

MEMORIA
DE SOSTENIBILIDAD
2009



un compromiso activo

Índice

1. Un grupo cervecero líder	4	4. Compromiso activo con nuestros grupos de interés	50
Carta de Presidentes	6	Con nuestros consumidores	52
El sector cervecero	8	Con nuestros clientes y concesionarios	62
Hitos	10	Con nuestros proveedores	63
Principales magnitudes del Grupo Mahou-San Miguel	12	Con la sociedad	66
Historia del Grupo Mahou-San Miguel	14	5. Compromiso activo con el medio ambiente	72
Nuestra misión y ejes estratégicos	16	Indicadores ambientales	75
Nuestro negocio	18	Gastos e inversiones ambientales	82
Nuestras marcas y mercados	20	Otras actuaciones ambientales	83
Nuestros grupos de interés	22	6. Nuestro propósito: crear valor a largo plazo	84
2. Nuestro gobierno y gestión	24	Principales resultados del Grupo Mahou-San Miguel	86
Órganos de Gobierno y Dirección	26	Principales compromisos	93
Políticas e instrumentos para una gestión ética y responsable	28		
3. Compromiso activo con las personas	34		
Potenciamos el desarrollo de nuestros colaboradores	36		
Nuestro equipo humano	37		
Formación y desarrollo profesional	38		
Comprometidos con la conciliación, la igualdad y la discapacidad	41		
Prevenir es mejor	43		
Canales de comunicación	48		
Voluntariado corporativo	49		



Un grupo cervecero líder



Carta de Presidentes

El entorno económico en nuestro país está experimentando un cambio significativo. El año 2009 se ha caracterizado por decrecimientos en varios trimestres consecutivos del PIB. Esta tendencia y los datos con los que nos encontramos de pérdida de capacidad adquisitiva, destrucción de empleo o el descenso del turismo, entre otros factores, configuran un entorno complicado que también afecta a nuestro sector.

A pesar de todo lo anterior, el Grupo Mahou-San Miguel ha aumentado sus ventas un 0,8% con respecto al año anterior, alcanzando 12,6 de millones de hectolitros de volumen de ventas. El Beneficio de Explotación se situó en 200,6 millones de euros, con un resultado neto de 142,9 millones de euros.

La política comercial, la eficiencia en el modelo de distribución, la reducción de costes, el esfuerzo de todo nuestro equipo humano y la colaboración de todos los departamentos y áreas del Grupo para reforzar las sinergias internas han permitido que hoy seamos más líderes en el sector cervecero nacional y mantener los niveles de rentabilidad.

Asimismo, en 2009 hemos destinado más de 55 millones de euros a garantizar la máxima calidad de nuestros productos y a mejoras ambientales en nuestros centros de trabajo. Producir de forma eficiente respetando el entorno es una de nuestras apuestas, junto con el apoyo a las comunidades locales donde tenemos un compromiso industrial.

Los acuerdos alcanzados en 2010 con Molson Coors para comercializar la marca Carling en el territorio nacional y el acuerdo firmado con Sara Lee para la comercialización y distribución en el canal horeca de café en grano Marcilla y otros productos como Natreen o infusiones Hornimans, han contribuido a reforzar nuestras alianzas internacionales y nuestra gama de productos.

Estamos convencidos de que apostar por nuestras marcas invirtiendo en innovación y satisfacer las necesidades de nuestros consumidores con productos de calidad son factores clave para seguir afianzando nuestra presencia nacional e internacional y seguir creando valor a largo plazo para todos nuestros grupos de interés. Porque creemos que somos los fabricantes de marcas propias los que aportamos un mayor desarrollo, creación de riqueza y empleo para la sociedad.

Muestra de nuestro compromiso es que somos la primera empresa del sector cervecero en obtener el certificado como empresa familiarmente responsable. Hemos suscrito el Pacto Mundial de Naciones Unidas, por el que nos comprometemos a cumplir 10 principios básicos. Este año editamos la primera Memoria de Sostenibilidad del Grupo Mahou-San Miguel, en la que mostramos nuestros resultados y nuestros retos en materia económica, social y ambiental.

Además, se ha creado un comité de Responsabilidad Corporativa que cuenta con la participación de las principales áreas de la empresa, con el objetivo de coordinar y mejorar toda nuestra actividad y nuestro compromiso con cada uno de nuestros grupos de interés, facilitando así el diálogo con los mismos y detectando áreas cuya mejora nos permitirá seguir siendo una empresa líder y de referencia. En esta misma línea, somos conscientes de que la presente memoria presenta oportunidades de mejora, por lo que la consideramos no sólo una prueba de transparencia sino una fuente de aprendizaje, además de significar un compromiso de nuestra voluntad de seguir avanzando y mejorando.

Los recursos económicos, la fortaleza de nuestras marcas, la profesionalidad y el sentido de pertenencia a un proyecto común de nuestro equipo humano serán los motores que nos permitirán adaptarnos al devenir del mercado y aprovechar las oportunidades que pueden surgir en un entorno económico difícil.

José A. Herráiz Mahou

Juan Gervás Sanz



El consumo per cápita de cerveza en 2009 fue de 50 litros, un 3% menos que el año anterior, según los últimos datos del Ministerio de Medio Ambiente, Rural y Marino. El canal de hostelería ha sido el más afectado ya que ha reducido su consumo un 4,6% mientras que en los hogares se ha incrementado un 5%. En términos globales el consumo total ha sido un 1,5% menor que en 2008.

El sector cervecero

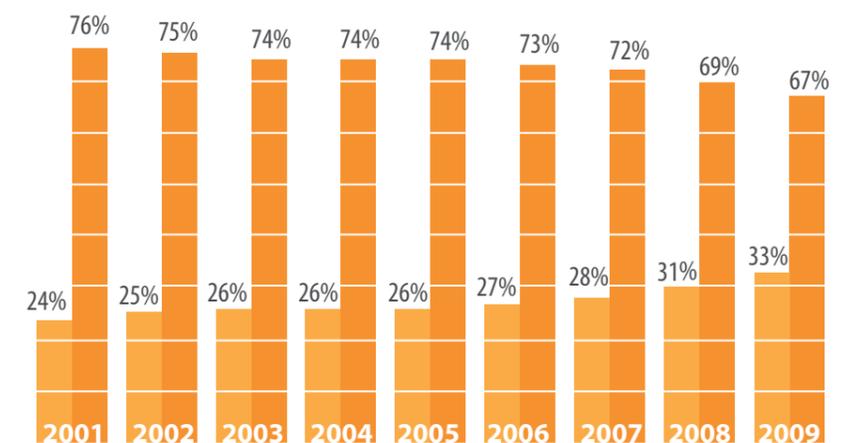
El Grupo Mahou-San Miguel forma parte de Cerveceros de España, una entidad que representa a los principales grupos empresariales del sector cervecero nacional.

Según los últimos datos del Informe Socioeconómico de Cerveceros de España, nuestro país es uno de los que menos cerveza consume dentro de la Unión Europea, debido principalmente a que se siguen los patrones de la dieta mediterránea, con ingestas de forma moderada y en un contexto social. Países como Alemania, Irlanda o Austria duplican su consumo frente a nuestro país, que se mantiene como cuarto productor de cerveza en Europa. La producción del sector alcanzó en 2009 los 33,8 millones de hectolitros.

El sector cervecero español es uno de los más relevantes en el ámbito agroalimentario español. Aporta a la economía nacional más de 5.910 millones de euros en términos de valor añadido y genera más de 225.000 puestos de trabajo, directos e indirectos. Su actividad moviliza 12.000 millones de euros, lo que representa el 1,1% del PIB,

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR CANAL

■ Hogar
■ Hostelería



*Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino.

En cuanto a la exportación, las cifras se sitúan en más de 680.000 hl, un dato que generó unas ventas de 55 millones de euros.

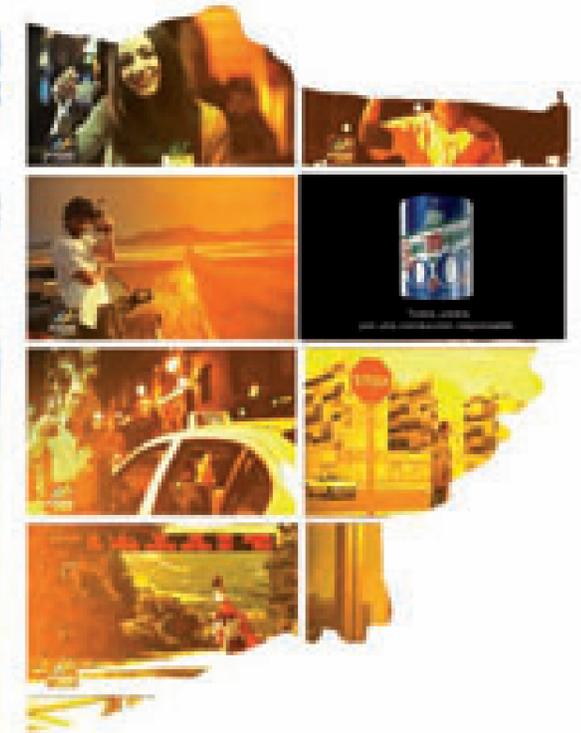
Hitos 2009

- Afianzamos nuestro liderazgo en el sector cervecero nacional con una producción de **12,6 millones de hectolitros**.



- La campaña de conducción responsable de San Miguel 0,0%, reconocida en los **Premios Genio** que entrega el Grupo Vocento.

- Llegamos a un acuerdo con Sara Lee para comercializar y distribuir en el canal horeca café en grano **Marcilla**, entre otros productos.



- Lanzamos al mercado un formato pionero: **el PET de Mixta**.

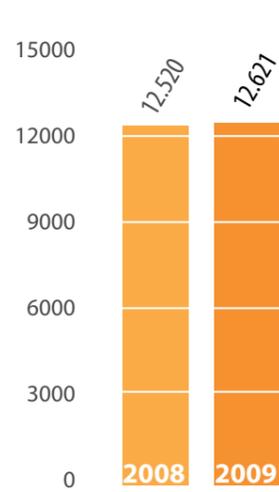


- Nos adherimos al **Pacto Mundial** y conseguimos la certificación como empresa familiarmente responsable.

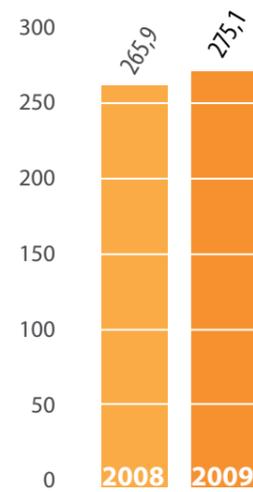


Principales magnitudes del Grupo Mahou-San Miguel

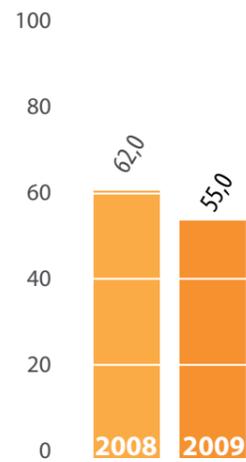
VOLUMEN DE VENTAS (miles de hl)



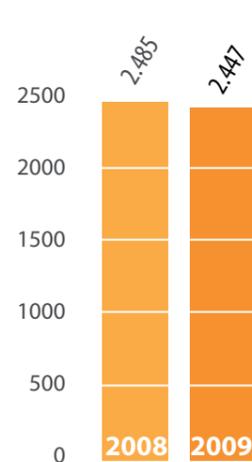
EBITDA (millones de euros)



INVERSIONES (millones de euros)



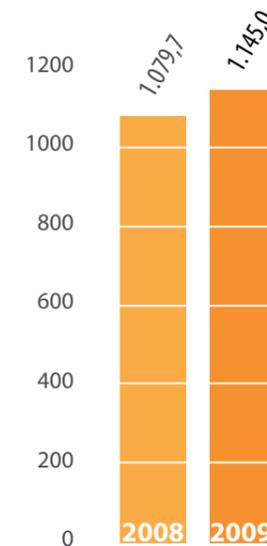
PLANTILLA (personas)



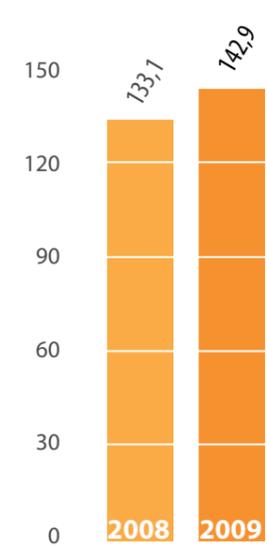
CONCEPTO	2008	2009
VOLUMEN DE VENTAS (miles hectolitros)	12.520	12.621
EBITDA (millones €)	265,9	275,1
PLANTILLA (personas)	2.485	2.447
CIFRA DE NEGOCIOS (millones €)	1.079,7	1.145,0
RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (millones €)	190,1	200,6
RESULTADO NETO (millones €)	133,1	142,9
FONDOS PROPIOS (millones €)	358,5	481,1
DEUDA FINANCIERA (millones €)	240,5	104,4
INMOVILIZADO (millones €)	630,9	622,3
INVERSIÓN ANUAL (millones €)	62,0	55,0
• Inmovilizado Inmaterial	1,0	1,8
• Inmovilizado Material	61,0	53,2

*Estos datos incluyen a todas las empresas del Grupo

CIFRA DE NEGOCIOS (millones de euros)



RESULTADO NETO (millones de euros)



Historia del Grupo Mahou-San Miguel

En el año **2000**, con la **unión de Mahou y San Miguel** se crea el primer grupo cervecero de capital 100% español. Aunque su origen es reciente, tanto Mahou como San Miguel cuentan con una dilatada historia. En 2010 Mahou celebrará su 120 aniversario.

- 1890** Se funda en Madrid "Hijos de Casimiro Mahou", dedicada a la fabricación de cerveza y hielo. Este mismo año, en el barrio de San Miguel en Manila (Filipinas) nace San Miguel.
- 1891** Se realiza la primera cocción de cerveza Mahou en la fábrica de la calle Amaniel de Madrid.
- 1908** Se introduce la cerveza tipo Múnich (negra): Mahou, pionera en el sector cervecero español.
- 1928** Mahou es la primera cervecera española que cuenta con calderas de cocción Ziemann, de cobre y hierro.
- 1943** Fallece Casimiro Mahou García, al que sucede su hijo Alfredo Mahou de la Fuente en todos los cargos.
- 1946** Enrique Suárez Rezola funda en Lleida "La Segarra S.A.", con la finalidad de fabricar cerveza.
- 1953** Los accionistas de La Segarra firman el "Acuerdo de Manila" con el presidente de San Miguel Corporation Filipinas, Andrés Soriano. Nace así una nueva cervecera española, denominada La Segarra S.A. independiente de la matriz filipina.
- 1957** "La Segarra" cambia su denominación a "San Miguel, Fábricas de Cerveza y Malta, S.A." y sale la primera botella de San Miguel Especial de la fábrica de Lleida. "Hijos de Casimiro Mahou" se transforma en "Mahou, S.A."
- 1962** Primera cocción de cerveza Mahou en la fábrica de Paseo Imperial de Madrid, cuyas obras se iniciaron el año anterior. Comienza la actividad exportadora de San Miguel.
- 1964** Se cierra la fábrica de Mahou en la calle Amaniel. Fallece Francisco Gervás Cabrero, Director General de Mahou S.A.
- 1966** San Miguel pone en marcha una segunda fábrica en Málaga. Mahou introduce los equipos autónomos expendedores de cerveza de barril.
- 1969** Cervezas Mahou lanza su producto Mahou Cinco Estrellas. En esta década los barriles de aluminio sustituyen a los tradicionales de madera. Además, instala modernos equipos expendedores de barril autónomos.
- 1970** San Miguel compra la fábrica de Burgos. La década de los setenta es la de la innovación. Se introducen las cajas de plástico y las botellas etiquetadas.
- 1975** San Miguel Selecta es el lanzamiento estrella. Al finalizar los años setenta, San Miguel es la tercera empresa cervecera española y como tal se mantiene a finales de la siguiente década.
- 1979** Germán Gervás Díez es nombrado Presidente de Mahou.
- 1990** Lanzamiento de Laiker, la cerveza sin alcohol de Mahou. Se inician las obras de la nueva fábrica de Mahou en Alovera (Guadalajara).
- 1993** Primer envasado de cerveza Mahou en la fábrica de Alovera. La fábrica de cerveza más grande de España, una de las más avanzadas del mundo desde el punto de vista tecnológico y productivo y, asimismo, una de las más respetuosas con el medio ambiente.
- 2000** Mahou compra al Grupo Danone el 70% de San Miguel, del que ya poseía el 30% restante, constituyendo un grupo cervecero genuinamente español. Mahou comienza a distribuir Carlsberg en España.
- 2001** San Miguel 0,0%, nuevo producto en el mercado que crea un nuevo segmento en el sector.
- 2003** Cambio de imagen de Mahou Negra, relanzamiento de San Miguel 1516 y lanzamiento de San Miguel ECO.

En **2004**, el Grupo refuerza su apuesta por el mercado canario con la compra de Cervezas Anaga y la incorporación de su marca Reina, que se elabora en la planta tinerfeña de Candelaria.

Es en **2007** cuando el Grupo adquiere Cervezas Alhambra, cuyos centros de producción se sitúan en Granada y Córdoba. Esta empresa granadina cuenta con marcas tan reconocidas como Alhambra Reserva 1925.

En el año **2008**, y con el propósito de ampliar su expansión internacional, Mahou-San Miguel alcanza un acuerdo comercial con Carlsberg, para distribuir y comercializar San Miguel en Reino Unido, mientras que Mahou-San Miguel hará lo propio en el mercado español con la cerveza de tipo abadía Grimbergen y Tetley's. Además, firma un acuerdo con Grupo Constellation para la distribución de algunos de sus productos en nuestro país como las sidras Blackthorn y Gaymers.

Hoy en día, el Grupo Mahou-San Miguel continúa su proceso de crecimiento y expansión internacional. Presente en más de 35 países, ha consolidado su red de distribución comercial tanto nacional como internacional así como su liderazgo en el sector cervecero español.





Nuestra Misión y ejes estratégicos

Ser el mejor grupo cervecero:

- Incrementando nuestro liderazgo nacional, logrando que nuestras marcas sean siempre la bebida preferida.
- Construyendo a nivel internacional una posición relevante en el segmento de marcas premium.
- Diversificando en oportunidades que refuercen en el largo plazo nuestro negocio cervecero.
- Buscando la excelencia en todo lo que hagamos.

Tenemos un objetivo claro: ser el mejor grupo cervecero. Una meta que implica a todos los elementos de nuestra cadena de valor y al conjunto de las organizaciones y personas que participan en la misma o con las que nos relacionamos.

Para conseguirlo, nuestra estrategia se centra en los siguientes ejes:

- Ser los mejores para nuestros **consumidores**, que sean nuestras marcas su bebida preferida. Para ello, desarrollamos una labor permanente de análisis del mercado que nos permite detectar oportunidades y anticipar las necesidades y nuevas demandas de la sociedad. Nuestros productos intentan responder a estos intereses y evolucionan con ellos, como también lo hace la forma en que comunicamos sus atributos.
- Sólo los mejores comparten los objetivos de sus clientes en busca de un beneficio común. Establecemos con nuestros **clientes y concesionarios**, tanto en hostelería como en alimentación, una relación de colaboración a largo plazo basada en el mejor servicio global, el entendimiento del negocio y la búsqueda proactiva de sinergias operativas.
- Sobre la base de nuestros valores corporativos favorecemos el desarrollo personal y profesional de **nuestros colaboradores** que encuentran en el Grupo Mahou-San Miguel una organización sólida, honesta y exigente que asegura su desarrollo profesional y personal.
- Para la **sociedad** en que vivimos y trabajamos, queremos ser un modelo de empresa, marca y producto: la industria emblemática en nuestras áreas de implantación, la primera marca en la que se piensa. Queremos compartir los frutos de nuestra gestión y aceptamos con orgullo la responsabilidad que supone el hecho de ser un ciudadano tan especial. El compromiso es para nosotros siempre un desafío.

En definitiva, excelencia en la gestión interna y externa de relaciones y procesos, que garantice la creación sostenida de valor en el largo plazo y el mantenimiento de un grupo sólido e independiente, líder en su industria y referencia para el conjunto de la sociedad.

Nuestro negocio

Materias primas



Malta



Agua

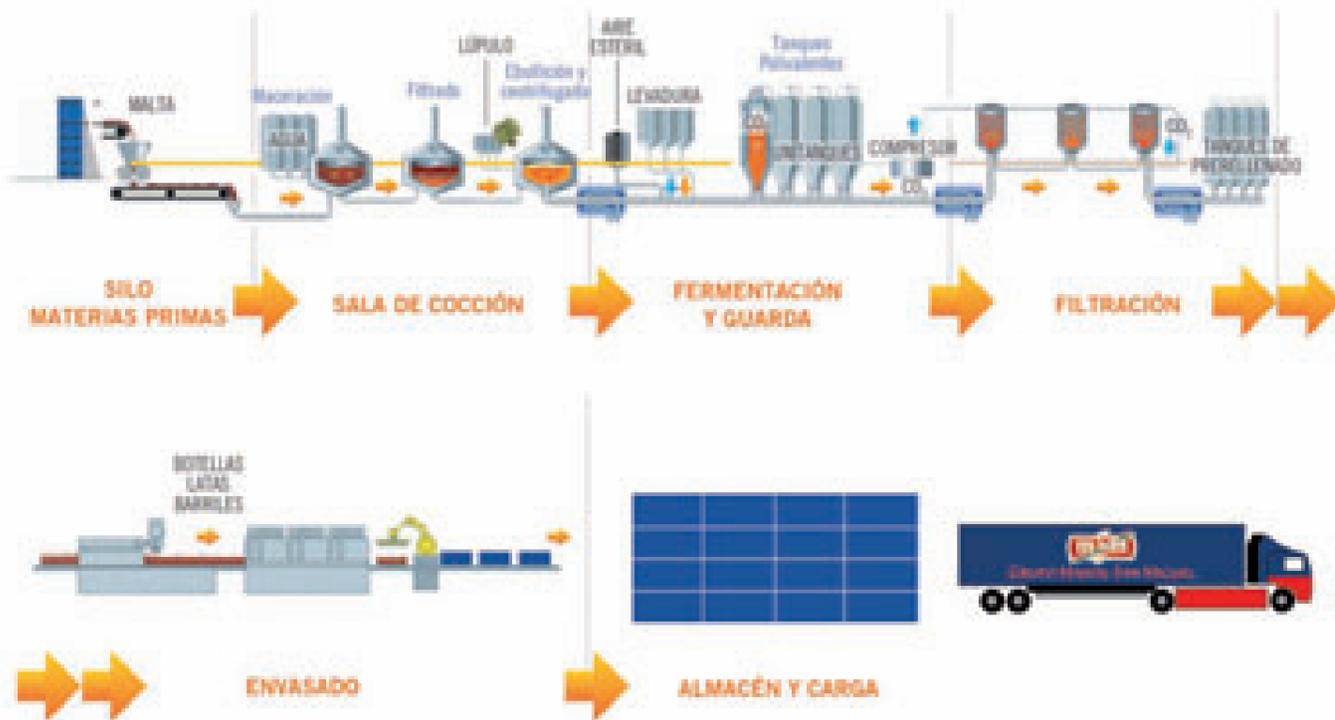


Lúpulo



Levadura

Proceso productivo



El Grupo Mahou-San Miguel

El Grupo Mahou-San Miguel está formado por varias empresas:

- Mahou
- San Miguel
- Cervezas Anaga
- Grupo Alhambra
- MSM Grupo Comercializador
- Taisa

El Grupo cuenta con un entramado industrial capaz de producir 12,6 millones de hectolitros de cerveza al año entre sus fábricas de Alovera (Guadalajara), Burgos, Lleida, Málaga, Córdoba, Granada y Candelaria (Tenerife).

CENTROS DE PRODUCCIÓN EN ESPAÑA



Nuestras marcas y mercados

Contamos con un repertorio de productos y marcas que crece cada año, en busca de la máxima satisfacción del mercado.

CERVEZAS NACIONALES

CERVEZAS ESPECIALES

SIDRAS

CERVEZAS INTERNACIONALES

MSM GRUPO COMERCIALIZADOR

CERVEZAS SIN ALCOHOL

AGUA

Somos los líderes españoles en exportación de cerveza. Presentes en tres continentes, nuestra vocación es seguir progresando.

- **España**
- **Resto de Europa:** Alemania / Austria / Bélgica / Dinamarca / Estonia / Finlandia / Francia / Holanda / Hungría / Irlanda / Italia / Islandia / Luxemburgo / Malta / Noruega / Portugal / Polonia / Reino Unido / Rumanía / Suecia / Suiza
- **Otros países:** Argelia / Israel / Libia / Marruecos



Nuestros grupos de interés

En el Grupo Mahou-San Miguel somos conscientes de que nuestro liderazgo va mucho más allá del desarrollo de las capacidades relacionadas con la producción y comercialización de nuestras cervezas. Ser líderes implica estar abiertos al entorno en el que operamos y mantener un diálogo honesto y enriquecedor con las diferentes personas y organizaciones que tienen un interés legítimo en cómo realizamos nuestras actividades de negocio. Asimismo, ser líderes implica saber que mantener dicho diálogo no es sólo una cuestión de responsabilidad sino una fuente inagotable de aprendizaje e innovación y, por tanto, la mejor manera, si no la única, de afianzar nuestro liderazgo en el largo plazo.

La publicación de esta memoria de sostenibilidad es un significativo testimonio del compromiso de transparencia con nuestros grupos de interés. En el momento actual, nos encontramos en pleno proceso de identificación y planificación de los canales de comunicación con ellos, un proyecto clave dentro de nuestra estrategia de Responsabilidad Corporativa, que abarca:

- Nuestras herramientas de gobierno y gestión
- Las personas que trabajamos en el Grupo Mahou-San Miguel
- Otras personas vinculadas al Grupo: nuestros clientes, concesionarios, consumidores, proveedores y la sociedad en su conjunto
- Nuestro impacto sobre el medio ambiente y cómo lo integramos en nuestra gestión.

Los capítulos 2 a 5 de la presente memoria configuran el panorama actual del Grupo en materia de Responsabilidad Corporativa, a través de estos aspectos y su papel en la estrategia global. Concluimos nuestra memoria 2009 con la presentación de los resultados más relevantes que hemos obtenido en este año, que constituyen una clara muestra de nuestra voluntad de continuar creando valor a corto y largo plazo para todos nuestros grupos de interés.



QUIÉN	POR QUÉ	CÓMO	OBJETIVOS
Accionistas	La permanencia de los socios desde la fundación de la empresa aporta al Grupo la necesaria estabilidad y promueve nuestra responsabilidad.	Junta de accionistas, informes anuales, reuniones y comités.	Satisfacer sus expectativas de rentabilidad y crecimiento sostenible. Preservar los valores fundacionales.
Consumidores	De su satisfacción con nuestros productos y nuestra actuación depende nuestra supervivencia como empresa.	Teléfono atención al cliente, webs, estudios de mercado, garantía de calidad de productos, apuesta por la innovación, participación en eventos, visitas a los centros de producción.	Innovar adelantándonos a sus necesidades. Identificarnos en cada momento con sus gustos, para que nuestras marcas sean su bebida preferida.
Clientes	Son nuestros socios en la puesta a disposición de los consumidores de nuestros productos.	Reuniones y encuentros, visitas a los centros de producción.	Compartir objetivos y buscar el beneficio común en nuestras relaciones.
Concesionarios	Nos ayudan en la gestión del canal	E-restaura, revista ON, visitas a los centros de producción, cursos y formación.	Compartir objetivos y desarrollar planes comunes.
Colaboradores y antiguos empleados	“Construyen empresa” y garantizan su supervivencia como entidad.	Revistas, encuentros, e-ntra, conferencias, acciones de voluntariado, marco de diálogo con los representantes de los trabajadores	Potenciar una organización con valores y exigente que asegure la profesionalidad y el sentido de pertenencia.
Proveedores	Forman parte de la cadena de valor y han de asegurar su participación, con responsabilidad y calidad, en el proceso.	Memoria, acuerdos de calidad y contratos.	Fomentar una cultura empresarial sostenible en los elementos que configuran nuestros procesos.
Medios de Comunicación	Informan a la sociedad sobre productos e iniciativas y son esenciales en la construcción de la reputación corporativa y de la notoriedad de nuestras marcas.	Notas de prensa, dossiers, eventos, relación directa.	Potenciar la transparencia y diálogo.
Sociedad	Nos aporta recursos esenciales (educación, infraestructuras, etc.). De su satisfacción con nuestra actuación como “ciudadano corporativo” depende el mantenimiento de nuestra licencia para operar.	Eventos, noticias en medios, visitas a las instalaciones del Grupo y páginas web.	Ser reconocidos como referentes en responsabilidad empresarial, excelencia operativa y compromiso ciudadano.



Nuestro gobierno y gestión

Nuestros órganos de gobierno y dirección y nuestras políticas e instrumentos de gestión son las piezas que ensamblamos cada día para conseguir que el todo sea mayor que la suma de las partes y, con ello, lograr el cumplimiento de nuestra Misión.

Se trata de un conjunto coherente de elementos pensados con la finalidad de maximizar, de forma sostenida en el tiempo, la creación de valor para todos nuestros grupos de interés.

Órganos de Gobierno y Dirección

Los **órganos de gobierno y dirección** están adecuados a las necesidades de organización y control que requiere una empresa de la dimensión y características de Mahou San Miguel y, a la vez, responden a las raíces que definen su personalidad de empresa familiar de capital español.

Consejo de Administración

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN DE MAHOU

PRESIDENTE:
José A. Herráiz Mahou

VICEPRESIDENTE:
Juan Gervás Sanz

VOCALES:
Virginia Mahou de Vilches
Alfredo Mahou Herráiz
Fátima Mahou Herráiz
M. Mercedes Calvo Caminero
Ana Francisca Gervás Hierro
Germina Christelle Eva Gervás

SECRETARIO (NO CONSEJERO):
Beatriz Martínez-Falero

VICESECRETARIO (No consejero):
Juan Bravo Casado

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN DE SAN MIGUEL

PRESIDENTE:
Juan Gervás Sanz

VICEPRESIDENTE:
José A. Herráiz Mahou

VOCALES:
Alfredo Mahou Herráiz
M. Mercedes Calvo Caminero
Paloma de la Torre Fernández
Jose A. Togores Mahou
Ana Francisca Gervás Hierro
Germina Christelle Eva Gervás
Francisco J. Pérez Farguell
Mahou S.A.
Carlos Walter Schumacher

SECRETARIO (NO CONSEJERO):
Beatriz Martínez-Falero

VICESECRETARIO (NO CONSEJERO):
Juan Bravo Casado

Equipo Directivo

DIRECTOR GENERAL
Alberto Rodríguez-Toquero Ramos

SUBDIRECTOR GENERAL COMERCIAL
Julio Roda Peñalvo

DIRECTOR DE SUPPLY CHAIN
Miguel Ángel Miguel Martín

DIRECTOR COMERCIAL INTERNACIONAL
Javier López García-Asenjo

DIRECTOR DE SERVICIO AL CLIENTE
Pablo Lazpita Oquiñena

DIRECTOR COMERCIAL DE HOSTELERÍA
Javier Segarra Martínez

DIRECTOR COMERCIAL DE ALIMENTACIÓN
Luis Montoro Rodríguez-Palmero

DIRECTORA DE ASESORÍA JURÍDICA
Beatriz Martínez-Falero

SUBDIRECTOR GENERAL INDUSTRIAL
Félix Zubizarreta Murado

DIRECTOR DE AUDITORÍA INTERNA
Ángel Etreros Delgado

SUBDIRECTOR GENERAL DE FINANZAS Y SOPORTE
Mariano Navarro Ceballos

DIRECTOR DE COMPRAS
Nicolás Castrejón Carrasco

DIRECTOR DE SISTEMAS
Jesús Montero Alonso

DIRECTORA FINANCIERA
Sonia Pérez Betancort

DIRECTOR DE CALIDAD
Francisco Martín-Vallejo

DIRECTOR GENERAL DE CERVEZAS ALHAMBRA
Rogelio Castillo Arrudi

DIRECTOR DE MARKETING
Javier Herrero-Velarde

DIRECTOR DE RECURSOS HUMANOS
Jesús Domingo Domingo

DIRECTOR GENERAL
MSM GRUPO COMERCIALIZADOR
Julio Roda Peñalvo

DIRECTOR COMERCIAL
Juan José de Madariaga



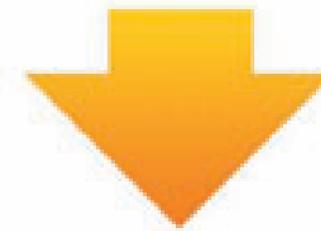
Políticas e instrumentos para una gestión ética y responsable

Para el logro de los objetivos sintetizados en nuestra misión corporativa hemos establecido un conjunto de políticas que determinan el camino a seguir. Su puesta en práctica se lleva a cabo mediante el recurso a diversos instrumentos de gestión concebidos de forma transversal y global, que sirven como marco de referencia y determinan los procedimientos de actuación.

Configuramos así un modelo de gestión en el que todas las piezas son importantes y cada una complementa el resultado de las demás.

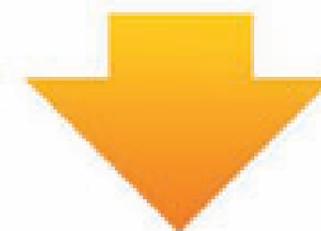
INSTRUMENTOS

Código de autorregulación publicitaria	Órganos de dirección	Sistema de mejora continua	Auditoría interna	Comité ético	Código de conducta



POLÍTICAS

Política de calidad y seguridad alimentaria	Política ambiental	Política de compras	Política de RRHH	Política de responsabilidad corporativa



MISIÓN



Política de Calidad y seguridad Alimentaria

Establece las directrices y referencias de trabajo, con el objetivo de garantizar la máxima satisfacción del consumidor a través de la excelencia operativa.

La Dirección del Grupo Mahou-San Miguel, a fin de garantizar la más alta calidad e inocuidad de sus productos, se compromete a:

- Adoptar y mantener un Sistema de Gestión integrado de la Calidad e Inocuidad de los Alimentos acorde con los requisitos de las normas internacionales UNE-EN-ISO 9001 y UNE-EN-ISO 22000.
- Cumplir con la legislación vigente y seguir las recomendaciones del Codex Alimentarius, aplicando los principios del sistema de Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control, y manteniendo el Programa de Prerrequisitos necesario.
- Elaborar sus productos con los más altos estándares de calidad e higiene, a través de la prevención y la mejora continua.
- Dar el mejor servicio a sus clientes y colaboradores, atendiendo a sus demandas y necesidades a través de un trato directo y personalizado.
- Mantener una relación de confianza con sus proveedores basada en la exigencia del cumplimiento de la legislación vigente y en la mejora continua, para alcanzar los más altos estándares de calidad en los suministros.
- Facilitar los medios humanos y materiales necesarios para la consecución de los objetivos.

La Dirección establece como objetivos prioritarios:

- La satisfacción de sus consumidores y clientes.
- Garantizar la inocuidad de sus productos a través de los medios materiales y técnicos necesarios.
- Mantener el más alto nivel de calidad de producto y servicio al mejor coste.

Asimismo, considera imprescindible que todo el personal de la organización se responsabilice de la mejor calidad de su trabajo, y para ello facilitará la formación necesaria, y favorecerá que se aporten las sugerencias oportunas destinadas a la mejora, mediante el establecimiento de vías de comunicación adecuadas.

Política Ambiental

En el convencimiento de que todas nuestras actividades conllevan impactos sobre el entorno, la aplicación de la política medioambiental del Grupo es una vía de motivación y mejora continua. Para nosotros, la consecución de los objetivos es el estímulo para abordar otros nuevos.

El Grupo Mahou-San Miguel está comprometido con el medio ambiente, la conservación de los recursos naturales y la mejora de la gestión, tanto de sus residuos como del resto de aspectos ambientales implicados en sus actividades. Para ello:

- Mantendrá sus instalaciones, productos y servicios cumpliendo las reglamentaciones vigentes y otras normativas, y promoverá la protección del medio ambiente asumiendo un compromiso de mejora continua.

- Se establecerán los objetivos de mejora de acuerdo con esa política, facilitándose los medios para su consecución, adoptando la Norma ISO 14001 y el Reglamento EMAS como marco de su Sistema de Gestión Ambiental.
- Se establecerán las vías de comunicación adecuadas para la información ambiental a todos los empleados, facilitándose asimismo la información sobre la política y el comportamiento ambiental del Grupo Mahou-San Miguel a las partes interesadas.

Política de compras

El crecimiento sólido y continuado requiere el más estricto cuidado de todos nuestros activos, incluidos aquellos valores intangibles en que se cimenta nuestro prestigio, como la calidad o la Responsabilidad Social Corporativa.

La Dirección del Grupo Mahou San Miguel establece que la Política General de Compras es el marco en el que se deben desarrollar las actividades relacionadas con la gestión de compras y en el que se define el modelo de relación con los proveedores.

La Dirección de Compras asume, para la creación de valor para el Grupo, el compromiso de proporcionar los bienes y servicios que necesite el Grupo en el plazo, cantidad y calidad requeridos, al menor coste total y con el mínimo riesgo para nuestro negocio.

Para ello basará el desarrollo de su actividad en:

- Asegurar que las compras tengan un carácter ordenado y planificado que permita a los involucrados en el proceso desarrollar sus capacidades

para desempeñar su función de la manera más efectiva y eficiente posible.

- Conocer el mercado proveedor y las expectativas del cliente interno como condición básica para la satisfacción de sus necesidades y la aportación de valor.
- Fortalecer la transparencia y la no discriminación, estableciendo un marco profesional honesto y abierto, dando a todos los proveedores la posibilidad de colaborar con el Grupo.
- Realizar ofertas comparativas y adoptar decisiones de compra sustentadas en criterios objetivos.
- Impulsar el cumplimiento riguroso de las condiciones contractuales, de la legislación vigente y de la normativa y procedimientos aplicables, especialmente en lo relativo a Prevención de Riesgos Laborales, Calidad y Seguridad Alimentaria, y Medio ambiente.
- Proporcionar bienes y servicios que cumplan con nuestros estándares de calidad, en especial aquellos que forman parte de los productos o servicios que reciben nuestros clientes y consumidores.
- Promover una política de relaciones estables a largo plazo basada en la exigencia de la máxima calidad, la transparencia, la búsqueda de la mejora continua y el beneficio mutuo, impulsando actividades de innovación y desarrollo.
- Velar porque las empresas suministradoras de bienes y servicios, desarrollen su actividad en el marco de una probada Responsabilidad Social Corporativa y ética empresarial.



Todo ello fomentando los valores del Grupo y poniendo especial atención en el respeto a los principios establecidos en el Pacto Mundial de Naciones Unidas.

Política de Recursos Humanos

Recursos Humanos es un departamento de servicios que desarrolla políticas de gestión de personas, basadas en los valores y estrategias del Grupo para dotar a la organización de los mejores profesionales.

La visión es ser socio estratégico de todos los departamentos en la gestión del capital humano, liderando los procesos de cambio de la organización que afecten a las personas, conciliando los objetivos del grupo con los intereses de los empleados, con criterios de calidad de servicio y excelencia operativa.

Para ello, ha establecido varios objetivos estructurados en los siguientes apartados:

- Lograr una organización eficaz, eficiente y socialmente responsable que sea capaz de dar respuesta a las necesidades cambiantes del negocio.
- Atraer, retener y desarrollar el talento en la Organización.
- Alinear los objetivos y comportamientos de las personas del Grupo con las estrategias y la cultura de la organización.
- Mantener un marco laboral adecuado conciliando los objetivos del Grupo con los intereses de las personas.

Política de Responsabilidad Corporativa

El Grupo Mahou-San Miguel es un proyecto empresarial concebido con una visión de sostenibilidad a largo plazo, sustentado en los buenos resultados económicos registrados año tras año, en los obtenidos en materia medioambiental y en los derivados de nuestros compromisos sociales internos y externos.

La búsqueda permanente de la excelencia incluye asumir obligaciones y compromisos. Entendemos que una empresa y, aún más, un gran grupo, no puede limitarse a su proceso de producción y al cumplimiento de sus obligaciones legales.

Tenemos vocación de ser el mejor grupo cervecero para nuestros diferentes públicos: accionistas, consumidores, clientes, concesionarios, colaboradores, proveedores, medios de comunicación y sociedad.

Concretamente con nuestros colaboradores, con los profesionales que trabajan en alguna de las empresas del Grupo, queremos buscar la excelencia sobre la base de nuestros valores. También con respecto a nuestra comunidad, queremos comportarnos como un ciudadano responsable y ejemplar.

Vivimos y trabajamos en una sociedad que es la que nos otorga su reconocimiento y de la que obtenemos nuestros recursos. Al igual que trabajamos por suministrar los mejores productos al mercado, queremos convertirnos en un ciudadano modelo, implicado con las inquietudes de la sociedad.

En este ámbito el Grupo tiene suscrito el **Pacto Mundial de Naciones Unidas**, es miembro de la red española de dicho Pacto y está comprometido con el cumplimiento de los diez principios que lo integran:

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

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

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

Principio 4: Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.

Principio 5: Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.

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

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

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

Principio 9: Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.

Principio 10: Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno.

El **Código de Autorregulación Publicitaria de Cerveceros de España** para la promoción del consumo responsable de cerveza, al que estamos suscritos todos los grupos cerveceros nacionales, cuenta con su propia comisión de seguimiento y está registrado por Autocontrol de la Publicidad. En el capítulo 4 de esta memoria se amplía la información sobre el código de autorregulación.

El **Código de Conducta de los empleados** del Grupo Mahou-San Miguel se aprobó en el año 2008 en el marco de la publicación del libro de estilo. Su propósito es el de establecer las pautas, valores y principios por los que ha de regirse el comportamiento de las personas de la organización, en su relación con los grupos de interés y la sociedad en general.

Nuestro **Sistema de Mejora Continua** forma parte de nuestro compromiso con la excelencia. Implica a las áreas relacionadas con industrial, gestión ambiental y calidad. En este marco se desarrollan diversos planes de actuación, que se actualizan periódicamente con el establecimiento de nuevos objetivos de mejora.

El **Comité ético** del Grupo Mahou-San Miguel es el responsable de la difusión y aplicación de los principios éticos en todas las actividades que realice el Grupo. Sus principales cometidos son la difusión de los valores, responder a las dudas o quejas de los empleados en relación al Código de Conducta y la recepción de denuncias o reclamaciones de posibles violaciones de dicho Código, así como promover el comportamiento ético y la integridad de todos los que formamos el Grupo en todas y cada una de las actividades que realizamos. El Comité Ético del Grupo Mahou-San Miguel está compuesto por el Director General y las Direcciones de RRHH, Asesoría Jurídica y Auditoría Interna como miembros permanentes del mismo.

El **Departamento de Auditoría Interna** es un órgano de aseguramiento y consulta, concebido para aportar valor y mejorar las operaciones de la organización. Ayuda por tanto a cumplir los objetivos a través de la evaluación y la mejora de los procesos de gestión de riesgo, control y gobierno.



Compromiso activo con las personas

Queremos retener el talento, el estímulo y el compromiso de las personas. Nuestro estilo de dirección pone el acento en fomentar la escucha, la implicación, la participación, el compromiso y el desarrollo de las personas.





POTENCIAMOS EL DESARROLLO DE NUESTROS COLABORADORES

El departamento de Recursos Humanos del Grupo Mahou-San Miguel identifica a los mejores profesionales y desarrolla sus carreras a través de políticas de gestión del talento y gestión del desempeño. Trabaja para crear el mejor entorno de trabajo, lo que incluye la motivación y el progreso profesional de todas las personas que forman parte del Grupo, junto con una amplia batería de beneficios sociales y diversas iniciativas que buscan mejorar la calidad de vida de cada colaborador.

Los objetivos de RRHH son:

- Lograr una organización eficaz, eficiente y socialmente responsable que sea capaz de dar respuesta a las necesidades cambiantes del negocio.
- Atraer, retener y desarrollar el talento.

- Alinear los objetivos y comportamientos de las personas del Grupo con la estrategia y la cultura de la compañía.
- Mantener un marco laboral adecuado conciliando los objetivos del Grupo con los intereses de las personas que la componen.
- Ser el referente del sector en cuanto a salud y prevención de riesgos laborales mediante la mejora continua de las condiciones de trabajo, la cultura preventiva y la calidad de vida de todas las personas del Grupo.

Nuestros valores expresan nuestra forma de contemplar la realidad que nos rodea y los retos que conlleva; lo que nos hace ser, definitivamente, nosotros mismos y aquello que queremos transmitir con nuestras actuaciones. Las políticas de gestión de personas están basadas en los valores y en el estilo de liderazgo del Grupo que junto con las estrategias de la compañía permiten dotar a la organización de los mejores profesionales.



APERTURA

Somos una organización abierta a las nuevas ideas y estamos dispuestos a cambiar para obtener mejores resultados.

CONFIANZA EN NUESTRA GENTE

Creemos en nuestra gente. Respetamos a todas las personas del Grupo, sus opiniones y el trabajo que realizan. Animamos la comunicación libre de sus ideas. Estamos comprometidos con su desarrollo, tanto humano como profesional.

ENTUSIASMO

Ponemos entusiasmo y afán de superación en todo lo que hacemos. Sentimos que somos parte del Grupo y que el Grupo es parte de nosotros.

EXCELENCIA

Perseguimos la calidad, la excelencia y el rigor en todo lo que hacemos. Demostramos compromiso con nuestro trabajo, nuestros colaboradores y nuestra compañía.

INTEGRIDAD

No hacemos negocios a costa de los demás sino buscando el beneficio común a largo plazo en nuestras relaciones, cumpliendo nuestros compromisos tanto internos como externos.

TRABAJO EN EQUIPO

Creemos en el trabajo en equipo y en la visión multidisciplinar. Evitamos las barreras funcionales y fomentamos el espíritu de colaboración entre todas las unidades de la organización.

NUESTRO EQUIPO HUMANO

El Grupo Mahou-San Miguel cuenta con un equipo humano de 2.447 personas distribuidas por todos sus centros de trabajo. Existen convenios colectivos específicos para las distintas empresas que integran el grupo: Mahou, San Miguel, Anaga y Alhambra.

La distribución por rango de edad es la siguiente:

Distribución por edades

	San Miguel	Mahou	Anaga	Alhambra
Hasta 30 años	95	152	12	67
De 31 a 40 años	119	243	20	141
De 41 a 50 años	152	578	6	89
Más de 50 años	240	375	5	84

El 98% de la plantilla son personas que tienen un contrato fijo y la rotación no deseada es inferior al 1%.

El diálogo con los representantes de los colaboradores es permanente, manteniéndose reuniones y encuentros periódicos a través de las diferentes organizaciones y comités de trabajo. En 2009, hemos firmado el convenio de Mahou vigente hasta 2012.

Además, hemos continuado con los planes de prejubilación acordados con los representantes de la plantilla.

FORMACIÓN Y DESARROLLO PROFESIONAL

La formación y el desarrollo profesional son dos potentes palancas para contar cada día con mejores profesionales, a la vez que una importante fuente de motivación.

El Grupo Mahou-San Miguel ha implantado un plan global formado por diversas herramientas de gestión de personas que están integradas y se estructuran de la siguiente manera:



El sistema de competencias es el pilar fundamental sobre el que se sustentan el resto de iniciativas que se desarrollan en RRHH. A través de él obtenemos información sobre las competencias técnicas y genéricas de las personas y los diferentes perfiles que existen en la organización. El objetivo es contar con sistemas objetivos para obtener información sobre los perfiles y su desarrollo profesional. Derivados de estos perfiles se han desarrollado herramientas como la Gestión del

Desempeño que permite realizar un seguimiento personalizado de cada colaborador y organizar un plan de formación específico para cada persona.

Para todo ello, el Grupo Mahou-San Miguel ha implantado un modelo de gestión tomando como referencia el "ciclo de vida laboral" que nos permite identificar diferentes áreas de trabajo, que se representan en este diagrama:



Nuestro modelo de formación y desarrollo, dirigido a todos los profesionales del Grupo, persigue ajustar las acciones formativas a las necesidades reales y medir su eficacia. Esta nueva filosofía se concretó en 2008 con la creación de la **Universidad Corporativa MSM**, a la que hemos denominado e.studia, un nuevo concepto que hemos potenciado durante 2009 y donde se combinan distintas metodologías de aprendizaje. En ella participan formadores expertos tanto internos como externos a la empresa.

Abierta a todos los empleados del Grupo, es un foro de intercambio de buenas prácticas y homogeneización de estilos, lenguajes y proveedores. En ella se estructuran los conocimientos, habilidades y experiencias necesarios y se aporta la visión global del negocio. Su estructura es la siguiente:





COMPROMETIDOS CON LA CONCILIACIÓN, LA IGUALDAD Y LA DISCAPACIDAD

En 2009, el Grupo consiguió la **certificación como empresa familiarmente responsable** que otorga la Fundación Más Familia, con el objetivo de mejorar la gestión de la conciliación en el Grupo.

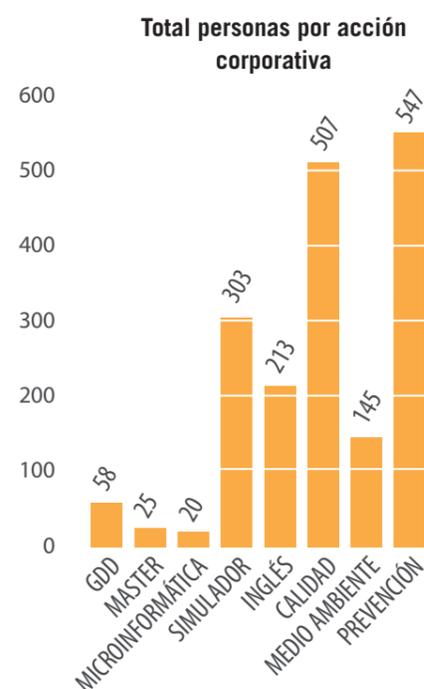
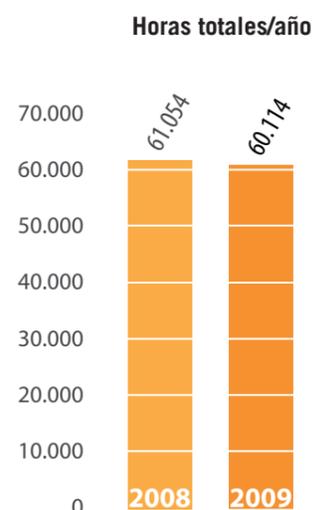
Se trata de un modelo certificado por auditores externos, que verifican el nivel y grado de adecuación de las medidas a la realidad de la plantilla, según la norma EFR 1000/1. Es la única certificación que existe en este ámbito en España y Mahou-San Miguel ha sido la primera empresa del sector cervecero en conseguirla.

Como primer paso en 2009 llevamos a cabo para toda la plantilla de Mahou, San Miguel y Anaga, una encuesta denominada “la voz del empleado” en la que se extrajo información relevante para activar iniciativas enfocadas a mejorar la gestión de la conciliación.

De esta manera, se ha elaborado un plan a desarrollar a partir de 2010 para establecer toda una serie de medidas que buscan facilitar la conciliación entre vida laboral y personal. Entre las principales medidas se encuentran las siguientes:

En 2009, hemos priorizado toda la formación según las necesidades estratégicas de la compañía: desde clases de idiomas, financiación para másters en materias como cervecería o prevención de riesgos, así como programas específicos sobre liderazgo o habilidades de comunicación, entre otras disciplinas.

Los principales resultados se recogen en los siguientes gráficos:



Mantenemos diferentes convenios y acuerdos con universidades distribuidas por todo el territorio nacional con los que incorporamos a estudiantes en prácticas en nuestros diferentes centros de trabajo. En 2009, ocho personas se beneficiaron de estos acuerdos por los que percibieron una beca.

MEDIDAS EFR PARA MAHOU, SAN MIGUEL Y ANAGA

1. Calidad de empleo	2. Flexibilidad
a. Estabilidad <ul style="list-style-type: none"> • Contratos fijos • Garantía de empleo 	a. En horarios b. Teletrabajo c. Vacaciones por encima de lo establecido por ley d. Medios tecnológicos
b. Salud y Bienestar <ul style="list-style-type: none"> • Programa de bienestar físico y salud • Escuela taller de espalda • Gimnasio en los centros de trabajo • Servicio médico en cada centro de trabajo 	3. Apoyo a la familia <ul style="list-style-type: none"> a. Maternidad / Paternidad b. Campamentos de verano
c. Beneficios sociales <ul style="list-style-type: none"> • Planes de pensiones para todos los empleados de la plantilla • Pólizas de seguro • Préstamos y anticipos especiales • Ayudas a estudios • Ofertas especiales para empleados • Servicio de agencia de viajes • Ayudas de comida / comedor en centros • Ayudas por transporte / rutas 	4. Desarrollo Profesional <ul style="list-style-type: none"> a. Universidad Corporativa b. Gestión por resultados c. Gestión de desempleo d. Planes de carrera
d. Cultura y ocio <ul style="list-style-type: none"> • Entradas para espectáculos • Visitas para empleados a los centros de producción 	5. Igualdad de oportunidades <ul style="list-style-type: none"> a. Discapacidad <ul style="list-style-type: none"> • Ayudas económicas • Integración • Estudios de accesibilidad b. Diversidad <ul style="list-style-type: none"> • En los procesos de selección

Hemos elaborado un plan anual que se audita interna y externamente para reforzar nuestros compromisos en materia de conciliación y mejorar de forma continuada.



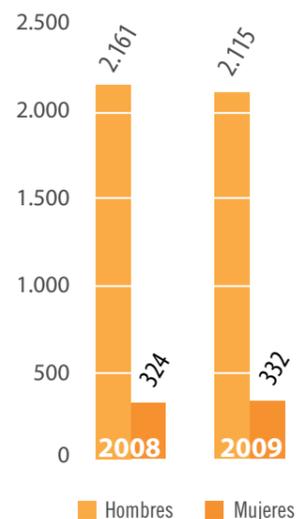
IGUALDAD Y DIVERSIDAD

Otro de los objetivos es fomentar y mantener medidas sobre igualdad de oportunidades. Por ello, y de forma pionera, ya contamos con el primer **Plan de Igualdad** del sector cervecero para la plantilla adscrita al convenio San Miguel. Estamos comprometidos con el desarrollo profesional y personal de nuestros colaboradores, procurando la igualdad de oportunidades a través de acciones puntuales que se integran en los procesos de selección, planes de formación y medidas que permiten mantener un equilibrio entre vida personal y laboral, entre otras.

Actualmente, en el Grupo predomina la presencia de hombres frente a mujeres, sobre todo en las áreas comercial e industrial. Nuestro objetivo es promover una mayor incorporación de mujeres a nuestra plantilla.

Estamos convencidos sobre la importancia de la gestión de la diversidad y sobre la contribución positiva que cada persona, independientemente de su sexo, origen étnico o racial, religión o convicciones, discapacidad, edad y orientación sexual aporta a la sociedad en su conjunto y a nuestra empresa en particular.

DISTRIBUCIÓN POR SEXOS



En el anterior ejercicio participamos con la Fundación Mujer, Familia y trabajo en el V Premio Universitario Concilia a través del cual se premia a los alumnos que presentan ideas y proyectos que permitan conciliar vida familiar y laboral. Es una forma de sensibilizar a las futuras generaciones de empresarios y trabajadores que además nos permite conocer sus inquietudes y sus propuestas para mantenernos actualizados.

DISCAPACIDAD

El apoyo a la discapacidad supone un pilar a desarrollar dentro de nuestra estrategia de gestión de los Recursos Humanos. Entre medidas alternativas, incorporación de personas con algún tipo de discapacidad a la plantilla del Grupo y donaciones a Fundación Adecco, superamos el 2% que marca la legislación actual.

Llevamos trabajando ya varios años, de la mano de Fundación Adecco, en el diseño de un plan integral de ayuda a discapacitados, que pretende no sólo cumplir lo establecido en la legislación sino convertirse en una verdadera palanca de ayuda para muchos de nuestros empleados y sus familiares.

Además, no sólo fomentamos la integración en nuestra plantilla, sino que hemos puesto en marcha medidas alternativas como el **Plan Familia** que supone una importante ayuda para familiares de nuestros empleados, hemos desarrollado **estudios de accesibilidad** en la mayoría de centros de trabajo del Grupo y promovemos compras de bienes y servicios en centros especiales de trabajo. La digitalización de albaranes, la petición de calzado especial para fábricas o los trabajos de ensobrado se canalizan a través de estos centros.

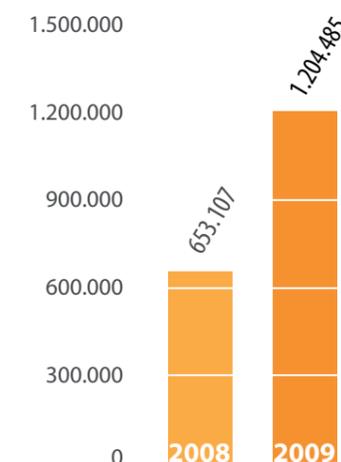
En 2009 obtuvimos un reconocimiento por parte de Fundación Adecco por nuestro compromiso y trabajo para integrar a las personas que tienen algún grado de discapacidad. Estos premios están reconocidos por el Ministerio de Trabajo e Inmigración.

PREVENIR ES MEJOR

En el área de **Prevención de Riesgos Laborales** nuestro objetivo no puede ser más exigente: "CERO ACCIDENTES" es el lema que define nuestro compromiso y en esta línea trabajamos, articulando las actuaciones en torno a tres ejes principales:

- Instalaciones y procesos seguros mediante la adecuada planificación de la actividad preventiva, orientada a la eliminación o control de los riesgos existentes.
- Comportamientos seguros logrados con la información y formación en prevención de riesgos laborales suficiente y las normas de seguridad adecuadas.
- Mejora continua de la calidad de vida de los trabajadores y su entorno próximo.

INVERSIONES (€)





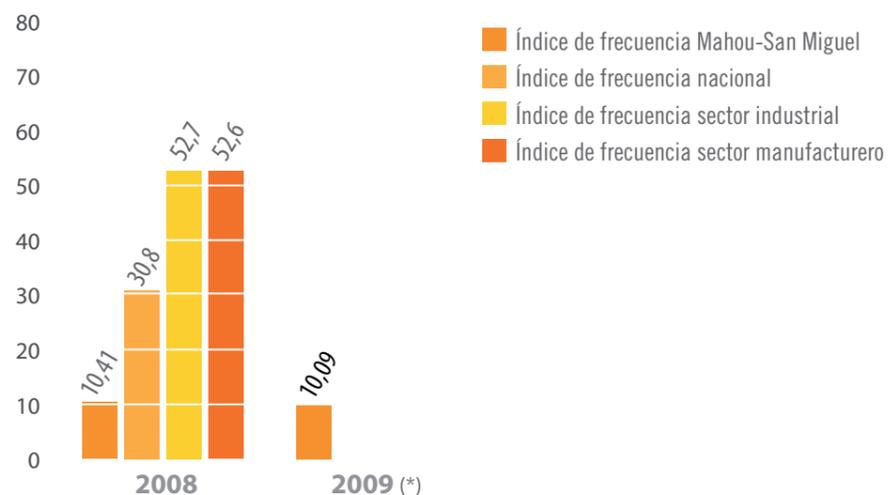
Durante el año 2009 hemos invertido más de 1 millón de euros en la mejora de las condiciones de seguridad y salud de nuestras instalaciones.

Las inversiones en seguridad están basadas en las siguientes premisas:

- Los presupuestos deben ser abiertos, o sea, sin un límite estricto, de modo que sea posible siempre acometer los gastos e inversiones no previstos o inesperados.
- Debe existir un procedimiento que permita realizar con urgencia las mejoras adecuadas para eliminar o controlar un nuevo riesgo.

Los resultados del esfuerzo realizado se reflejan en la mejora de los indicadores: el índice de accidentalidad del Grupo se ha mantenido en los últimos años muy por debajo de los indicadores nacional y sectoriales, además de registrar una mejora continuada a lo largo del periodo:

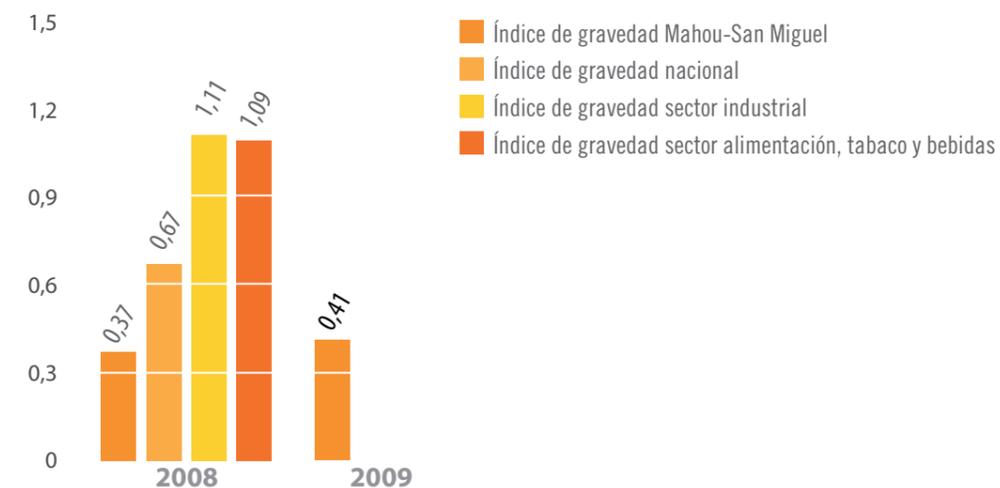
ÍNDICE DE FRECUENCIA



(*) No se han publicado los datos de 2009

El índice de gravedad presenta también unos resultados más favorables para Mahou-San Miguel que los índices de referencia. No obstante, la evolución satisfactoria que se venía observando no ha continuado en 2009, al haberse registrado un ligero empeoramiento en el indicador:

ÍNDICE DE GRAVEDAD





Dentro del programa de fomento de la cultura preventiva, a lo largo del año 2009 se han realizado un total de 2.899 horas de sesiones formativas e informativas en Prevención de Riesgos Laborales dirigidas a toda la plantilla, con especial atención a las personas expuestas a riesgos específicos y a las nuevas incorporaciones. En este caso, el 50% de la formación proporcionada corresponde a prevención de riesgos laborales, con objeto de fomentar, desde el momento de la incorporación en la empresa, la implicación y concienciación en seguridad laboral.

También en este ámbito cabe destacar las jornadas de sensibilización e intervenciones en los sistemas de Mejora Continua, así como campañas realizadas en materia de seguridad en el empleo de maquinaria y en el uso de equipos de protección individual.

En el área de vigilancia de la salud, estamos comprometidos con la mejora de la calidad de vida de todos los trabajadores, potenciando año a año las actividades desarrolladas por los profesionales de medicina laboral. Este año, prácticamente el 100% de la plantilla ha realizado un reconocimiento médico, donde incluimos, además de los protocolos de obligado cumplimiento, diversas pruebas en función de los riesgos específicos a que están expuestos los trabajadores, con el ánimo de prevenir tanto patologías asociadas al puesto de trabajo como aquellas ligadas

a otros factores como, por ejemplo, la edad. Los reconocimientos médicos desarrollados incluyen, entre otras muchas pruebas, un diagnóstico de los factores de riesgo de padecer enfermedades.

Disponemos asimismo de diferentes programas preventivos, destinados al tratamiento, supervisión y control de las principales patologías detectadas entre nuestros trabajadores, que ofrecen a cada trabajador un tratamiento y seguimiento personalizado y han permitido alcanzar unos porcentajes de curación muy elevados:

	% éxito
Dislipemias	51,55%
Hiperglucemias	72%
Glaucoma	100%
HTA	55,50%
Obesidad	18,80%

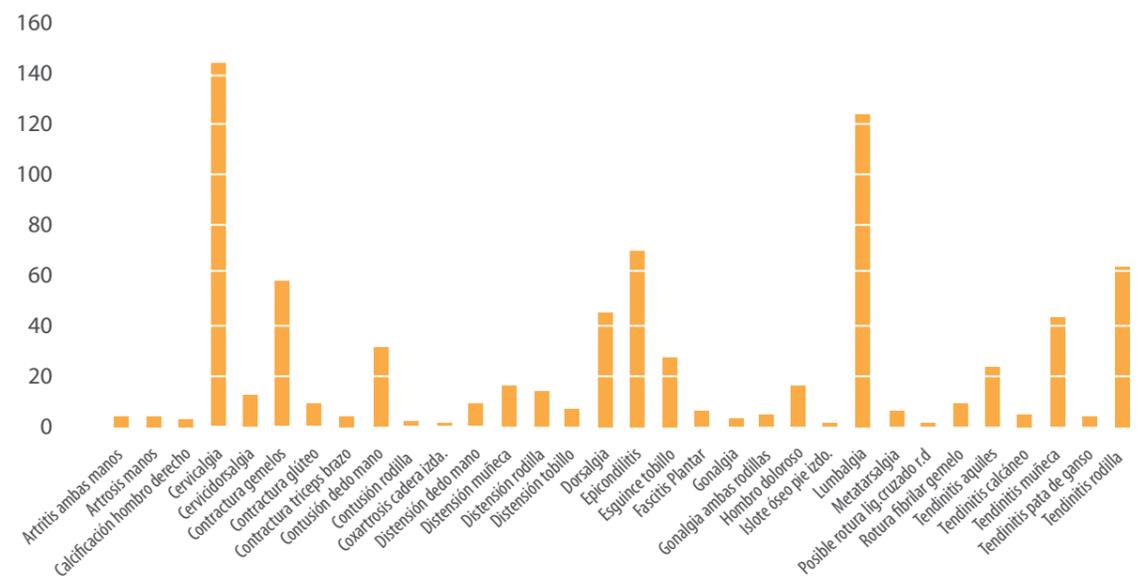
El **Programa de Actividad física y Salud** continúa creciendo. Mediante una valoración funcional del estado óseo-muscular y de los hábitos nutritivos de cada trabajador se elaboran planes personalizados de dieta alimentaria y ejercicio físico para mejorar su estado de salud. Los empleados inscritos desarrollan actividad física pautada bien en las instalaciones existentes en

los centros de trabajo o en gimnasios con los que el Grupo ha llegado a un acuerdo. Este programa se complementa con sesiones de rehabilitación de lesiones músculo-esqueléticas.

En la misma línea, nuestro programa de rehabilitación de patologías laborales y extralaborales ofrece, en todos los centros de trabajo, los medios técnicos y hu-

manos necesarios para facilitar, a los trabajadores que lo necesiten, sesiones de rehabilitación de las patologías osteomusculares más frecuentes en nuestra sociedad, estén o no derivadas de la actividad laboral. De este modo no sólo hemos ayudado a 778 colaboradores a mejorar su condición física, sino que hemos evitado la pérdida de 11.866 jornadas laborales en el conjunto del Grupo.

Patologías tratadas en el Grupo Mahou-San Miguel



Sesiones de rehabilitación y jornadas ganadas de ausencia laboral

	Madrid	Leganés	Alovera	Málaga	Lleida	Burgos	Barcelona	Grupo
Patologías rehabilitadas	198	27	380	-	59	61	53	778
Sesiones rehabilitación	1.144	111	2.042	-	167	469	120	4.253
Jornadas no perdidas	3.429	443	6.062	-	630	818	484	11.866

Por primera vez en este año hemos puesto en marcha un **programa de alimentación saludable**, dirigido tanto a la plantilla del grupo y sus familias como a todos los vecinos de las localidades donde se encuentran nuestros centros de trabajo. Un total de 930 personas han asistido a las conferencias impartidas por expertos nutricionistas, donde se explicaron los diferentes tipos de nutrientes que existen y su influencia en la salud; cuál es la alimentación más adecuada según el estilo de vida o la edad; verdades y mitos de la alimentación; cómo interpretar el etiquetado de los alimentos e incluso cómo cocinar para obtener los mayores beneficios de la comida. Quienes lo desearon -874 personas- recibieron una valoración corporal y un plan nutricional individualizado, realizado y supervisado por nuestro Servicio Médico.

Ante la Gripe A, que ha constituido una preocupación de primer orden en el ámbito empresarial y alimentario durante buena parte del año, hemos activado un programa de prevención que incluía la elaboración de un Plan de Comunicación específico y un protocolo de actuación y de comunicación en caso de contagios. Se han organizado charlas médicas en todos los centros de trabajo con la información básica sobre la gripe A y sobre cómo prevenir su contagio, así como acerca del protocolo de actuación puesto en marcha por la compañía. También hemos elaborado y difundido el folleto "Conocer para prevenir. La respuesta del Grupo MSM ante la gripe A", junto con una campaña de mensajes de refuerzo. Las charlas informativas han contado con 1.800 asistentes (88% de la plantilla).

CANALES DE COMUNICACIÓN

Mantener el nivel adecuado de cohesión interna, de relación interpersonal y de acceso a la información es esencial para que el trabajo diario se desarrolle con éxito. Para ello contamos con diversos canales que nos permiten llegar, a través de diversos medios, a todos los que integran Mahou-San Miguel.

Nuestros colaboradores y antiguos empleados cuentan con canales digitales y publicaciones especialmente pensadas para ellos, además de tener la posibilidad de asistir a conferencias, encuentros con miembros de la Dirección y celebraciones corporativas.

Canales de comunicación interna:

- Revista ON dirigida a empleados y antiguos empleados.
- MSM-info newsletter diario para nuestros empleados.
- e.ntra plataforma de servicios y portal del empleado.
- Microconferencias encuentros y charlas abiertas a toda la plantilla para informar sobre las tendencias del sector, políticas de empresa, iniciativas, etc.

A través del portal del empleado e.ntra hemos lanzado este año el canal clientes, un espacio donde los empleados pueden proponer al área comercial la realiza-

ción de una gestión comercial determinada dirigida a captar potenciales clientes. Desde su lanzamiento en abril se han recibido 26 propuestas, de las cuales la mitad se han materializado en nuevos clientes.

VOLUNTARIADO CORPORATIVO

Fruto de la apuesta por la Responsabilidad Corporativa, en 2009 se han iniciado acciones de **voluntariado** para conocer las inquietudes de nuestros empleados y como pruebas piloto.

En colaboración con la Fundación Adecco y el Aula Medioambiental de Pozuelo de Alarcón, 35 empleados del Grupo han desarrollado dos acciones piloto en Madrid de **eco-voluntariado**, uniendo la protección del medio ambiente con la discapacidad. Por otro lado, se ha llevado a cabo una prueba piloto de **acción solidaria navideña** en todos los centros en colaboración con la Asociación Güigo; ha consistido en la recogida de juguetes nuevos y su entrega a niños residentes en centros de acogida y ha contado con la participación de 37 empleados.





4

Compromiso activo con nuestros grupos de interés

Desde el Grupo Mahou-San Miguel, consideramos que la incorporación de factores sociales y ambientales en nuestras decisiones es esencial para cumplir todos nuestros compromisos y ofrecer las máximas garantías a nuestros grupos de interés: consumidores, clientes y concesionarios, proveedores, ciudadanos y el propio entorno ambiental.

Es fundamental desarrollar un trabajo continuado para construir un entorno de confianza y de colaboración, que nace del mutuo conocimiento y se fortalece con el diálogo. Hoy más que nunca, nuestro entorno requiere de las empresas una atención permanente a la evolución que está experimentando todo lo que nos rodea.



CON NUESTROS CONSUMIDORES

Nuestros consumidores constituyen nuestra razón de ser. Hacer de nuestros productos sus favoritos nos exige aportar siempre más: más calidad en el producto, más información en su etiqueta, innovar más y buscar mayores vínculos con los intereses del mercado.

DIÁLOGO CON EL CONSUMIDOR

Partimos de la premisa de que el consumidor sabe lo que prefiere, lo que hace necesario que dispongamos de herramientas dinámicas para conocer los gustos de nuestros consumidores y cómo evolucionan.

Antes de su puesta en el mercado, nuestros productos se someten a un amplio **Plan de Control de Calidad** que incluye análisis sensoriales cuyo objetivo es evaluar minuciosamente el sabor y la textura, así como el resto de características que hacen que nuestras cervezas sean las preferidas por el mercado.

El Grupo dispone de más de 60 catadores, distribuidos en paneles de fábrica y un panel central, cuya misión es degustar la cerveza a lo largo del proceso de elaboración para garantizar el perfil y características de cada producto. Para mantener la fiabilidad de los paneles, los miembros se someten a un proceso de formación continua y a una validación periódica mediante test ciegos de identificación de atributos, así como al contraste de resultados con expertos independientes.

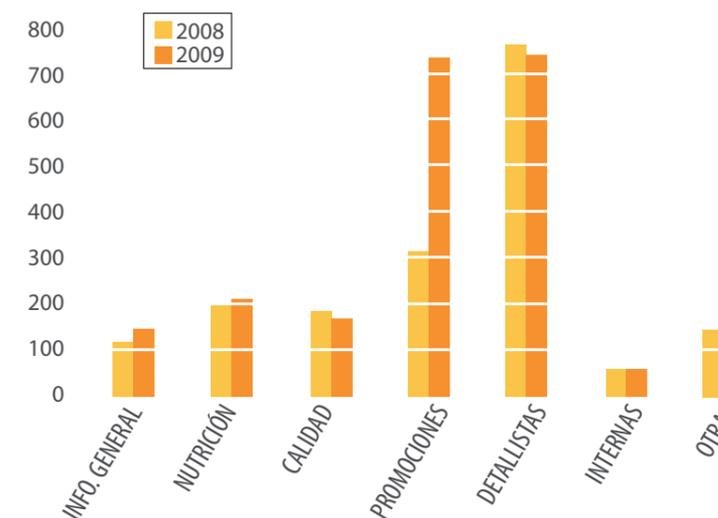
Otra fuente clave de información son los estudios de percepción de las marcas que hace nuestro departamento de marketing en busca de los factores que determinan la imagen de las mismas, con el objetivo de mejorar su proyección pública.

Disponemos de un servicio telefónico de atención al consumidor y de diferentes sitios web que nos permiten transmitir información a clientes, consumidores, medios de comunicación y a toda la sociedad, además de recibir las consultas que realizan los interesados.

Este año se han recibido en el servicio de atención al cliente 2.308 llamadas, frente a las 1.778 recibidas en 2008. Los motivos de dichas llamadas se distribuyen de la siguiente manera:

	2008	2009
INFORMACIÓN GENERAL	116	139
NUTRICIÓN	198	206
CALIDAD	183	167
PROMOCIONES	313	732
DETALLISTAS	763	739
INTERNAS	58	57
OTRAS	143	268
TOTAL	1.774	2.308

SERVICIO ATENCIÓN CONSUMIDORES 2008-2009



Otro de los canales de comunicación que permanecen abiertos a las consultas y sugerencias de consumidores y clientes son las páginas web del grupo y de cada una de las marcas. En 2009 se recibieron más de 1.700 consultas de diferente tipología.

CATEGORÍAS	2009
Información de productos	100
Información de estudiantes	58
Información general	159
Patrocinios	564
Publicidad y Medios	103
Incidencias	102
Calidad	20
Servicios ofertados y otros departamentos	218
Promociones	139
Cine	28
Solicitud merchandising	74
Visitas	45
Agradecimientos	25
Total	1.709

La web corporativa www.mahou-sanmiguel.com ha recibido en 2009 más de 197.000 visitas. A través de la misma se da a conocer el Grupo, sus marcas y sus datos históricos y empresariales.

Visitas	2008	2009
mahou-sanmiguel.com	170.200	197.239

Por otro lado, en www.mahou.es y www.sanmiguel.es, además de presentar las diferentes marcas y bebidas, incluimos sorteos, promociones, música, fotografías e información de películas, fiestas y ocio en general. Estas páginas han registrado 719.631 y 322.073 usuarios únicos, respectivamente, en el conjunto de 2009.

Estas herramientas nos permiten asimismo gestionar de forma eficiente y segura nuestras promociones comerciales. A través de ellas nuestros consumidores pueden obtener los regalos vinculados a estas iniciativas o participar en acciones que requieren el conocimiento de algunos datos personales, como las que permiten asistir a partidos de fútbol, a conciertos o a estrenos de cine. De manera especial queremos destacar este año la elevada participación en la **“Wikipeli”**, donde 3.256 usuarios aceptaron expresamente las bases de participación para convertirse en codirectores del primer corto rodado con ideas aportadas a través de este medio.

Por su parte, Mixta, la shandy de Mahou, aparece en 2009 como la segunda marca más recordada en las redes sociales, según una encuesta realizada entre los usuarios de Tuenti, Facebook, Myspace y Youtube. La presencia del grupo y sus marcas en estos espacios es una iniciativa novedosa y necesaria que nos permite dirigirnos a nuestros consumidores de una forma directa y conocer de cerca la evolución de sus gustos y aficiones. Es una nueva visión que va más allá de la publicidad y se acerca a la comunicación en sentido puro, permitiéndonos una cercanía con el consumidor que hasta ahora nunca habíamos podido tener.

RESPONSABLES CON LA INFORMACIÓN QUE TRANSMITIMOS

Permanecemos abiertos a las nuevas tecnologías y trabajamos de forma continua para estar en la vanguardia. La televisión, la prensa diaria, la radio, los soportes

exteriores o Internet son algunos de los canales de comunicación que utilizamos tanto para promover el contacto con nuestros públicos como para difundir nuestras iniciativas comerciales.

Las campañas dirigidas a promover el conocimiento de nuestras marcas han recibido en varias ocasiones el reconocimiento de los expertos y, lo que es más importante, el del mercado. Este año ha sido la campaña de Mixta, una de las más destacadas del año, que ha dado a la Shandy de Mahou en nuestro país una notoriedad similar a la que tienen las marcas con mayor peso internacional.

Nuestros anuncios relacionados con el fútbol han contado este año con los mejores jugadores no sólo del momento actual, sino de anteriores temporadas, como Iker Casillas, Michel, Urzáiz o Molina. Porque aunque aprovechamos al máximo el presente y apostamos por el futuro, no debemos ni podemos olvidar nuestras raíces.

Además, hemos recibido en 2009 reconocimientos por distintas iniciativas, como la campaña de San Miguel 0,0% sobre conducción responsable, titulada “cuenta atrás”, que nos otorgó el Grupo Vocento. Se trata de los premios Genio, uno de los más prestigiosos del panorama publicitario nacional. Por otra parte, en el Festival de San Sebastián 2009 conseguimos el Sol de Plata y Bronce en varias categorías por la iniciativa de la wikipeli, el primer cortometraje interactivo en cuya elaboración pudieron participar más de 3.200 internautas.





El **certificado de Responsabilidad Social** firmado por Autocontrol pone de manifiesto nuestra implicación real con una publicidad responsable, acorde con el Código de Autorregulación de Cerveceros que va más allá de lo que exige la legislación actual.

Antes de lanzar cualquier campaña publicitaria consultamos que se adapta a la normativa publicitaria y a los diferentes códigos deontológicos con el gabinete técnico de Autocontrol. En 2009 hemos realizado 90 consultas previas. Este gabinete, por su parte, ha recibido en este periodo un total de 4 reclamaciones de escasa trascendencia que no han generado sanción alguna.

El objetivo del Grupo Mahou-San Miguel es que no se produzcan reclamaciones en este sentido. Por ello hemos puesto en marcha un plan de difusión y sensibilización del Código de Autorregulación y de otras normativas que se aplican en materia publicitaria. Empleados, agencias de publicidad y de creatividad o centrales de medios han asistido a charlas y reuniones.

Las cervezas sin alcohol siguen aumentando su cuota de mercado en España, el país de Europa donde más se consumen. En 2001 el Grupo Mahou-San Miguel abrió un nuevo segmento, el 0,0%, que desde entonces se ha hecho un importante hueco en el mercado ante el crecimiento de la sensibilidad social hacia el peligro que supone combinar alcohol y conducción.

En 2009, con motivo del tercer aniversario de la implantación del carnet de conducir por puntos, San Miguel 0,0% ha felicitado a todos los conductores que no han recibido sanción. Además y por primera vez, la marca unió en un mismo anuncio a todas las cadenas de televisión nacionales y a la DGT en torno a un único mensaje: conducción responsable.

CALIDAD Y SEGURIDAD ALIMENTARIA

Nuestra **política de calidad y seguridad alimentaria** tiene como primer objetivo la satisfacción de consumidores y clientes. La prevención y la mejora continua son los dos principios directores de nuestro trabajo, que cuenta con el aval de las más exigentes certificaciones, tanto en materia de calidad -ISO 9001- como en el terreno ambiental -ISO 14001, EMAS-. En la senda de la mejora continua, estamos en proceso de implantar un Sistema de Gestión integrado de la Calidad e Inocuidad de los Alimentos, acorde con los requisitos de las normas internacionales UNE-EN-ISO 9001 y UNE-EN-ISO 22000.

Para garantizar sus exigencias, además de cumplir con la legislación vigente y seguir las recomendaciones del Codex Alimentarius, lo que supone aplicar los principios del sistema de Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control y mantener el Programa de Prerrequisitos necesario, tenemos implantado desde el año 2005, en todas las fábricas del Grupo Mahou-San Miguel, un sistema de House-Keeping (Orden y Limpieza) basado en una de las normas más exigentes en la materia (Normas Consolidadas de AIB Internacional para Inspección en Embotelladoras de Bebidas, de uso habitual en la industria alimentaria estadounidense).

En paralelo se están adecuando todos los procesos para la obtención de la certificación **ISO 22000** en todas las plantas del Grupo:

- En diciembre de 2009 se consiguió la certificación para la planta de Alovera.
- En el periodo 2010-2011 está previsto certificar el resto de plantas.
- El Grupo Alhambra se incorporará al proyecto a partir de 2011, una vez conseguida la certificación ISO 9001, que se encuentra en proceso de tramitación.

La **etiqueta** es el principal vehículo de relación con nuestros consumidores, ya que nos da la posibilidad de informarles sobre nuestros productos y gestionar sus reclamaciones y sugerencias. Por ello, intentamos que la información que incluye responda a todas sus posibles demandas:

- Identificación de la empresa fabricante.
- Grado Alcohólico.
- Cantidad neta de producto.
- Ingredientes (en productos con una graduación alcohólica inferior a 1,2 % en volumen).
- Alérgenos: dado que una de las principales materias primas es la malta de cebada, nuestros productos pueden contener gluten. Por tanto, en todos ellos aparece la indicación "contiene malta de cebada".
- Fecha de consumo preferente y lote.
El lote nos permite conocer y relacionar los elementos que intervienen en las diferentes fases del proceso de elaboración de cerveza, desde la recepción de materiales que componen el producto (identificación de suministros y proveedores) hasta la expedición del producto final al distribuidor (identificación del cliente) para asegurar que se puede obtener la trazabilidad requerida durante todo el periodo de vida del producto en el mercado. Asimismo, disponemos de herramientas de última tecnología que nos permiten localizar la ubicación de nuestros productos en el mercado de forma rápida y segura. Periódicamente se realizan simulacros para la verificación del proceso.
- Teléfono de Atención al consumidor y dirección de la compañía en Internet.

LA INNOVACIÓN: NUESTRA RAZÓN DE SER Y NUESTRA GARANTÍA DE PERMANENCIA

En el Grupo Mahou-San Miguel seguimos apostando por la innovación y la formación, además de promover un elevado nivel de inversión que nos permita llevar a cabo proyectos punteros que nos coloquen a la cabeza del sector, tanto en el área industrial como en lo referido al producto.

Algunos de los trabajos realizados han llegado a los foros cerveceros más importantes de Europa (Congreso anual del Instituto VLB de Berlín) y nos han permitido recibir ayudas del Ministerio de Ciencia e Innovación por más de 4 millones de euros a lo largo de varios años.

Este año hemos lanzado un nuevo proyecto llamado ecodiseño, que busca conciliar los intereses económicos de la empresa, con las preocupaciones del consumidor, comerciales y de medio ambiente. Se trata de una actualización de los packaging que, con el mínimo impacto en el medio ambiente y menores costes, preserve la imagen y funcionalidad que exigen nuestros clientes. También en 2009, hemos lanzado nuestro primer producto cervecero en PET, nuestra Mixta, y toda una nueva gama Sarango de tintos de verano y sangría en barril. También hemos desarrollado nuevos formatos de packaging, como la nueva botella de 30 cl para San Miguel Especial y la botella profile de Carlsberg. En el área industrial, hemos automatizado las instalaciones industriales para facilitar los lanzamientos en bottle-can, junto con el sistema abre-fácil para la caja de cartón de 24 botellas.



EN LOS MOMENTOS DE OCIO FAVORITOS

Nuestras acciones de marketing buscan la identificación con los valores del Grupo y la presencia en aquellas actividades de ocio preferidas por nuestros consumidores: la asistencia a espectáculos deportivos, a conciertos de música actual, el cine y, por supuesto, pasar el tiempo con amigos, compartiendo comida y bebida, son las elecciones ideales de los españoles para su tiempo libre.

Por eso hemos elegido dar apoyo a estas iniciativas, en busca también de mejorar el conocimiento de nuestros productos entre el público adulto que acude a ellas y las disfruta.

Con el deporte

FÚTBOL

En nuestro empeño por estar cerca de los consumidores, las iniciativas vinculadas al deporte rey buscan la participación de los aficionados en un momento especial fomentando valores de juego limpio y deportividad. Combinamos en este marco las campañas de comunicación especiales relacionadas con este deporte, el patrocinio de la Liga de Fútbol Profesional y la vinculación que mantenemos con clubes de primera división como el Real Madrid, el Atlético de Madrid, Athletic de Bilbao o Málaga Club de Fútbol, entre otros.

Entre las iniciativas que hemos llevado a cabo este año destacamos las siguientes:

- “El reto de Iker” nos permitió dar a algunos aficionados la oportunidad de cumplir un sueño: batir a uno de los mejores porteros del panorama internacional.
- Nuestro apoyo a los equipos y sus aficiones tiene su reflejo en las ediciones personalizadas de botellas. Con motivo del derby Atlético de Madrid - Real Madrid, lanzamos al mercado una edición especial de botellas de aluminio con los colores de ambos equipos. También hemos vestido una botella con los colores del Málaga para reconocer su excelente trayectoria en la campaña 2008-2009, además de diseñar otra para el Athletic de Bilbao.

BALONCESTO

Simboliza para nosotros los valores del deporte, unidos al éxito de lo español, dos elementos con los que queremos identificarnos.

- San Miguel y el baloncesto son hoy dos símbolos del triunfo español. Por eso hemos renovado en 2009 nuestro apoyo a la selección española de baloncesto tanto masculina como femenina.

- También hemos lanzado ediciones personalizadas de botellas de San Miguel 0,0% que plasman nuestros vínculos con los clubes de baloncesto. Este año hemos homenajeado al Baskonia con una botella especial, que conmemora su 50 aniversario, además de diseñar otras para el DKV Joventut .
- A través de San Miguel 0,0% colaboramos también con la Liga ACB y la celebración de la Copa del Rey, donde promocionamos la práctica del baloncesto en la zona lúdica San Miguel.

OTROS DEPORTES

No podemos dejar de lado otras pasiones deportivas, que al esfuerzo que les es propio unen la dificultad de triunfar siendo innovadores y diferentes.

- Seguimos apoyando la Liga San Miguel de Traineras, donde las 12 mejores tripulaciones del Cantábrico compiten a lo largo de tres meses en 18 regatas para hacerse con el trofeo. Todo un sím-

bolo de trabajo en equipo para un deporte singular en un marco incomparable.

- Singular y vinculado a un esfuerzo notable es el surf. Este año hemos consolidado nuestro vínculo con este deporte a través del apoyo a la celebración del campeonato del mundo, que tuvo lugar en Zarautz. Nos sentimos unidos al esfuerzo que requiere su práctica profesional, sin olvidar que constituye para sus espectadores un momento de ocio vacacional y verdaderamente emocionante.
- Estamos vinculados con el mejor tenis a través del patrocinio del torneo Godó que se celebra en Barcelona, lo que refuerza la presencia de la marca San Miguel en la ciudad condal.
- Las mejores pistas de esquí ubicadas en el Pirineo Catalán y Granada cuentan con el apoyo de San Miguel, no sólo de carácter publicitario sino también a través de diversas promociones dirigidas a consumidores que buscan dar a sus momentos de ocio una pincelada de singularidad.



Con la cultura

CINE

El vínculo de Mahou con el cine tiene ya una larga trayectoria. En una sociedad en permanente evolución tecnológica, creemos que el cine y la creación deben encontrar nuevos lenguajes y formas de colaboración. Por eso hemos lanzado “la Wikipeli”, el primer corto interactivo de la red. El film, titulado “Universos” de acuerdo con las aportaciones de los internautas, ha sido dirigido por José Corbacho y Juan Cruz y protagonizado por Martín Rivas y Blanca Suárez. El resultado – un metraje de 15 minutos difundido solo por Internet – se ha descargado en más de 54.000 ocasiones.

MÚSICA

Pasión y emoción encontramos también en la música, otra de las actividades de ocio preferidas por nuestros consumidores.

- Unique s. Este es el concepto con el que San Miguel ha hecho vibrar a 3.000 personas en las ciudades de Barcelona y Bilbao con la música de la banda británica Keane.
- Además, también contribuimos a la divulgación de la música por diferentes salas distribuidas por toda la geografía nacional a través de los Concier-tos Retrato que impulsa Mahou Cinco Estrellas.
- Alhambra colabora desde hace varios años con la Junta de Andalucía y el Ayuntamiento de Granada en la organización del Festival Internacional de Jazz de Granada, uno de los más antiguos e importantes de Europa y único miembro español de la red europea de festivales de jazz Europe Jazz Network.

- Desde 1993, Cervezas Alhambra mantiene su colaboración con el Festival Internacional de Música y Danza de Granada, que cuenta con los más prestigiosos representantes de la danza española e internacional.

GASTRONOMÍA

Disfrutar de la mejor comida y bebida en buena compañía es una de las tradiciones más arraigadas de la cultura mediterránea y es además una fuente de atracción a nuevos turistas. Por eso nos encargamos de acercar la riqueza de nuestra gastronomía a través de distintas iniciativas cuyo éxito está ya consolidado.

- Madrid Fusión y Club Millésime son los dos máximos exponentes gastronómicos y en los que estamos presentes con el objetivo de mostrar las nuevas posibilidades de maridajes y catas que ofrece el mundo de la cerveza. Los mejores cocineros y profesionales del sector se dan cita en estos dos encuentros que se han convertido en un referente a nivel mundial.
- Mahou Clásica ha hecho posibles las ferias de la tapa que desde hace varios años venimos celebrando por toda la geografía española con un éxito rotundo. En estos eventos y en un marco festivo se promociona la actividad hostelera local, se promueve el turismo y se muestran a los paladares más exigentes las excelentes cualidades de Mahou Clásica como compañera de los bocados más sofisticados.
- El apoyo a nuestros clientes en hostelería a través de iniciativas que promuevan el consumo en sus locales fue el objetivo de la campaña “sal de casa” que animó a los ciudadanos de ciudades de diferentes comunidades como Madrid, Castilla-León, Comunidad Valenciana o Castilla La

Mancha, a disfrutar de caña y tapa a 1,50. A esta iniciativa unimos las “rutas de la tapa”, celebradas en diferentes ciudades, cuyo fin es también revitalizar las actividades de ocio.

- El chef Paco Roncero organizó, de la mano de Mahou Premium Light, unas jornadas gastronómicas donde las tapas más ligeras maridaban a la perfección con nuestra Mahou Premium Light, con un 35% menos de calorías y sólo 3,5º de alcohol. Mahou Premium Light es la cerveza de mayor calidad y prestigio en su segmento, inigualable para aquellos que quieren consumir menos alcohol sin renunciar al sabor de la mejor cerveza.

CULTURA LOCAL

Algunas de nuestras fiestas populares más emblemáticas han contado también en 2009 con el apoyo de Mahou-San Miguel:

- | | | |
|---|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Carnavales Candelaria • Fiestas Patronales - El Hierro • Feria de la Tapa Huelva • Carpa Carnaval Cadiz • Campeonato de Pinchos de Asturias • Campeonato de Pinchos de Oviedo • Descenso del Sella • Semana Negra de Gijón • Certámen en Gijón de Tapas • Fiesta de la cerveza y Octoberfest de Burgos | <ul style="list-style-type: none"> • Hondarribia Blues Festival • Feria de Tapas y Quinto Palencia • Feria de Albacete • Jornadas Gastronómicas Javea • Fiestas Magdalena Castellón • Carnavales Santa Cruz • Carnavales Las Palmas • Carnavales Lanzarote • Carnavales Vinaroz (Castellón) • Tapeo Tour Valencia • Feria de la Tapa Gandía | <ul style="list-style-type: none"> • Festival Canción Candelaria • Fiestas Patronales - Romerías • Muestra Nacional Tapas Castellón • Marbella de Tapas • Fiestas Magdalena Castellón • Tour revelación Castellón y Valencia • Feria de Málaga • Regatas • Feria Gastronómica Alcudia (Valencia) |
|---|--|--|



CON NUESTROS CLIENTES Y CONCESIONARIOS

Cientes y concesionarios son nuestro puente hacia el mercado. Su éxito es el nuestro. Por eso trabajamos en el aprovechamiento de las sinergias mutuas y en la construcción de unos vínculos de comunicación sólidos y fluidos que nos permitan detectar oportunidades, corregir errores y evitar riesgos.

eRestaura, el portal de comunicación del Grupo Mahou-San Miguel para todos sus concesionarios ofrece acuerdos con proveedores de servicios y productos y constituye un canal de comunicación inmediato con los concesionarios. En 2009 tuvo 9.592 visitas, un 27% más que el año anterior.

En eRestaura los concesionarios cuentan con un buzón de sugerencias para poder comunicarse con el Grupo. En él nos consultan sus dudas acerca del portal y de otros temas que les afectan en su relación con el Grupo.

Esta herramienta tuvo un uso creciente en 2009 con la recepción de casi un 10% más de mensajes que el año anterior, consecuencia en buena medida de las consultas realizadas sobre aspectos relativos a la comercialización de los nuevos productos (café y cervezas de importación).

En 2009 llevamos a cabo diferentes mejoras con el objetivo de ofrecer a los concesionarios una mejor información. Entre dichas mejoras cabe destacar las siguientes:

- Nuevo catálogo de productos.

Hemos mejorado el argumentario de venta que ya existía en el portal y hemos implementado los datos logísticos de todos los productos de MSM (Mahou, San Miguel, Reina, sidras y cervezas de importación).

- Lanzamiento de la aplicación eRestaura Noticias. Se trata de un sistema de alertas que el usuario puede descargar e instalar en su ordenador para recibir todos los titulares publicados en la web.

- Conectados y On, las revistas de los concesionarios del Grupo Mahou-San Miguel.

Hemos impulsado el crecimiento de estos canales de comunicación a través de un mayor peso a las entrevistas a concesionarios y con la publicación de un número especial en verano, dando así a este grupo la importancia que merece dentro de Mahou San Miguel. La iniciativa ha sido acogida muy positivamente por los concesionarios.

HERRAMIENTAS PARA EL DESARROLLO

Potenciamos asimismo entre nuestros clientes y concesionarios conocimientos esenciales acerca del producto que vendemos, como saber cómo se tira una caña o qué cualidades gastronómicas tiene, a través de los numerosos cursos de formación que desarrollamos en diferentes instalaciones y en los propios locales de los baristas.

Con el objetivo de mantener un canal de diálogo más próximos con nuestros concesionarios, el Grupo Mahou-San Miguel cuenta con la figura del gestor de concesionarios. Su cometido fundamental es ayudar a potenciar y desarrollar el negocio de los concesionarios.

También ponemos a disposición de nuestros clientes y concesionarios los acuerdos que tenemos con nuestros proveedores de bienes y servicios. De esta forma pueden disfrutar de unas condiciones de calidad y precio que redundan positivamente en sus negocios. En todos los casos se trata de proveedores homologados por el Grupo y supervisados por nuestro Departamento de Compras.

RECOMPENSA AL ESFUERZO

Para ofrecer un valor añadido a nuestros clientes y concesionarios, en 2009 se ha creado un plan estratégico de acogida y hospitalidad a través del cual ofrecemos experiencias únicas: disfrutar de los mejores partidos de fútbol de la Liga y de la Copa del Rey de Baloncesto, participar en nuestros circuitos de golf, asistir a partidos de tenis del Conde de Godó o degustar los mejores platos en diferentes eventos gastronómicos como Madrid Fusión. Se trata de un ambicioso plan que pretende potenciar la relación directa con nuestros clientes y, además, buscar sinergias internas con todas las actividades y patrocinios en los que estamos presentes.

El grupo Mahou-San Miguel organiza y participa en reconocimientos a baristas, consumidores, maitres y cocineros, entre otros. Ejemplo de ello son los premios Amyce, que reconocen el esfuerzo de jefes de sala, maitres y profesores, diversos galardones a las mejores creaciones culinarias y los concursos gastronómicos que realizamos en Madrid Fusión, en las Rutas de la Tapa o en las diferentes ferias que se organizan para premiar "las mejores tapas por sabor y presentación".

CON NUESTROS PROVEEDORES

Los proveedores son uno de los grupos de interés fundamentales para Mahou-San Miguel. Sin duda, nos ayudan a garantizar la continuidad del negocio. Por ello los consideramos aliados significativos y mantenemos con ellos importantes acuerdos y colaboraciones que refuerzan nuestros vínculos.

Asimismo, buscamos que nuestros proveedores estén alineados con nuestra estrategia de Responsabilidad Corporativa mediante acuerdos y compromisos que el departamento de compras de Mahou-San Miguel se encarga de realizar y supervisar.

EXTENDEMOS NUESTRO COMPROMISO

Los contratos que concertamos están adecuados a los distintos tipos de relaciones existentes (de bienes, de servicios, esporádicos, continuos...) con el objetivo de construir una relación duradera y fructífera.

Más allá de la calidad del producto o servicio, solicitamos a nuestros proveedores el cumplimiento de los compromisos generales de Mahou-San Miguel en materias como la igualdad o el desarrollo sostenible, así como de los principios incluidos en el Pacto Mundial al que estamos adscritos.

Elaborar productos con los más altos estándares de calidad e higiene conlleva el aseguramiento de todos y cada uno de los suministros que los componen. Por ello, en Mahou-San Miguel mantenemos una relación de confianza con nuestros proveedores basada en la exigencia del cumplimiento de la legislación vigente y de nuestros estándares de calidad y en el compromiso con la mejora continua y la satisfacción de clientes y consumidores. Esto se consigue con el establecimiento de **Acuerdos de Calidad**, mediante los cuales el Proveedor se compromete a mantener los niveles de exigencia y mejora que aseguramos a nuestros consumidores.



Los proveedores son auditados periódicamente. En 2009 realizamos 36 auditorías a nuestros proveedores estratégicos. Además, existe la posibilidad de realizar análisis de contraste de sus productos en laboratorios acreditados para verificar el cumplimiento de los Acuerdos de Calidad. La información obtenida permite su evaluación y, en su caso, el establecimiento de los planes de mejora adecuados.

En el terreno medioambiental, enviamos un cuestionario a aquellos proveedores que, por el tipo de actividad que desarrollan, pueden tener incidencias ambientales, con el fin de recabar información acerca de sus sistemas de gestión medioambiental. Posteriormente, los proveedores son evaluados mediante los sistemas de control y seguimiento de su comportamiento ambiental.

Esta evaluación se revisa anualmente y puede modificarse en función de condicionantes externos, como puede ser la aportación de nueva documentación o la notificación de incidentes, así como de circunstancias internas, como actuaciones en las instalaciones del Grupo Mahou-San Miguel que introduzcan nuevos requerimientos.

En materia de prevención y seguridad exigimos a nuestros proveedores que cumplan la legislación vigente para poder trabajar con nosotros.

Todas nuestras cervezas son elaboradas utilizando materias primas libres de modificación genética. La política del Grupo Mahou-San Miguel es la utilización de variedades de cereales o derivados que no contengan organismos modificados genéticamente (OGM), para lo cual en los Acuerdos de Calidad exigimos que los proveedores garanticen y documenten que el producto que nos suministran se ajusta a la reglamentación vigente.

En el caso de los proveedores de servicios, evaluamos de manera sistemática sus resultados de acuerdo a diversos criterios, que van desde el precio percibido por el producto o servicio hasta la modernidad de sus instalaciones o su sistema de aseguramiento de la calidad, entre otros, junto con las sinergias mutuas que se desprenden de la colaboración con Mahou-San Miguel.

OTRAS HERRAMIENTAS DE SEGUIMIENTO Y MEJORA

Con el objetivo de realizar un mejor seguimiento y detectar posibilidades de mejora, estamos trabajando en evaluar a los proveedores a través de encuestas que responden los responsables de la recepción de los bienes y servicios del Grupo puntuando a los distintos proveedores de acuerdo con una serie de baremos. Se trata de un proyecto que nos proponemos desarrollar y potenciar en los próximos años.

PROVEEDORES LOCALES Y REGIONALES

Uno de los aspectos que caracteriza al sector cervecero es el peso que tiene en la economía española y su apoyo y contribución al crecimiento económico nacional. Según datos de Cerveceros de España, nuestro sector genera 225.000 puestos de trabajo directos e indirectos. Esto revierte en el impulso de sectores económicos importantes como son los proveedores de bienes y servicios que, según datos de Cerveceros de España, suponen un total de 20.100 puestos de trabajo, cerca de 4.000 de los cuales corresponden al ámbito agrícola.

Para la elaboración de cerveza se utiliza malta y lúpulo principalmente, dos materias primas que se producen en España. Realizando la mayoría de nuestras compras a través de los miembros asociados a Malteros de España y a la Sociedad Española para el Fomento del Lúpulo, fomentamos la investigación y el desarrollo de nuevas variedades de cebada cervecera y contribuimos al mantenimiento del cultivo del lúpulo en nuestro país.

Las compras realizadas por Mahou-San Miguel se distribuyen de la siguiente manera:

- El 97% de la malta que adquirimos procede de los miembros asociados a Malteros de España, y el 3% restante procede del exterior.
- El 50% del lúpulo que utilizamos es de origen nacional y el 50% restante procede, en su mayoría, de países centroeuropeos, con larga tradición cervecera.

Conscientes de la importancia que tenemos en nuestro entorno más cercano, en nuestra política de compras contemplamos a proveedores locales, nacionales e internacionales. Para ello, nuestra estructura organizativa prevé la existencia de áreas de compras tanto en las sedes como en las fábricas, al objeto de promover las compras responsables y centralizar y coordinar todas las peticiones.

Desde las sedes se centralizan los pedidos de materias primas, embalajes y envases, dado su carácter específico, la necesidad de aplicar criterios comunes y la mayor eficiencia que se genera al adquirir grandes cantidades.

Las compras de materias primas se realizan en un 99% desde la sede, frente a un 1% que se lleva a cabo desde las fábricas. El 100% de envases y embalajes se adquieren desde la sede.

En el apartado de compras de servicios, se aplican criterios de eficiencia que favorecen en muchos casos a los proveedores locales. Un 70% de las compras se realizan desde las sedes, mientras el 30% restante se solicita desde las diferentes fábricas.



CON LA SOCIEDAD

Ser líderes implica responsabilidades importantes. Lo que hagamos o digamos supondrá el éxito o fracaso de iniciativas vinculadas con nosotros o nuestras áreas de implantación y determinará el logro de nuestros objetivos corporativos.

SECTOR RESPONSABLE

Fuera de toda duda está la influencia que la política informativa del sector y sus empresas tiene sobre la creación de pautas de consumo responsable de cerveza entre los españoles. En este sentido, Cerveceros de España cuenta con un Código de Autorregulación Publicitaria que tiene como objetivo fundamental promover el consumo responsable de la cerveza entre los adultos y proteger especialmente a los menores de edad.

Ya en 1995, los miembros de Cerveceros de España alcanzamos un acuerdo para que todas las comunicaciones comerciales sobre cerveza fueran legales, honestas, verídicas y acordes con los principios de justa competencia y buenas prácticas comerciales. Asimismo, acordamos que dichas comunicaciones se elaboraran con sentido de responsabilidad social, basán-

dose en los principios de buena fe y equidad entre las partes implicadas. Este acuerdo se ha ido revisando periódicamente, haciéndolo más exigente y acorde con las demandas sociales del momento.

El texto vigente del **Código de Autorregulación**, aprobado en 2009 y al que estamos adheridas todas las empresas integradas en Cerveceros de España, implica compromisos más exigentes de lo que establece la legislación actual en materia de etiquetado y publicidad, para prevenir el acceso de los menores al consumo de alcohol así como el consumo irresponsable en adultos.

El Código cuenta con su propia comisión de seguimiento y está ratificado por el Ministerio de Sanidad y Consumo, Asociaciones de consumidores y Autocontrol de la Publicidad. Entre otros elementos, restringe la publicidad de cerveza a las páginas interiores de los diarios, eleva la edad de los actores que pueden participar en los anuncios de cerveza, establece una mayor distancia entre la publicidad exterior de cerveza y los colegios e incorpora la obligación de plasmar en las etiquetas de los productos el símbolo +18 para indicar que sólo son accesibles para mayores de edad.

Mahou-San Miguel participa en las numerosas iniciativas de Cerveceros de España dirigidas al fomento del consumo responsable, como son las campañas “La carretera te pide SIN” o “Un dedo de espuma, dos de frente”, así como la guía “Los padres tienen la palabra”.

TRANSPARENCIA Y DIÁLOGO

Las **visitas a las fábricas** constituyen otro de los vehículos que más nos une a la sociedad y que nos permite una relación directa con grupos adultos de diversas procedencias. En 2009 más de 32.000 personas visitaron nuestras instalaciones, donde les mostramos el proceso de elaboración de la cerveza así como la historia y filosofía de la empresa, con especial hincapié en las implicaciones ambientales. Desde Escuelas de Hostelería, pasando por universitarios, instituciones y asociaciones, entre otros, han participado en este programa con el que “abrimos las puertas” de nuestras instalaciones a la ciudadanía para que conozcan de primera mano cómo se elabora cada uno de nuestros productos y el empeño que ponemos en lograr la máxima calidad en productos y procesos.

Este programa se completa con la participación de Mahou-San Miguel en las Jornadas de Puertas Abiertas que desde hace varios años venimos desarrollando en colaboración con la Federación de Industria de Alimentación y Bebidas (FIAB).

Un año más se han desarrollado las **Jornadas de Medio Ambiente**, centradas en el ciclo del agua. Durante una semana, los visitantes conocieron más detalles sobre el compromiso del Grupo en materia ambiental y sobre el ciclo de vida del agua en una fábrica.

Los medios de comunicación constituyen un grupo con el que tenemos múltiples compromisos, ya que sus representantes forman parte de la sociedad y pueden a su vez ser partícipes del grupo de consumidores. Para ellos desarrollamos numerosas actuaciones de carácter informativo y divulgativo, así como iniciativas de reconocimiento a su labor.

Los consejos ciudadanos, en los que participamos junto con las autoridades locales o las empresas más representativas de cada zona, nos permiten mantener un contacto directo con nuestros vecinos y resolver sus dudas e inquietudes sobre nuestro trabajo.

Algunas normas del Código de Autorregulación de Cerveceros de España aplicables a la cerveza con alcohol

Las páginas exteriores de los diarios no podrán incluir anuncios de cerveza.	No se exhibirán comunicaciones comerciales de cerveza a menos de 100 m lineales de colegios.	Los actores de los anuncios de cerveza con y sin alcohol deberán ser mayores de 21 años.
La publicidad de cerveza solo puede emitirse a partir de las 20:30 horas.	No se contratará publicidad en medios relacionados con el mundo del motor.	Se establece una Comisión paritaria para la interpretación y vigilancia del cumplimiento de las normas.
Se incluirá en las etiquetas la marca +18 .	Obligación de someter los anuncios a evaluación previa (<i>copy advice</i>).	Protección a menores de edad con iniciativas específicas para evitar su consumo

NUESTROS COMPROMISOS PÚBLICOS

Desde 2008 somos miembros del Pacto Mundial, una entidad promovida por Naciones Unidas que aglutina a las empresas más importantes del mundo, las cuales se comprometen al cumplimiento de diez principios de gestión ética relacionados con la prohibición del trabajo infantil, la lucha contra la corrupción, la discriminación, el trabajo forzoso, la defensa de los derechos humanos o la conservación del medio ambiente, entre otros. En Mahou San Miguel, estos principios y todo lo que implican se hallan plenamente incorporados a nuestra gestión diaria.

CIUDADANOS IMPLICADOS Y PARTICIPATIVOS

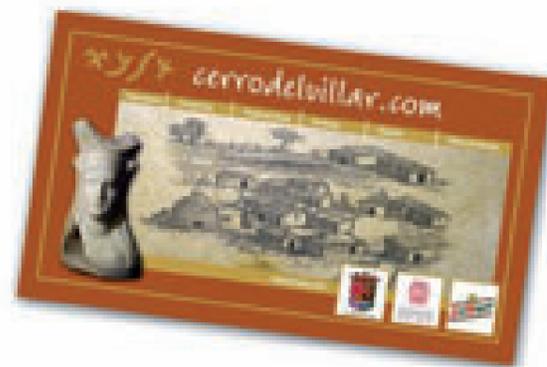
Además de con nuestras operaciones como grupo cervecero líder, contribuimos a crear valor social colaborando en diversos proyectos, tanto de alcance general como especialmente vinculados a nuestras áreas de implantación:

Investigación

Apoyamos proyectos de investigación a los que nos sentimos especialmente vinculados por desarrollarse cerca de nuestras instalaciones y por compartir con ellos valores y filosofía comunes.

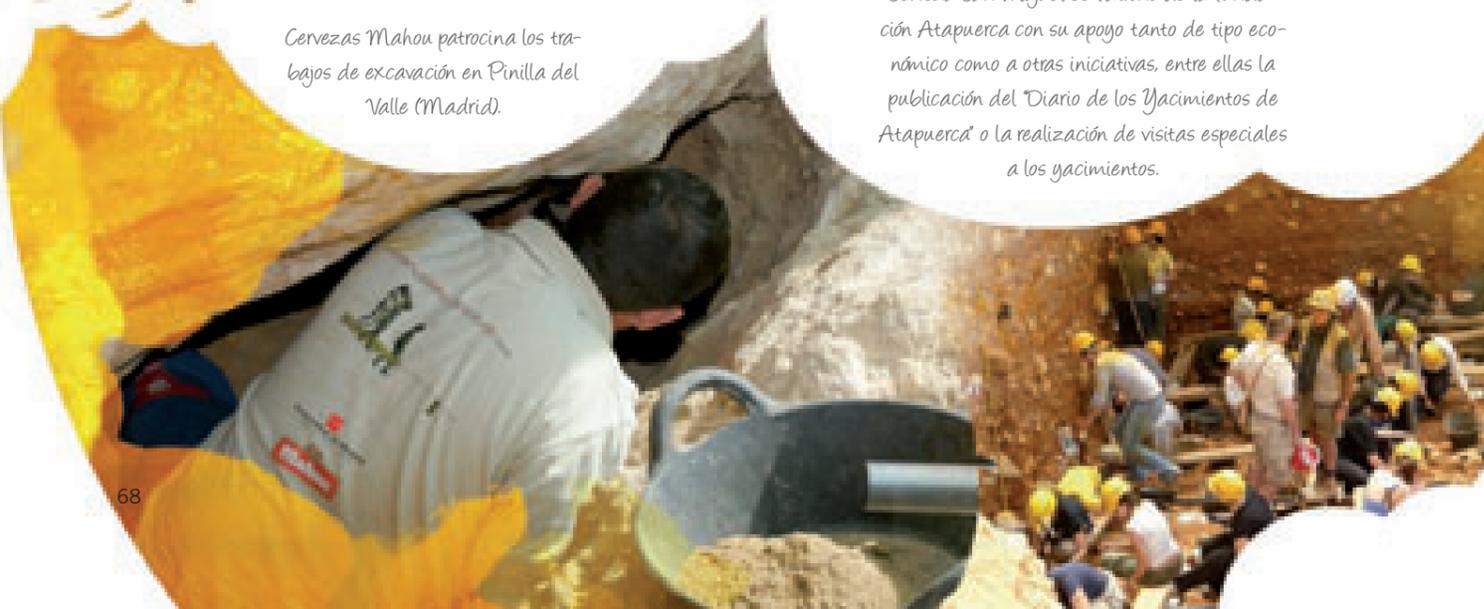
- Fundación Atapuerca
- Fundación Málaga – Cerro del Villar
- Pinilla del Valle

Cerveza San Miguel mantiene un acuerdo con la Fundación Málaga y el Ayuntamiento de esta ciudad para colaborar con las actividades que tengan lugar en el yacimiento arqueológico de Cerro del Villar (Málaga).



Cerveza San Miguel es Patrono de la Fundación Atapuerca con su apoyo tanto de tipo económico como a otras iniciativas, entre ellas la publicación del 'Diario de los Yacimientos de Atapuerca' o la realización de visitas especiales a los yacimientos.

Cervezas Mahou patrocina los trabajos de excavación en Pinilla del Valle (Madrid).



Cultura

Como empresa emblemática que somos desde nuestra fundación apoyamos a las instituciones artísticas que promueven y difunden valores culturales.

- Museo Picasso de Málaga
- Fundación Amigos del Museo del Prado
- Auditorio de Barcelona
- Liceo de Barcelona
- Premios de Periodismo Salvador de Madariaga

San Miguel colabora desde 2004 con el Museo Picasso de Málaga, la ciudad donde se encuentra una de nuestras principales instalaciones.



Mahou apoya la actividad cultural que lleva a cabo la Fundación Amigos del Museo del Prado, en una apuesta más por la divulgación de la cultura y el arte en la ciudad en que se fundó la empresa.

Como espacio emblemático de la capital catalana, el Liceo representa para la marca San Miguel un vínculo con Barcelona que le permite participar en el fomento de la actividad cultural en la ciudad.



Los premios de periodismo Salvador de Madariaga reconocen la mejor labor periodística orientada a la creación de una conciencia europea tanto en prensa escrita, como en radio y televisión. Organizados por la Asociación de Periodistas Europeos, cuentan con la colaboración de Mahou.

La música clásica tiene uno de sus exponentes máximos en el Auditorio de Barcelona, sede permanente de la Orquesta Ciudad de Barcelona. San Miguel apoya este espacio patrocinando al Consorcio del Auditorio y a su Fundación.

Educación

Colaborar con las instituciones educativas es para nosotros una inversión en nuestro propio futuro. Desarrollamos, en este ámbito, iniciativas relacionadas con la gestión empresarial y con nuestro sector de actividad, impulsando la competitividad de los profesionales españoles.

- ESADE
- IESE
- Fundación General de la Universidad de Alcalá
- Fundación San Telmo

San Miguel forma parte del Patronato de la escuela de negocios ESADE, con la que colabora en diversos foros y en estudios especializados.

Mahou colabora con una de las cátedras de esta prestigiosa escuela de negocios en el ámbito de la gestión deportiva.

Ciudadanos solidarios

En buena medida, debemos nuestro éxito a la sociedad que elige nuestros productos. Nuestra forma de compartirlos es colaborar con iniciativas que lleguen a los más desfavorecidos.

- Fundación Adecco
- Fundación Rafa Nadal
- Baloncesto sin límites
- Programa contra la violencia de género

El Grupo Mahou-San Miguel y la Fundación Adecco trabajan juntos en los programas de integración de personas con discapacidad, como son el programa dirigido a familiares de sus empleados que tengan alguna discapacidad, Plan familia, o el patrocinio del Plan ADOP (Ayuda al Deporte Olímpico y Paralímpico).

San Miguel colabora con la Fundación Rafa Nadal en el desarrollo de proyectos de integración social a través del tenis, dirigidos a fomentar su práctica entre los grupos sociales menos favorecidos.



Cervezas Mahou coopera en la realización de diversos proyectos de investigación, estudios y congresos científicos, así como en el desarrollo de otras actividades de carácter cultural, educativo, técnico y divulgativo.

En 2007 Mahou-San Miguel se incorporó al Consejo asesor del departamento de empresas agroalimentarias de la Fundación San Telmo para participar en un ambicioso proyecto relacionado con la labor de formación e investigación.

Programa Violencia de Género. San Miguel 008 ha puesto en marcha un programa especial basado en la práctica de deporte en dos centros de acogida de mujeres maltratadas ubicados en Barcelona y Bilbao. El objetivo es utilizar el deporte como ayuda psicológica y terapéutica. Por esta iniciativa recibió un premio del Ministerio de Igualdad en 2009 junto con la Federación de Baloncesto.

Programa Baloncesto sin límites. Otra de las iniciativas para fomentar el deporte entre las mujeres internas en centros penitenciarios como elemento de cohesión social y escuela de valores.



Compromiso activo con el medio ambiente

Somos conscientes de que nuestra supervivencia como empresa depende del buen empleo que hagamos de los recursos naturales que utilizamos en nuestros procesos. Sabemos también que el uso que nosotros demos a estos recursos comprometerá lo que puedan hacer las futuras generaciones.

Por eso hemos formulado un sólido compromiso corporativo con el respeto al medio ambiente que está recogido en la **Política Ambiental del Grupo**, para cuyo desarrollo contamos desde el año 2001 con un Sistema de Gestión Ambiental como herramienta que permite tener identificados, evaluados y controlados los aspectos ambientales de las distintas actividades de la compañía con posibles efectos sobre el medio ambiente.



Basado en la mejora continua, este sistema nos ha permitido alcanzar progresos considerables, avalados por la obtención de los más prestigiosos distintivos:

- 2001: Certificación ISO 14001 para cada una de las fábricas
- 2005: Integración de una única certificación ambiental ISO 14001
- 2006: Certificación ambiental EMAS para el Grupo Mahou-San Miguel

El esquema siguiente sintetiza los impactos ambientales más relevantes de cada proceso, junto las actuaciones más destacadas que llevamos a cabo para su reducción:



INDICADORES AMBIENTALES

El objetivo es el desarrollo eficaz de la actividad empresarial, con una integración plena entre economía, sociedad y entorno físico, en coherencia con los principios definidos en la Política Ambiental.

Desde que se pusiera en marcha el Sistema de Mejora Continua, el Grupo Mahou-San Miguel establece cada año nuevos objetivos de progreso, con resultados que hablan por sí solos: no solo nos situamos en muchos aspectos más allá de los valores de referencia recogidos en la “Guía de las mejores técnicas disponibles en el sector de la cerveza” del Ministerio de Medio Ambiente, sino que en otros alcanzamos ya un rango donde la mejora empieza a ser difícil.

Los indicadores ambientales recogen los datos más significativos sobre la utilización de los recursos y la gestión de los residuos. El año 2009 ha venido marcado por un esfuerzo inversor importantísimo en todas las fábricas del Grupo, que nos ha permitido seguir respondiendo a las crecientes exigencias del mercado sin dejar de mejorar en nuestras propias exigencias ambientales.

Principales indicadores ambientales del Grupo Mahou-San Miguel

	2008	2009
Consumo unitario de agua (hl/hl cerveza)	4,30	4,26
Agua efluente (hl/hl cerveza)	2,92	2,88
Reducción DQO (%)	83	84
Consumo unitario de energía total (kWh/hl cerveza)	31,21	29,48
Residuos totales (kg/hl cerveza)	21,47	21,03
Residuos a vertedero (kg/hl cerveza)	0,06	0,05
Residuos no valorizados (%)	0,29	0,24
CO ₂ Combustión (kg/hl cerveza)	4,44	4,45
Merma en extracto (%)	8,71	8,84

Agua

En 2009, el consumo unitario de agua, medido en litros por litro de cerveza producido descendió respecto del valor alcanzado en 2008, situándose en 4,26 litros, frente a 4,30 litros. En consonancia, el ratio de vertido a cauce se redujo en un 1,37%, medido en litros por litro de cerveza producido.

En la fábrica de Candelaria, el consumo de agua ha caído un 10,85% respecto al año anterior, favorecido por la optimización de su uso en los diferentes procesos.

Las tareas realizadas por el Grupo en la depuración y acondicionamiento de vertidos, han propiciado que la reducción de la carga contaminante que entra en las depuradoras respecto de la que sale, haya alcanzado el 84%, un punto por encima del nivel alcanzado el ejercicio pasado, del 83%.

En Alovera, hemos reducido en un 75% el nitrógeno presente en los vertidos y en un 52% el fósforo, respecto al año anterior.

Mediante la recuperación de restos de levadura y su filtración tangencial, y con un ajuste de los retornos en la sección de fabricación, se ha reducido considerablemente la concentración de elementos orgánicos en los vertidos líquidos de la fábrica de Burgos. La reducción de la demanda química de oxígeno del vertido, prevista en el 1,5%, se ha situado en el 10,05%.

Anualmente se hace la declaración de emisiones al Registro Estatal de Emisiones y Fuentes Contaminantes, integrado en el registro europeo PRTR (Pollutant Release and Transfer Register). Están obligadas a declarar aquellas empresas que por su actividad y volumen de operación se incluyen en el ámbito de aplicación de la Ley de Prevención y Control Integrado de la Contaminación (Ley 16/2002).

Conjunto de las fábricas del Grupo incluídas en el Registro

Kgr/año	2007	2008	2009
TOC (Carbono Orgánico Total)	498.776	565.498	448.540
Nitrógeno Total	56.334	54.089	49.794
Fósforo Total	29.156	16.090	12.056
Cloruros	970.992	891.396	780.164

La positiva evolución de las emisiones al agua, a pesar del aumento de producción, es el resultado de las medidas correctoras aplicadas. Como puede observarse, se ha registrado una reducción especialmente significativa en el contenido en fósforo, que se explica principalmente por los buenos resultados obtenidos en las fábricas de Alovera y Málaga, que han conseguido mantenerse por debajo del umbral de notificación establecido por la normativa europea. Cabe señalar que la fábrica de Candelaria está exenta de la obligación de declarar sus emisiones, al tener un volumen de producción inferior al mínimo requerido para ello.

Energía

El consumo de energía realizado por el Grupo ha descendido en 2009 en torno al 5,65%, propiciado especialmente por la reducción del 7,78% registrada en el consumo de energía térmica. Tanto el consumo de energía térmica como el de energía eléctrica se hallan próximos a los niveles inferiores descritos en la Guía de las Mejores Técnicas Disponibles (MTD).

En 2009, la energía térmica autogenerada en las fábricas de Alovera y Málaga, mediante la combustión de biogás ha aportado a las necesidades energéticas del grupo una cantidad equivalente al 3,9% del total de energía comprada.

El consumo de combustible en la fábrica de Lleida se ha reducido en el 10,82%. El consumo eléctrico ha bajado un 3,75% en la fábrica de Lleida y un 15,45% en la sede de Barcelona.

En la fábrica de Burgos, la puesta en marcha y gestión de nuevos contadores de vapor, la colocación de intercambiadores en una de las líneas y la mejora del cierre entre la sección de envasado y los almacenes, han favorecido una reducción del consumo de combustible del 3,08%.

Residuos

Los residuos y subproductos generados por el Grupo, medidos en toneladas por hectolitro de cerveza producido, se redujeron un 2,32% entre 2008 y 2009, situándose, con un valor de 0,021 toneladas, muy cerca del límite inferior establecido en la Guía de las Mejores Técnicas Disponibles (MTD), establecido en 0,019.

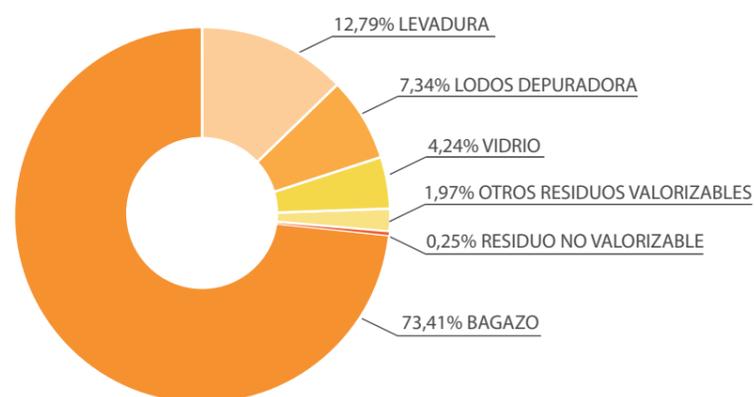
La cantidad de residuos peligrosos generados en la fábrica de Alovera ha disminuido el 26% en 2009. En la fábrica de Candelaria se ha logrado cumplir el objetivo en materia de valorización de envases plásticos de productos químicos, pero la mayor producción ha impedido cumplir el objetivo global de valorización.

El incremento de la producción en la fábrica de Lleida ha supuesto una mayor generación de lodos de depuradora. Sin embargo, este incremento ha sido inferior al de la producción gracias al nuevo sistema de filtración puesto en marcha para mitigar la generación de lodos.



La tasa de reciclado pasa a niveles próximos al 99,8%, con lo que el nivel de residuos que se envía a vertedero disminuye a niveles del 0,2%.

PRINCIPALES RESIDUOS Y SUBPRODUCTOS



Envases y residuos de envases

El Grupo tiene como objetivo que el impacto ambiental de sus productos sea mínimo, incluso después de que hayan llegado a los consumidores. Por eso orientamos nuestro esfuerzo al fomento del consumo de envases reutilizables, además de buscar una reducción cada vez mayor del peso del envase por volumen de producto en los envases no reutilizables, siempre dentro de las más estrictas normas de seguridad para el consumidor.

Para el mejor cumplimiento de la Ley de envases y residuos de envases, el Grupo se ha adherido al "Plan de prevención de los residuos de envases en el sector cervecero" desarrollado por Ecovi-drio, la entidad encargada de la gestión del reciclado de los residuos de envases de vidrio en toda España.

Tanto Mahou como San Miguel se han adherido a este Plan a través del Plan Sectorial de Cerveceros de España, y lo han hecho con una participación activa en la elaboración de los Planes correspondientes a los periodos 1997-2001, 2002-2004, 2005-2008 y 2008-2010, alcanzando una reducción global en el conjunto del periodo 1997-2009 del 12,5% en el indicador de referencia kr/kp (kilos de residuos -envases y embalajes- por cada kilo de producto puesto en el mercado).

Resultados obtenidos (kr/kp)

	Objetivo Plan Sectorial	Resultados Sector y Mahou-San Miguel
1997-2001	Reducción 5%	Reducción 10% en el sector
2002-2004	Reducción 5% adicional	Reducción 12,5% en el sector
2005-2008	Mantener reducciones alcanzadas	Mantenimiento de reducción superior al 10% respecto de 1997
2008-2010	Mantenimiento del indicador kr/kp en 0,015	2009 finaliza con kr/kp = 0,016 para el Grupo Mahou-San Miguel

En 2009, la mayor demanda de envases no reutilizables por parte de nuestros consumidores nos ha hecho difícil mantenernos en el límite previsto y el indicador kr/kp ha crecido un 4,6% respecto al año 2008, situándose en 0,016 kg de envase por kg de producto.

Emisiones

Las emisiones atmosféricas, incluidas también en el registro PRTR, se redujeron de manera importante en 2009 gracias tanto a la disminución del consumo unitario de energía térmica, como al aumento del consumo de biogás en Alovera y Málaga.

Las emisiones de combustión de CO₂ a la atmósfera de cada una de las fábricas del grupo son inferiores a 50.000 toneladas anuales (umbral de notificación). En el cuadro siguiente se muestra la evolución entre 1990 (año base) y 2009 de las emisiones de CO₂ a la atmósfera, procedentes de las fábricas del Grupo Mahou-San Miguel y originadas por combustión de combustibles fósiles.

	1990	2009	Variación
Emisión anual de CO ₂ en t	98.344(**)	46.478 (*)	-52,74%

(*) Datos de las cinco fábricas del Grupo.

(**) Datos de las fábricas del Grupo en 1990: Madrid, Lleida, Málaga y Burgos



EMISIONES PRTR 2006-2009 PLANTAS MAHOU Y SAN MIGUEL

Toneladas/año	2006	2007	2008	2009
Óxidos de Nitrógeno (NO _x)	47,8	29,7	55,2	40,6
Dióxido de Carbono (CO ₂) Combustión	55.590	57.691	50.303	46.480

En 1990, las emisiones de dióxido de carbono de las fábricas que conformaban el Grupo alcanzaban las 98.344 toneladas. Desde ese año, referencia del Protocolo de Kioto para las reducciones de gases con efecto invernadero, las emisiones de nuestras fábricas se han reducido un 52,74%, a pesar de que la producción de cerveza ha crecido un 41,38% en el mismo periodo.

En Málaga y Lleida, las variaciones de la demanda han dificultado la optimización de la gestión de la recuperación de CO₂, por lo que no ha sido posible alcanzar los objetivos establecidos en este ámbito para el año 2009.

Ahorro de papel Durante 2009 hemos tomado una serie de medidas internas para reducir el consumo de papel. De esta manera al informatizar ciertos procedimientos como facturación, hemos ahorrado tanto en costes como en el apartado ecológico. Hemos pasado de más de 1 millón de hojas impresas a 320.000. Este dato es consecuencia de imprimir por las dos caras y ser más eficientes en la gestión de papel. Asimismo hemos desarrollado una nueva herramienta en el portal del empleado para que los colaboradores dispongan de la nómina on line, ahorrando papel.

Nuestro objetivo es seguir trabajando en esta línea para reducir el consumo de papel para procedimientos de facturación.

Un transporte más ecológico y eficaz Durante 2009 hemos trabajado desde logística para mejorar la eficiencia en nuestras entregas de pedido con un triple objetivo: aumentar la satisfacción de los clientes, ser más eficaces en los envíos y reducir los viajes, buscando ahorro de costes y de consumo. De esta manera, hemos contribuido también a la reducción de emisiones en un 2,76% respecto de 2008.

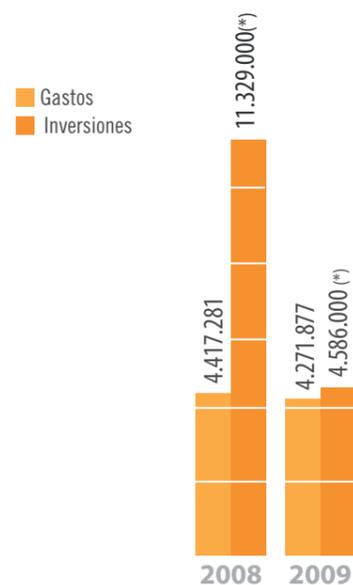
Año	Viajes	Km
2008	13.609	6.149.216
2009	12.987	5.979.726



GASTOS E INVERSIONES AMBIENTALES

El logro de todos estos objetivos no sería posible sin un esfuerzo económico en consonancia con la magnitud de nuestro compromiso ambiental. Así, desde el año 2002 los conceptos ambientales se han integrado en el Plan de Cuentas del Grupo, con carácter específico, tal como establece la normativa vigente.

Los gastos considerados de carácter medioambiental incluyen las tasas relacionadas con el medio ambiente, los generados por el manejo de residuos internos y externos, la depuración de las aguas residuales, el control de las emisiones gaseosas, las analíticas realizadas, y los salarios y cargas sociales del personal destinado a actividades medioambientales. Por su parte, las inversiones ambientales comprenden las que son aceptadas como tales por las autoridades autonómicas correspondientes para ser deducibles así como las inversiones en desarrollo productivo que contienen aspectos de mejora ambiental.



(*) Pendiente de revisión por las Comunidades Autónomas correspondientes

OTRAS ACTUACIONES AMBIENTALES

Como refuerzo de nuestra Política Ambiental, tenemos otro objetivo que implica ir más allá mediante la realización de tareas destinadas a favorecer el buen hacer ambiental en el conjunto de la sociedad.

Educación En Mahou-San Miguel trabajamos con distintos colectivos para fomentar la educación y la sensibilización en materia ambiental:

- **Universidades y Cursos específicos de medio ambiente:** Colaboramos con las distintas entidades a través de la organización de visitas a las instalaciones y la participación en seminarios, profundizando en los aspectos ambientales más importantes, los elementos de control y depuración así como en la explicación detallada de nuestro Sistema de Gestión Medioambiental.
- **Otros colectivos:** se trata de otras acciones de difusión, en las que se explica nuestra Política Medioambiental y presentamos las líneas generales del Sistema de Gestión Medioambiental.

Concienciación Hemos intensificado las acciones de concienciación en materia ambiental dirigidas al equipo humano de los centros de producción, con el objetivo de:

- Lograr que la concienciación y la información lleguen al 100% de la plantilla de las fábricas.
- Mejorar el conocimiento y la gestión de los aspectos ambientales en los puestos de trabajo
- Mejorar los resultados en separación de residuos.

Colaboración • **Foro por clima**, promovido por el Ayuntamiento de Madrid, es una iniciativa que busca el liderazgo y la suma de esfuerzos para minimizar la contaminación atmosférica. Está compuesto por empresas líderes en distintos sectores.



Nuestro propósito: crear valor a largo plazo

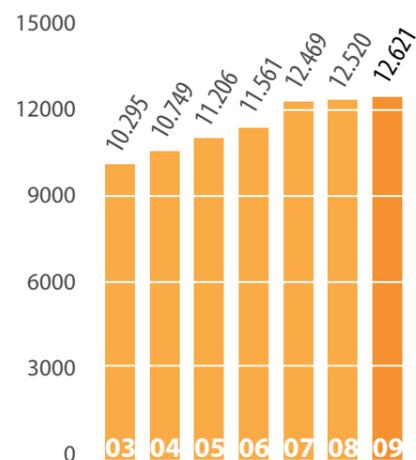
El año 2009 ha supuesto para nosotros un periodo de desafíos, cuyo logro más importante ha sido mantenernos a la cabeza del mercado nacional. En un entorno económico difícil nuestra capacidad de adaptación se ha visto recompensada y nos sitúa en una posición inmejorable para enfrentarnos a los nuevos retos que traiga el futuro.

Durante 2009 hemos trabajado para mejorar los ratios e indicadores del Grupo en los diferentes ámbitos de la empresa.

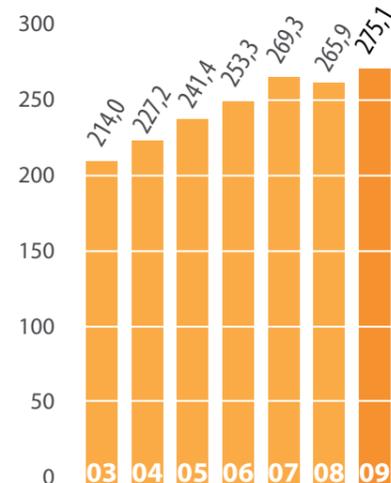
Principales resultados del Grupo Mahou-San Miguel

A continuación se exponen los principales resultados obtenidos por el Grupo Mahou-San Miguel durante los últimos años.

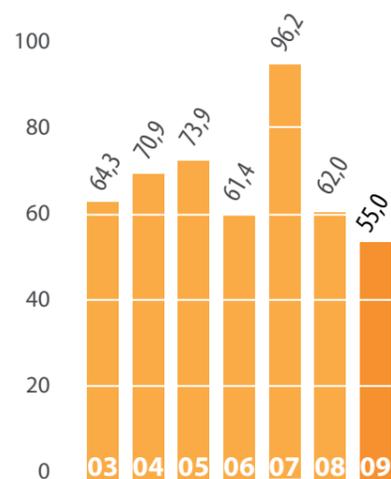
VOLUMEN DE VENTAS (miles de hl)



EBITDA (millones de euros)



INVERSIONES (millones de euros)



CONCEPTO	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
VOLUMEN DE VENTAS (miles hectolitros)	10.295	10.749	11.206	11.561	12.469	12.520	12.621
EBITDA (millones €)	214,0	227,2	241,4	253,3	269,3	265,9	275,1
CIFRA DE NEGOCIOS (millones €)	751,3	818,9	895,2	929,8	1.046,0	1.079,7	1.145,0
RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (millones €)	156,7	168,7	179,4	191,1	198,8	190,1	200,6
RESULTADO NETO (millones €)	63,9	84,0	159,8	133,8	119,1	133,1	142,9
FONDOS PROPIOS (millones €)	465,3	534,2	64,7	178,3	277,1	358,5	481,1
DEUDA FINANCIERA (millones €)	0,4	0,2	340,4	316,7	355,0	240,5	104,4
INMOVILIZADO (millones €)	356,3	415,7	429,0	440,0	530,5	630,9	622,3
INVERSIÓN ANUAL (millones €)	64,3	70,9	73,9	61,4	96,2	62,0	55,0
• Inmovilizado Inmaterial	4,3	1,8	1,5	1,4	1,4	1,0	1,8
• Inmovilizado Material	60,0	69,1	72,4	60,0	94,8	61,0	53,2

Respondemos a las crecientes demandas del mercado con un equipo comprometido y unas instalaciones punteras que se renuevan de forma habitual y controlada.

- La cifra de negocios del Grupo ha crecido un 6,1% respecto al año anterior. El Resultado Neto del grupo se ha incrementado a su vez, un 7,4%.
- Hemos incrementado la productividad en un 1,4%.
- Hemos superado las previsiones de inversión industrial en un 7,6%, alcanzando un total de 12.964.000 euros, de los que 11.329.000 se refieren a instalaciones y equipos con componente ambiental.
- En la fábrica de Candelaria, hemos ampliado en 2009 la capacidad de prellenado, lo que nos permitirá llegar pronto a los 180.000 hectolitros.
- En Málaga hemos mejorado la capacidad de la fábrica para hacer frente a nuevos formatos, mediante los nuevos equipos destinados a la sección de no retornable y las nuevas instalaciones de agrupación y retracilado de latas.

- En la fábrica de Lleida hemos renovado las cubiertas antiguas y se han introducido mejoras ambientales en las salas de envasado y en las instalaciones de eléctricas.
- Hemos puesto en marcha este año, en la fábrica de Burgos, el nuevo equipo modular de packaging y la instalación de retractilado flexible para envases no retornables. Además se ha instalado un nuevo equipo de inspección de latas y se han introducido mejoras en la depuradora en el tratamiento de aguas residuales.
- En Alovera hemos desarrollado un importante esfuerzo inversor para adaptar las instalaciones a los productos más novedosos de Mahou -Mixta y Mahou Premium Light- así como para estar en disposición de ofrecer a nuestros consumidores mayor versatilidad en formatos y packaging. También en esta planta hemos puesto en marcha una nueva nave que permitirá optimizar los costes de aprovisionamiento y operación en tiempo real.

Este año hemos alcanzado nuevos logros en nuestra gestión ambiental:

- El consumo de agua se ha reducido en términos absolutos y relativos, por litro de cerveza producido y, con 4,26 litros por litro producido, se mantiene por debajo del límite inferior fijado por el Ministerio de Medio Ambiente en su Guía de las Mejores Técnicas Disponibles del Sector Cervecerero.
- El impulso al consumo de energía autogenerada, así como las diversas medidas de optimización puestas en marcha en los distintos emplazamientos han determinado que también el consumo de energía haya experimentado, con respecto al año 2008, un descenso tanto en términos absolutos como relativos. Los 0,032 GJ por hectolitro producido nos sitúan ya muy cerca de los 0,030 GJ que establece la Guía de las Mejores Técnicas Disponibles como límite inferior de su rango recomendado.
- La generación de residuos peligrosos se ha reducido casi un 30% respecto a 2008 en términos absolutos, favorecida por el excelente resultado de los nuevos tratamientos para el disolvente. En términos de kg de residuos totales por litro de cerveza producido no se han registrado cambios respecto a 2008 a pesar del incremento de producción, lo que resalta aún más si cabe la positiva evolución de este indicador.
- Las emisiones de gases de efecto invernadero se han reducido por encima del 8%, gracias al importante esfuerzo que venimos desarrollando desde hace varios años por ahorro de consumo de energía térmica en las fábricas.
- En lo relativo a las relaciones con grupos externos, cabe señalar el comienzo en 2009 de la realización de controles de comportamiento ambiental de operadores logísticos. Asimismo, al finalizar el año, el 31% de nuestros proveedores disponían de un sistema de gestión ambiental normalizado, un logro que no solo nos satisface y tranquiliza como compradores, sino que pone de manifiesto la creciente preocupación de las empresas por mantener su calidad y asegurar la competitividad de sus productos.

Los indicadores ambientales del Grupo Mahou-San Miguel han evolucionado en los últimos años de forma muy satisfactoria:

	2000	2005	2006	2007	2008	2009	Variación % 2000-2009
Consumo unitario de agua (hl/hl cerveza)	6,09	4,68	4,39	4,39	4,30	4,26	-30,0%
Agua efluente (hl/hl cerveza)	4,37	3,13	2,91	2,94	2,92	2,88	-34,1%
Reducción DQO (%)	66	80	79	81	83	84	27,3%
Consumo unitario de energía total (kWh/hl cerveza)	48,58	34,70	33,66	32,73	31,21	29,48	-39,3%
Residuos totales (kg/hl cerveza)	25,65	21,43	21,28	21,90	21,47	21,03	-18,0%
Residuos a vertedero (kg/hl cerveza)	0,44	0,22	0,13	0,07	0,06	0,05	-88,6%
Residuos no valorizados (%)	1,71	1,27	0,59	0,32	0,29	0,24	86%
CO ₂ Combustión (kg/hl cerveza)	6,76	5,20	4,98	4,81	4,44	4,45	-34,2%
Merma en extracto (%)		7,67	8,56	9,45	8,71	8,84	15,3%

(*) El 15,3% en MERMA se refiere al periodo 2005-2009, ya que no hay datos para 2000

Nuestro esfuerzo por desarrollar el mejor entorno de trabajo cubre diferentes áreas:

- En materia de salud y seguridad en el trabajo mantenemos unos indicadores de accidentalidad que mejoran considerablemente la media nacional y la sectorial.
- Las inversiones en la mejora de las condiciones de seguridad y salud has superado este año 1.200.000 euros.





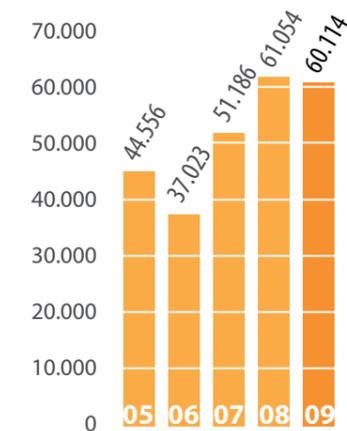
El tiempo destinado a formación ha experimentado una evolución importante, manteniéndose en los dos últimos años.

Las inversiones para la mejora de las condiciones de seguridad y salud en las instalaciones del Grupo Mahou-San Miguel también han experimentado un constante crecimiento.

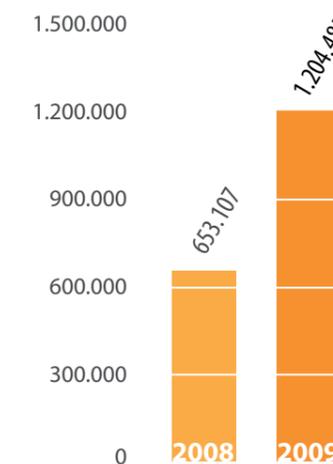
- Para el fomento de la cultura preventiva, hemos realizado este año sesiones formativas en prevención de riesgos laborales, dirigidas a toda la plantilla, que totalizan 2.899 horas.
- Los resultados del programa de rehabilitación de patologías laborales y extralaborales ponen de manifiesto su relevancia como inversión, ya que de la buena salud de nuestros trabajadores depende, de forma directa, el logro de los objetivos corporativos. Este año hemos evitado la pérdida de 11.866 jornadas laborales en Mahou y San Miguel, con la participación de 778 trabajadores en el programa.
- El Grupo ha firmado el primer plan de igualdad del sector cervecero para los empleados adscritos al convenio San Miguel. El objetivo es firmar un plan para las personas adscritas al convenio Mahou en 2010, y también en el caso de Cervezas Anaga, aunque la legislación no obligue a ello.
- El Grupo Mahou-San Miguel recibió la certificación de empresa familiarmente responsable, un distintivo que tendrá que mantener con auditorías internas y externas anuales, demostrando las medidas en materia de conciliación o responsabilidad en la política de Recursos Humanos que lleva a cabo.
- La formación constituye otro de los pilares del desarrollo laboral en el Grupo Mahou-San Miguel. En 2009 se han impartido 60.114 horas de formación. El número de participantes ha sido de 1.471.

La plantilla del grupo se ha incrementado en 445 personas desde 2003 (un 22%), frente a un crecimiento similar de las ventas.

HORAS TOTALES / AÑO

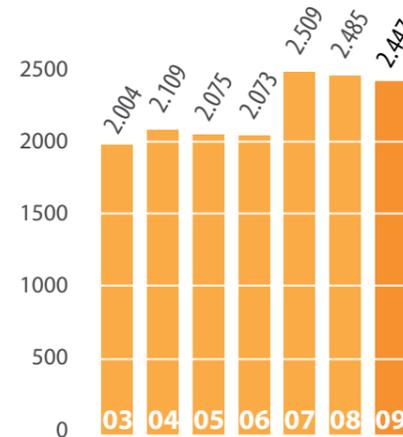


INVERSIONES

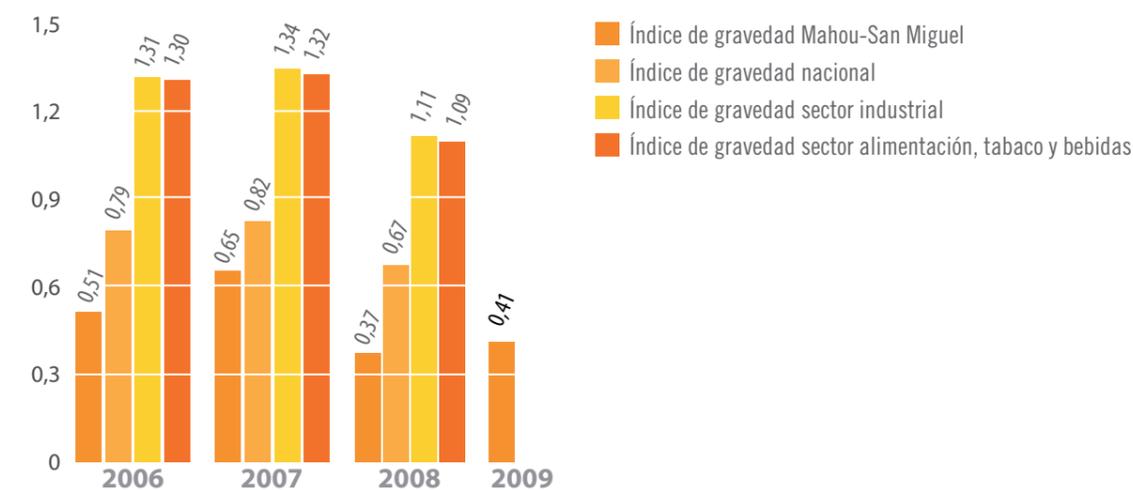


En cuanto a los índices de accidentalidad y de frecuencia, en estos cuadros se muestran comparativas del comportamiento del Grupo Mahou-San Miguel en relación a los índices generales y sectoriales.

PLANTILLA (personas)



ÍNDICE DE GRAVEDAD



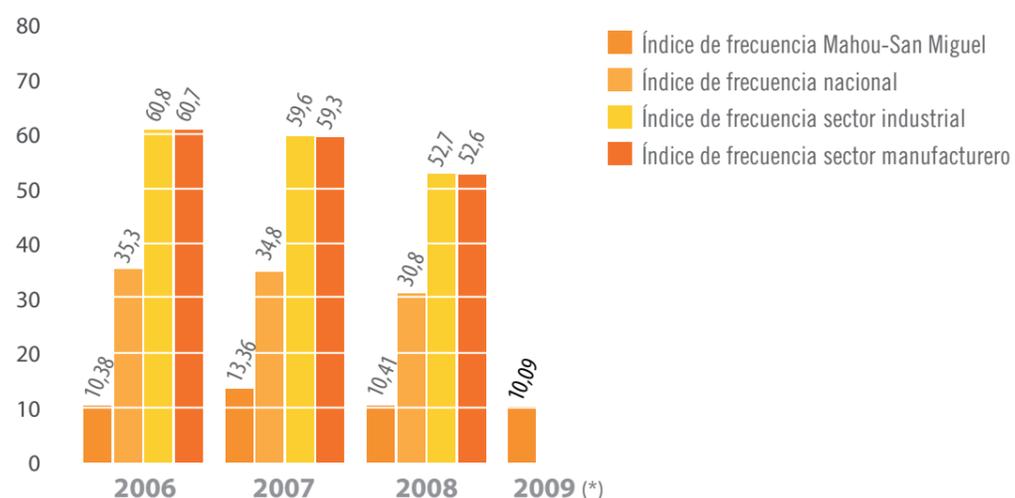
(*) No se han publicado los datos 2009

Principales compromisos

Nos queda margen para la mejora y muchas innovaciones que llevar al mercado. En los próximos años seguiremos poniendo el máximo empeño en ser un grupo líder, referencia en ventas, productos y sistemas de gestión.

- En la fábrica de Candelaria está previsto incrementar la capacidad de la fábrica hasta los 300.000 hl, así como mejorar las instalaciones de aprovechamiento de agua.
- En Málaga mejoraremos la operativa de los almacenes para facilitar la intercambiabilidad entre formatos y gamas de producto.
- Para 2010 está previsto acometer la automatización integral de procesos y operativa en las zonas de bodega y filtración de la fábrica de Lleida, así como incorporar un nuevo equipo de llenado y ampliar la capacidad de la planta hasta los 2,6 millones de hectolitros.
- La fábrica de Burgos incorporará a partir de 2010 los nuevos formatos que lanzaremos: la sleek can y la bottle can, lo que requerirá la correspondiente adaptación de las instalaciones de llenado y envasado.
- Para el periodo 2010-2014 comenzaremos en Alovera con la automatización total de la operativa y la gestión de almacenes de producto terminado, lo que permitirá mejorar notablemente la logística de la planta. En este sentido tenemos prevista en esta fábrica la incorporación de nuevos equipos destinados a optimizar el paletizado, así como la puesta en marcha de nuevas instalaciones de Duotank que permitirán el suministro directo al mercado desde ellas.
- A partir de 2010 queremos extender la certificación ISO 22000 a todos los centros de producción de Lleida, Málaga y Burgos del Grupo.

ÍNDICE DE FRECUENCIA



(*) No se han publicado los datos de 2009

Participamos en el progreso de la sociedad en la que vivimos, tanto a través de apoyo a iniciativas ciudadanas como desempeñando nuestro objeto social.

- La fábrica de Alovera (Guadalajara) ha obtenido la certificación de Seguridad Alimentaria ISO 22000.
- Las llamadas recibidas en el Servicio de atención al cliente han crecido este año cerca de un 30%, al haberse registrado un fuerte interés por las promociones desarrolladas, vinculadas a nuestros productos.
- Los sitios web del Grupo han recibido en 2009 más de 1.700 consultas.
 - El número de visitas a la web corporativa ha crecido un 16%.
 - Las visitas en el portal para concesionarios e-restaura se han incrementado un 27%.
- Hemos realizado 36 auditorías de medio ambiente y calidad a nuestros proveedores estratégicos, con resultados satisfactorios.
- Este año, más de 32.000 personas han visitado las fábricas de Mahou y San Miguel y han conocido de cerca nuestros métodos de trabajo y la historia de nuestros productos.





Nuestros compromisos ambientales se basan en la mejora continua. El desarrollo tecnológico nos permitirá seguir avanzando. En 2010 trabajaremos para:

- Continuar potenciando la comercialización de nuestras marcas como símbolo de innovación, calidad y como fuente que genera riqueza para el entorno. El Grupo Mahou-San Miguel tiene como objetivo seguir creciendo en penetración de mercado, tanto en hostelería como alimentación, con sus marcas propias.
- Mejorar el sistema de distribución, perfeccionando los ratios de entrega a clientes mediante la automatización y modernización de las instalaciones. De esta manera también reduciremos las emisiones que generamos a través del transporte por carretera.
- Potenciar el transporte por ferrocarril para reducir costes e impactos ambientales.
- Reducir el consumo de papel mediante la creación de equipos que trabajen para informatizar los procedimientos de facturación con nuestros distribuidores, que hasta ahora se realizaban a través de papel.
- Trabajar con material reutilizable como palets de plástico que nos permitan ser más eficientes desde el punto de vista ambiental.
- Continuar reduciendo el consumo de recursos. Esperamos reducir el agua y la energía consumidas en las fábricas de San Miguel, mediante diferentes procesos de optimización.
- Rebajar el consumo de productos químicos, lo que habrá de redundar en mejoras de la calidad de los vertidos.
- Implantación de un sistema de compostaje que nos permitirá reducir los residuos no valorizables.
- Mejorar la eficiencia de cocción para disminuir las mermas. Para el logro de este objetivo, la fábrica de Málaga tiene previsto poner en marcha un nuevo filtro prensa.
- Aumentar el número de proveedores que cuente con un sistema normalizado de gestión ambiental y de calidad cuando termine el año 2010.
- El Plan de prevención de los residuos de envases en el sector cervecero con un horizonte de 1997 a 2010, desarrollado por Ecovidrio y al que estamos adheridas todas las organizaciones pertenecientes a Cerveceros de España, prevé el mantenimiento del indicador kr/kp -kilos de residuos (envases y embalajes) por cada kilo de producto puesto en el mercado- en el 0,015 para el conjunto del periodo 2008-2010.

Con las personas hay que mantenerse en una senda de constante progreso, que incentive a nuestros grupos de interés, externos e internos, a seguir formando parte activa de nuestro proyecto.

- Mantener el certificado de empresa familiarmente responsable es uno de los objetivos fundamentales en el área de RRHH del Grupo. Para ello pondremos en marcha diversas medidas que nos permitirán ir trabajando en esta línea.
- Consolidaremos el Plan de Igualdad del Grupo en los diferentes centros de trabajo.
- Realizaremos encuestas de clima laboral "DILLO 2010".
- Fomentaremos un entorno de trabajo óptimo, respetando la legislación en cuanto a prevención de riesgos en cada uno de nuestros centros de trabajo.
- Trabajaremos para desarrollar planes de carrera para nuestros colaboradores.
- Fomentaremos entre los empleados una cultura de bienestar poniendo a su disposición iniciativas relacionadas con una dieta equilibrada, práctica de deporte en gimnasios propios o externos a la compañía y seguimiento médico.
- Continuaremos en 2010 con el desarrollo de proyectos que fomentan la implicación de la plantilla con los objetivos del Grupo y a la vez, recogen sus intereses para poder mejorar como colectivo. Entre otros, esperamos implantar en 2010 las sesiones de trabajo con los comités departamentales, para el fomento de las buenas prácticas de comunicación interna.
- Llevaremos a cabo el traslado de las oficinas centrales de Paseo Imperial.
- Seguiremos invirtiendo en formación y desarrollo a través de la universidad corporativa del Grupo, con el objetivo de prepararnos para alcanzar nuestros objetivos estratégicos.
- Seguiremos extendiendo la GDD como mecanismo de reconocimiento y desarrollo.
- Fomentaremos los canales de diálogo con los grupos de interés. Durante 2010 se trabajará en un mapa de identificación de los grupos de interés con el objetivo de detectar las oportunidades y necesidades de cada uno de ellos.
- Desarrollaremos proyectos específicos con clientes que nos permitan vincularnos en proyectos comunes obteniendo una mayor implicación.
- Elaboraremos un plan estratégico de Responsabilidad Corporativa 2010-2013.
- Continuaremos apoyando actividades sociales y de mecenazgo vinculadas con nuestros centros de trabajo y a nuestra línea de colaboración vinculada con el medio ambiente, el bienestar y el consumo responsable.
- Trabajaremos de forma proactiva para mantener nuestros compromisos sectoriales englobados en los diferentes códigos de los que formamos parte.
- Potenciaremos las encuestas y auditorías de calidad y medio ambiente con nuestros proveedores.