVIEMBRE
KAMADO ALMERÍA	NOVIEMBRE
SIBUYA MADRID CC ARTURO SORIA	DICIEMBRE

## ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO

El crecimiento del GRUPO SIBUYA ha seguido claramente una estrategia de crecimiento del tipo “MANCHA DE ACEITE”.

Esta estrategia consistió en replicar el primer modelo de éxito, el local de León, del que parte toda la expansión, con la premisa de los fundadores: crecer como una mancha de aceite a lo largo de las provincias próximas, y siempre en ciudades o poblaciones donde no hubiese competencia (exactamente lo mismo que Mercadona en el Levante español o Walt Mart en E.E.U.U).

De tal forma, que si alguien intentaba meter la cabeza en su mercado, cuando lo hiciese, se encontrase con el problema de tener que luchar con la idea preconcebida por el ciudadano, es decir la compra se debía hacer en Mercadona o Walt Mart, no en uno nuevo.



### LAS PALANCAS DE CRECIMIENTO SOSTENIDO Y SOSTENIBLE

La estrategia de crecimiento basada en el binomio Mancha de Aceite + Top of the Mind se ha construido con 7 cimientos básicos para asentarla.

En GRUPO SIBUYA se ha denominado las 7 Palancas de Crecimiento S<sup>2</sup> (Sostenido x Sostenible).

#### LAS 4 PALANCAS DE CRECIMIENTO CON S DE SOSTENIDO

- Mantener la esencia en TODOS sus términos del primer local abierto en León, nuestro baby o primer hijo. Si algo funciona en una ciudad compleja como León y con la peculiaridad de las tapas gratis ¿Por qué cambiarlo? Mantener la calidad, los precios, la imagen de marca...fue crucial.

### LOS FUNDAMENTOS DE GRUPO SIBUYA

“Queremos que cuando la gente piense en sushi piense en SIBUYA”

Kima y Rubén lo tuvieron claro y los 7 primeros locales que se abren tienen esa característica común, ciudades similares a León y muy próximas geográficamente en las que no existe ninguna competencia, y conseguir ser el “TOP OF THE MIND” del consumidor de Sushi allí donde iban abriendo restaurantes.

Pasan dos años hasta que prueban el concepto en Madrid, con la apertura del primer local en el barrio de Chueca, y como no podía ser de otra manera el primer local internacional de SIBUYA se abre en Oporto, ciudad muy cercana a León y que además está hermanada compartiendo muchos lazos históricos desde la edad media.

- Crecer primero en entornos similares (La diagonal nordeste – Suroeste) con lo que aplicamos lógica en la expansión y la mayoría de las ciudades como León estaban en esa parte de la diagonal, con todo lo que ello implica, por ejemplo, en lo relativo a los precios del mercado inmobiliario, los costes operativos, salarios entre otros...
- (Perseverar y ser constantes) Cumpliendo objetivos de crecimiento y aperturas anuales incluso en los momentos de más incertidumbre de la pandemia, yendo contracorriente (Mientras la mayoría plegaba velas nosotros seguimos abriendo locales desde las primeras semanas después del levantamiento del confinamiento y contra todas las restricciones de aforos que hubo...)
- Apostando por Fórmulas mixtas (Locales propios Noroeste, Locales franquiciados Sureste) que nos ha aportado flexibilidad y músculo financiero y sobre todo Know How (No conocíamos tan bien el sur como el Norte).

### LAS 3 PALANCAS DE CRECIMIENTO CON S DE SOSTENIBLE

- Dimensionando la Empresa Matriz a medida que crecíamos en número de locales, apostando entre otros por el Centro de Distribución propio de mercancías que nos da una ventaja competitiva muy grande, a nivel de control de calidad y economías de escala, ya que trabajamos con producto perecedero de alta sensibilidad.
- Apostando por la I<sup>2</sup> (Talento y tecnología) que nos han permitido hacer sostenible este crecimiento y SOBREVIVIR en momentos cruciales de la pandemia apostando por ejemplo por



### LOS 30 HITOS DE CRECIMIENTO SOSTENIDO Y SOSTENIBLE DE GRUPO SIBUYA

- Enero de 2016 → Apertura del 1er SIBUYA (León).
- Mayo de 2018 → Apertura del 1er KAMADO (León).
- Julio de 2018 → Apertura del 1er Local franquiciado de SIBUYA (Cáceres).
- Agosto de 2018 → Apertura 1er Local de SIBUYA en Madrid (Chueca).
- Marzo de 2019 → Apertura del 10º Local de SIBUYA (Lugo).
- Mayo de 2020 → Lanzamiento de la plataforma propia de Delivery SIBUYA AMIKASA durante el confinamiento de la pandemia.
- Julio de 2020 → Inauguración de las nuevas oficinas de GRUPO SIBUYA en el Palacio de Gaviria de León.
- Febrero de 2021 → Lanzamiento del 1er Plan de RSC con 7 Objetivos de la Agenda 2030.
- Abril de 2021 → GRUPO SIBUYA 1er Grupo nacional de restauración organizada en participar en Hostelería #PorElClimajunto con Coca Cola, Ecodes y Hostelería de España.
- Mayo de 2021 → Lanzamiento del número ZERO de la revista BAO (Interna).
- Noviembre de 2021 → Apertura del 1er Local Franquiciado de KAMADO (Valencia – CC Saler).
- Julio de 2022 → Creación del departamento de People.
- Junio de 2022 → 1er Anuncio de SIBUYA en TV Nacional (Cuatro TV).
- Agosto de 2022 → GRUPO SIBUYA sobrepasa los 500 empleados entre propios y franquicias.
- Octubre de 2022 → SIBUYA participa con su 1º FoodTruck en el evento Autos Locos de RedBull en Madrid.
- Diciembre de 2022 → SIBUYA\_es alcanza los 100K followers en Instagram.
- Diciembre de 2022 → SIBUYA sortea Sushi de Por vida en su cuenta de Instagram.
- Enero de 2023 → Inauguración de la nueva planta logística de Onzonilla (León).
- Enero de 2023 → GRUPO SIBUYA sobrepasa los 50 millones de euros de facturación anual (2022).
- Febrero de 2023 → 1er Premio Nacional #TheBestDigitalRestaurants 2023 para SIBUYA.
- Marzo de 2023 → Los co-Fundadores de SIBUYA son portada en Restauración News.
- Agosto de 2023 → GRUPO SIBUYA crea SIBUYA Academy.
- Septiembre de 2023 → Apertura del 1er Local internacional de SIBUYA (Oporto - Portugal).
- Octubre de 2023 → Apertura del 50º Local de SIBUYA (Madrid – Padre Damián).
- Noviembre de 2023 → Apertura del 10º Local de KAMADO (Almería).

# CULTURA DE GRUPO SIBUYA

El ADN de GRUPO SIBUYA se apoya en la Misión, Visión y Valores de la compañía, que sirven de engranaje que sustenta el crecimiento sostenido y sostenible de la compañía.

## NUESTRA MISIÓN

GRUPO SIBUYA es un proyecto de restauración organizada centrado en GENERAR EXPERIENCIAS marcando la diferencia. Experiencias positivas para el cliente interno y externo, promoviendo el gusto por la cocina japonesa y de otras partes de Asia. Esta misión se sustenta sobre un concepto de “lujo asequible”, que queda de manifiesto con una propuesta innovadora, con platos elaborados al momento y de modo artesanal siempre con ingredientes de máxima calidad.

## NUESTRA VISIÓN

GRUPO SIBUYA aspira a ser el referente nacional de la restauración japonesa y asiática, teniendo como objetivo abrir al menos un restaurante en cada ciudad española de más de 80.000 habitantes, para luego dar el salto internacional. Para eso se ha diseñado el plan 90/25 que aspira a tener 90 restaurantes abiertos a finales del año 2025, alcanzando el LIDERAZGO en su segmento.

## NUESTROS VALORES

Nuestros equipos trabajan por y para generar empleados y clientes leales y fieles, que se conviertan en embajadores de nuestras 2 marcas. Implantamos las políticas de People y de la calidad del servicio por bandera como eje fundamental que transforma la realización del trabajo y del consumo en toda una experiencia acompañada, sin duda, de la calidad de nuestros platos y de la comodidad de nuestros locales.

### Curiosidad

Innovamos, buscamos oportunidades, investigamos, nos desarrollamos. Y lo hacemos para aportar valor.

### Honestidad

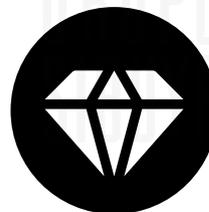
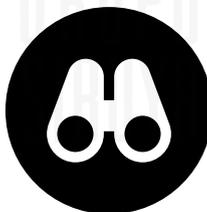
Actuamos con transparencia y humildad, pedimos y ofrecemos ayuda cuando la necesitamos, escuchamos y respetamos, trabajamos para tener nuestra mejor versión.

### Compromiso

Aprendemos de diferentes puntos de vista, ponemos foco en la solución, cooperamos y cumplimos objetivos, estamos comprometidos y nos ayudamos dando un esfuerzo extra.

### Rock and Roll

Nos apasiona lo que hacemos y nos desafiamos, somos proactivos y actuamos de forma positiva y enérgica, somos embajadores y damos ejemplo, bailamos en el caos.



# **GESTIÓN DE ASPECTOS NO FINANCIEROS**

SIBUYA

SIBUYA

SIBUYA

SIBUYA

SIBUYA

GRUPO

GRUPO

GRUPO

GRUPO



SIBUYA

SIBUYA

SIBUYA

SIBUYA

SIBUYA

GRUPO

GRUPO

GRUPO

GRUPO

# EL PERSONAL

Los siguientes subcapítulos desarrollan con mayor grado de detalle los aspectos relevantes para la compañía dentro de cada una de las seis cuestiones planteadas:

1. People
2. Restaurantes y SSCC
3. Contrataciones
4. Políticas de Salud y Seguridad Laboral
5. Formación
6. Comunicación y Transparencia

## PEOPLE

En el 2022, para mejorar la calidad del trabajador, fidelizar y atraer gente para trabajar con nosotros, creamos el departamento de PEOPLE, basados en cuatro proyectos:

- Cultura
- Employer Branding
- Adventure Journey
- Inbound recruiting

### ¿Qué objetivos tienes este departamento?

“Generar experiencias marcando la diferencia.”

Generar buenas experiencias con candidatos y trabajadores, para que quieran trabajar y desarrollarse dentro de nuestra empresa, siendo embajadores de nuestros valores y dando lo mejor de sí.

## CULTURA

¡Abróchate el cinturón, abre bien los ojos y disfruta! Te espera un viaje lleno de desafíos y experiencias inolvidables. ¡¡Despegamos!! Esto es lo que queremos transmitir a nuestros trabajadores. Trabajar en GRUPO SIBUYA es sumarse a una aventura llena de aprendizajes.

En GRUPO SIBUYA, trabajamos de forma #honesta, para superarnos día a día como un #equipocomprometido, formado por personas #curiosas, dispuestas a afrontar desafíos, con pasión y

#rock&roll.

Para lograr eso, hemos y estamos construyendo nuestra CULTURA, a través de la VISIÓN, MISIÓN y VALORES.

### VISIÓN ¿a dónde queremos llegar?

SER LÍDERES EN RESTAURACIÓN ASIÁTICA

Queremos ser líderes en restauración asiática, siendo líderes en gestión de equipos, en atención al cliente, en facturación, en formar a nuestros equipos... queremos apuntar a ser líderes del sector.

### MISIÓN ¿cómo queremos llegar?

GENERANDO EXPERIENCIAS MARCANDO LA DIFERENCIA.

Queremos ser líderes en restauración asiática, y por el camino queremos generar buenas experiencias; queremos que cualquier persona que tenga contacto con nosotros, tenga un buen sabor de boca (¡y no solo probando nuestro sushi!). Por eso, apuntamos a que nuestros trabajadores, clientes, proveedores, candidatos... tengan una buena experiencia con nosotros.

### VALORES

En GRUPO SIBUYA, valoramos mucho la gente #curiosa, #honesta, que sea y trabaje como #equipocomprometido y que tenga mucho #rock&roll.

Por eso, hemos construido parte de nuestra cultura con estos valores:

### #SOMOSCURIOSOS

¿Cuándo fue la última vez que hiciste algo por primera vez?

¿Cuáles son tus objetivos? ¿Son desafiantes?

Innovamos, buscamos oportunidades, investigamos y nos desarrollamos #SOMOSHONESTOS

¿En qué estoy trabajando para tener mi mejor versión? Depende de cómo evalúes tus errores, puedes mejorar o quedarte estancado.

Actuamos con transparencia y humildad, pedimos y ofrecemos ayuda cuando lo necesitamos, escuchamos y respetamos, trabajamos para tener nuestra mejor versión.

## #SOMOSEQUIPOCOMPROMETIDO

Las actitudes son contagiosas. ¿Merece la pena contagiarse de la tuya? Si no hay acción detrás de una decisión, no has decidido nada.

Aprendemos de diferentes puntos de vista, ponemos foco en la solución, cooperamos y cumplimos objetivos, estamos comprometidos y nos ayudamos dando un esfuerzo extra.

## #SOMOSROCK&ROLL

No puedes parar las olas, pero puedes aprender a surfearlas. Si la vida de da limones pide sal y tequila.

Nos apasiona lo que hacemos y nos desafiamos, somos proactivos y actuamos de forma positiva y enérgica, somos embajadores, somos ejemplo, y bailamos en el caos.

Al ser una empresa joven, similar a un startup, estamos trabajando constantemente para tener nuestra mejor versión en restauración organizada, y esto implica mucho rock&roll y desafío constante, este es sin duda, nuestro valor favorito, más cañero, y desafiante!! ¡Y desde luego no es para todos! Por eso desde el proceso de selección trabajamos poniendo foco en los perfiles que mejor se adaptan a nuestra cultura.

## EMPLOYER BRANDING

Una vez que hemos creado nuestra identidad, nuestra cultura, nuestra marca... ¡hemos dado un segundo paso! Lo hemos ido a contar, eso es Employer Branding, eso es Marca Empleadora, es contar, quienes SOMOS, el objetivo de este proyecto es poder atraer a candidatos que les "mole" nuestra cultura.

Hoy en día, la búsqueda de talento es uno de nuestros mayores desafíos, por eso, participamos en eventos, universidades, ferias, congresos... para contar quienes SOMOS. Marca empleadora es contar qué es GRUPO SIBUYA, cuál es nuestra CULTURA, nuestros VALORES, nuestra HISTORIA, nuestro PRODUCTO nuestros RESTAURANTES.

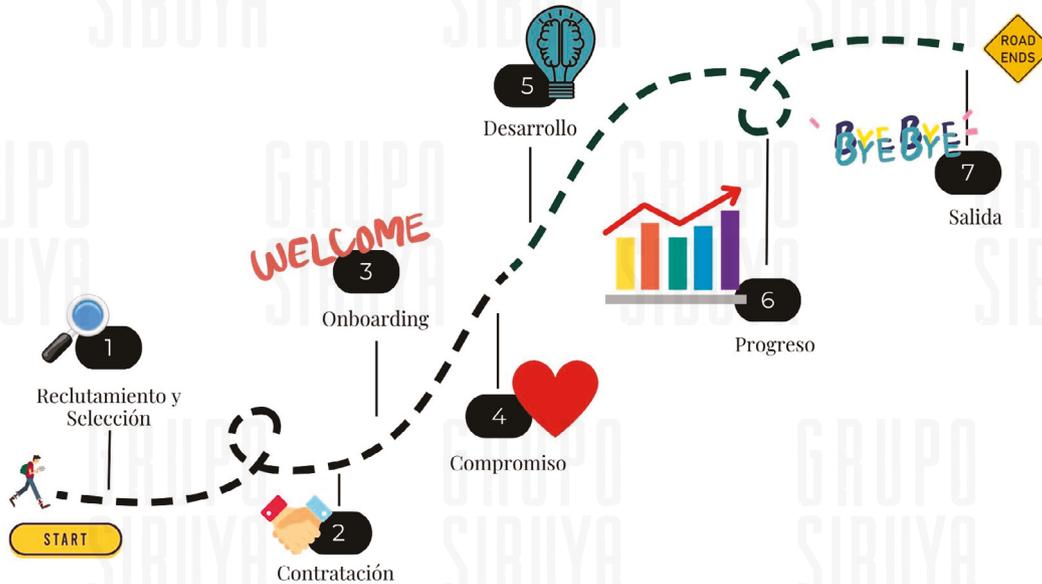
Antes las empresas decidían a quien seleccionar, ahora es el candidato quién elige dónde quiere trabajar. Cuanta más información tenga el candidato acerca de nosotros, más opciones tendremos para que nos elija.

Dentro de departamento de PEOPLE tenemos dos clientes: el cliente interno (nuestros trabajadores) y nuestro cliente externo (nuestros candidatos). Y el departamento de PEOPLE trabaja para atraer, fidelizar y mejorar la experiencia de ambos.



文化





## ADVENTURE JOURNEY

### ¿Qué es el Adventure Journey?

Es la experiencia de nuestro cliente más importante: NUESTRO TRABAJADOR. Y para ello trabajamos varios puntos de este recorrido:

#### • Reclutamiento y selección:

CUIDAMOS el detalle de nuestros candidatos, para que, aunque no queden seleccionados en nuestros procesos, tengan una buena experiencia. Trabajamos publicando ofertas con nuestro portal de GRUPO SIBUYA, en LinkedIn, y a través de nuestro ATS (Applicant Tracking System) nuestro partner VITERBIT. Contamos con 7072 candidatos en nuestro portal, y 7711 seguidores en LinkedIn.

Un ATS es un sistema de seguimiento de candidatos que nos facilita la automatización de los procesos de selección y simplifican parte del trabajo filtrando la búsqueda de candidatos según la configuración y la oferta de empleo.

#### • Contratación:

CUIDAMOS que lo que decimos en el proceso de selección, sea lo que te encuentres en tu primer día de trabajo. Para ello

te asignamos un #ChaiChow (Amigo de Comida) para que durante los primeros días de pueda guiar en este nuevo camino.

#### • Onboarding:

CUIDAMOS tu formación de tus primeros días, y hacemos un seguimiento durante tus 100 primeros días, hacemos encuesta de seguimiento al día 15, al día 30, al día 60, y al día 100.

#### • Compromiso:

CUIDAMOS la experiencia del día a día, por ello trabajamos nuestra encuesta de clima, y trabajamos en el departamento de PEOPLE para hacer planes de acción en base a lo que nos dicen nuestros trabajadores.

Fomentamos la honestidad, transparencia, y canales de comunicación. Los planes de acción para mejorar, los construimos entre todos #somosequipocomprometido.

Como canal de comunicación TOP tenemos nuestra revista BAO, una revista semestral, y una NEWLETTER mensual.

#### • Desarrollo y Progreso:

CUIDAMOS tu crecimiento. Cada trabajador tiene una descripción de puestos, basada en gestión por competencias. Una vez al año realizamos nuestra evaluación de desempeño, y como resultado generamos PLANES DE CARRERA y ACTUALIZACIONES SALARIALES, en base a desempeño. Una vez al año hacemos un plan de formación, para apoyar el crecimiento de nuestros trabajadores. En Servicios Centrales tenemos un departamento de FORMACIÓN, que trabaja continuamente, en la formación para nuevas aperturas, y formación continua, su proyecto principal es SIBUYA ACADEMY, y tiene dos herramientas de gestión de formación: Campus SIBUYA y Mobietrain. Una vez al año, los responsables de los restaurantes van a SERVICIOS CENTRALES, para recibir una formación de las novedades del año. Una oportunidad para juntar a todo el equipo, aprender, y disfrutar. También nos gusta divertirnos, y pasa eso hacemos concursos y eventos: Día del Jersey, Concurso de nuestros Valores, Banda de Rockeros...

#### • Salida:

NOS IMPORTA TU SALIDA, por eso aunque dejes de trabajar con nosotros, queremos que tengas una buena experiencia, por eso, si decides irte de la empresa, te preguntamos, ¿qué podemos mejorar y cuáles son tus motivos de salida? Para que aunque tu experiencia como trabajador se haya terminado, nosotros podamos seguir mejorando.

#### INBOUND RECRUITING

Usamos las últimas tendencias en Reclutamiento y Selección, buscamos enamorar al candidato desde el primer contacto. Dentro el departamento de Talento, nuestros clientes son los candidatos, y queremos que nuestros candidatos quieran comprar nuestro producto... ¿cuál es ese producto? Nuestro producto es que quieran trabajar con nosotros. Por esto, publicamos con "emojis", cuidamos el detalle con nuestro ATS, somos cercanos en nuestras entrevistas, y les contamos como es trabajar con NOSOTROS.



## RESTAURANTES Y SSC [SERVICIOS CENTRALES]

Nuestros restaurantes están repartidos por toda España y Portugal. Y los servicios centrales están ubicados en León, formados por: Oficinas, Obrador, y Centro Logístico.

El Software que usamos para el control de los empleados es a través de Mapal, dónde se proyectan y se registran las jornadas y documentación de todos los trabajadores.

A lo largo del 2023, ha crecido nuestra plantilla de 440 trabajadores a 608. En nuestra empresa tenemos personal en RESTAURANTES (cerramos el año con 551 trabajadores) y SERVICIOS CENTRALES (cerramos el año con 57 trabajadores).

En SERVICIOS CENTRALES están formados por los trabajadores de OFICINAS, OBRADOR y CENTRO LOGÍSTICO como área de soporte a los restaurantes.

Indicador	Mes	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12
Plantilla de trabajadores Local	Plantilla total de trabajadores Local	399	413	418	446	452	461	466	507	514	530	539	558
Plantilla de trabajadores SSCC	Plantilla total de trabajadores Oficina	44	48	51	50	51	50	53	54	54	55	57	55
<b>Plantilla total</b>	<b>Plantilla total de trabajadores</b>	<b>440</b>	<b>461</b>	<b>469</b>	<b>496</b>	<b>503</b>	<b>511</b>	<b>519</b>	<b>561</b>	<b>568</b>	<b>585</b>	<b>596</b>	<b>613</b>



ETIQUETAS DE FILA	CUENTA DE TRABAJADOR
RESTAURANTE	558
SERVICIOS CENTRALES	55
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>613</b>

Somos un equipo diverso, formado por 34 nacionalidades diferentes. **A cierre del año 2023**, tuvimos 608 trabajadores, con 34 nacionalidades diferentes.

El 64% era de nacionalidad española, el 12% venezolana, el 6% de Colombia, 2% de Marruecos y 16% de otras nacionalidades.

## DATOS PLANTILLA A CIERRE DEL AÑO 2023

Tras otro año de aperturas a nivel nacional e internacional, GRUPO SIBUYA vio crecer su plantilla sumando 168 nuevos trabajadores a los 443 con los que comenzamos en 2022. Este crecimiento es reflejo de las aperturas de nuevos restaurantes en toda la península ibérica, incluido Portugal, con la apertura de SIBUYA en Oporto, viéndose reflejado también en los Servicios Centrales.

Cabe destacar que todos los trabajadores de los restaurantes SIBUYA URBAN SUSHI BAR y KAMADO ASIAN FOOD se encuentran cubiertos por el Convenio Colectivo de Hostelería de cada localidad. La organización interna de los restaurantes es la

siguiente: liderando las operaciones está el coordinador de Area Managers, los Area Manager, personal de cocina, personal de sala y equipo de delivery.

En el caso del personal de los Servicios Centrales, el Convenio de aplicación es el de Comercio Alimentación de León. Los 57 trabajadores los encontramos en tres puntos; Oficinas con los departamentos de Calidad, Contabilidad, Dirección, Expansión, Formación, Innovación, Jurídico, Marketing, Obras y Proyectos, People y RRHH. Almacén con el equipo de Compras y Logística y el último Obrador, con el equipo de obrador.

34 nacionalidades	#
ARGENTINA	4
BANGLADESH	2
BOLIVIA	2
BRASIL	8
CHILE	2
COLOMBIA	34
CUBA	1
DOMINICANO	2
ECUADOR	8
EL SALVADOR	2
ESPAÑA	390
FILIPINAS	9
FRANCIA	3
GUINEA ECUATORIAL	1
HONDURAS	4
INDONESIA	1
ITALIA	10
LITUANIA	1
MARRUECOS	13
MAURITANIA	1
MEJICO	1
NEPAL	1
NICARAGUA	1
PAKISTAN	1
PARAGUAY	5
PERU	6
PORTUGAL	11
REINO UNIDO	1
REPUBLICA DOMINICANA	4
RUMANIA	6
TAILANDIA	1
UCRANIA	2
URUGUAY	1
VENEZUELA	74
<b>Total general</b>	<b>613</b>

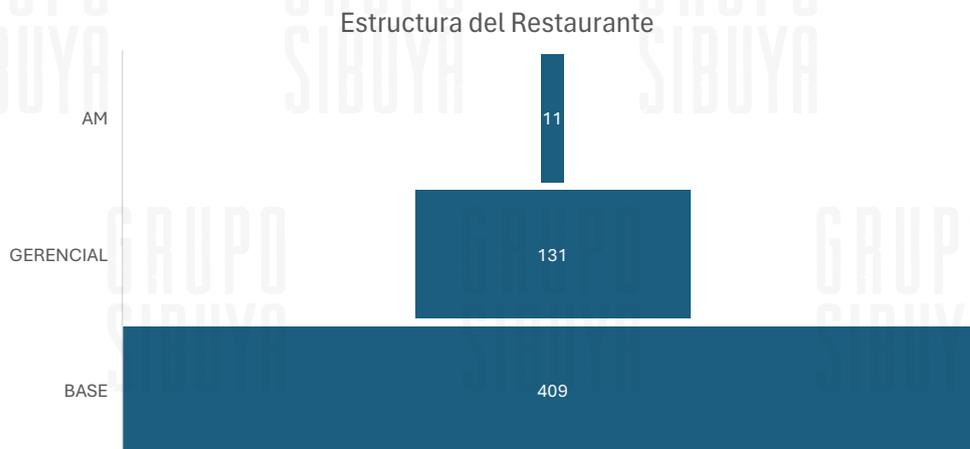
	#
COLOMBIA	34
ESPAÑA	390
MARRUECOS	13
OTROS	102
VENEZUELA	74
<b>Total general</b>	<b>613</b>



Cuenta de TRABAJADOR	Etiquetas de columna		
Etiquetas de fila	Hombre	Mujer	Total general
<b>SSCC</b>	<b>28</b>	<b>27</b>	<b>55</b>
DURACION DETERMINADA TIEMPO COMPLET		3	3
INDEFINIDO A TIEMPO COMPLETO	28	24	52
<b>RESTAURANTE</b>	<b>302</b>	<b>256</b>	<b>558</b>
ADMINISTRADOR	1		1
DURACION DETERMINADA TIEMPO COMPLET	1		1
DURACION DETERMINADA TIEMPO PARCIAL	1		1
INDEFINIDO A TIEMPO COMPLETO	145	94	239
INDEFINIDO A TIEMPO PARCIAL	154	162	316
<b>Total general</b>	<b>330</b>	<b>283</b>	<b>613</b>

Si analizamos la estructura de los restaurantes, éstos están liderados por los 11 área máner, encargados de gestionar varios restaurantes según el área geográfica. Y localmente en los restaurantes, el personal se compone por el equipo gerencial con un total de 131 trabajadores y el equipo base con 409 trabajadores, es en esta área donde más trabajadores tenemos.

PERSONAL EN RESTAURANTE	#
AM	11
GERENCIAL	131
BASE	409
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>551</b>



En 2023 contamos con un total de 42 restaurantes propios, gestionados por los Servicios Centrales, dando soporte cada uno en su área. Como novedad, incorporamos en este año la gestión de

nuestro primer restaurante internacional ubicado en Oporto (Portugal) con nuestra marca SIBUYA Urban Sushi Bar gestionado también por Servicios Centrales.

KAMADO A CORUÑA  
 KAMADO BURGOS  
 KAMADO GIJÓN  
 KAMADO LEÓN  
 KAMADO VALLADOLID  
 KAMADO VIGO  
 KAMADO XMADRID  
 SIBUYA A CORUÑA  
 SIBUYA BADAJOZ  
 SIBUYA BARCELONA  
 SIBUYA BURGOS  
 SIBUYA CÁDIZ  
 SIBUYA CALEIDO  
 SIBUYA GIJÓN

SIBUYA GRANADA  
 SIBUYA HUELVA  
 SIBUYA LAS ROZAS  
 SIBUYA LEÓN  
 SIBUYA LLEIDA  
 SIBUYA LOGROÑO  
 SIBUYA LUGO  
 SIBUYA MADRID ARTURO SORIA  
 SIBUYA MADRID C/ IBIZA  
 SIBUYA MADRID C/ ORENSE  
 SIBUYA MÁLAGA  
 SIBUYA OPORTO  
 SIBUYA OURENSE  
 SIBUYA OVIEDO

SIBUYA OPORTO  
 SIBUYA PADRE DAMIÁN  
 SIBUYA PALENCIA  
 SIBUYA PONFERRADA  
 SIBUYA SALAMANCA  
 SIBUYA SANTA ENGRACIA  
 SIBUYA SANTANDER  
 SIBUYA SANTIAGO DE COMPOSTELA  
 SIBUYA SANTO TOMÉ  
 SIBUYA TOLEDO  
 SIBUYA VALLADOLID  
 SIBUYA VIGO  
 SIBUYA VITORIA  
 SIBUYA XMADRID

## CONTRATACIONES

El personal de GRUPO SIBUYA en el año 2023 entre España y Portugal se compone por 330 hombres, representando el 54% de la plantilla total y 283 mujeres, siendo el 46% de la plantilla. En total, 613 trabajadores entre España y Portugal.

Cuenta de TRABAJADOR	Etiquetas de columna		
Etiquetas de fila	Hombre	Mujer	Total general
ASIAN FOOD CAPITAL	17	18	35
GRUPO RKPJ	36	54	90
GRUPO SIBUYA	26	26	52
KAMADO ASIAN FOOD	42	40	82
KR PROYECT	2	1	3
MADRID 2017	56	26	82
RADICAL	6	8	14
SIBUYA NORTE	20	14	34
URBAN SUSHI BAR (en blanco)	125	96	221
<b>Total general</b>	<b>330</b>	<b>283</b>	<b>613</b>

A continuación, podemos ver el desglose entre hombres y mujeres por sociedad. Estos datos son relativos a todo el año 2023, es decir, incluyen datos de todas las personas que han formado parte de la plantilla del GRUPO en algún momento del año.

## BASE DE DATOS POR EMPRESA - SEXO

Cuenta de TRABAJADOR	Etiquetas de columna		
Etiquetas de fila	Hombre	Mujer	Total general
ASIAN FOOD CAPITAL	45	49	94
GRUPO RKPJ	76	99	175
GRUPO SIBUYA	32	29	61
KAMADO ASIAN FOOD	117	100	217
KR PROYECT	2	1	3
MADRID 2017	126	48	174
RADICAL	9	10	19
SIBUYA NORTE	40	23	63
URBAN SUSHI BAR	273	206	479
<b>Total general</b>	<b>720</b>	<b>565</b>	<b>1285</b>

A continuación, se muestran los datos de remuneración media durante el año 2023 tanto del personal de restaurante como de Servicios Centrales. También se muestran las diferentes categorías en base a cada posición. Las posiciones de restaurantes se han clasificados en base a categorías de SAMURAI.

## BASE DE DATOS POR NORMALIZADO - RESTAURANTE - SSCC - HOMBRE/MUJER - CATEGORÍA

Etiquetas de fila	Hombre	Mujer	Total general
<b>RESTAURANTE</b>	<b>18.135,57</b>	<b>17.817,74</b>	<b>17.996,31</b>
#1 (AYUDANTE CAMARERO/COCINERO/LIMPEZA/DELIVERY) - Ashigaru (兵, Soldado Rasado)	16.915,23	17.095,68	17.002,21
#2 (CAMARERO/COCINERO) - Hatamoto (旗本, Vassallo)	17.594,79	17.727,56	17.639,05
#3 (3º SALA/COCINA) - Fudai Daimyo (譜代大名, Daimyo Vasallo)	18.534,03	17.753,15	18.285,57
#4 (2º SALA/COCINA) - Daimyo (大名, Señor Feudal)	18.721,30	19.034,67	18.868,28
#5 (JEFE COCINA) - Rojin (老人, Anciano)	22.000,52	20.411,75	21.720,15
#6 (JEFE SALA) - Shogun (将軍, Comandante en Jefe)	23.345,53	21.654,62	22.445,17
#10 (RESPONSABLE)	36.602,43	31.878,04	36.077,50
<b>SSCC</b>	<b>27.111,37</b>	<b>25.280,33</b>	<b>26.253,07</b>
#7 (OPERARIO/AUXILIAR)	16.017,79	16.509,87	16.220,41
#8 (ADMINISTRATIVO)	17.802,80		17.802,80
#9 (TECNICO)	23.651,40	22.577,78	23.114,59
#10 (RESPONSABLE)	27.752,87	36.864,68	34.586,73
#11 (DIRECTOR)	64.920,82	41.492,92	57.111,52
#12 (FUNDADOR)	36.923,04		36.923,04
<b>Total general</b>	<b>18.559,42</b>	<b>18.213,98</b>	<b>18.407,54</b>

## LA BRECHA SALARIAL SE CALCULA:

$(\text{Brecha Salarial de Género (\%)} = ((\text{Salario Promedio de los Hombres} - \text{Salario Promedio de las Mujeres})) / \text{Salario Promedio de los Hombres} \times 100)$

La brecha salarial de género que tenemos en GRUPO SIBUYA es de 1,86% siendo un ratio muy bajo.

## DATOS A CIERRE DEL 2023

### EDAD

Cuenta de TRABAJADOR	Etiquetas de columna					Total general
Etiquetas de fila	RANGO #1 (18-24)	RANGO #2 (25-34)	RANGO #3 (35-44)	RANGO #4 (45-54)	RANGO #5 (>55)	
<b>SERVICIOS CENTRALES</b>	<b>4</b>	<b>25</b>	<b>13</b>	<b>9</b>	<b>4</b>	<b>55</b>
ALMACEN		6		2	1	9
OPERACIONES				1		1
CALIDAD	1	1				2
COMPRAS		1	1	1		3
CONTABILIDAD	1	4	1	1	1	8
DIRECCION			1		1	2
EXPANSION			1	1		2
FORMACION		4	1			5
FUNDADOR			2			2
INNOVACION			1			1
JURIDICO	1					1
MARKETING	1	2		2		5
OBRADOR		2	1	1	1	5
OBRAS Y PROYECTOS		1	1			2
PEOPLE		2	1			3
RRHH		2	2			4
<b>RESTAURANTE</b>	<b>184</b>	<b>248</b>	<b>103</b>	<b>22</b>	<b>1</b>	<b>558</b>
OPERACIONES			1			1
AREA MANAGER		3	7			10
SALA	100	121	36	5		262
COCINA	84	120	59	17	1	281
DELIVERY		4				4
<b>Total general</b>	<b>188</b>	<b>273</b>	<b>116</b>	<b>31</b>	<b>5</b>	<b>613</b>

## DATOS A CIERRE DEL 2023

### CATEGORÍA – CARGOS – SEXO- %

Cuenta de TRABAJADOR	Etiquetas de columna					Total general
Etiquetas de fila	RANGO #1 (18-24)	RANGO #2 (25-34)	RANGO #3 (35-44)	RANGO #4 (45-54)	RANGO #5 (>55)	
#1 (AYUDANTE CAMARERO/COCINERO/LIMPEZA/DELIVERY) - Ashigaru (兵, Soldado Raso)	121	99	28	8		256
#2 (CAMARERO/COCINERO) - Hatamoto (旗本, Vassallo)	33	65	18	4		120
#3 (3° SALA/COCINA) - Fudai Daimyo (譜代大名, Daimyo Vasallo)	7	6	3	2	1	19
#4 (2° SALA/COCINA) - Daimyo (大名, Señor Feudal)	14	30	14	4		62
#5 (JEFE COCINA) - Rojin (老人, Anciano)	4	17	18	2		41
#6 (JEFE SALA) - Shogun (將軍, Comandante en Jefe)	5	28	15	2		50
#7 (OPERARIO/AUXILIAR)	1	11	1	2	1	16
#8 (ADMINISTRATIVO)	1					1
#9 (TECNICO)	1	14	6	4	1	26
#10 (RESPONSABLE)	1	3	9	2	1	16
#11 (DIRECTOR)			2	1	1	4
#12 (FUNDADOR)			2			2
<b>Total general</b>	<b>188</b>	<b>273</b>	<b>116</b>	<b>31</b>	<b>5</b>	<b>613</b>

## BASE DATOS NORMALIZADO – RESTAURANTE- SSCC – HOMBRE/MUJER – CATEGORÍA

Etiquetas de fila	Hombre	Mujer	Total general
<b>RESTAURANTE</b>	<b>302</b>	<b>256</b>	<b>558</b>
RANGO #1 (18-24)	87	97	184
RANGO #2 (25-34)	140	108	248
RANGO #3 (35-44)	66	37	103
RANGO #4 (45-54)	9	13	22
RANGO #5 (>55)		1	1
<b>SSCC</b>	<b>28</b>	<b>27</b>	<b>55</b>
RANGO #1 (18-24)	1	3	4
RANGO #2 (25-34)	15	10	25
RANGO #3 (35-44)	5	8	13
RANGO #4 (45-54)	5	4	9
RANGO #5 (>55)	2	2	4
<b>Total general</b>	<b>330</b>	<b>283</b>	<b>613</b>

## BASE DATOS POR EMPRESA – SEXO – SSCC/RESTURANTE – RANGO EDAD

Etiquetas de fila	RANGO #1 (18-24)	RANGO #2 (25-34)	RANGO #3 (35-44)	RANGO #4 (45-54)	RANGO #5 (>55)	Total general
<b>RESTAURANTE</b>	<b>184</b>	<b>248</b>	<b>103</b>	<b>22</b>	<b>1</b>	<b>558</b>
#1 (AYUDANTE CAMARERO/COCINERO/LIMPEZA/DELIVERY) - Ashigaru (兵, Soldado Raso)	121	99	28	8		256
#10 (RESPONSABLE)		3	7			10
#2 (CAMARERO/COCINERO) - Hatamoto (旗本, Vassallo)	33	65	18	4		120
#3 (3º SALA/COCINA) - Fudai Daimyo (譜代大名, Daimyo Vasallo)	7	6	3	2	1	19
#4 (2º SALA/COCINA) - Daimyo (大名, Señor Feudal)	14	30	14	4		62
#5 (JEFE COCINA) - Rojin (老人, Anciano)	4	17	18	2		41
#6 (JEFE SALA) - Shogun (將軍, Comandante en Jefe)	5	28	15	2		50
<b>SSCC</b>	<b>4</b>	<b>25</b>	<b>13</b>	<b>9</b>	<b>4</b>	<b>55</b>
#10 (RESPONSABLE)	1		2	2	1	6
#11 (DIRECTOR)			2	1	1	4
#12 (FUNDADOR)			2			2
#7 (OPERARIO/AUXILIAR)	1	11	1	2	1	16
#8 (ADMINISTRATIVO)	1					1
#9 (TECNICO)	1	14	6	4	1	26
<b>Total general</b>	<b>188</b>	<b>273</b>	<b>116</b>	<b>31</b>	<b>5</b>	<b>613</b>

En GRUPO SIBUYA apostamos por las personas que buscan una estabilidad laboral y hacer carrera en la empresa. Por ese motivo, promovemos que el tipo de contrato que se realice sea principalmente el contrato indefinido. En la siguiente tabla, mostramos el total de contratos realizados, el tipo de contratos realizados en el año 2023, diferenciando los contratos realizados a hombres y a mujeres.

Los datos totales analizados en 2023 son los siguientes:

1. Contratos Indefinidos. Con un total de 607 contratos realizados en 2023, hacemos la distinción en las jornadas laborales si éstas son a jornada completa o jornada parcial.

Y vemos que 291 son contratos indefinidos a jornada completa

(40h semanales); siendo 173 contratos realizados a hombres y 118 contratos realizados a mujeres. Este tipo de contrato indefinido a jornada completa supone el 47% del total de los contratos realizados en el 2023.

Si observamos los contratos con jornadas parciales, inferiores a 40h a la semana, tenemos un total de 316 contratos indefinidos de los cuales 154 lo ocupan hombres y 162 lo ocupan mujeres. El porcentaje total de este tipo de contrato supone el 51,97% del total.

2. Contratos Temporales. Con un total de 6 contratos temporales, (3 contratos a hombres y 3 contratos a mujeres).

DATOS RELATIVOS AL CIERRE DEL AÑO 2023

**NÚMERO TOTAL Y DISTRIBUCIÓN DE MODALIDADES DE CONTRATO DE TRABAJO  
(CONTRATOS INDEFINIDOS, TEMPORALES Y A TIEMPO PARCIAL) => PLANTILLA A CIERRE**

Cuenta de TRABAJADOR Etiquetas de fila	Etiquetas de columna		
	Hombre	Mujer	Total general
<b>SSCC</b>	<b>28</b>	<b>27</b>	<b>55</b>
DURACION DETERMINADA TIEMPO COMPLETO		3	3
INDEFINIDO A TIEMPO COMPLETO	28	24	52
<b>RESTAURANTE</b>	<b>302</b>	<b>256</b>	<b>558</b>
ADMINISTRADOR	1		1
DURACION DETERMINADA TIEMPO COMPLETO	1		1
DURACION DETERMINADA TIEMPO PARCIAL	1		1
INDEFINIDO A TIEMPO COMPLETO	145	94	239
INDEFINIDO A TIEMPO PARCIAL	154	162	316
<b>Total general</b>	<b>330</b>	<b>283</b>	<b>613</b>

Cuenta de TRABAJADOR Etiquetas de fila	Etiquetas de columna						Total general
	INDEFINIDO A TIEMPO COMPLETO	INDEFINIDO A TIEMPO PARCIAL	DURACION DETERMINADA TIEMPO COMPLETO	ADMINISTRADOR	DURACION DETERMINADA TIEMPO PARCIAL		
<b>SSCC</b>	<b>52</b>						<b>55</b>
#7 (OPERARIO/AUXILIAR)	13			3			16
#8 (ADMINISTRATIVO)	1			3			1
#9 (TECNICO)	26						26
#10 (RESPONSABLE)	6						6
#11 (DIRECTOR)	4						4
#12 (FUNADOR)	2						2
<b>RESTAURANTE</b>	<b>239</b>	<b>316</b>					<b>558</b>
#1 (AYUDANTE CAMARERO/COCINERO/LIMPEZA/DELIVERY) - Ashigaru (兵, Soldado Raso)	10	244		1		1	256
#2 (CAMARERO/COCINERO) - Hatamoto (旗本, Vassallo)	81	39		1			120
#3 (3ª SALA/COCINA) - Fudai Daimyo (譜代大名, Daimyo Vasallo)	7	12					19
#4 (2ª SALA/COCINA) - Daimyo (大名, Señor Feudal)	49	13					62
#5 (JEFE COCINA) - Rojin (老入, Anciano)	37	4					41
#6 (JEFE SALA) - Shogun (将軍, Comandante en Jefe)	46	4					50
#10 (RESPONSABLE)	9					1	10
<b>Total general</b>	<b>291</b>	<b>316</b>		<b>4</b>		<b>1</b>	<b>613</b>

DATOS RELATIVOS A TODO EL AÑO 2023

**BAJAS - CAUSAS**

	Hombre	Mujer	Total general
BAJA VOLUNTARIA	188	130	318
DESPIDO	65	61	126
EXCEDENCIA		2	2
FIN CONTRATO	1	3	4
NO SUPERA PERIODO DE PRUEBA (NSPP)	152	91	243
SUBROGACION	1		1
<b>Total general</b>	<b>407</b>	<b>287</b>	<b>694</b>

**BAJAS - CATEGORÍA**

	Hombre	Mujer	Total general
#1 (AYUDANTE CAMARERO/COCINERO/LIMPEZA/DELIVERY) - Ashigaru (兵, Soldado Raso)	260	216	476
#2 (CAMARERO/COCINERO) - Hatamoto (旗本, Vassallo)	76	30	105
#3 (3° SALA/COCINA) - Fudai Daimyo (譜代大名, Daimyo Vasallo)	4		4
#4 (2° SALA/COCINA) - Daimyo (大名, Señor Feudal)	32	21	53
#5 (JEFE COCINA) - Rojin (老人, Anciano)	11	1	12
#6 (JEFE SALA) - Shogun (將軍, Comandante en Jefe)	11	16	27
#7 (OPERARIO/AUXILIAR)	1		1
#9 (TECNICO)	2	2	4
#10 (RESPONSABLE)	8	1	9
#11 (DIRECTOR)	2		2
<b>Total general</b>	<b>407</b>	<b>287</b>	<b>694</b>

## DATOS RELATIVOS A TODO EL AÑO 2023

### BAJAS - CATEGORÍA - EDAD

	RANGO #1 (18-24)	RANGO #2 (25-34)	RANGO #3 (35-44)	RANGO #4 (45-54)	RANGO #5 (>55)	Total general
#1 (AYUDANTE CAMARERO/COCINERO/LIMPEZA/DELIVERY) - Ashigaru (兵, Soldado Raso)	198	212	49	12	5	476
#2 (CAMARERO/COCINERO) - Hatamoto (旗本, Vassallo)	24	60	18	4		105
#3 (3° SALA/COCINA) - Fudai Daimyo (譜代大名, Daimyo Vasallo)	1	2	1			4
#4 (2° SALA/COCINA) - Daimyo (大名, Señor Feudal)	8	27	13	3	2	53
#5 (JEFE COCINA) - Rojin (老人, Anciano)	1	7	3	1		12
#6 (JEFE SALA) - Shogun (將軍, Comandante en Jefe)	3	9	11	4		27
#7 (OPERARIO/AUXILIAR)		1				1
#9 (TECNICO)		1		2	1	4
#10 (RESPONSABLE)		1	7	1		9
#11 (DIRECTOR)			2			2
<b>Total general</b>	<b>235</b>	<b>320</b>	<b>104</b>	<b>27</b>	<b>8</b>	<b>694</b>

### BAJAS - CATEGORÍA - MOTIVO BAJA

	BAJA VOLUNTARIA	DESPIDO	EXCEDENCIA	FIN CONTRATO	NSPP	SUBROGACION	Total general
#1 (AYUDANTE CAMARERO/COCINERO/LIMPEZA/DELIVERY) - Ashigaru (兵, Soldado Raso)	225	73	1	4	173		476
#2 (CAMARERO/COCINERO) - Hatamoto (旗本, Vassallo)	38	18	1		49		105
#3 (3° SALA/COCINA) - Fudai Daimyo (譜代大名, Daimyo Vasallo)	2	1			1		4
#4 (2° SALA/COCINA) - Daimyo (大名, Señor Feudal)	27	15			11		53
#5 (JEFE COCINA) - Rojin (老人, Anciano)	2	7			2	1	12
#6 (JEFE SALA) - Shogun (將軍, Comandante en Jefe)	13	9			5		27
#7 (OPERARIO/AUXILIAR)	1						1
#9 (TECNICO)		2			2		4
#10 (RESPONSABLE)	8	1					9
#11 (DIRECTOR)	2						2
<b>Total general</b>	<b>318</b>	<b>126</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>243</b>	<b>1</b>	<b>694</b>

DATOS RELATIVOS A TODO EL AÑO 2023

DESPIDOS

Causa de Baja	DESPIDO		
Cuenta de Trab->Apellidos_y_Nombre_del_Trabajador	Etiquetas de columna		
Etiquetas de fila	Hombre	Mujer	Total general
#1 (AYUDANTE CAMARERO/COCINERO/LIMPEZA/DELIVERY) - Ashigaru (兵, Soldado Raso)	33	40	73
#2 (CAMARERO/COCINERO) - Hatamoto (旗本, Vassallo)	8	10	18
#3 (3° SALA/COCINA) - Fudai Daimyo (譜代大名, Daimyo Vasallo)	1		1
#4 (2° SALA/COCINA) - Daimyo (大名, Señor Feudal)	10	5	15
#5 (JEFE COCINA) - Rojin (老人, Anciano)	7		7
#6 (JEFE SALA) - Shogun (將軍, Comandante en Jefe)	5	4	9
#9 (TECNICO)		2	2
#10 (RESPONSABLE)	1		1
<b>Total general</b>	<b>65</b>	<b>61</b>	<b>126</b>

Causa de Baja	DESPIDO				
Cuenta de Trab->Apellidos_y_Nombre_del_Trabajador	Etiquetas de columna				
Etiquetas de fila	RANGO #1 (18-24)	RANGO #2 (25-34)	RANGO #3 (35-44)	RANGO #4 (45-54)	Total general
#1 (AYUDANTE CAMARERO/COCINERO/LIMPEZA/DELIVERY) - Ashigaru (兵, Soldado Raso)	28	36	8	1	73
#2 (CAMARERO/COCINERO) - Hatamoto (旗本, Vassallo)	1	13	3	1	18
#3 (3° SALA/COCINA) - Fudai Daimyo (譜代大名, Daimyo Vasallo)		1			1
#4 (2° SALA/COCINA) - Daimyo (大名, Señor Feudal)	2	7	5	1	15
#5 (JEFE COCINA) - Rojin (老人, Anciano)		4	2	1	7
#6 (JEFE SALA) - Shogun (將軍, Comandante en Jefe)		4	3	2	9
#9 (TECNICO)		1		1	2
#10 (RESPONSABLE)				1	1
<b>Total general</b>	<b>31</b>	<b>66</b>	<b>21</b>	<b>8</b>	<b>126</b>

## POLÍTICAS DE SALUD Y SEGURIDAD LABORAL

En el 2023, tuvimos 30 procesos de accidente de trabajo dentro de la jornada laboral. Siendo la mayoría de los procesos de baja, de una duración entre 1 y 15 días de baja.

Por tramos de duración

	Accidente de Trabajo				Enf. Profesional	
	En jornada laboral		In itinere		Procesos	Recaídas
	Procesos	Recaídas	Procesos	Recaídas		
<b>Con Baja</b>	<b>30</b>	<b>2</b>	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
De 1 a 15 días	20	1	4	1	0	0
De 16 a 30 días	5	0	1	0	0	0
De 31 a 45 días	0	0	0	0	0	0
Más de 46 días	5	1	1	0	0	0
<b>Sin Baja</b>	<b>36</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

Los procesos de accidente de trabajo registrados han sido el 100% de categoría leve.

Por nivel de gravedad

	Accidente de Trabajo				Enf. Profesional	
	En jornada laboral		In itinere		Procesos	Recaídas
	Procesos	Recaídas	Procesos	Recaídas		
Leve	30	2	6	1	0	0
Grave	0	0	0	0	0	0
Muy grave	0	0	0	0	0	0
Fallecimiento	0	0	0	0	0	0

Para los cálculos de los índices se han tenido en cuenta el número total de horas anuales trabajadas en 2023, que fueron 916.270. Asumiendo una jornada diaria, a jornada completa, con 8 horas de trabajo un total de 623 jornadas perdidas por accidente con baja, in itinere, recaídas y enfermedades profesionales, en total de horas de absentismos asciende a 4.948.

Detallamos las jornadas perdidas:

Por jornadas perdidas

	Accidente de Trabajo					Enf. Profesional		
	En jornada laboral			In itinere		Procesos	Recaídas	Total
	Procesos	Recaídas	Total	Procesos	Recaídas			
Jornadas perdidas hasta el 31/12/2023	562	61	<b>623</b>	<b>133</b>	3	0	0	<b>0</b>
Jornadas perdidas hasta el 22/05/2024	607	61	<b>668</b>	<b>187</b>	13	0	0	<b>0</b>

Detallamos la duración media en días:

Por duración media (en días)

	Accidente de Trabajo					Enf. Profesional		
	En jornada laboral			In itinere		Procesos	Recaídas	Total
	Procesos	Recaídas	Total	Procesos	Recaídas			
Duración media hasta el 31/12/2023	18,73	30,50	19,47	22,17	3,00	0,00	0,00	0,00
Duración media hasta el 22/05/2024	20,23	30,50	20,88	31,17	13,00	0,00	0,00	0,00

El índice de Frecuencia se calcula multiplicando por un millón el resultado de la división del número de accidentes con baja entre el número de horas trabajadas.

Incluidos los accidentes in itinere y recaídas. En 2023, el índice de frecuencia de accidentes ha sido de 32,74.

El índice de Gravedad se halla multiplicando por 1.000 el resultado de la división de las jornadas perdidas entre el número de horas trabajadas. Incluidas las jornadas perdidas in itinere y recaídas. En 2023, el índice de gravedad ha sido de 0,68.

Indicador	Empresa	Sector(*)	Descripción
Índice de Incidencia	57,30	32,49	$I_i = \frac{\text{Accidentes con baja}}{\text{Trabajadores/as}} \times 1.000$ <p>Número de procesos de contingencia profesional con baja, excluidos accidentes in itinere y recaídas, acaecidos durante la jornada de trabajo, por cada 1000 trabajadores/as expuestos/as al riesgo.</p> <p>Accidentes con baja: 30 Trabajadores/as: 524</p>
Índice de Frecuencia	32,74	18,11	$I_f = \frac{\text{Accidentes con baja}}{\text{Horas totales trabajadas}} \times 10^6$ <p>Número de procesos de contingencia profesional con baja, excluidos accidentes in itinere y recaídas, acaecidos durante la jornada de trabajo, por cada millón de horas trabajadas de los/as trabajadores/as expuestos al riesgo.</p> <p>Accidentes con baja: 30 Horas totales trabajadas: 916.270</p>
Índice de Gravedad	0,68	0,54	$I_g = \frac{\text{Jornadas periodo}}{\text{Horas totales trabajadas}} \times 10^3$ <p>Número de días perdidos por cada 1.000 horas de trabajo. Se incluyen las recaídas y se excluyen procesos in itinere.</p> <p>Jornadas periodo: 623 Horas totales trabajadas: 916.270</p>
Duración Media	20,77	29,05	$DM = \frac{\text{Jornadas periodo}}{\text{Accidentes con baja}}$ <p>Número de días no trabajados en el periodo de estudio por cada accidente ocurrido durante la jornada de trabajo. Se incluyen también las jornadas perdidas de las recaídas y se excluyen las de los procesos in itinere.</p> <p>Jornadas periodo: 623 Accidentes con baja: 30</p>

## **PROTOCOLOS DE SEGURIDAD PROCESOS ESTANDARIZADOS PARA IDENTIFICAR RIESGOS**

Nuestro partner de SEGURIDAD LABORAL y PREVENCIÓN es QUIRON PREVENCIÓN.

Para el desarrollo de sus actividades, se realizan las siguientes actuaciones:

Facilitar a la EMPRESA la programación anual de los servicios de prevención en la que incluirá las actuaciones concretas a realizar en el desarrollo de las funciones asumidas, en el periodo de vigencia del contrato. Dichas actuaciones serán desarrolladas de acuerdo con la planificación de la actividad preventiva.

De igual forma, Quirón Prevención S.L., realizará con carácter anual la memoria de las actividades llevadas a cabo, en dicha memoria se efectuará la valoración de la efectividad de la integración de la prevención de riesgos laborales en el sistema general de gestión de la empresa a través de la implantación y aplicación del plan de prevención de riesgos laborales en relación con las actividades preventivas concertadas.

- Dedicar anualmente los recursos humanos y materiales necesarios para la realización de las actividades concertadas.
- Realizar con la periodicidad que requieran los riesgos existentes, la actividad de seguimiento y valoración de la implantación de las actividades preventivas derivadas de la evaluación.
- Asesorar al empresario, a los trabajadores y a sus representantes y a los órganos de representación especializados, en los términos establecidos en la normativa de aplicable.
- Revisar la evaluación de riesgos en los casos exigidos por el ordenamiento jurídico, en particular, con ocasión de los daños a la salud de los trabajadores que se hayan producido.
- Realizar el programa anual de Medicina del Trabajo, que incluye la protocolización por puestos de trabajo, en base a la evaluación de riesgos de la empresa y facilitada por ella, criterios de Periodicidad, de Obligatoriedad, Vacunaciones, etc.
- Realizar la vigilancia colectiva de la salud/ análisis epidemiológicos indicados en el R.D. 39/1997.
- La realización de los reconocimientos médicos y la información como resultado de los mismos, se considera incluida en el concierto.

## FORMACIÓN

En SERVICIOS CENTRALES tenemos un departamento de FORMACIÓN, que lidera el proyecto de SIBUYA ACADEMY. Este proyecto engloba formaciones de PEOPLE, RRHH (Legales y Seguridad) y OPERATIVA de restaurante. Dentro de la operativa de restaurante estás son nuestras formaciones:

### CÓMO SE TRABAJA EN EL ÁREA DE FORMACIÓN

#### METODOLOGÍA



Entendemos la **FORMACIÓN** como un proceso eficaz de comunicación diseñado y estructurado para facilitar el aprendizaje de conocimientos, habilidades y actitudes.

Por ello, ponemos el foco en facilitar la transmisión del Know How de la marca, transmitiendo el “saber ser” en lugar solo de “saber hacer”



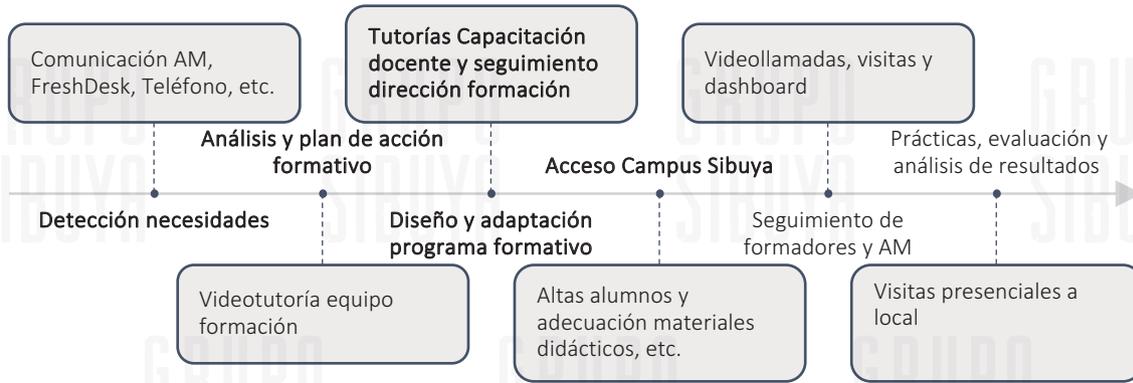
## PROCEDIMIENTO DE FORMACIÓN



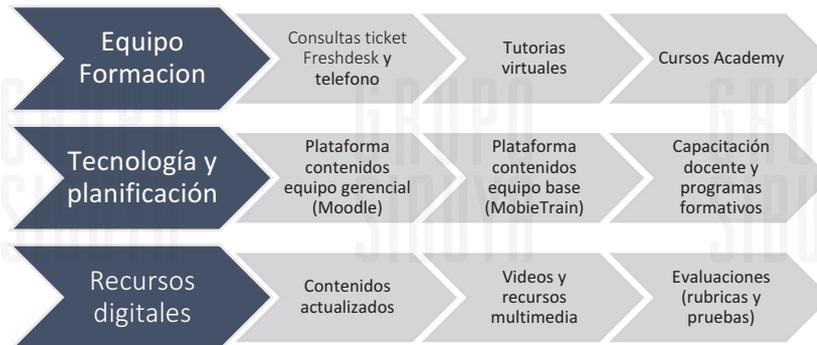
- **FORMACIÓN APERTURAS:** Procedimiento de 90 días para la formación y apoyo de nuevo locales, incluyendo formación preapertura, semana apertura y postapertura.

PLAN FORMATIVO	PERFILES PROFESIONALES		
<b>PROGRAMAS FORMATIVOS</b>	Equipo Gerencial (jornada 40h)	Equipo Mandos Intermedios (jornada 40/35 h)	Equipo base (jornada 30/20 h)
<b>Operativa Sala</b>	Director/a Jefe de sala	Jefe de turno Camarero	Camarero/a Ayudante camarero
<b>Operativa Cocina</b>	Jefe de cocina Jefe de partida (2ºcocina)	Jefe de partida (3ºcocina) Cocinero	Cocinero/a Ayudante de cocina
<b>DURACIÓN</b>	240 horas (48 h + 48 turnos)	120 horas (24 h + 24 turnos)	60 horas (12 h + 12 turnos)

## PROCEDIMIENTO DE FORMACIÓN



- **FORMACIÓN CONTINUA:** Procedimiento de seguimiento e implementación de la formación de los locales, incluyendo el proyecto colaborativo "Sibuya Academy"



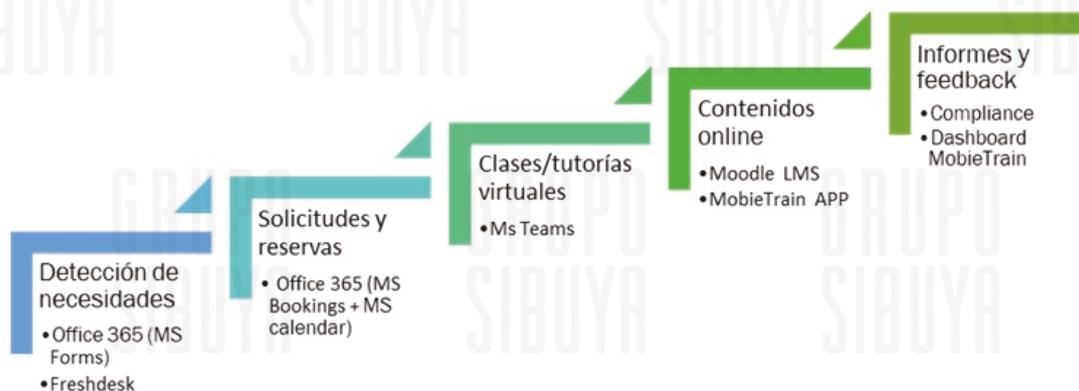
## OPERACIONES DE COCINA

- Cocina y carta de platos
- Elaboración de platos según partida de cocina y familias
- Equipamiento y mantenimiento de utensilios, espacios de partidas y maquinaria de cocina.
- Pedidos y calendarios de cocina
- Control de pre-elaboraciones y producciones
- Almacén e inventarios
- Control de Calidad y seguridad alimentaria en cocina
- Elaboración de turnos de cocina y asignación de posiciones operativas
- Apoyo en elaboración de pedidos y elaboración de horarios de turnos.
- Apertura y cierre de partidas
- Seguimiento de estándares: tiempos, gramajes, elaboraciones y emplatado.
- Prácticas en restaurante de gestión de equipo de cocina y posiciones operativas según partida.

## OPERACIONES DE SALA

- Protocolos de Servicio y Atención al cliente
- Ventas en sala, Delivery & Take Away, Eventos.
- Cierres de caja y gestión administrativa.
- Gestión de reservas y libro digital (CoverManager)
- Distribución de mesas y rangos
- Gestión de personal y Mapal Workforce: comunicación de contrastaciones, propuestas, turnos de trabajo e incidencias.
- Pedidos de GS y proveedores externos.
- Inventarios
- Mantenimiento preventivo de local y gestión de incidencias.
- Prácticas de dirección de local y tareas de gestión.
- Prácticas en restaurante de gestión de equipo de sala y posiciones operativas.

## TECNOLOGIAS DEL CAMPUS SIBUYA

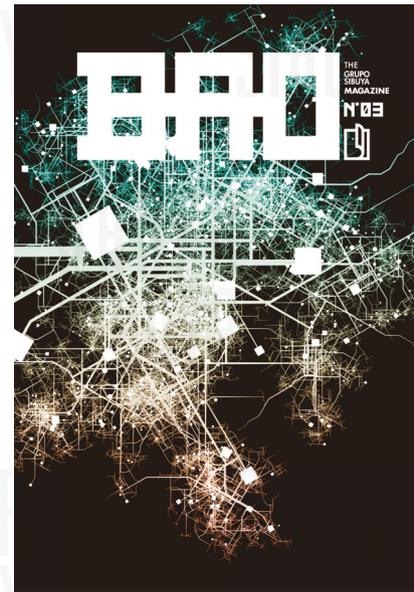
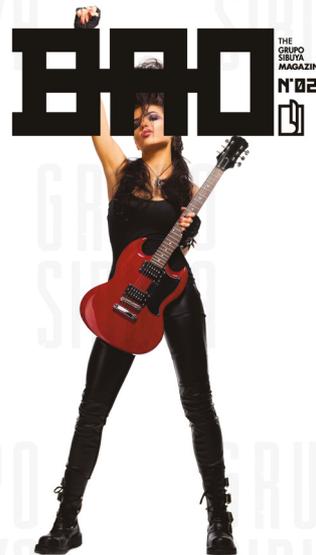
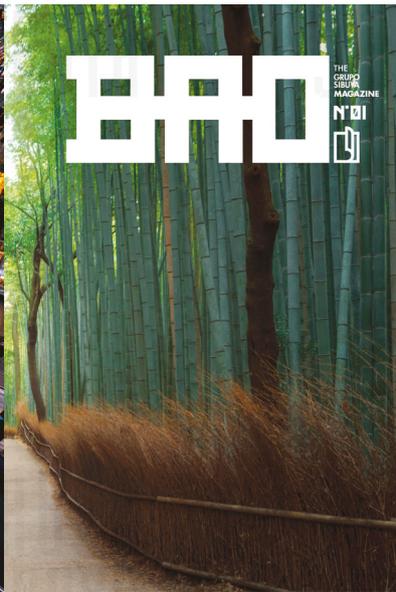




## COMUNICACIÓN Y TRANSPARENCIA

- NEWSLETTER, cada mes, se envía a todos nuestros trabajadores las novedades del mes.
- BOLETÍN SEMANAL, desde el departamento de OPERACIONES cada semana envían a nuestros trabajadores las novedades de la semana.

- BAO, revista semestral, para que cada departamento, trabajador, franquiciados, partner... pueda contar un poco más sobre él.
- CANAL DE DENUNCIAS, cuidamos a nuestro trabajador y para cualquier información que necesiten reportar tenemos a disposición nuestro canal, "Canal Denuncias". [canaldenuncias@sibuya.es](mailto:canaldenuncias@sibuya.es)



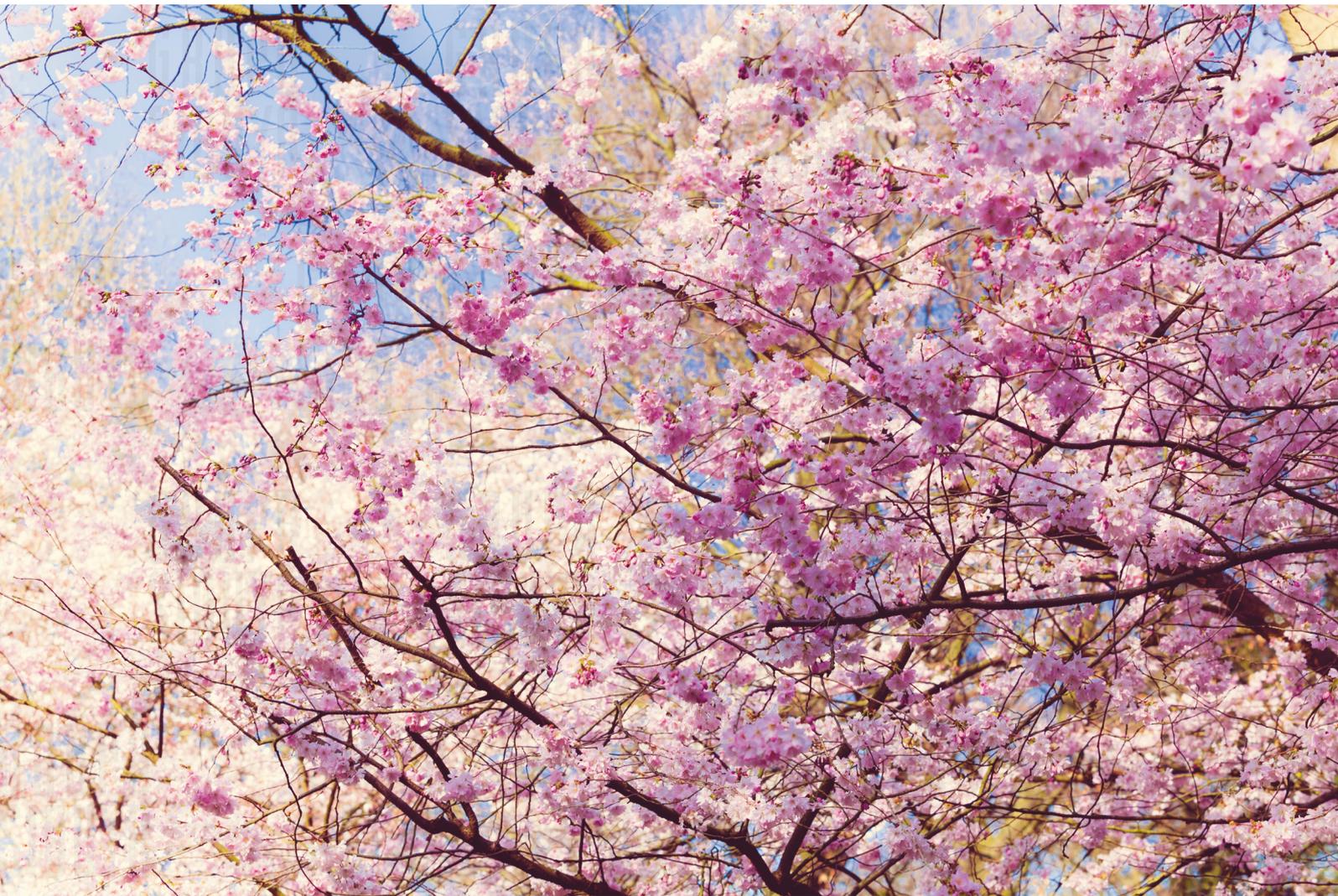
SIBUYA

SIBUYA

SIBUYA

SIBUYA

SIBUYA



GRUPO

GRUPO

GRUPO

GRUPO

# **CUESTIONES AMBIENTALES**

# MATERIAS PRIMAS Y GESTIÓN DE RESIDUOS

GRUPO SIBUYA se encuentra alineado con hasta 7 Objetivos de Desarrollo Sostenible Horizonte 2030 de Naciones Unidas, para cuyo cumplimiento se desarrollan toda clase de proyectos.



En el contexto de las cuestiones medioambientales relacionadas con la gestión de Materias Primas y los Residuos, GRUPO SIBUYA realiza proyectos para los objetivos:

ODS 12.- Producción y Consumo Responsable: Nos esforzamos en reducir considerablemente el desperdicio de alimentos y la generación de desechos mediante actividades de prevención, reducción, reciclado y reutilización.

ODS 13.- Acción Por El Clima: Participamos en la comunidad Hostelería #PorElClima, siendo la primera cadena de restauración organizada en España en hacerlo desde 2021, una iniciativa pionera de personas, empresas, organizaciones y administraciones públicas que se unen con un objetivo común: ser protagonistas de la acción contra el Cambio Climático de acuerdo con las directrices marcadas con el Acuerdo de París.

ODS 15.- Vida de Ecosistemas Terrestres: Realizamos acciones orientadas a poner fin a la deforestación luchando contra la de-

sertificación, con proyectos de rehabilitación de tierras y suelos degradados, con la plantación de los árboles más emblemáticos de la cultura japonesa.

## OPERATIVAS

En la operativa diaria de la función de los flujos de valor logísticos y operativos, desde la puesta en marcha de un local contamos con una red profesional para realizar el montaje y obra de cada uno de ellos, implementando las acciones técnicas, operativas y de imagen de marca en base a unos estándares previamente aprobados basados en sistemas constructivos en que hacemos primar, respecto del aprovisionamiento de todos los materiales necesarios, la gestión de entrega por capilaridad en el 80% de los elementos necesarios para vestir el local, y para el restante 20%, realizamos las entregas desde nuestra plataforma logística ubicada en el noroeste peninsular.

El aprovisionamiento de materia prima es clave para poder atender las necesidades de todos nuestros locales, para lo cual contamos con más de 2000 m<sup>2</sup> en nuestra plataforma logística, desde la que operamos y servimos a nuestros locales de forma semanal en torno al 80% de los productos que se necesitan para el correcto desarrollo del servicio en local, para un 15% de los productos, el acuerdo es de entrega por capilaridad y en un 3% apostamos por abastecimiento km 0.

Contamos con una cartera de proveedores homologados para el suministro de todo nuestro portfolio de alrededor 200 proveedores, muchos de los cuales han pasado a ser considerados partners, socios estratégicos con los que el crecimiento lo basamos en acuerdos win-win, con los retos y bondades que ello implica. Nuestro valor compromiso y equipo comprometido lo escalamos a esferas en que empujan y fomentan oportunidades de negocio, con personas satisfechas que harán más probable el resultado de negocios provechosos.

El compromiso medioambiental de la compañía viene enraizado desde las propias decisiones tomadas por el equipo logístico que en la preparación de pedidos reutiliza cartón en un más de un 98% de cajas de embalaje que recibimos de origen para la preparación de los pedidos que sacamos a local. Esto supone que menos del 3% de las cajas de cartón que recibimos terminan como desperdicio.



Los palets que adquirimos para sacar los pedidos de nuestra nave son palets reciclados, con calidad suficiente para poder cumplir con el cometido de entrega de pedidos a local.

Respecto al plástico, la mayor parte del desperdicio que generamos en la plataforma logística proviene del retráctil que nos llega en los palets de proveedor.

En el 2023 con una media de recepción de 150 palets al mes, generamos aproximadamente 30.000 metros lineales de residuo plástico, lo que supone un residuo de en torno 350kg al año.

Respecto de los residuos que se generan en los locales consecuencia de la recepción de mercancía con origen en nuestra plataforma logística, hablamos que en el 2023 tuvimos de media de entrega al mes 550 palets con un peso medio de 290kg, de los que:

- el 3.5% del peso corresponde a residuo madera,
- el 0.20% del peso corresponde a residuo plástico,
- el 5.20% a residuo cartón;
- siendo el resto del peso correspondiente al producto y a su embalaje primario (vidrio en caso del vino, botella plástico en caso de salsas)

Por lo que los residuos de todos los locales en el año 2023 consecuencia de haberles enviado pedidos por un peso total de más de 2.000tn, se distribuye de la siguiente manera:

- Algo más de 70tn corresponde a residuo madera (palets),
- 4tn residuo plástico
- y algo más de 100tn residuo cartón.



## MATERIAS PRIMAS

Analizando el consumo que tuvimos en el año 2023, categorizado por su unidad de medida, podemos definir que en el Top25 se encuentra los pescados (salmón, atún y escolar), el arroz de sushi, las hojas nori, y el vinagre de sushi, ingredientes todos de nuestro core; así como el yakisoba, aceite especial fritura, entre otros ingredientes. Relevante la entrada al top tanto de nuestra cerveza artesana KIMIKORO, como de nuestro vino SIBUYA, elaborado

por una bodega de la zona con uvas de zona León y valles de Benavente, floral y aromático, con buena acidez que marida con el sushi resultado del desarrollo en i+d conjuntamente con el enólogo de la bodega productora.

Respecto de las referencias inventariadas por unidad, están dentro del top de consumo palillos y servilletas (usados en sala y en el delivery) así como uno de los tamaños de cajas de delivery.

medida KG		medida L		medida UD	
*Producto	*Cantidad 2023	*Producto	*Cantidad 2023	*Producto	*Cantidad 2023
ARROZ	133.174	ACEITE	97.290	PALILLOS BAMBOO	2.553.000
SALMÓN	69.716	VINAGRE SUSHI	53.986	SERVILLETAS	1.874.939
YAKISOBA	64.068	CERVEZA KIMIKORO	43.179	NORI	1.272.300
TORPEDO	51.39	VINO SIBUYA	33.007	TARJETAS MK	1.230.000
ATÚN	50.328	SOJA	31.220	HOJA BAMBÚ	1.121.790
HIELO	41.488	CAJA DELIVERY			
		SB PEQUEÑA	563.531		
TIRAS POLLO	32.686				
GYOZA POLLO	29.127				
MAYONESA	28.920				
EDAMAME	28.805				
TEMPURAKO	26.160				
ESCOLAR	21.159				
QUESO CREMA					
ESPECIAL	20.974				

Para controlar el desperdicio de alimentos, los departamentos de operaciones, innovación gastronómica y compras estamos en continua comunicación en el proceso de cambio de carta o modificaciones en la oferta gastronómica, para

afrontarlos habiendo analizado la mercancía aún en almacén y poder medir el momento idóneo para realizar los cambios, minimizando el impacto de posibles descatalogaciones de productos.

Nos apoyamos también en el uso de ingredientes multiparticipantes en recetas, aunamos volumen para la compra, y rotación para la venta, ampliando exigencias en cuanto a personalizaciones y formatos a proveedor a medida que nos hacemos fuertes en consumo. La gestión de abastecimiento se realiza con el foco siempre puesto en el objetivo de desarrollo sostenible de Naciones Unidas número 12 “Producción y Consumo Responsables”

Si llegada la situación, aún con todas las premisas y planificaciones de abastecimiento medidas, tenemos producto que prevemos no vamos a darle salida por la vía de consumo en restaurante, activamos alternativas de uso para que no se convierta en residuo.

**Concretamente, hemos realizado en el 2023 una donación de un palet de arroz a ASLECA a través de Cáritas.**

Otras vías por las que sacamos pequeños remantes de producto que podamos tener son a través del pincho que realizamos en servicios centrales de GRUPO SIBUYA para celebrar cada una de las aperturas que vamos alcanzando a lo largo del año.

Si aún con todo lo anterior, no lográramos dar salida al producto, a través de nuestro departamento de calidad realizamos la gestión de residuos con empresas autorizadas para su gestión, que pasan a recoger el producto y nos certifican su destrucción.

## COMPROMISO MEDIOAMBIENTAL

Si bien es cierto que no poseemos ninguna certificación medioambiental como tal, GRUPO SIBUYA ostenta gran compromiso con la materia, y por ese motivo, y a mayores de las acciones antes descritas, se ha planteado como proyecto para el 2025 (aunque con estudio de análisis ya desde 2023) trabajar de la mano de AENOR para conseguir las certificaciones de Residuo Alimentario Cero y Residuo Cero. Lo que permitirá un sistema de gestión de residuos que permita reducir su generación, una preparación para que puedan ser reutilizados, transformación de las materias primas, reintroducción en la cadena de valor y dar cumplimiento a la ley de prevención de las pérdidas y el desperdicio alimentario.

Para ello, como estrategia, el plan de acción marcado es el siguiente:

### DESPERDICIO ALIMENTARIO CERO

- Inventario de desperdicio alimentario, identificando tipología y cantidad.
- Balance de masas de entradas y salidas de todos los alimentos.

- Priorizar las acciones ante el desperdicio alimentario con respecto a una jerarquía.
- Calcular el porcentaje de producto con destino a eliminación con relación al total de entradas de alimentos.
- Definir plan de minimización para la reducción del desperdicio alimentario.
- Establecer un sistema de gestión que dé cumplimiento a los requisitos indicados anteriormente.

### RESIDUO CERO

- Inventario de residuos, identificando tipologías y cantidades
- Documentar trazabilidad de los residuos
- Documentar la gestión de los residuos, indicando el % de valorización de residuos conseguidos en cada fracción de residuo para el alcance propuesto.
- Establecer un plan de minimización de residuos.
- Todo esto articulado dentro de un sistema de gestión donde esté documentado el cumplimiento de los requisitos legales, la formación del personal involucrado, que permita el seguimiento y medición de los procesos afectados, el registro de las desviaciones y la realización de la verificación interna y revisiones.

## IMPUESTO DEL PLÁSTICO

Como objetivo para el segundo semestre del 2024, para el cumplimiento de la Ley 7/2022 está la implementación del cobro de los envases de plástico de un solo uso. Para ello, se dispondrá en los centros el siguiente cartel, informando sobre el cobro de estos envases y la manera en la que irá reflejada en el ticket:



## TIPS PARA EVITAR EL DESPERDICIO ALIMENTARIO

- Aplica un correcto FIFO/FEFO, siempre lo que primero caduca, es lo que primero se deberá gastar. Mantén el almacén ordenado para encontrar en primera línea los productos que hay que consumir primero.
- Recuerda revisar diariamente las temperaturas de los equipos de refrigeración y congelación para asegurarse de que funcionan adecuadamente. Importante, anotar los datos en el registro de control de temperaturas.
- Saca a descongelar solo los alimentos y las cantidades que se vayan a necesitar. Sigue las pautas de descongelación para conservar bien los productos.
- Al hacer el pedido de la fruta y la verdura, recuerda pedir la cantidad justa, son productos perecederos con una corta vida útil. Almacénala de forma que el aire del ventilador de las cámaras de frío no les de forma directa, esto acorta la vida de estos productos.
- Prepara tu mise en place acorde a las reservas y al día de la semana, de este modo, no se romperá la cadena de frío de los productos que no se vayan a usar.
- Coloca los recipientes y la vajilla en el lavavajillas sin amontonar, de esta manera, el lavado será eficiente y con un lavado será suficiente para que los utensilios salgan limpios y no necesiten un segundo lavado.
- Enciende la vitrina de sushi nada más entrar, para que al cargar tenga la temperatura óptima para conservar el pescado. Gasta siempre primero el producto de vitrina.
- No dejar el grifo abierto mientras se realiza el lavado de manos.

## EL PROYECTO HOSTELERÍA POR CLIMA

GRUPO SIBUYA amplía su apuesta por la RSC siendo el primer grupo de restauración organizada en participar en el proyecto **Hostelería#PorElClima**.

El crecimiento no puede entenderse de otra manera que no sea sostenible. Desde GRUPO SIBUYA lo tenemos claro y por eso apostamos por alinearnos con varios de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas, como el 12 (Producción y Consumo Responsables) y el 13 (Acción por el Clima), además de preocuparnos de arrimar el hombro para cumplir con todo lo relativo al acuerdo de París que establece un marco de trabajo para evitar el calentamiento global, que tiene unos efectos climáticos desastrosos.

Con la participación en **Hostelería#PorElClima** involucramos a todos los restaurantes de SIBUYA Urban Sushi Bar y KAMADO Asian Food, registrando en la plataforma más de **750 medidas que frenan las emisiones de gases de efecto invernadero**, relacionadas

con **ahorro de agua, eficiencia energética, consumo responsable, disminución de huella de carbono, gestión de residuos y movilidad** en nuestros 67 establecimientos repartidos por la península ibérica.

**Hostelería#PorElClima**, es un proyecto de Ecodes y Coca-Cola España que cuenta con la colaboración de Hostelería de España, y que en la práctica se pone en marcha mediante una plataforma que reporta buenas prácticas en materia de preservación del medio ambiente, y en especial en todas las operativas relacionadas con evitar la emisión de gases de efecto invernadero.

Un proyecto que supone un paso más en nuestra política de RSC, entendiendo que el futuro pasa por preservar nuestro entorno y el medio ambiente. Invertir en sostenibilidad no sólo garantiza el futuro del planeta, sino también la recuperación económica de la hostelería, que tanto sufrió durante la pandemia.



## Algunas de las medidas que tomamos en nuestros restaurantes:

### 1. Relacionadas con el ahorro de AGUA

- empleo doble descarga en el sistema del inodoro
- empleo productos de limpieza no agresivos
- evito el goteo de agua en los grifos e inodoro
- impido dejar corriendo el agua del grifo
- opto por electrodomésticos que ahorran agua

### 2. Relacionadas con la gestión de RESIDUOS

- reciclo el papel y el cartón
- reciclo el vidrio en el contenedor adecuado
- reciclo las latas, bricks y botellas de plástico en el contenedor amarillo
- reciclo todas las bombillas
- evito el desperdicio de alimentos
- evito ofrecer productos de usar y tirar (de un solo uso, como vasos, cubiertos, platos, etc.).

### 3. Relacionadas con la eficiencia ENERGÉTICA

- apago todas las luces al final de la jornada y queda activado el modo de ahorro de energía
- cuento con sistemas de detección de presencia (la luz se enciende cuando pasas)
- establezco la temperatura de la nevera en 5 °c y la del congelador -18 °c

- mantengo el termostato entre 19 °c y 21 °c en invierno
- regulo la climatización del establecimiento entre 24 °c y 26 °c
- utilizo bombillas led
- utilizo electrodomésticos a plena carga (lavavajillas, lavadora, etc.)
- instalo interruptores para zonificar la iluminación del establecimiento
- tengo sensores de iluminación que detectan la luz natural
- opto por la clase energética más alta cuando cambio los electrodomésticos

### 4. Relacionadas con la MOVILIDAD.

- empleo criterios sostenibles para los repartos a domicilio

### 5. Relacionadas con el CONSUMO RESPONSABLE

- evito el desperdicio de alimentos
- evito ofrecer productos de usar y tirar (de un solo uso, como vasos, cubiertos, platos, etc.).
- utilizo productos reciclados
- utilizo expositores refrigerados libres de gases fluorados

### 6. Acciones Generales

- trabajo con proveedores locales

## EFICIENCIA ENERGÉTICA Y CONTENCIÓN DE EMISIONES

Implementar acciones de sostenibilidad como las anteriores no solo reduce el impacto ambiental, sino que también optimiza el ahorro de energía y disminuye las emisiones, apoyando una re-

ducción integral de la huella de carbono y promoviendo un futuro más sostenible.

Todas estas acciones se traducen en los siguientes datos de CONSUMOS y EMISIONES en 2023 para GRUPO SIBUYA.

CONSUMO DE ENERGÍA (KWH) ANUAL SIBUYA	1.839.495 KWH = 1.839 MWH
CONSUMO DE ENERGÍA (KWH) ANUAL KAMADO	541.924 KWH = 541 MWH
CONSUMO DE ENERGÍA (KWH) ANUAL OFICINAS + ALMACÉN	87.116 KWH = 87 MWH
<b>CONSUMO DE ENERGÍA (KWH) ANUAL TOTAL</b>	<b>2.468.535 KWH = 2.468 MWH</b>
CONSUMO GAS ANUAL	220.824 KWH [SÓLO SE TIENE GAS EN LOS LOCALES DE KAMADO]

CONSUMOS DE AGUA (m³) CONSUMO TOTAL DE AGUA ANUAL EN 2023 EN TODOS LOS LOCALES 17.997 m³.

## EMISIONES GEI

**ALCANCE 1** Emisiones directas. las que provoca una empresa por el funcionamiento de las cosas que posee o controla. Aquí es donde meteríamos el tema del consumo de energía, gas y agua de nuestros locales + Grupo

**ALCANCE 2** Emisiones indirectas. asociadas a la generación de electricidad adquirida y consumida por la organización.

**ALCANCE 3** Emisiones indirectas. Las que no produce la propia empresa-, pero difieren del Alcance 2 porque abarcan las producidas por los clientes que utilizan los productos de la empresa o las producidas por los proveedores que fabrican los productos que utiliza la empresa.

## EMISIONES ALCANCE 1

**GAS** 40.189 kgCO<sup>2</sup> = 40 tCO<sup>2</sup>

## EMISIONES ALCANCE 2

**ELECTRICIDAD** 634.413 kgCO<sup>2</sup> = 634 tCO<sup>2</sup>

## EMISIONES ALCANCE 2

### TRANSPORTE

Bien es cierto que en el mundo de la restauración sabemos que la logística y el suministro de productos son una parte clave del sector y puede representar una porción importante de las emisiones de ALCANCE 3, sin embargo, nos hemos encontrado muchas limitaciones en la obtención de dichos datos. Por un lado, nuestros proveedores de productos no obtienen datos desglosados y por tanto no han sido capaces de indicarnos la cantidad de emisiones que les conlleva el transporte de nuestros productos. Por otro lado, la empresa de logística que usamos para suministrar nuestros productos a los locales está trabajando en la implantación de un sistema de la medición de huella de carbono, por lo que será un dato en el que trabajaremos para intentar obtenerlo para próximos ejercicios.

## EMPRESAS LOGÍSTICAS

### REPARTE

9 VEHÍCULOS

(< 3.500 kg) x 1626 km = 14.634 km/año ▶ 39.658 kgCO<sup>2</sup> = 39 tCO<sup>2</sup>

6 VEHÍCULOS

(> 3.500 kg) x 5591 km = 33.546 km/año ▶ 90.909 kgCO<sup>2</sup> = 90 tCO<sup>2</sup>

## STEF

En el 2023 trabajábamos con la empresa TTC que fue adquirida por STEF. TTC no ha podido facilitarnos los datos, por lo que los datos que mostramos son únicamente relativos al último trimestre del año donde podemos indicar que se han tenido unas emisiones de 209.200 kgCO<sup>2</sup> = 209 tCO<sup>2</sup>

Tomando ese valor como referencia promedio de 1 trimestre, podríamos pensar que en el año estaríamos hablando de 209 x 4 = 836 tCO<sup>2</sup>

## AGUA

Aunque el consumo de agua en sí mismo no genera emisiones de GEI, si que es cierto que el agua puede implicar emisiones indirectas relacionadas con su extracción, tratamiento, distribución y tratamiento de aguas residuales, pero en nuestro caso no aplicarían.

Los factores de emisión que usamos como referencia son los usados en los proyectos de "Hostelería por el Clima" organizados por Ecodes, CocaCola y Hostelería España, así como los propuestos por MITECO (Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico) en el informe publicado en 2024, tomaremos como referencia:

Factor GAS NATURAL 0,182 kg CO<sup>2</sup>/kWh

Factor GASOLEO 2,71 kg CO<sup>2</sup>/l

Factor mix comercializadora ELECTRICIDAD 0,257 kg CO<sup>2</sup>/kWh

Factor AGUA 0,378 kgCO<sup>2</sup>/m<sup>3</sup>

## CALCULO Y COMPENSACIÓN DE EMISIONES

Con la plataforma Hostelería#PorElClima es posible calcular la huella de carbono por local y compensar las emisiones en acciones de reforestación.

Para conseguir la neutralidad en carbono existe un último paso (después del cálculo y reducción) que consiste en la compensación de las emisiones que el establecimiento no puede evitar después de aplicar planes de reducción. Esta compensación consiste en la aportación voluntaria de una cantidad económica, proporcional a las toneladas de CO<sub>2</sub> generadas, para un proyecto que persigue:

- Captar una cantidad de toneladas de CO<sub>2</sub> equivalente a la generada por la actividad del establecimiento, mediante la puesta en práctica de un proyecto de sumidero de carbono por reforestación.
- Evitar la emisión de una cantidad de toneladas de CO<sub>2</sub> equivalente a la generada por la actividad del establecimiento por medio de un proyecto de ahorro o eficiencia energética, de sustitución de combustibles fósiles por energías renovables, tratamiento de residuos o de deforestación evitada.

Los proyectos de compensación con los que colabora CeroCO<sub>2</sub> están localizados en países en vías de desarrollo y tiene el doble objetivo de lucha contra el cambio climático y lucha contra la po-

breza. Los proyectos están verificados de acuerdo a alguno de los estándares del Mercado Voluntario de Carbono (MVC).

El MVC facilita a las entidades y a las personas que no están dentro de los sectores regulados asumir su compromiso con el cuidado del clima “compensando” sus emisiones en proyectos limpios en países en desarrollo. La compensación de emisiones a través de proyectos de la Plataforma CeroCO<sub>2</sub> es una donación y se tramita como tal. El establecimiento recibirá el certificado de compensación de emisiones y el certificado fiscal de la donación una vez realizada la misma. La compensación está incluida entre las cuestiones que generan beneficios y deducciones fiscales para los particulares o las entidades que hacen una donación a entidades no lucrativas (ENL), teniendo en cuenta la Ley 49/2002, de 23 de diciembre, de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo. Desde Hostelería #PorElClima compensamos el primer cálculo de emisiones por SIBUYA Lugo consiguiendo así su neutralidad en carbono para el año 2023. El proyecto elegido para realizar la compensación se trata del proyecto de Conservación de la Amazonía en Madre de Dios en Perú.

El coste de la compensación se detalla en la siguiente tabla:

Proyecto de compensación	Coste tonelada compensada	Toneladas a compensar 2020 (tCO <sub>2</sub> e)	Coste compensación a pagar (€)
Conservación de la Amazonia en Madre de Dios en Perú	7 €/tonelada	25,031	182,219€

Tabla 3. Proyecto de compensación elegido, coste de la tonelada compensada y coste total de la compensación.



## USO DE ENERGÍAS RENOVABLES

GRUPO SIBUYA adopta medidas relacionadas con el uso de energías renovables y de eficiencia energética dotando a nuestras instalaciones de almacén y obrador de placas solares fotovoltaicas

para la generación propia de energía eléctrica potenciando el autoconsumo consiguiendo una cierta independencia de fuentes externas de energía.

SIBUYA

SIBUYA

SIBUYA

SIBUYA

SIBUYA



GRUPO

GRUPO

GRUPO

GRUPO

**GRUPO SIBUYA es una empresa de restauración organizada que interacciona con todos sus STAKEHOLDERS.**

**1. Clientes**

Consumidores frecuentes  
Nuevos clientes  
Grupos de clientes

**2. Empleados**

Chefs y cocineros  
Camareros y personal de servicio  
Gerentes, supervisores y personal de SSCC y Almacenes Logísticos  
Personal de limpieza

**3. Proveedores**

Proveedores de alimentos y bebidas  
Proveedores de equipos y utensilios  
Proveedores de servicios (limpieza, seguridad)

**4. Inversores y Propietarios**

Propietarios  
Consejo de Administración

**5. Reguladores y Gobierno**

Autoridades sanitarias  
Autoridades de seguridad  
Inspección laboral

**6. Comunidad y Sociedad**

Vecinos de los locales  
Organizaciones locales  
Entidades benéficas

**7. Medios de Comunicación**

Críticos gastronómicos  
Bloggers y vloggers de comida  
Medios locales

**8. Competencia**

Otros restaurantes locales  
Cadenas de restaurantes

**9. Organizaciones de la Industria**

Asociaciones de restaurantes  
Asociaciones empresariales

GRUPO SIBUYA cuida las relaciones con los Stakeholders mediante una estrategia definida desde la dirección que coordina el trabajo de varios departamentos que interaccionan con ellos: Logística, RRHH, Operaciones, Marketing, Legal...



## ANÁLISIS DE MATERIALIDAD

### INTRODUCCIÓN

GRUPO SIBUYA se compromete a mantener una relación transparente y proactiva con todas sus partes interesadas. En línea con nuestro compromiso con la sostenibilidad y la responsabilidad corporativa, durante el ejercicio 2023 hemos decidido definir las primeras bases para implementar un análisis de materialidad anual que nos permitirá identificar y comprender mejor las expectativas de nuestros grupos de interés. Este informe detalla nuestra intención y el enfoque que adoptaremos para llevar a cabo este análisis de materialidad que comenzaremos a realizar a partir del ejercicio 2024.

### OBJETIVO DEL ANÁLISIS DE MATERIALIDAD

El principal objetivo del análisis de materialidad en GRUPO SIBUYA es identificar los temas más relevantes para nuestros grupos de interés en materia de sostenibilidad. Al integrar estos temas en nuestros procesos internos de toma de decisiones, buscamos avanzar en la creación de valor económico, social y medioambiental.

Este informe de intenciones representa un paso significativo en el compromiso de GRUPO SIBUYA con la sostenibilidad y la responsabilidad corporativa. Estamos dedicados a escuchar y responder a las necesidades de nuestras partes interesadas, garantizando que nuestras operaciones contribuyan positivamente a la sociedad y al medio ambiente.

### ESTRUCTURA DE LA RELACIÓN CON LAS PARTES INTERESADAS

GRUPO SIBUYA estructura su relación con las partes interesadas en tres niveles:

1. Global: Relación a nivel corporativo que abarca todas las operaciones del Grupo.
2. Negocio: Relación a nivel de cada área de negocio específica dentro de GRUPO SIBUYA.
3. Local: Relación a nivel de cada restaurante y su comunidad inmediata.

Cada nivel requiere mecanismos específicos y adaptados para identificar adecuadamente las necesidades y expectativas de las partes interesadas en relación con nuestro desempeño ético, social y ambiental.

### LISTA DE STAKEHOLDERS A PRIORI

Las partes a priori interesadas de GRUPO SIBUYA incluyen:

1. Empleados: Personas que trabajan en todos los niveles de la organización.
2. Clientes: Personas que visitan y consumen en nuestros restaurantes.
3. Proveedores: Empresas y personas que suministran productos y servicios.
4. Comunidades Locales: Población y organizaciones locales cercanas a nuestras operaciones.
5. Reguladores: Entidades gubernamentales y organismos reguladores.
6. Inversionistas: Fundadores y otros inversores financieros.
7. Medios de Comunicación: Plataformas de prensa y otros medios que cubren nuestras actividades.
8. ONGs y Organizaciones de la Sociedad Civil: Grupos que trabajan en temas sociales y ambientales.

### METODOLOGÍA PROPUESTA DEL ANÁLISIS DE MATERIALIDAD

Para llevar a cabo el análisis de materialidad, GRUPO SIBUYA adoptará la siguiente metodología basada en el estándar de reporte GRI y el concepto de materialidad:

1. Identificación de Partes Interesadas: Identificación de todas las partes interesadas relevantes para GRUPO SIBUYA, incluyendo empleados, clientes, proveedores, comunidades locales, reguladores, inversionistas, medios de comunicación y ONGs.
2. Recolección de Información: Utilización de diversos canales y mecanismos de diálogo permanentes y transparentes para recolectar información sobre las expectativas y preocupaciones de las partes interesadas.
3. Evaluación de Impactos: Análisis del impacto de las actividades de GRUPO SIBUYA en el entorno, así como la evolución, los resultados y la situación de la compañía.
4. Integración en Procesos Internos: Integración de los resultados del análisis de materialidad en los procesos internos de toma de decisiones, asegurando que estos reflejen las expectativas de nuestras partes interesadas.

5. Construcción de una Matriz de Materialidad: Herramienta que permite visualizar y priorizar los temas relevantes tanto para las partes interesadas como para la empresa. En el eje horizontal se representan los impactos significativos para el negocio y en el eje vertical, la importancia para las partes interesadas.

6. Validación de Resultados: Validación de los resultados del análisis por parte del Consejo de Administración y la Comisión de Sostenibilidad de GRUPO SIBUYA.

7. Despliegue de Estrategia de Sostenibilidad: Despliegue de los resultados del análisis, implementándose a través de su integración en los Planes de Sostenibilidad específicos de cara al ejercicio 2024 y posteriores.

El criterio de materialidad del INFORME NO FINANCIERO (EINF) del 2023 se ha basado en seguir las materialidades y cuestiones relevantes de otras empresas referentes del sector.

## PRÓXIMOS PASOS

1. Establecimiento del Comité de Materialidad: Formación lo largo del 2024 de un comité interno responsable de dirigir el proceso de análisis de materialidad.

2. Capacitación Interna: Capacitación de las áreas involucradas sobre la metodología y objetivos del análisis de materialidad.

3. Recogida de información y Construcción de la Matriz de Materialidad:

La matriz de materialidad nos ayuda a identificar y priorizar los temas que deben ser abordados de manera urgente y estratégica, asegurando que se alineen con las expectativas de nuestros grupos de interés (Stake Holders) y con los objetivos de sostenibilidad de la empresa.

4. Primera Evaluación Anual: Realización del primer análisis de materialidad, cuyos resultados serán presentados y validados en la siguiente reunión del Consejo de Administración y la Comisión de Sostenibilidad.

El análisis de materialidad es una herramienta crucial para GRUPO SIBUYA en su esfuerzo por ser una empresa responsable y sostenible. A través de este análisis, buscamos no solo cumplir con las expectativas de nuestras partes interesadas, sino también crear un valor duradero para la sociedad y el medio ambiente. Con este enfoque proactivo y sistemático, GRUPO SIBUYA se posiciona para afrontar los retos y oportunidades que presenta el entorno empresarial actual.

## CONTACTO

Para más información sobre este informe y el proceso de análisis de materialidad, por favor contacte a:

Comisión de Sostenibilidad

GRUPO SIBUYA

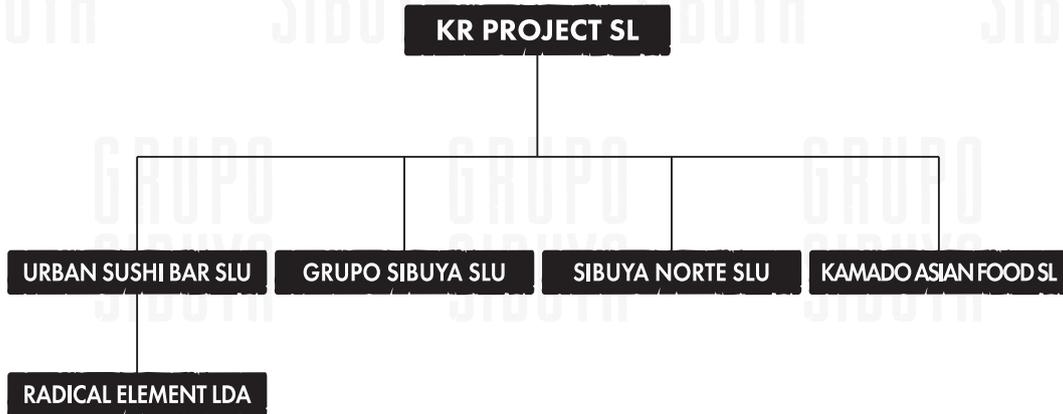
Correo electrónico: [sostenibilidad@gruposibuya.com](mailto:sostenibilidad@gruposibuya.com)

## PERÍMETRO DE ALCANCE DEL ANÁLISIS DE MATERIALIDAD

### ENTIDADES INCLUIDAS

GRUPO SIBUYA es un holding de empresas dedicado a la restauración organizada en el segmento de la cocina asiática. Cuenta con 2 marcas, SIBUYA URBAN SUHI BAR y KAMADO

ASIAN FOOD que prestan sus servicios a través de un entramado societario en el que se engloban las actividades de restauración, las logísticas y las propias de los servicios centrales.



Aparte de la actividad realizada por el holding de empresas de GRUPO SIBUYA, la matriz participa del capital de otras sociedades dedicadas a la explotación de restaurantes de la marca SIBUYA URBAN SUSHI BAR.

- SIBUYA MADRID 2017 SL, cuyo 40% del capital pertenece a URBAN SUSHI BAR.
- ASIAN FOOD CAPITAL SL cuyo 67% del capital pertenece a URBAN SUSHI BAR.
- GRUPO RKPJ SL cuyo 67% del capital pertenece a URBAN SUSHI BAR.

## ALCANCE GEOGRÁFICO Y ACTIVIDADES INCLUIDAS

GRUPO SIBUYA y su holding desarrollan sus actividades de restauración organizada en los territorios del Reino de España y en la República de Portugal. En estos territorios es en los que se producen las relaciones de intercambio y de afectación con los diferentes actores y stakeholders identificados en el proceso de análisis de Materialidad, y por tanto se realizarán los análisis de materialidad.



A finales del 2023 la marca contaba con 55 locales de SIBUYA URBAN SUSHI BAR y 10 locales de KAMADO ASIAN FOOD repartidos por la geografía de ambos países, contando los locales propios y los explotados en régimen de franquicia.



Además de las actividades de restauración, en GRUPO SIBUYA, y en el periodo marco de referencia 2023, se realizan otras actividades estratégicas dentro de la cadena valor que dan soporte a las actividades propias de la restauración:

- Aprovisionamiento de materias primas, almacenaje y distribución, realizadas en la plataforma logística del Polígono Industrial de Onzonilla en León (España).

- Actividades de preparación de pre-elaborados realizadas en el Obrador de Puente Castro en León (España).

- Actividades de Dirección, Gestión y Administración realizadas en las oficinas centrales del GRUPO SIBUYA en el centro de León (España). En GRUPO SIBUYA estamos concienciados para escuchar y responder a las necesidades de nuestras partes interesadas, garantizando que nuestras operaciones contribuyan positivamente a la sociedad y al medio ambiente.

## INFORMACIÓN FISCAL

---

Beneficio Neto cuentas anuales consolidadas **2.644.615€**

---

Impuesto sobre beneficios pagados: **1.289.858€**

---

Subvenciones **136.115€**

---



## CONSUMIDORES Y CLIENTES

Los locales SIBUYA y KAMADO son lugares perfectos para desconectar. Música y ambiente distendidos, atención al detalle, con sushi y otras variedades de cocina asiática deliciosas que convierten cada comida o cada cena en una auténtica experiencia para disfrutarla en soledad o, mucho mejor, en compañía.

A esos locales acude un perfil de consumidor muy marcado, con un público mayoritariamente femenino que ronda el 60% en ambas marcas y con 4 atributos muy distinguibles:

- Franja de edad comprendida entre los 27 y 45 años
- Intereses LIFESTYLE
- Urbanitas en busca de nuevas experiencias
- Hiperconexión digital y grandes seguidores de nuestras redes sociales (185K seguidores en Instagram en SIBUYA y 40K seguidores en KAMADO).

Estos clientes vienen buscando productos los productos diferenciales que ofertan ambas marcas.

La carta de SIBUYA es pura innovación y variedad. Atún, Salmón, Pollo, Langostinos... y nuestro sushi flambeado que no deja indiferente. Una carta pensada para clientes atrevidos y tradicionales, con posibilidades para los más sanos o para los amantes de las salsas.

La carta de KAMADO es pura vanguardia. Compuesta por una gran variedad de platos, donde destacan los Curry, los Ramen, unos Baos alucinantes, el Pad Thai que todo el mundo admira o las Costillas y el Pato horneados en el KAMADO, sin olvidar los alocados Cócteles.

En ambos casos el ticket medio es muy razonable encontrándose por debajo de los 30 €/persona.

## EL PRODUCTO

La relación calidad-precio está asegurada por el minucioso trabajo que se lleva a cabo desde los departamentos de Calidad e Innovación gastronómica que comprende varias etapas que aseguran la calidad del producto.

Desde innovación se revisan propuestas de productos por parte de proveedores, así como se hace búsqueda específica de productos para probar, o introducir en catálogo de productos de GRUPO SIBUYA.

Cuando se prueban productos similares a los que se utilizan en carta, lo que buscamos es hacer una comparativa entre producto actual y producto ofrecido por el proveedor, analizando rendimiento de la pieza, precio, cualidades organolépticas y características como formato de venta (durabilidad o aceptación del formato desde local).

Cuando se trabaja en el desarrollo de un nuevo producto ad hoc para introducir en catálogo de GRUPO, se trabaja con los proveedores que puedan llegar a desarrollarlo, o se buscan nuevas colaboraciones. Se pasa una receta inicial, características finales de producto y dimensiones del mismo. Lo ideal es obtener al menos propuestas de 3 proveedores distintos, para poder obtener la mejor oferta posible. Se analizarán las distintas opciones de los proveedores, puliendo el producto hasta obtener aquel con las características que buscamos.

Dentro del apartado de Producto cobra especial importancia **el OBRADOR** propio del que dispone GRUPO SIBUYA.

Desde el obrador, ubicado actualmente en la nave que fue el primer almacén logístico, se realizan en este momento 13 elaboraciones para su distribución desde GRUPO a los restaurantes de la marca.

Las elaboraciones que se realizan en el obrador van desde salsas, encurtidos, macerados, carnes a baja temperatura y elementos de repostería.

El obrador nos ayuda a simplificar las tareas de elaboración en los restaurantes, controlar los costes de producción, así como mantener la estandarización en aquellas recetas que producimos.

Está sometido a medidas específicas de Seguridad e Higiene, diseñados para el espacio y las elaboraciones que producimos, para asegurar la mayor calidad en el proceso de elaboración de estos ingredientes que llegarán a los restaurantes. Nuestro departamento de Calidad se encarga de velar por llevar el seguimiento de los APPCC, muestreos y analíticas de los productos aquí fabricados.



## LOS CANALES DE VENTA

SIBUYA y KAMADO distribuyen sus productos a través de sus restaurantes (70%) de forma presencial y a través de servicios de Delivery & Take Away (30%) a través de plataforma propia y agregadores.

Desde 2019 GRUPO SIBUYA cuenta con una robusta plataforma propia de delivery llamada SIBUYA AMIKASA y KAMADO en tú SOFA, desde la que distribuye sus productos con algunas ventajas respecto a los agregadores clásicos de la industria (Glovo, UberEats y Just Eat): Coste cero de gastos de envío y posibilidad de pre-programación de pedidos.

Para el reparto de pedidos se trabaja con empresas de reparto subcontratadas que hacen la última milla y entregan el paquete al cliente.

## LAS RESEÑAS

El fruto de oferta de un producto de alta calidad a un precio comedido, junto con el esmerado servicio que se presta en los locales se convierte en excelentes reseñas que cosechan ambas marcas en las plataformas de Google y TripAdvisor.



Los locales de SIBUYA y KAMADO han obtenido una nota media mensual conjunta en 2023 que se sitúa en el entorno de los 4,7 puntos, una nota que nos convierte en una de las cadenas nacionales de restauración organizada con mejor valoración del cliente en Google. La valoración en Google se completa con la altísima valoración en TripAdvisor con más del 50% de nuestros restaurantes ocupando el TOP10 en los rankings locales de sus respectivas ciudades.

## LA GESTIÓN DE INCIDENCIAS

Para la gestión de incidencias, quejas y reclamaciones GRUPO SIBUYA ha creado en 2023 (empezando a gestionar y parametrizar los datos con etiquetas a partir de 2024), una unidad de atención al cliente integrada en el departamento de Marketing, y que está conectada con todos los locales que están dotados de un programa de gestión de tickets, para las solicitudes, consulta, reclamaciones e incidencias. Esto nos permite tener una trazabilidad total de cualquier circunstancia que suceda en nuestros restaurantes.

Desde este sistema, se pueden abrir tickets para solucionar cualquier incidencia relacionada con el cliente y otros problemas internos de operativa que puedan surgir en la operativa del día a día.

## EL RECONOCIMIENTO

### #TheBestDigitalRestaurants Group 2023 (SIBUYA Urban Sushi Bar)

SIBUYA Urban Sushi Bar ha conseguido en 2023 el galardón de #TheBestDigitalRestaurant, otorgado por la Barcelona Culinary Hub y Diego Coquillat, poniendo la marca al lado de compañías multinacionales como Starbucks, MacDonal d ´s, Goiko, KFC o Telepizza, ganadores de las ediciones anteriores.

La adjudicación del premio se hizo teniendo en cuenta las siguientes variables:

- Variable Cuantitativa: Medido a través de la relevancia cuantitativa de la comunidad digital creada.
- Variable Cualitativa: Medido a través de la calidad (actividad, engagement e interés) de las interacciones con su comunidad digital.
- Variable Innovación: Medido a través del volumen de iniciativas digitales y tecnológicas implantadas, bien por un trabajo sostenido a lo largo de su trayectoria como por iniciativas concretas.

Dichas variables fueron consideradas por un algoritmo, que puntuó a los diferentes candidatos. El candidato con mayor puntuación en cada categoría, SIBUYA Urban Sushi Bar, fue el ganador de los premios en la edición 2023.

## #TheBestDigitalRestaurant\_Group



Sibuya (Ganador 2023)



KFC  
(Ganador 2022)

telepizza

Telepizza (Ganador  
2021)



McDonald's (Ganador  
2020)



Goiko  
(Ganador 2019)



Starbucks (Ganador  
2018)

### Premio Selección XXX edición Anuarial 2023 (SIBUYA Urban Sushi Bar) al diseño web

SIBUYA es uno de los cinco trabajos premiados en la categoría de mejor diseño web. La marca requería de una nueva presencia digital que trasladara y elevara su imagen al entorno online, objetivo que confiamos a la boutique digital Numéricco que trabajó codo con codo con nuestro equipo interno de marketing con el resultado del galardón. La nueva web de SIBUYA ha sido premiada por su creatividad e innovador diseño, reflejando la filosofía inconformista que caracteriza a la marca a la vez que logra potenciar los procesos de delivery y take away, optimizando la experiencia de usuario para mejorar la conversión y la analítica web.

### Reconocimiento TOP10 SIBUYA - Empresas españolas con mejor reputación On line – 2023

Como cada año, Partoo publica el barómetro de la presencia y reputación online de las empresas en España. Un estudio que tiene por objetivo clasificar a las mejores marcas por sector con base

en diversos criterios (nota media, número de reseñas por punto de venta, análisis semántico de las reseñas, optimizaciones SEO, etc.).

El objetivo de este estudio es hacer balance de la reputación digital y de los hábitos y tendencias de consumo de los internautas. Este barómetro se basa en una conclusión: las reseñas online son más estratégicas que nunca. Influyen en las decisiones cotidianas tanto como la imagen de marca o las referencias de una empresa. Más del 70 % de los internautas las consulta antes de ir a una tienda.

Por ello, Partoo ha querido premiar a las empresas que mejor gestionan su reputación digital. Todos los datos analizados son exclusivos y han sido recogidos de los clientes de las empresas españolas que utilizan el producto de gestión de reseñas, Review Management.

**GRUPO SIBUYA** ocupa un meritorio 7º puesto, siendo la 1º en el sector de la restauración por delante de Áreas.

## SUBCONTRATACIÓN Y PROVEEDORES

Los principales proveedores con los que se trabaja en GRUPO SIBUYA cuentan con certificaciones de calidad referentes a seguridad alimentaria y a sostenibilidad. Para la homologación de estos proveedores, se valora positivamente que dispongan de estas.

Los principales proveedores de pescados, mariscos y crustáceos cuentan con las certificaciones MSC y ASC, junto con otras de calidad como IFS, BRC o ISO 8 de sala blanca. De acuerdo con el sistema APPCC/HACCP de GRUPO SIBUYA, en 2023 se realizaron 3 auditorías por local para verificar el grado de implantación del sistema de autocontrol, de acuerdo con la legislación europea de obligado cumplimiento. Las auditorías se realizaron tanto en España como en Portugal. La empresa encargada de desarrollar este servicio fue la empresa ALS-Aquimisa con sede en Salamanca. Los resultados obtenidos se expresan por medio de un porcentaje sobre 100, considerando un 85% como aprobado, entre el 85,01% y 89,99% como un resultado notable y una calificación por encima de 90% como excelente.

Los resultados:

- Restaurantes con un resultado >90: 67,24%
- Restaurantes con un resultado entre 85 y 90: 25,86%
- Restaurantes con un resultado <85: 6,89%

## SEGURIDAD E HIGIENE ALIMENTARIA

Grupo Sibuya se compromete a mantener unos procedimientos de trabajo en sus restaurantes que cumplan los más altos estándares de seguridad para garantizar la salud de sus clientes y trabajadores. Para ello existen procedimientos que detallan las buenas prácticas que tienen que ver con el desarrollo y cumplimiento de hábitos de higiene y de manipulación, tanto por parte del personal involucrado en los procesos, como en las instalaciones. Unas sencillas normas son las que permiten tener bajo control los puntos críticos en la salubridad de las comidas que se elaboran en el sector de la restauración, de la transformación de alimentos o almacenamiento de estos. El objetivo de estas normas es evitar los peligros de contaminación de los alimentos y de multiplicación microbiana en los mismos. Además del código de buenas prácticas, existen hasta 11 normas básicas de higiene y manipulación que son de obligado cumplimiento para todos los trabajadores de nuestros restaurantes, con el objetivo de garantizar la seguridad alimentaria:

1. Prohibición de Adornos Personales: No se permite el uso de anillos, pulseras, relojes o cualquier tipo de adorno que pueda entrar en contacto con los alimentos, ya que pueden acumular suciedad y caer sobre los alimentos. Los pendientes están permitidos mientras no haya indicación contraria por parte de sanidad.
2. Uso de Equipos y Uniformes de Trabajo: Es obligatorio el uso de uniformes y equipos de trabajo limpios y en buen estado dentro de las instalaciones.
3. Restricción de Maquillaje y Perfumes: No se permite el uso de maquillaje ni perfumes con olores fuertes.
4. Protección de Lesiones Cutáneas: Las heridas deben protegerse adecuadamente para evitar el contacto con alimentos, usando protecciones coloreadas y seguras como dedos de goma o guantes de nitrilo.

Esto hace un total del 93,1% de locales aprobados, que, comparado con años anteriores, supone un incremento de un 31,2%.

Además, para cada local se elabora un plan de acción de acuerdo con las desviaciones encontradas en cada local para ayudar a subsanarlas.

## GESTIÓN DE RESIDUOS EN LOS LOCALES

Para el reciclaje del aceite usado el 100% de los locales cuenta con una empresa para la recogida de este.

## FORMACIÓN PARA MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS Y SUSTANCIAS QUÍMICAS

Cuando el personal de una nueva apertura comienza la formación, se imparte una formación inicial a todos aquellos empleados que vayan a ser manipuladores de alimentos, con recomendaciones, prohibiciones y medidas esenciales para que realicen su actividad correctamente. Esto forma del contenido publicado en el área de calidad en el Campus SIBUYA. Las nuevas incorporaciones a locales ya abiertos, la formación es realizada 100% online a través del campus y los cursos publicados en mobietrain.

5. Declaración de Enfermedades Transmisibles: Los empleados deben informar al responsable de cualquier enfermedad de transmisión alimentaria, quien decidirá sobre su exclusión de las zonas de manipulación y posible examen médico.

6. Cuidado de Uñas: Está prohibido el uso de uñas postizas y esmaltes. Las uñas deben mantenerse cortas, limpias y cuidadas.

7. Higiene Personal: Se requiere una higiene personal rigurosa, incluyendo ducharse diariamente con especial atención a manos y uñas.

8. Lavado de Manos: Las manos y uñas deben lavarse con agua caliente y jabón desinfectante en diversas situaciones, tales como:

- Inicio de la jornada laboral.
- Después de ausencias o pasar por el lavabo.
- Al cambiar de actividad.
- Tras tocarse el pelo, nariz, boca, estornudar, toser o manipular alimentos crudos y basuras.
- Tras manipular dinero, teléfonos, útiles de limpieza o químicos.

9. Evitar Hablar, Toser y Estornudar sobre Alimentos: No se debe hablar, toser ni estornudar sobre los alimentos para prevenir la diseminación de bacterias como el *Staphylococcus aureus*.

10. Prohibición de Fumar, Beber, Comer y Masticar Chicle: Está totalmente prohibido fumar, beber, comer y mascar chicle durante la jornada laboral.

11. Manejo del Cabello: En la cocina o barra de sushi, el pelo debe estar recogido y cubierto con una pañoleta o bandana. El personal de sala debe llevar el pelo largo recogido en una coleta. Si se tocan el pelo, deben lavarse las manos antes de manipular utensilios o alimentos nuevamente. Estas normas están diseñadas para minimizar el riesgo de contaminación y garantizar la seguridad y calidad de los productos alimenticios ofrecidos por Grupo Sibuya.

## LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN Y EL SOBORNO

La corrupción y el soborno representan serios riesgos para la integridad y sostenibilidad de cualquier organización, incluyendo los grupos de restauración organizada como GRUPO SIBUYA. Para mitigar estos riesgos, es esencial implementar medidas eficaces de control y fiscalización, especialmente en la tesorería y en la gestión de contratos y pagos. A continuación, se presentan algunas medidas clave adoptadas en GRUPO SIBUYA.

### CONTROL DE TESORERÍA CON MÁQUINAS CASHDRO Y CAJÓN INTELIGENTE

Estas máquinas automatizan el proceso de caja, reduciendo significativamente la manipulación manual del efectivo. Esto no solo disminuye las oportunidades de fraude interno, sino que también asegura una mayor precisión en el conteo y registro de los ingresos diarios que se cotejan día a día con el Departamento de Administración y finanzas.

### AUDITORÍAS REGULARES

En GRUPO SIBUYA se realizan auditorías periódicas sobre el funcionamiento y los registros de las máquinas de caja y su reflejo contable para detectar y corregir cualquier discrepancia o anomalía.

### CAPACITACIÓN DEL PERSONAL

Es crucial que el personal encargado de operar las máquinas reciba una formación adecuada sobre su uso y sobre las políticas anticorrupción de la empresa. Esto incluye la identificación de actividades sospechosas y la correcta reacción ante las mismas.

### CONTROL Y FISCALIZACIÓN DE GRANDES CONTRATOS Y PAGOS

Existe una revisión semanal por la Alta Dirección de GRUPO SIBUYA estableciendo un procedimiento en el que todos los contratos y pagos significativos son revisados y aprobados semanalmente por los niveles más altos de la dirección. Esto garantiza que las decisiones financieras importantes sean evaluadas con el debido cuidado y desde una perspectiva estratégica.

Adicionalmente se implementa medidas de transparencia y documentación, que aseguran que todos los contratos y pagos están debidamente documentados y sean accesibles para revisión. Esto incluye mantener registros detallados de las negociaciones, términos del contrato, y cualquier comunicación relevante.

### TECNOLOGÍA Y MONITORIZACIÓN

Se han implementado sistemas de monitorización continua para detectar actividades sospechosas en tiempo real. Esto puede incluir software de análisis de datos que identifique patrones inusuales en las transacciones financieras.

Además, existen controles de acceso que utilizan tecnologías de última generación para restringir y monitorear quién puede acceder a información y recursos sensibles. Esto ayuda a prevenir el acceso no autorizado y facilita la trazabilidad de las acciones de los empleados.

La implementación de estas medidas no solo protege a la organización contra los riesgos de corrupción y soborno, sino que también fortalece la confianza de los stakeholders en la integridad de la gestión empresarial. Es esencial que la alta dirección lidere con el ejemplo y fomente una cultura de transparencia y responsabilidad en todos los niveles de la organización.

El resultado de todas estas acciones es que desde su nacimiento en 2016, GRUPO SIBUYA no arroja ningún caso de Corrupción ni la empresa se ha visto relacionada en acciones fraudulentas de terceros.

El control y la lucha se extiende también a las actividades de prevención de blanqueo de capitales poniendo especial foco en las políticas de RSC que conlleven donativos a entidades sin ánimo de lucro y otras organizaciones cumpliendo siempre con las normativas vigentes, y exigiendo siempre en su caso el correspondiente certificado de donativo.

En 2023, y en línea con los ODS 2,3,4 y 5 con los que GRUPO SIBUYA se encuentra alineado, se han realizado varias actividades y proyectos que han supuesto un total de **14.539 €** en donativos y otras aportaciones sometidas a control exhaustivo.

---

## DONATIVOS 14.539€

# **OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE**



ODS 2.- Hambre Cero: Donativo de una tonelada de Arroz a Cáritas León y el comedor de ASLECA.

ODS 3.- Salud y Bienestar: Donativo a la AECC (Asociación Española contra el Cáncer) con motivo de la campaña contra el cáncer de mama, a la Fundación Cadete para la integración de los niños con discapacidad y a la Fundación Valora para la campaña Toys4heroes de Regalos para niños en Navidad.

ODS 4.- Educación de Calidad: Costeo del Proyecto de formación en marketing de contenidos con PuntosModernos abierto a la comunidad de empresas y profesionales del Marketing de la provincia de León.

ODS 5.- Igualdad de Género: Sponsorización de la Cultural y Deportiva Leonesa de fútbol femenino.

## RESPECTO DE LOS DERECHOS HUMANOS

Durante el 2023 se ha continuado trabajando en el plan de Igualdad (ODS 5) en relativo a los más 700 empleados que trabajan ya para GRUPO SIBUYA.

Pero el avance más significativo es la creación y puesta en marcha del **CANAL DE DENUNCIAS** que ha supuesto espaldarazo importante para la puesta en marcha de medidas que garanticen el respeto de los derechos elementales de los trabajadores de GRUPO SIBUYA, especialmente en materia de prevención y actuación frente al acoso laboral:

- 1) Recordando que la Declaración de Filadelfia afirma que todos los seres, independientemente de la raza, el credo o el sexo, tienen derecho a perseguir tanto su bienestar material como su desarrollo espiritual en condiciones de libertad y dignidad, de seguridad económica e igualdad de oportunidades.
- 2) Reafirmando la pertinencia de las convenciones fundamentales de la Convención Organización del Trabajo.
- 3) Recordando otros instrumentos internacionales, como la Declaración de Derechos Humanos, el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Derechos Políticos, el Pacto Internacional sobre la Eliminación de todas las formas de discriminación racial, la convención Internacional sobre la Protección de Derechos de todos los trabajadores migratorios y de los miembros de las familias y la Convención de Derechos de las personas con Discapacidades
- 4) Reconociendo el derecho de todos a un mundo libre de violencia y acoso, incluida la violencia y acoso por razón de sexo.
- 5) Reconociendo que la violencia y el acoso en el mundo laboral pueden constituir una violación o abuso de los derechos humanos, y esa violencia y el acoso una amenaza a la igualdad de oportunidades, es inaceptable e incompatible con el trabajo decente.
- 6) Reconociendo la importancia de la cultura basada en el respeto y dignidad del ser humano para prevenir la violencia y el acoso.
- 7) Recordando que las empresas tienen la importante responsabilidad de promover un ambiente general de tolerancia cero ante la violencia y el acoso a fin de facilitar la prevención de tales comportamientos y prácticas, y que todos los operadores del mundo laboral deben abstenerse de la violencia y el acoso.
- 8) Reconociendo que la violencia y el acoso en el mundo laboral afecta a la persona, la salud psicológica, física y sexual, dignidad y entorno familiar y social, todos ellos Derechos Fundamentales.
- 9) Reconociendo que la violencia y el acoso también afectan a

la calidad de los servicios públicos y privados, y pueden prevenir a las personas, en particular a las mujeres.

10) Y observando que la violencia y acoso son incompatibles con la promoción de empresas sostenibles y producen efectos negativos en la organización del trabajo, las relaciones en el lugar de trabajo, la participación de los trabajadores, reputación empresarial y empresarial.

## PROTOCOLO DE ACTUACIÓN DE MARZO DEL 2023

El protocolo instrumentaliza las actuaciones necesarias para la investigación y el análisis facilitando al personal un procedimiento objetivo que garantice la prevención y la resolución de este tipo de casos.

La existencia de un protocolo de actuación -que se articula a través de un CANAL DE DENUNCIAS CREADO AD HOC- para tratar las denuncias de acoso laboral/sexual en el seno de la empresa, no es el único componente de la lucha de este problema.

También se incluyen las siguientes medidas preventivas:

\* Información y sensibilización: campañas divulgativas constantes a todo el personal sobre cómo advertir una situación de acoso, informativa de derechos y recursos con los que se cuenta y de difusión del canal de denuncias

\* Formación: Campañas formativas con carácter anual sobre el procedimiento empleado desde que la denuncia entra en el canal, fase de instrucción, adopción de medidas cautelares si fuera preciso y adopción de medidas definitivas propuestas o archivo de la denuncia.

\* Existe un campus a disposición de todos los locales y con carácter obligatorio a realizar sobre el canal de Denuncias, que contiene información sobre procedimientos, protocolos de información etc...

Es el personal gerencial el encargado de trasladar la formación impartida al resto de sus compañeros, auxiliados por material didáctico -trípticos y carteles informativos que se colocan dentro de los espacios de uso exclusivo de los trabajadores.

Toda la información que se vierte dentro del canal de denuncias se trata de forma absolutamente confidencial; con la inevitable excepción de que la información denunciada y verificada en el canal de denuncias debe de ser utilizada en la redacción de una carta de despido y/ sanción y/o modificación sustancial de las condiciones laborales del trabajador denunciado.

# ANEXOS

## ANEXOS

Índice de contenidos requeridos por la Ley 11/2018 en materia de información no financiera y Diversidad

### AMBITOS GENERALES

	AMBITOS	MARCO DE REPORTING	REFERENCIA
<b>Modelo de Negocio</b>	<p>Descripción:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Entorno Empresarial</li> <li>Organización y estructura</li> <li>Mercados en los que opera</li> <li>Objetivos y estrategias</li> <li>Principales factores y tendencias de evolución</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>GRI 2-1: Detalles organizacionales</li> <li>GRI 2-2: Entidades incluidas en la presentación de informes de sostenibilidad</li> <li>GRI 2-6: Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales</li> <li>GRI 2-9: Estructura de Gobernanza y composición</li> <li>GRI 2-23: Compromisos y políticas</li> </ul>	<b>Páginas</b> 5 - 11
<b>Políticas y Resultados de Esas políticas</b>	<p>Descripción de las políticas aplicadas por el grupo, así como los resultados de dichas políticas, incluidos los indicadores clave de los resultados no financieros</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>GRI 2-23: Compromisos y políticas</li> <li>GRI 2-24: Incorporación de los compromisos y políticas</li> </ul>	<b>Páginas</b> 10 - 11
<b>Principales riesgos e impactos identificados</b>	<p>Principales riesgos relacionados con estas cuestiones y relacionados con las actividades del grupo, incluyendo, cuando sean relevantes, sus relaciones comerciales y los productos o servicios que puedan tener efectos negativos en estas áreas</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>GRI 3: Enfoque de gestión de cada ámbito</li> <li>GRI 2-15: Principales impactos, riesgos y oportunidades</li> </ul>	<b>Páginas</b> 3 - 4

## CUESTIONES MEDIOAMBIENTALES

	ÁMBITOS	MARCO DE REPORTING	REFERENCIA/OMISIONES
<b>Gestión medioambiental</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Efectos actuales y previsibles de las actividades de la empresa</li> <li>Procedimientos de evaluación o certificación ambiental</li> <li>Recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales</li> <li>Aplicación del principio de precaución</li> <li>Cantidad de provisiones y garantías para riesgos ambientales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>GRI 3-3: Gestión de los temas materiales</li> <li>GRI 2-23: Compromisos y políticas</li> <li>Ley 26/2007 de Responsabilidad ambiental (si aplica)</li> </ul>	<p><b>Páginas</b> 39 - 48</p> <p><b>No dispusimos de certificaciones ambientales en 2023 por nuestra actividad, pero trabajamos duramente por medir nuestra huella y compensarla</b></p>
<b>Contaminación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Medidas para prevenir, reducir o reparar las emisiones de carbono (incluye también ruido y contaminación lumínica)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>GRI 3-3 Gestión de los temas materiales</li> </ul>	<p><b>Páginas</b> 46 - 48</p> <p><b>La contaminación lumínica no se considera un aspecto material para la organización</b></p>
<b>Economía circular y prevención y gestión de residuos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Medidas de prevención, reciclaje, reutilización, otras formas de recuperación y eliminación de desechos</li> <li>Acciones para combatir el desperdicio de alimentos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>GRI 3-3 Gestión de los temas materiales</li> <li>GRI 306-3 (2020) Residuos generados</li> <li>GRI 3-3 Gestión de los temas materiales</li> </ul>	<p><b>Páginas</b> 44</p> <p><b>Páginas</b> 44</p>

## CUESTIONES MEDIOAMBIENTALES

	ÁMBITOS	MARCO DE REPORTING	REFERENCIA/OMISIONES
<b>Uso sostenible de los recursos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Consumo de agua y el suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>GRI 3-3 Gestión de los temas materiales</li> <li>GRI 301-1 Materiales utilizados por peso o volumen</li> </ul>	<b>Páginas</b> 46
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Consumo de materias primas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>GRI 3-3 Gestión de los temas materiales</li> <li>GRI 301-1 Materiales utilizados por peso o volumen</li> </ul>	<b>Páginas</b> 42
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Medidas adoptadas para mejorar la eficiencia de su uso</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>GRI 3-3 Gestión de los temas materiales</li> </ul>	<b>Páginas</b> 44
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Consumo, directo e indirecto, de energía y medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>GRI 302-1 Consumo energético dentro de la organización</li> <li>Marco interno: Descripción cualitativa de las medidas adoptadas</li> </ul>	<b>Páginas</b> 46
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Uso de energías renovables</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>GRI 302-1 Consumo de energía dentro de la organización</li> </ul>	<b>Páginas</b> 46
<b>Cambio climático</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Elementos importantes de las emisiones de gases de efecto invernadero generadas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>GRI 305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1)</li> <li>GRI 305-2 Emisiones indirectas de GEI asociadas a la energía (alcance 2)</li> <li>Si aplica: GRI 305-3 Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)</li> </ul>	<b>Páginas</b> 45 - 47
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático</li> <li>Metas de reducción establecidas voluntariamente</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>GRI 3-3 Gestión de los temas materiales</li> <li>GRI 3-3 Gestión de los temas materiales</li> </ul>	<b>Páginas</b> 45 - 47
<b>Protección de la biodiversidad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Medidas tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad</li> <li>Impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>GRI 3-3 Gestión de los temas materiales</li> </ul>	<b>Páginas</b> 47 <b>La protección de la biodiversidad no se considera un aspecto material debido a la actividad de la organización</b>

## CUESTIONES SOCIALES Y RELATIVAS AL PERSONAL

	ÁMBITOS	MARCO DE REPORTING	REFERENCIA/OMISIONES
<p><b>Empleo</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Número total y distribución de empleados por sexo, edad, país y categoría profesional</li> <li>• Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo</li> <li>• Promedio anual de contratos indefinidos, temporales y a tiempo parcial por sexo, edad y categoría profesional</li> <li>• Número de despidos por sexo, edad y categoría profesional</li> <li>• Brecha salarial</li>   <li>• Remuneración media por sexo, edad y categoría profesional</li> <li>• Remuneración media de los consejeros por sexo</li> <li>• Remuneración media de los directivos por sexo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• GRI 2-7 Empleados</li> <li>• GRI 405-1 Diversidad de órganos de gobierno y empleados</li>   <li>• GRI 2-7 Empleados</li>   <li>• GRI 401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal</li> <li>• Marco interno: el cálculo se ha realizado con la siguiente fórmula: (Sal. Medio Mujeres - Sal. Medio Hombres)/ Sal. Medio Hombres</li>   <li>• Marco interno: Remuneración media (incluye la retribución total del año, salario fijo y todas las retribuciones variables (Dietas, indemnizaciones, el pago a sistemas de previsión de ahorro, etc.) obtenidas durante el año.</li> </ul>	<p><b>Páginas</b> 20 - 24</p> <p><b>Páginas</b> 25</p> <p><b>Páginas</b> 25</p> <p><b>Páginas</b> 28</p> <p><b>Páginas</b> 23</p> <p><b>Páginas</b> 22</p> <p><b>Páginas</b> 22</p> <p><b>Páginas</b> 22</p>

## CUESTIONES SOCIALES Y RELATIVAS AL PERSONAL

	ÁMBITOS	MARCO DE REPORTING	REFERENCIA /OMISIONES
<b>Organización del trabajo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Organización del tiempo de trabajo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>GRI 3-3 Gestión de los temas materiales</li> </ul>	<b>Páginas</b> 17 - 18
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio corresponsable de estos por parte de ambos progenitores</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>GRI 3-3 Gestión de los temas materiales</li> </ul>	<b>Páginas</b> 17 - 18
<b>Salud y seguridad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Condiciones de salud y seguridad en el trabajo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>GRI 403-1 Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo</li> </ul>	<b>Páginas</b> 29 - 31
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Número de accidentes de trabajo y enfermedades laborales por sexo, tasa de frecuencia y gravedad por sexo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>GRI 403-9 Lesiones relacionadas con el trabajo</li> <li>Tasa de frecuencia= N° de accidentes con baja x 1.000.000/ n° horas trabajadas (excluyendo los accidentes in itinere)</li> <li>Tasa de gravedad= N° de jornadas pérdidas x 1.000.000/ n° horas trabajadas (excluyendo los accidentes in itinere)</li> </ul>	<b>Páginas</b> 29 - 31
<b>Relaciones sociales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Organización del diálogo social</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>GRI 3-3 Gestión de los temas materiales</li> </ul>	<b>Páginas</b> 19 - 22
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país</li> <li>Balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y la seguridad en el trabajo</li> <li>Mecanismos y procedimientos con los que cuenta la empresa para promover la implicación de los trabajadores en la gestión de la compañía, en términos de información, consulta y participación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>GRI 2-30 Convenios de negociación colectiva</li> <li>GRI 3-3 Gestión de los temas materiales</li> <li>GRI 2-29 Enfoque de la participación de los grupos de interés</li> </ul>	
<b>Formación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Políticas implementadas en el campo de la formación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>GRI 404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición.</li> </ul>	<b>Páginas</b> 32 - 35

## CUESTIONES SOCIALES Y RELATIVAS AL PERSONAL

	ÁMBITOS	MARCO DE REPORTING	REFERENCIA/OMISIONES
<b>Igualdad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres</li> <li>Planes de igualdad medidas adoptadas para promover el empleo, protocolos contra el acoso sexual y por razón de sexo</li> <li>Política contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>GRI 3-3 Gestión de los temas materiales</li> <li>GRI 3-3 Gestión de los temas materiales</li> <li>GRI 2-23 Compromisos y políticas</li> <li>GRI 3-3 Gestión de los temas materiales</li> <li>GRI 2-23 Compromisos y políticas</li> </ul>	<p><b>Páginas</b> 22 - 25</p> <p><b>Páginas</b> 63</p> <p><b>Páginas</b> 63</p>

## INFORMACIÓN SOBRE EL RESPETO DE LOS DERECHOS HUMANOS

ÁMBITOS	MARCO DE REPORTING	REFERENCIA/OMISIONES
Aplicación de procedimientos de diligencia debida en materia de derechos humanos	<ul style="list-style-type: none"> <li>GRI 2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes</li> <li>GRI 3-3 Gestión de los temas materiales</li> </ul>	Páginas 63
Prevención de los riesgos de vulneración de derechos humanos y, en su caso, medidas para mitigar, gestionar y reparar posibles abusos cometidos	<ul style="list-style-type: none"> <li>GRI 3-3 Gestión de los temas materiales</li> <li>GRI 2-23 Compromisos y políticas</li> <li>GRI 2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes</li> </ul>	Páginas 63
Denuncias por casos de vulneración de derechos humanos	<ul style="list-style-type: none"> <li>Marco interno: información cuantitativa del número de denuncias.</li> </ul>	Páginas 63
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, la eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación, la eliminación del trabajo forzoso u obligatorio y la abolición efectiva del trabajo infantil	<ul style="list-style-type: none"> <li>GRI 3-3 Gestión de los temas materiales</li> <li>GRI 2-23 Compromisos y políticas</li> </ul>	Páginas 63

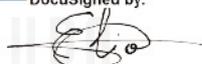
## INFORMACIÓN RELATIVA A LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN Y EL SOBORNO

ÁMBITOS	MARCO DE REPORTING	REFERENCIA/OMISIONES
Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno	<ul style="list-style-type: none"> <li>GRI 2-25 Procesos para remediar los impactos negativos</li> <li>GRI 2-23 Compromisos y políticas</li> <li>GRI 2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes</li> </ul>	Páginas 61
Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales	<ul style="list-style-type: none"> <li>GRI 2-25 Procesos para remediar los impactos negativos</li> <li>GRI 2-23 Compromisos y políticas</li> <li>GRI 2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes</li> </ul>	Páginas 61
Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro	<ul style="list-style-type: none"> <li>GRI 201-1 Valor económico directo generado y distribuido</li> </ul>	Páginas 61

## INFORMACIÓN SOBRE LA SOCIEDAD

	ÁMBITOS	MARCO DE REPORTING	REFERENCIA /OMISIONES
<b>Compromisos de la empresa con el desarrollo sostenible</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• GRI 3-3 Gestión de los temas materiales</li> </ul>	<b>Páginas</b> 20 - 22
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• GRI 3-3 Gestión de los temas materiales</li> </ul>	<b>Páginas</b> 20 - 22
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Acciones de asociación o patrocinio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• GRI 3-3 Gestión de los temas materiales</li> <li>• GRI 2-28 Afiliación a asociaciones</li> <li>• Marco interno: descripción de las acciones de asociación o patrocinio</li> </ul>	<b>Páginas</b> 62
<b>Subcontratación y proveedores</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inclusión en la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales</li> </ul>		<b>Páginas</b> 60
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• GRI 3-3 Gestión de los temas materiales</li> </ul>	<b>Páginas</b> 60
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sistemas de supervisión y auditorías y resultados de las mismas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• GRI 2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales</li> <li>• GRI 2-24 Incorporación de los compromisos y políticas</li> </ul>	<b>Páginas</b> 60
<b>Consumidores</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Medidas para la salud y la seguridad de los consumidores</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• GRI 3-3 Gestión de los temas materiales</li> </ul>	<b>Páginas</b> 60
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sistemas de reclamación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• GRI 2-16 Comunicación de inquietudes críticas</li> <li>• GRI 2-25 Procesos para remediar los impactos negativos</li> </ul>	<b>Páginas</b> 58
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Quejas recibidas y resolución de las mismas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• GRI 2-25 Procesos para remediar los impactos negativos</li> <li>• Marco interno: información sobre quejas y oportunidades de mejora</li> </ul>	<b>Páginas</b> 58
<b>Información fiscal</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Beneficios obtenidos país por país</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• GRI 207-4 Presentación de informes país por país</li> </ul>	<b>Páginas</b> 55
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Beneficios netos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• GRI 207-4 Presentación de informes país por país</li> </ul>	<b>Páginas</b> 55
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Impuesto sobre beneficios pagados</li> <li>• Subvenciones públicas recibidas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• GRI 201-4 Asistencia financiera recibida del gobierno</li> </ul>	

Firman los administradores de la sociedad:

DocuSigned by:  
  
CE860583DF914EE...

**Eliakin Fuentes Fernández**  
Administrador

DocuSigned by:  
  
3D6CFB5982E040B...

**Rubén Fernández Labandera**  
Administrador

GRUPO  
SIBUYA