


Memoria anual 2014





“Siro es la capacidad de crecimiento que tenemos todos juntos y la autonomía de trabajo. El compromiso de trabajar en algo que consideramos nuestro y que con el esfuerzo de todos garantizamos la continuidad del Grupo. Eso es lo más importante”


Juan Manuel González Serna

Índice

- 4 Carta del Presidente de Grupo Siro
- 6 Carta CEO Cerealto Siro Foods
- 8 Dirección de Cerealto en 2014
- 9 Hitos 2014
- 14 Nuestra identidad
 - 16 Cerealto Siro Foods en 2014
 - 19 Modelo de negocio
 - 24 I+dea: la fábrica de Ideas de Grupo Siro
 - 26 Nuestras operaciones
- 32 Clientes
 - 35 Productos seguros y de la máxima calidad
 - 37 Mejoramos nuestra oferta
 - 38 Canales de comunicación con nuestros clientes
- 40 Personas
 - 46 Comprometidos con el talento
 - 48 Comunicación interna
- 50 Proveedores
 - 53 Por una cadena agroalimentaria sostenible
- 54 Sociedad
 - 59 En contacto con nuestras comunidades
- 62 Capital
 - 65 Estructura organizativa
 - 66 Cultivamos futuro
- 68 Tabla de Contenidos GRI

Carta del Presidente de Grupo Siro





Cerealto está contribuyendo a Grupo Siro en su camino a la excelencia ... aportando valor a nuestra compañía y a nuestros clientes. ”

Me complace poder presentar el informe anual de Cerealto Siro Foods correspondiente al ejercicio de 2014, año en el que continúa con la tendencia de rápido crecimiento y aportando importantes conocimientos al conjunto de Grupo Siro.

Cerealto nos ha demostrado que el modelo de negocio de Grupo Siro es un referente de colaboración entre la industria alimentaria y los canales de distribución para los mercados internacionales y, por este motivo, está camino de consolidar alianzas con clientes muy relevantes para replicar nuestro modelo de negocio.

Este hecho nos ha permitido aprender tanto de los diversos clientes con los cuales interactúa, cuyas necesidades son diferentes y cuyas exigencias son más amplias, debido a regulaciones más exigentes en los países de destino, como de consumidores más rigurosos en la toma de decisiones y de una competencia más fuerte en los mercados internacionales.

Adicionalmente, la apuesta de Cerealto por equipos locales en los países en donde tiene operaciones significativas, la integración de personas provenientes de diferentes culturas así como la relación con los más diversos proveedores en todo el mundo, nos ha hecho aprender formas más eficientes de hacer las cosas e incluso descubrir nuevas materias primas, dos elementos que han impulsado nuestro compromiso con la mejora continua y la innovación aplicados a nuestras operaciones y en el mismo desarrollo de productos.

No nos cabe duda de que Cerealto está contribuyendo a Grupo Siro en su camino hacia la excelencia, razón por la cual seguiremos apostando por convertirlo en un referente en la industria de alimentación global, que siga aportando valor a nuestra compañía y a nuestros clientes.

Mi más sincero agradecimiento en nombre de Grupo Siro a todas las personas que conformáis Cerealto por vuestra motivación y pasión, que son los valores que mejor las describen, porque sois vosotros los que habéis puesto a Cerealto en donde está hoy.

Juan Manuel González Serna
Presidente de Grupo Siro



Queremos ser una empresa que la Sociedad quiera que exista, para ello debemos esforzarnos por ser un partner de confianza para nuestros grupos de interés en cada una de las comunidades en las que operamos, asumiendo la complejidad y sensibilidad que ello supone. ”

El ejercicio de 2014 ha sido un año positivo para Cerealto, hemos alcanzado los objetivos propuestos y hemos realizado importantes alianzas que nos ayudarán a consolidar nuestros proyectos estratégicos en los mercados Internacionales, lo cual acelerará nuestro desarrollo y crecimiento.

En 2014, nuestra cifra de negocio ha superado los 69 millones de euros, lo que supone un incremento del 41% con respecto al anterior ejercicio. Con un foco estratégico situado en el medio y largo plazo, nuestro objetivo para 2019 es alcanzar una cifra de negocio de 250 millones de euros y vamos en línea con el plan establecido.

Tenemos la firme determinación de crecer de forma sostenible y ello implica esfuerzos económicos que han situado nuestro EBITDA en 2 millones de euros. A lo largo de 2015, acometeremos nuevas inversiones para continuar con esta línea de resultados y responder a los acuerdos establecidos con nuestros principales clientes y aliados.

Durante 2014, hemos puesto foco en la creación de valor para nuestros clientes y en la eficiencia e innovación en la gestión de nuestras fábricas en Portugal e Italia. Por un lado, hemos revisado la estructura organizativa de Cerealto: destinando mayores recursos a las unidades dedicadas a la gestión de los mercados estratégicos, las cuales reciben más soporte de las áreas transversales corporativas a fin de iniciar el apalancamiento y replicabilidad de nuestro modelo de negocio.

Hemos sido capaces de lanzar más de 100 nuevos desarrollos e innovaciones, dando respuesta a las necesidades de nuestros clientes y a las diferentes tendencias de consumo en cada situación geográfica, intentando siempre incorporar los máximos beneficios nutricionales en cada una de ellas.

Por otro lado, hemos realizado importantes esfuerzos de adaptación e integración del modelo de gestión y los procesos productivos, consolidando nuestras categorías de Alimentación Infantil y Pasta 'made in Italy'. Todo ello, sumado a una regulación más exigente para la fabricación de estos productos, nos ha ayudado a seguir fortaleciéndonos como expertos en cereales y extender mayores criterios de calidad al resto de nuestras categorías.

Cultivamos Futuro

Con la puesta en marcha del nuevo plan estratégico **Plan San Pelayo 2019**, nos comprometemos a alcanzar los objetivos de sostenibilidad marcados para el conjunto del Grupo y los cuales compartimos públicamente en este informe.

Empezamos apostando por equipos locales para estar más cerca de nuestros clientes y del consumidor final. Pretendemos que nuestros centros de producción también lo estén y acercar nuestros proveedores lo máximo posible a nuestras fábricas. Sólo así conseguiremos mejorar nuestros resultados a la vez que generamos riqueza local y disminuimos el impacto de nuestra actividad en el medio ambiente.

Este año, Cerealto ha firmado la carta de adhesión al Pacto Mundial de Naciones Unidas, asumiendo los principios de derechos humanos, normas laborales, medio ambiente y anti-corrupción.

Queremos ser una empresa que la Sociedad quiera que exista y para ello debemos esforzarnos por ser un par^{ter} de confianza para nuestros grupos de interés en cada una de las comunidades en las que operamos, asumiendo la complejidad y sensibilidad que ello supone.

Seguimos convencidos de que el modelo de negocio de éxito desarrollado por Grupo Siro en España es exportable a otros países. Nuestra fuerza nace del convencimiento de hacer posible que esa idea se reproduzca en otros mercados y de formar parte de un gran proyecto empresarial que nos permite ofrecer calidad contrastada, confianza y solvencia en nuestras operaciones.

Luis Ángel López
CEO Cerealto Siro Foods

Dirección de Cerealto en 2014



Luis Ángel López,
CEO



Pedro Lago,
Director de Corporate Finance



Alfonso Arroyo,
Director de I+D+D



Santiago Suárez,
Director de Exportación y
Mercados de Portugal y Palops



Paula Casanova,
Directora de Personas



Reme Ramos,
Directora de Market Support



Cristina Arveschoug,
Directora de Global B2B



Rut Aranda,
Directora de Mercado de América



Hitos 2014

Hemos incrementado
nuestras ventas en el
41%

- Incorporación de los mercados de **Noruega, Suecia, Finlandia, Corea del Sur, Singapur y Argelia**
- Más de **100 desarrollos e innovaciones**
- Ofrecemos a nuestros clientes **Pasta con certificación Kosher**

Categorías de productos



Alimentación infantil



Galletas



Cereales



Barritas de cereales



Pasta



Pan



Bollería



Pastelería



Snacks



Gluten free

Culminada la integración de Pastificio Mediterranea

- Culminamos la implantación del **plan de prevención de riesgos laborales**
- **Se mantiene el empleo existente a finales de 2013**, en una coyuntura económica difícil y tras un intenso proceso de reestructuración



2014

2.100 horas de formación para nuestros colaboradores y
1.320 horas de formación en el puesto de trabajo para las nuevas incorporaciones



Nuestras plantas renuevan sus certificaciones de calidad

→ **BENAVENTE**

ISO 14001



ISO 22000



→ **SILVANO D'ORBA**

ISO 9001



IFS



BRC





Reducción sustancial en el consumo de recursos por tonelada de producto

- Mix de productos
- Planes de mejora de la eficiencia



Donamos
21.000 kg
de producto a bancos de alimentos

- En Portugal, Reino Unido e Italia



2014

Nuevas referencias con beneficios nutricionales

→ **Nuevos Productos sin gluten**, productos bajos en azúcar y productos enriquecidos con fibras



Galletas sabor limón y durazno
sin azúcares añadidos



Galletas Grahams
altas en fibra y multicereales



Barritas de cereales muesli
altas en fibra



Tortitas de arroz
sin gluten



Pan de molde blando
sin gluten



Pan de molde estilo rústico
sin gluten

133 proveedores procedentes de 11 países

- Cerca del 90% de las compras en Italia se realizan en el ámbito local
- El 12% del total de compras se realiza en Portugal





Nuestra



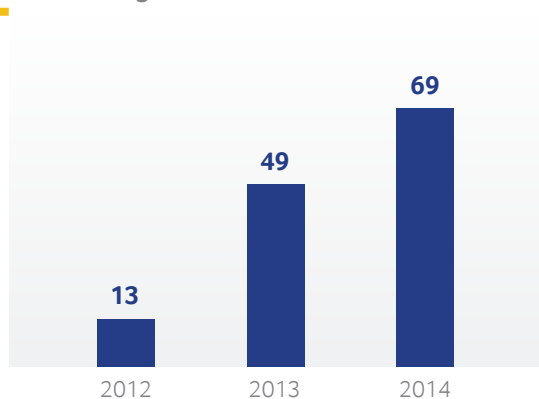
“Cerealto significa un proyecto internacional con los mismos valores, con el mismo modelo de negocio, con el mismo tipo de personas que Grupo Siro, para desarrollar en otros países lo que ha sido un éxito en España”

Luis Angel López

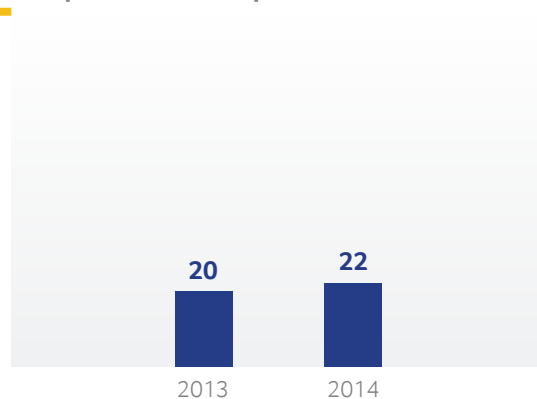
identidad

Cerealto Siro Foods en 2014

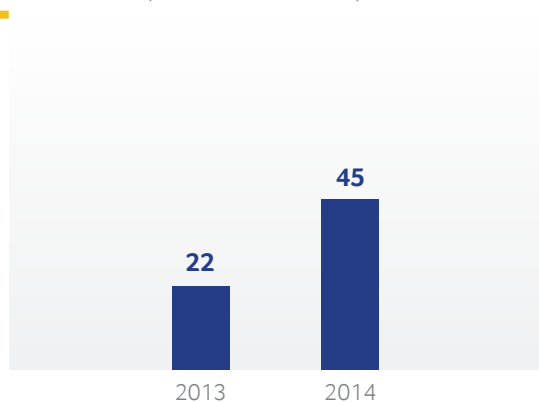
Cifra de negocios (millones de euros)



Compra de materias primas (millones de euros)



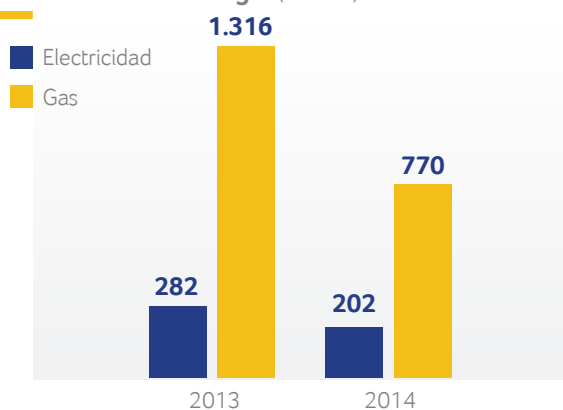
Producción (miles de toneladas)



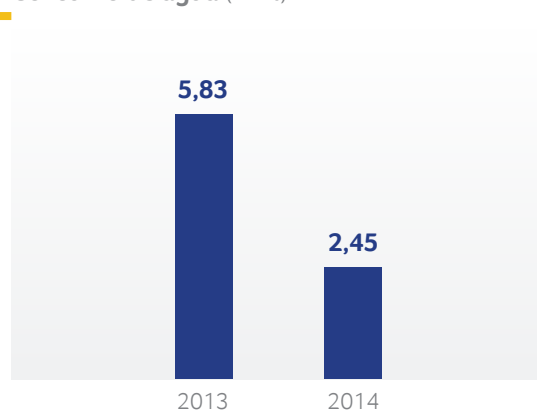
Colaboradores



Consumo de energía (kWh/t)



Consumo de agua (m³/t)





Cerealto Siro Foods nace en 2012 como una compañía independiente dentro de Grupo Siro, encargada de liderar el desarrollo internacional de su modelo de negocio.

Grupo Siro es una de las empresas más importantes del sector agroalimentario español. Fundada en 1991, cuenta con quince centros de producción distribuidos por toda España, un centro logístico automatizado, varias sedes administrativas y un centro de desarrollo e innovación puntero en Europa.



“Cuando sientes pasión por las cosas y lo vas explicando, practicando, convenciendo, con tu gente... te das cuenta de que lo practican igual.”

Juan Manuel González Serna



El Grupo está presente en los negocios de Galletas, Cereales, Pan, Pastelería, Bollería y Pasta, liderando el mercado español en la mayoría de ellos, por lo que se convierte en el primer comprador de harinas del país.

Grupo Siro en 2014

(millones de euros)

Cifra de negocio	563
Ventas (miles de toneladas)	336
Inversiones	33
EBITDA	93
Consumo de materias primas (miles de toneladas)	354
Consumo de envases y embalajes (miles de toneladas)	26
Nuevos lanzamientos de productos (nº)	114
Residuos generados (miles de toneladas)	46
Consumo de energía (millones de kWh)	300
Consumo de agua (miles de m³)	450
Colaboradores (nº)	3.929

* Nota: Estos datos corresponden al desempeño de Grupo Siro en España durante 2014. No incluye los datos del negocio internacional (ver pág. 67).



Su estructura corporativa se divide en seis áreas:



- **Galletas Siro:** gestiona las categorías de Galletas, Pasta, Pan, Bollería, Pastelería y Cereales para el mercado español.
- **I+dea:** gestiona la I+D del negocio.
- **Tuero:** gestiona el negocio de Co-producto.
- **Cerealto Siro Foods:** gestiona el desarrollo internacional del modelo de negocio del Grupo.
- **Siro Agro:** gestiona el uso y explotación de tierras de cultivo de cereales.



Modelo de negocio

La madurez y la experiencia de Grupo Siro, es lo que nos da la capacidad de liderazgo para sostener nuestro proyecto empresarial. Compartimos la misma visión, misión, valores y compromisos con los Grupos de Interés, además de una misma estrategia de desarrollo de negocio con nuestros clientes.

Visión

Ser un grupo alimentario líder, a través de la innovación, la diferenciación y la excelencia, actuando siempre desde el Compromiso Social Sostenible.

Misión

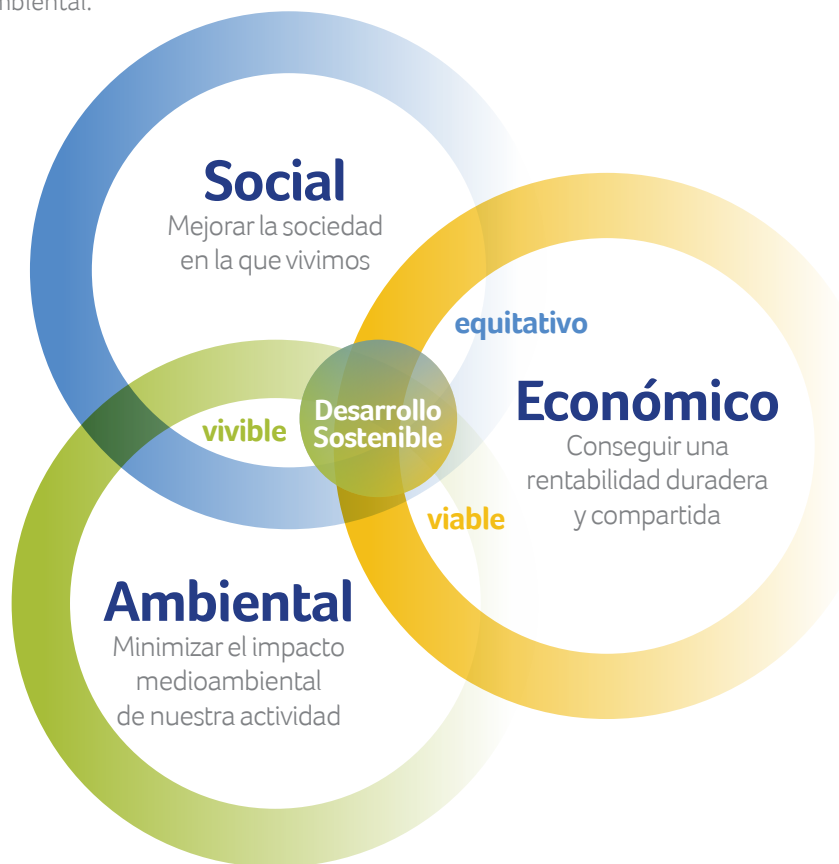
Satisfacer a nuestros Grupos de Interés, comenzando siempre por los clientes, anticipando soluciones innovadoras y eficientes que añadan valor y garanticen el desarrollo sostenible de la compañía.

Valores

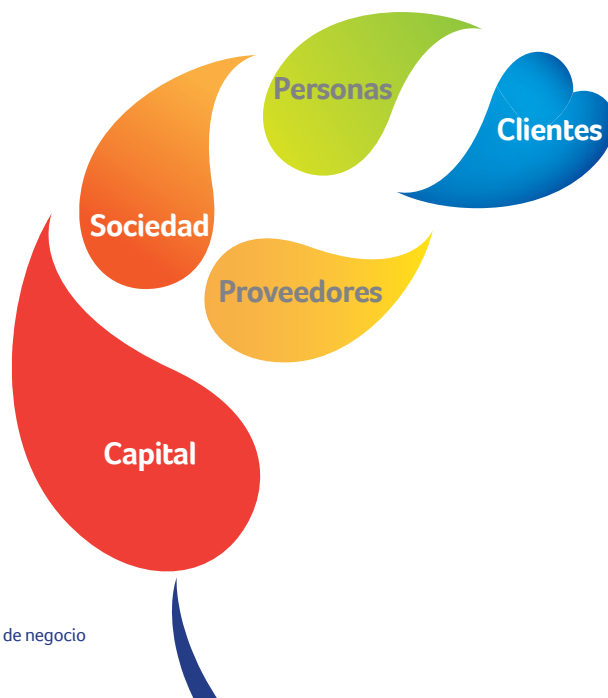
- Servicio al Cliente
- Eficiencia en el trabajo
 - Innovación
 - Mejora continua
- Compromiso compartido
 - Motor del cambio
 - Trabajo en equipo
 - Coherencia y ejemplo

Nuestro modelo de negocio de éxito se basa en el establecimiento de alianzas estables con nuestros grupos de interés, buscando la creación de valor entre ambas y cada una de las partes y contribuyendo al desarrollo sostenible del conjunto.

Mantener estos compromisos de manera duradera en el tiempo es la base de nuestra sostenibilidad, y así han sido plasmados en el nuevo plan estratégico de la compañía **Plan San Pelayo 2019**, que se sustenta en objetivos de carácter económico, social y ambiental.



En el Grupo somos conscientes de que nuestro éxito radica en **escuchar y satisfacer las necesidades de nuestros principales grupos de interés**, representados en cada una de las hojas de nuestra espiga:



Para ello, **este año hemos definido las políticas o compromisos** en relación con cada uno de ellos en el corto y largo plazo teniendo en cuenta cada una de las dimensiones que garantizarán el desarrollo sostenible del conjunto. Estas políticas han sido difundidas al inicio de este año entre todos los colaboradores del Grupo:

	Social	Ambiental	Económica
Cientes	Contribuir a la mejora de la salud de los consumidores	Reducir el consumo de envases desde el origen	Generar un crecimiento rentable de nuestros clientes
Personas	Ser una empresa en la que queremos trabajar	Promover la implicación de todos en las políticas de MA	Modelo retributivo en función de objetivos y resultados
Proveedores	Garantizar y promover la ética y la integridad en la Cadena de Suministro		Contribuir al desarrollo eficiente del sector primario
Sociedad	Compromiso con las comunidades en las que estamos	Minimizar el impacto ambiental de nuestra actividad	
Capital	Ser un partner de confianza para la sociedad	Reducir los desperdicios y valorizarlos	Mejora KPIs y Control de Riesgos

El principal compromiso de Cerealto con sus clientes consiste en generar un crecimiento rentable de su negocio, para lo cual pretendemos estar más cerca de ellos.

La expansión se articula a través de la búsqueda de mercados estratégicos donde podamos desarrollar iniciativas conjuntas con el cliente que se identifica con nuestros valores de compañía y apuesta por nuestro modelo de negocio. Con ellos creamos un círculo virtuoso de eficiencia e innovación que se resume a continuación:



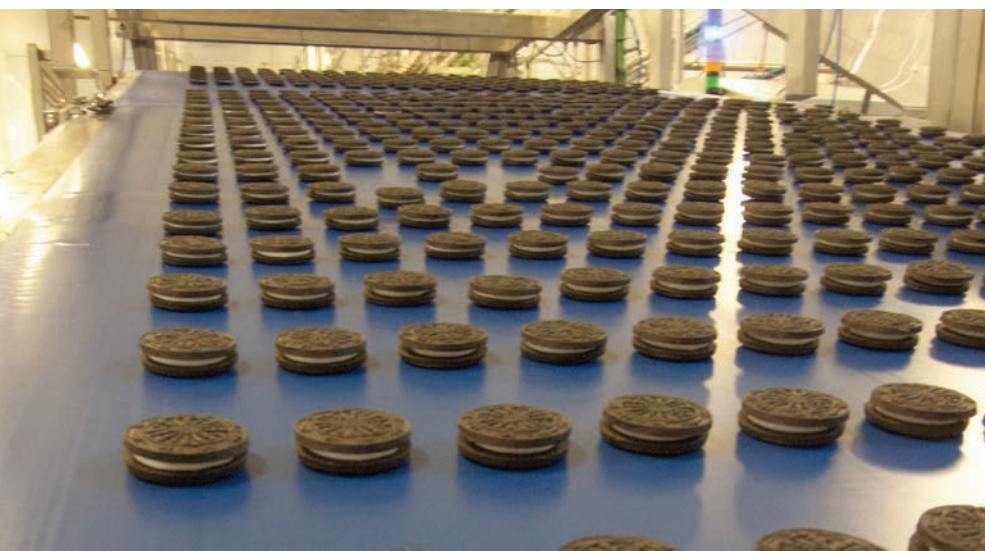
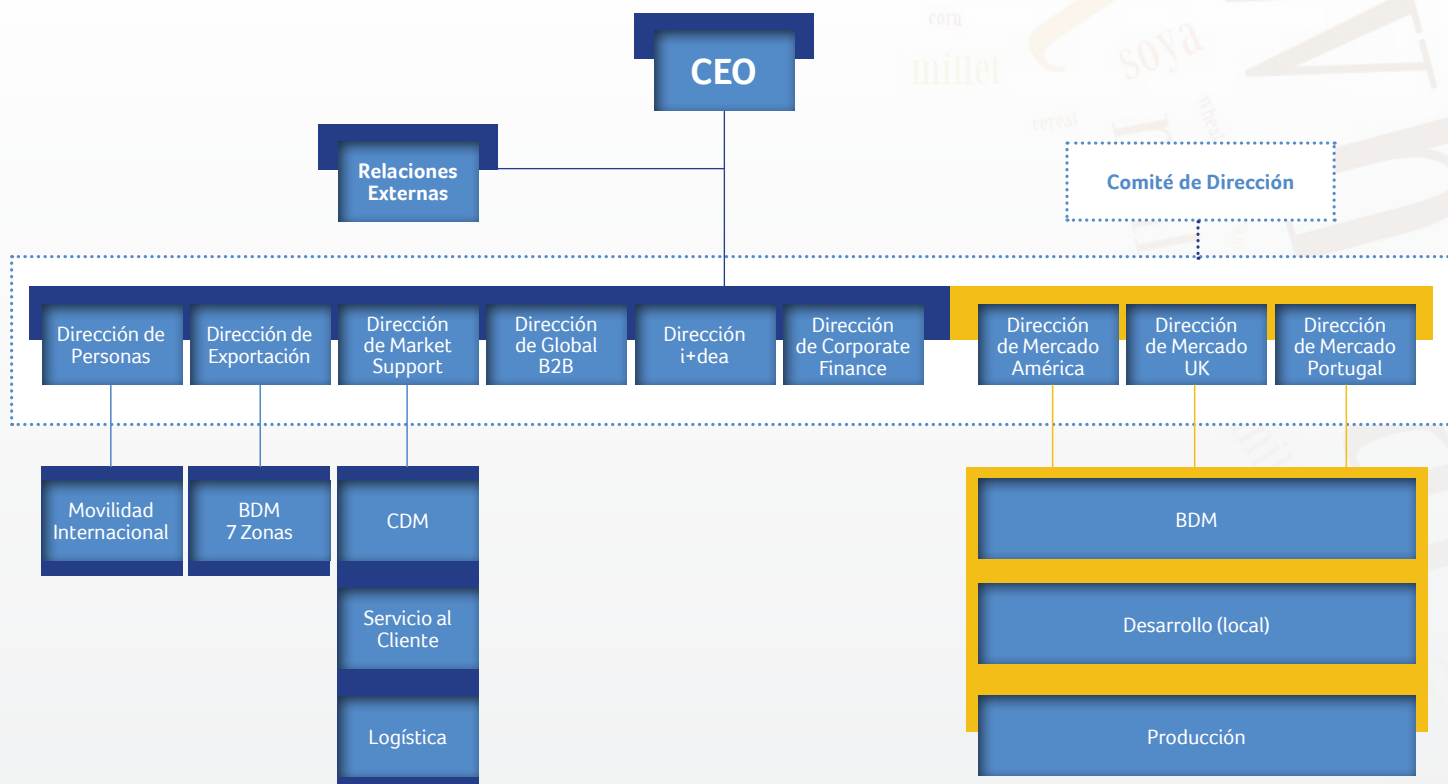
Si queremos perdurar en el tiempo, tenemos que aportar valor permanente a nuestro entorno desde el punto de vista social, económico y medioambiental. Sólo así, seremos una compañía sostenible.”

Michael Harfleet



Este esquema se halla estrechamente vinculado al aumento de la capacidad productiva y de la competitividad, que buscamos alcanzar por dos vías: la actividad comercial y la adquisición de instalaciones o construcción de una nueva fábrica, proyectos que se financian siempre de manera independiente.

Nuestra estructura organizativa sirve doblemente al propósito con que Cerealto se creó y a la misión global de Grupo Siro.



Asimismo, facilita el desarrollo de las actuaciones previstas dentro de la **estrategia de expansión de la compañía**, apoyada en tres pilares:



Total

Ofrecemos a los mercados todas nuestras categorías de productos, abiertos a nuevas incorporaciones, mejoras y adaptaciones locales.



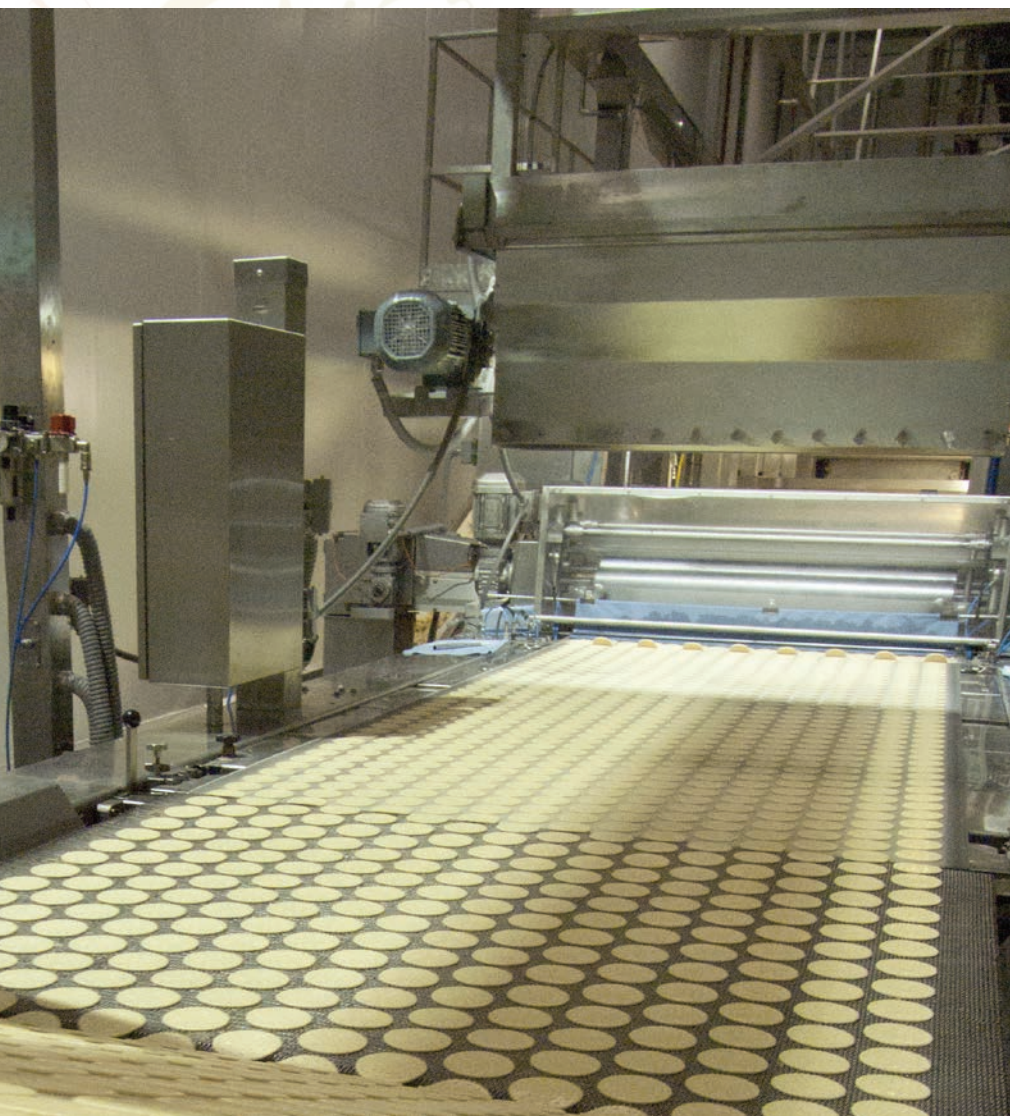
Territorial

Implantamos equipos locales autónomos en cada mercado estratégico.



Transversal

Podemos suministrar nuestros productos desde cualquiera de nuestros centros de producción a cualquier mercado.





I+DEA:



La Fábrica de Ideas de Grupo Siro

I+dea, el Centro de Investigación y Desarrollo de referencia en Europa y propiedad del Grupo, es la mayor garantía de nuestra promesa y del modelo de relación que hemos establecido con nuestros clientes.

En I+dea, ubicado en El Espinar (Segovia), trabajan a diario más de setenta personas de distintas nacionalidades. Entre Doctores, Ingenieros Industriales, Químicos y Agrónomos, licenciados en Química, Biología y Tecnología de los Alimentos y Maestros Pasteleros con los objetivos de, por un lado, desarrollar nuevos productos que satisfagan las necesidades de nuestros clientes y de los consumidores y, por otro lado, mejorar la eficiencia de nuestras operaciones al trasladar los nuevos desarrollos a nuestras líneas de producción, teniendo en cuenta tanto las tecnologías a implementar como todo el ciclo de vida del producto.



Hemos aprendido a anteponer las necesidades del consumidor por encima de las nuestras, siempre.”

Alfonso Arroyo





Pertenecer a un gran Grupo hace posible que Cerealto aproveche **el impulso innovador en las alianzas con sus clientes** y al mismo tiempo que aporte conocimiento exterior que crea valor al conjunto.

Para avanzar en esta línea, **Cerealto ha empezado a disponer de equipos locales de innovación ligados a i+dea en los mercados estratégicos en donde opera.** Lo que nos facilita el descubrimiento de nuevas materias primas y proveedores, una mayor sensibilidad sobre las necesidades en Nutrición y Salud de los consumidores, las cuales cambian en función de cada país y un conocimiento más profundo de nuestra competencia, lo que repercute en una satisfacción mayor de las necesidades de nuestros clientes.

Desde I+dea, **trabajamos para seguir ofreciendo productos ricos y saludables que satisfagan las necesidades de la sociedad.** En esta línea, en 2014 hemos lanzado nuevas referencias Sin Gluten o asociadas a beneficios nutricionales, como incremento de fibras o vitaminas, o las elaboradas con menor cantidad de grasas y/o grasas más saludables, o menor cantidad de sal o azúcar respecto de la referencia del mercado o del marco regulatorio nacional.



Nuevos productos saludables 2014



I+dea participa en distintas iniciativas internacionales y proyectos colaborativos de investigación, entre los que cabe resaltar el proyecto DGRANOS cuyo objetivo consiste en mejorar el rendimiento de las materias primas en los procesos industriales, a fin de mejorar la calidad del producto final y la misma eficiencia de las operaciones.

Nuestras operaciones

En Cerealto buscamos la integración de nuestro modelo de negocio en la operativa de nuestros clientes, lo que sólo es posible a través de la construcción de relaciones sólidas basadas en la confianza y en la materialización de una estrategia de inversiones coherente con nuestra apuesta de futuro.

Con ello, aportamos al Grupo algo más que una cifra de ventas: al exportar nuestra manera de ver y hacer las cosas, importamos posibilidades de diferenciación, tendencias de los mercados donde operamos y conocimientos para el conjunto. Todo ello garantizando la confidencialidad de los acuerdos celebrados con nuestros clientes internacionales.

La eficiencia y la mejora continua constituyen dos elementos indisolubles de nuestra forma de hacer las cosas. Junto a ellos, la innovación y la vocación de servicio al cliente se materializan este año en el lanzamiento de más de 100 nuevos desarrollos, que han llegado a los distintos mercados a través de marcas ad hoc desarrolladas para clientes específicos o marca propia.

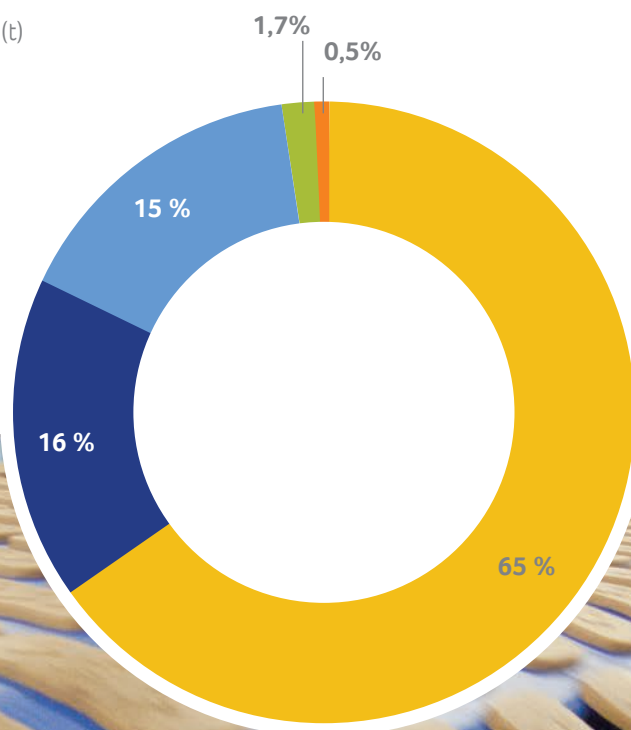
Total ventas
69
millones de euros

Total producción
45.000
toneladas

Total personas
181

Ventas por categorías (t)

- Pasta
- Galletas
- Cereales (Infantil y Desayuno)
- Bollería
- Pan, Pastelería, Otros





Categorías de productos



Alimentación Infantil



Bollería



Cereales para el desayuno



Barritas de cereales



Galletas



Pan



Pasta



Pastelería



Snacks

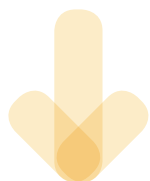


Gluten-Free



Cerealto en el mundo

Con la incorporación en 2014 de los mercados de Noruega, Suecia, Finlandia, Corea del Sur, Singapur y Argelia, Cerealto Siro Foods está presente en más de 45 países, clasificados en ocho zonas que son gestionadas por sus respectivos equipos comerciales y los cuales están respaldados, a su vez, por cinco oficinas comerciales ubicadas en Madrid (España), Chilworth (Reino Unido), San Antonio (Estados Unidos), Sintra (Portugal) y Bolonia (Italia).

Adicionalmente, la empresa posee una fábrica en Benavente (Portugal) para la producción de alimentos infantiles y una fábrica de pasta en la localidad de Silvano d'Orba (Italia).



Cerealto Siro
Foods
presente en más de
45
países

-  Países donde tenemos presencia
-  Países donde tenemos operaciones





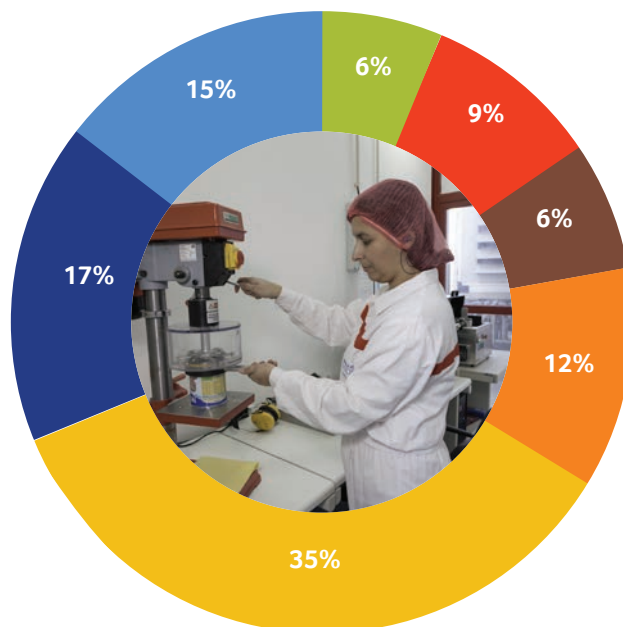


Nutriceal Foods en 2014

Productos: cereales infantiles

Ventas por zonas (t)

- ZO: España
- Z1: Portugal, Palops
- Z2: Francia, Benelux
- Z3: UK, Oceanía
- Z4: Centro, Norte Europa
- Z5 y Z6: África y Asia
- Z7: Italia



Facturación

27,3

millones de euros

Producción total

en 2014

6.978

toneladas

Total personas

81

Lanzamientos destacados



Nutriceal 5 Cereales y frutas con leche



Nutriceal Arroz con leche

Nutriceal Foods nace con la adquisición por parte de Cerealto Siro Foods en enero de 2013 de una planta de 6.820 m² al grupo Danone, situada en Benavente (Portugal), la cual ha estado fabricando marcas de renombre como Milupa, Bledina, Cow & Gate o Almirón desde 1972.

Como expertos que somos en cereales, la adquisición de esta fábrica y la ampliación de la nueva categoría de alimentación infantil suponen para Cerealto una plataforma para responder a las crecientes exigencias del mercado, ampliar nuestros conocimientos y facilitar el intercambio de buenas prácticas en el conjunto del grupo.

Nutriceal Foods desarrolla recetas de alimentación infantil exclusivas para grandes multinacionales, así como marca de distribución para importantes cadenas de supermercados.

La combinación de una amplia experiencia y el desarrollo y mejora continuos nos permiten elaborar recetas a medida de las necesidades de nuestros clientes, garantizando siempre la más rigurosa confidencialidad.

Adicionalmente, fabricamos nuestra propia gama de productos NUTRICEAL, con un diseño exclusivo de packaging para la comercialización en África, Asia y América, principalmente.

Las actuaciones desarrolladas en 2014 se han dirigido principalmente a la gestión del portfolio, incluyendo la introducción de nuevos atributos diferenciales. Asimismo, se ha trabajado en reducción del peso de los envases y en la búsqueda de nuevos materiales que mantengan la frescura del producto y garanticen su seguridad, teniendo en cuenta los requerimientos de los países de destino.

Desde el punto de vista operativo, se han intensificado las acciones relacionadas con la eficiencia productiva en las líneas en funcionamiento y se han reforzado los equipos de I+D y Calidad. Se ha puesto en marcha un sistema de separación y gestión de residuos y se han iniciado las mediciones de los principales parámetros ambientales: ruido, emisiones y calidad del agua.

Cabe destacar, asimismo, la reducción del índice de siniestralidad laboral. Se ha rebasado el récord histórico de la planta tras haber transcurrido 1.507 días sin incidencias.

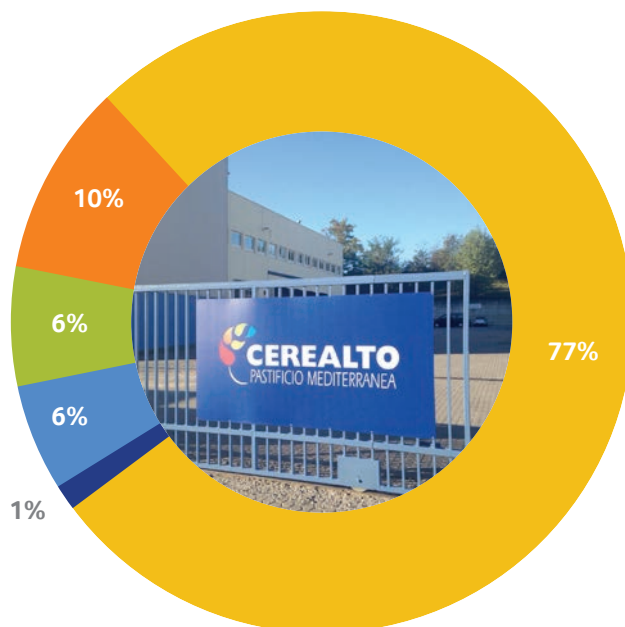


Pastificio Mediterranea en 2014

Productos: pasta corta, pasta larga,
pasta para sopa, pasta moldeada

Ventas por zonas (t)

- Z2: Francia, Benelux
- Z4: Centro, Norte Europa
- Z5: África y Mena
- Z6: Asia
- Z7: Italia



Facturación
16,2

millones de euros

Producción total
en 2014
24.500
toneladas

Total personas
47

Lanzamientos destacados



Fusilli al bronzo
whole wheat



Spaguetti Bio

Cerealto Siro Foods gestiona la planta de Pastificio Mediterranea desde finales de 2013. La instalación se encuentra en la localidad de Silvano d'Orba (Alessandria), a 30 km del puerto de Génova. Cuenta con 11.000 m² construidos sobre una parcela de 30.000 m².

Desde ella suministramos a nuestros clientes pasta de calidad hecha en Italia con materias primas locales, un producto consolidado en nuestra oferta y con el valor adicional que el origen le aporta.

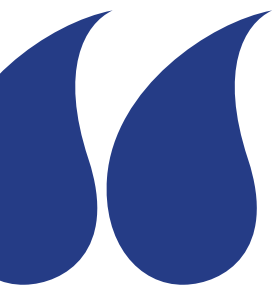
La fábrica cuenta con tres líneas de producción -pasta larga, pasta corta y pasta especial- y una capacidad máxima de 37.000 toneladas al año, que permiten fabricar más de 65 formatos diferentes y hasta 450 productos de pasta. En el empaquetado se utilizan tecnologías italianas punteras que permiten ofrecer al mercado formatos diferentes adaptados a las necesidades del cliente.

Este año hemos implementado en la planta el plan de prevención de riesgos laborales de Grupo Siro, común a todas nuestras instalaciones, y hemos desarrollado proyectos

de ahorro energético y reducción del peso de los envases y embalajes utilizados. En el ámbito ambiental, puede destacarse también la mejora de la eficiencia en la carga de transportes para reducir la cantidad de CO₂ emitido por tonelada de pasta vendida.

Los resultados hablan por sí solos del intenso proceso de consolidación y ajuste llevado a cabo en 2014, acometido sin alterar el nivel de empleo. La producción y la facturación de la planta se han mantenido en niveles similares a los alcanzados en 2013.

La fábrica de Italia es hoy una instalación puntera, eficiente técnica y económicamente y capaz de seguir suministrando durante muchos años al mercado internacional un producto Premium de elevada demanda: la pasta de calidad hecha en Italia.



Cerealto necesita estar cerca de sus clientes y queremos estarlo. Con equipos, fábricas y proveedores locales en las comunidades donde operamos.”

Rut Aranda



Clientes

Cerealto nació para proporcionar soluciones adaptadas a las necesidades de los clientes en los mercados internacionales, ofreciéndoles soluciones diferenciadas que favorezcan el crecimiento de sus marcas, y para generar valor sostenible para el conjunto del Grupo Siro.

Este marco de mutuo progreso solo es posible desde la base de un compromiso firme y a largo plazo con el cliente, con sus principios de actuación y con las comunidades donde desarrolla su actividad, guiado por la transparencia y el intercambio de conocimientos.

Objetivos 2019

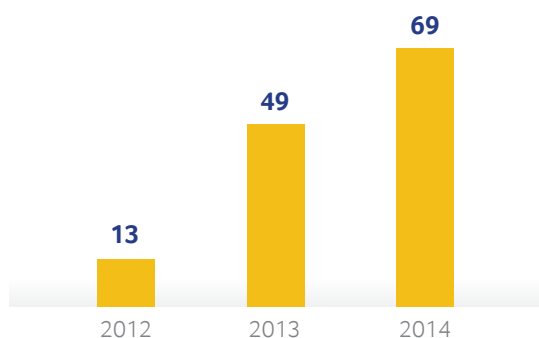
Nuestros clientes estratégicos crecen por encima del mercado en nuestras categorías al tercer año

→ **15%** de reducción de grasas saturadas y **15%** de incremento de fibras en nuestros productos

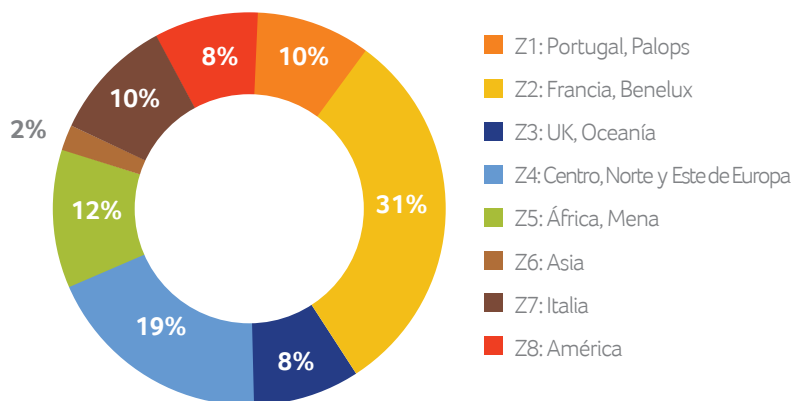
→ **100%** de aceite de palma es de origen sostenible

Datos relevantes

Cifra de negocios (millones de euros)

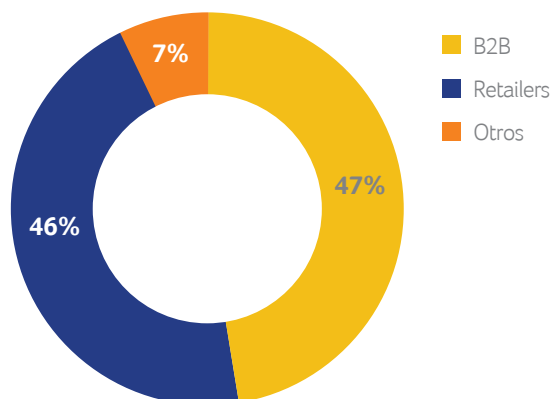


Ventas por zonas (euros)

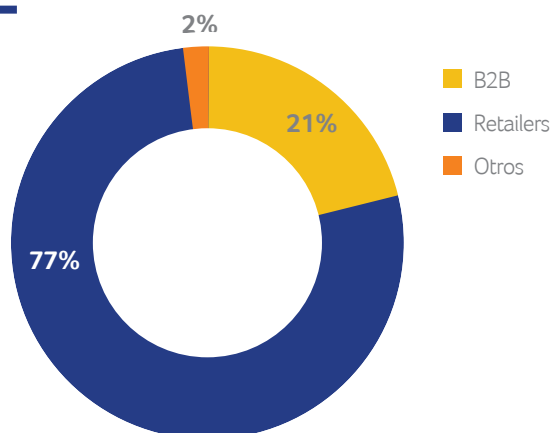


*Las zonas del gráfico corresponden a nuestra propia clasificación interna.

Clasificación clientes por ventas (euros)



Clasificación clientes por volumen



→ **10%** de productos sobre el total de nuevos desarrollos estarán dirigidos a colectivos con necesidades nutricionales específicas

→ **10%** de productos sobre el total de nuevos desarrollos responden a una necesidad no cubierta

→ **4%** de reducción de packaging por t de producto y **100%** de aumento de la reciclabilidad

Plan San Pelayo 2019

Productos seguros y de la máxima calidad

En línea con los compromisos adquiridos por Grupo Siro, los productos que fabrica y distribuye Cerealto responden a los más exigentes estándares internacionales en materia de calidad y seguridad alimentaria.

La búsqueda de la excelencia nos impulsa a la mejora continua de la cadena de valor y nos motiva para concebir procesos capaces de proporcionar al mercado lo mejor. Procesos que con el aprendizaje de cada día se hacen más eficientes en tiempo, recursos e impactos ambientales.

Las dos plantas que gestiona Cerealto cuentan con certificaciones reconocidas que avalan la calidad de las operaciones que desarrollan:

→ **Nutriceal Foods**, la fábrica de Alimentación Infantil ubicada en Benavente (Portugal), opera con arreglo a las normas ISO 14001 e ISO 22000. En 2014 se inicia el proceso para obtener la Certificación IFS para la cual culminamos la primera etapa. Sus productos cuentan con la Certificación Halal, que posibilitan su distribución entre la comunidad musulmana.

→ **Pastificio Mediterranea**, la fábrica de pasta ubicada en Silvano d'Orba (Italia) cuenta con las certificaciones IFS y BRC, que avalan la conformidad de sus productos y procesos con las normas de calidad y seguridad requeridas por los distribuidores europeos más exigentes, así como el estándar de gestión de la calidad ISO 9001. Sus productos cuentan con la Certificación Kosher, que posibilitan su distribución entre la comunidad judía.

Además, ambas plantas ostentan el sello de **Producto Orgánico** ampliamente reconocido en USA y en la UE, que acredita que los alimentos fabricados están libres de residuos y de organismos modificados genéticamente y que se han obtenido con el máximo grado de respeto al medio ambiente y al bienestar de los animales.

Adicionalmente, contamos con un sistema de seguimiento de reclamaciones y de garantía de la calidad del servicio, que asegura la conformidad en las fechas de entrega y en los volúmenes comprometidos.



Hemos pasado de tener 34 clientes en 2013 a tener 52 clientes en 2014.”

Santiago Suárez



Patatas sabor rancheras o jalapeños



Flocos Miel



Mini crackers sabor original, pizza o bbq



Galletas sabor limón o durazno sin azúcares añadidos



Nutriceal 5 Cereales con leche

USA

UK

Francia

Portugal

Italia

África

América

Mejoramos nuestra oferta

El sistema de seguimiento de las legislaciones internacionales que se implantó en 2013 nos permite monitorizar la aparición de nuevos requisitos que puedan exigirse en los diferentes mercados y adaptar en tiempo mínimo productos y presentaciones. Más allá de las exigencias regulatorias, buscamos también una actualización constante de los cambios en las demandas de nuestros clientes y los consumidores que puedan estar suscitados por sus necesidades o preferencias.

Así, este año mantenemos referencias en productos orgánicos y referencias de alimentación infantil y pasta que cumplen los requisitos que los hacen aptos para la dieta islámica y judía respectivamente, en el marco de nuestra estrategia de dar respuesta a colectivos con necesidades específicas.

Entre las iniciativas puestas en marcha en este ámbito, cabe destacar las orientadas a la reducción de azúcares y grasas saturadas, al incremento de los contenidos de fibras y la apuesta por productos sin gluten.

Se trata de progresar hacia un modelo que hace accesibles a toda la población productos ricos y saludables y correctamente etiquetados para que el consumidor final pueda realizar una elección segura y satisfactoria.

Esforzarnos por mantener la confianza de nuestros clientes nos obliga a ser innovadores y eficientes, por lo que cada día trabajamos en el desarrollo y lanzamiento de nuevos productos y formatos.



Panecillos estilo
rústico "hot dog"



Pan de molde estilo
americano



Canales de comunicación con **nuestros clientes**



Cerealto dirige sus esfuerzos tanto al mercado B2B como al mercado Retail. Este último abarca la comercialización de las marcas de distribuidor - MDD -, principalmente en Europa y América, y de la marca Siro, más presente en los mercados de Asia y África.

Queremos resaltar este año el nuevo Sistema de Comunicación de Enlace con el Cliente, el cual nos mantiene informados en tiempo real sobre alertas sanitarias mundiales y a todos los niveles, información actualizada sobre las características de nuestros productos referidas a tablas nutricionales, alérgenos o auditoría, así como los inputs que puedan surgir para dar una respuesta inmediata. También nos proporciona información relevante sobre nuevos lanzamientos o recomendaciones y buenas prácticas en materia de responsabilidad social y ética.

Dentro de nuestro sistema de recogida de información incluimos y valoramos igualmente aquellas que nos llegan a través de los teléfonos gratuitos de atención al consumidor que gestionan nuestros clientes.



Durante 2014 participamos en ferias de alimentación en Bolonia, Colonia, Dubai, Amsterdam, París y Chicago. Estar presentes nos permite estar más cerca de nuestros clientes, fortalecer nuestra relación con ellos y avanzar en los proyectos.”

Michel León




Feria Marca en Bolonia



Feria Gulfood en Dubái, EAU



Feria PLMA en Chicago, USA



“¿Qué personas queremos en Cerealto?
Sobre todo, personas que sean
compatibles con nuestros valores.
Soñadores que se atrevan a soñar.”

Luis Ángel López



Personas

Objetivos 2019

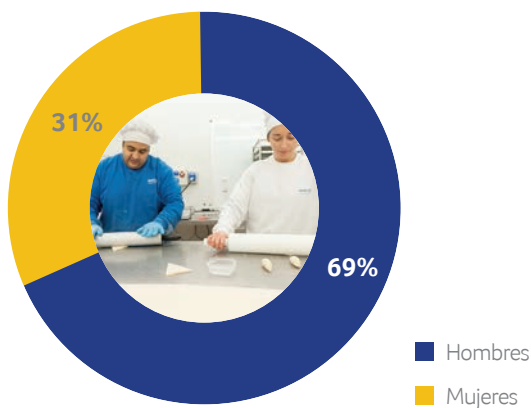
→ **14%** de nuestras personas pertenecen a colectivos en riesgo de exclusión social. Se establece un criterio mínimo del 4% en cada centro de trabajo

→ **40%** de nuestras personas son mujeres

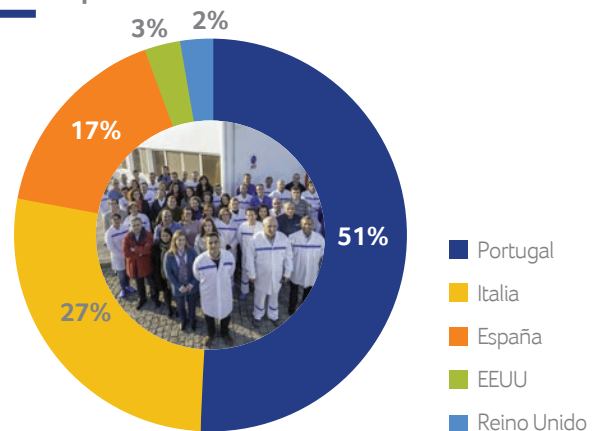
Datos relevantes

181
personas
en 2014

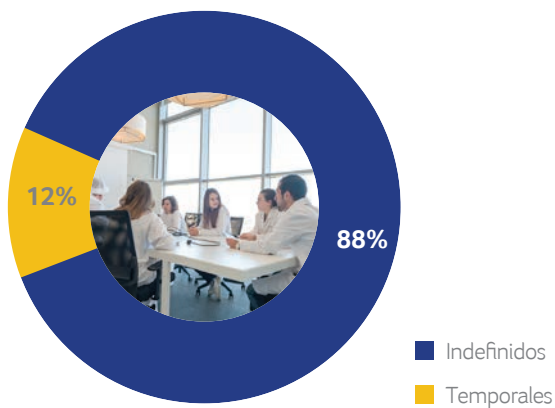
Por género



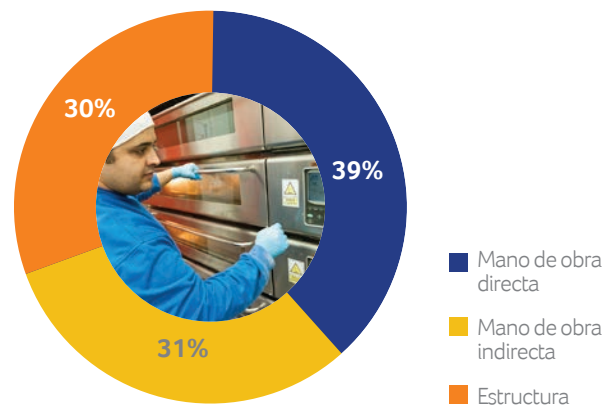
Por país



Por tipo de contrato



Por categoría de empleo



→ **80%** de nuestras vacantes son ocupadas por promoción interna

→ **100%** de nuestras personas tienen un porcentaje de remuneración variable ligado a objetivos grupales e individuales

→ Más de un **66%** de nuestros empleados están satisfechos o muy satisfechos con la compañía

Plan San Pelayo 2019

En Cerealto Siro Foods sabemos que nuestro principal activo son las personas: de su eficiencia, motivación y entusiasmo depende el desarrollo y cumplimiento de los objetivos de la empresa.

Es por ello que hemos desarrollado marcos estables de colaboración y un ambiente de trabajo adecuado que nos ayudan a conseguir equipos más comprometidos y eficientes, apostando por la **consolidación de un modelo de Liderazgo Activo y Responsable** que entendemos como garantía de nuestro futuro.



5%

personas con capacidades diferentes



29%

menores de 40 años



74%

de los colaboradores cuentan con retribución variable vinculada al desempeño



Alcanzar nuestros objetivos para que nuestro proyecto siga creciendo requiere de un gran esfuerzo de quienes conformamos esta compañía. Son nuestras personas, sin lugar a dudas, el factor más importante que nos diferencia de la competencia.”

Paula Casanova

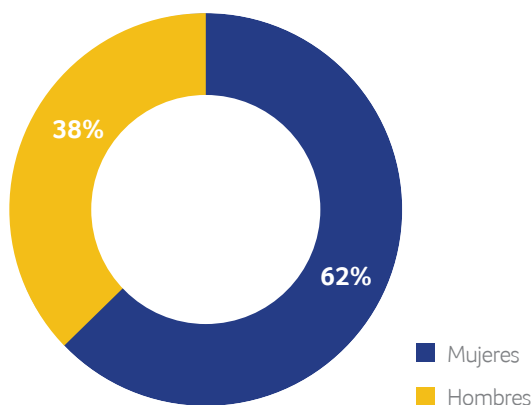
La igualdad de oportunidades es uno de nuestros mayores compromisos, tanto dentro de la compañía como para quienes quieren formar parte de ella. Tal y como lo recoge nuestra **Política de Igualdad**, este compromiso consiste en: la mejora continua, la “tolerancia cero” y la participación de todos en la construcción del mejor clima laboral, desde la incorporación de las personas hasta su permanencia y desarrollo dentro de la empresa.



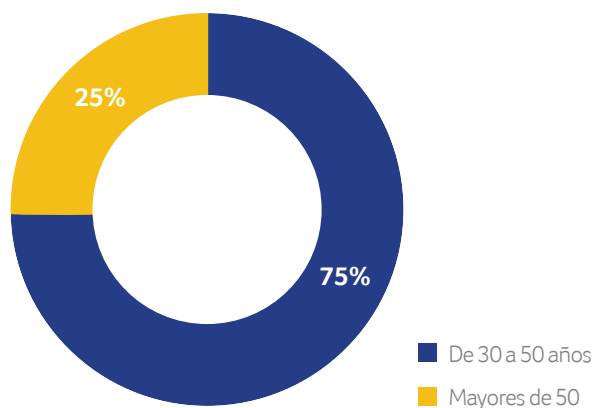
- **La incorporación** de la perspectiva de igualdad de oportunidades y no discriminación dentro de la política interna.
- **La reflexión** sobre los prejuicios y estereotipos existentes, que invita a cambiar actitudes que impiden o dificultan la igualdad de condiciones.
- **Prácticas de empleo** que facilitan la integración de cualquier persona independientemente de sus condiciones personales o sociales.
- **El entorno favorable** para que todas las personas puedan demostrar sus capacidades, talento y habilidades potenciales en el ámbito laboral.
- **El fomento de un comportamiento profesional flexible** de la empresa hacia sus colaboradores y del colaborador hacia las necesidades del negocio.
- **El respeto y la transmisión** a todos los colaboradores de los valores, actitudes y conductas en los que se materializa esta filosofía de trabajo.

Si bien nuestros objetivos de sostenibilidad incluyen la integración de mujeres o de personas con dificultades para acceder al empleo, este es un hecho que se ha producido de forma natural en nuestra organización desde siempre. Apostamos por la diversidad porque impulsa nuestra innovación y el desarrollo sostenible.

Por género



Por edades



Dada nuestra rápida expansión internacional, durante 2014 llevamos a cabo intensos análisis en materia legislativa y de costumbres locales, así como de identificación de los que son considerados colectivos en riesgo de exclusión social en los diferentes países donde estamos presentes.

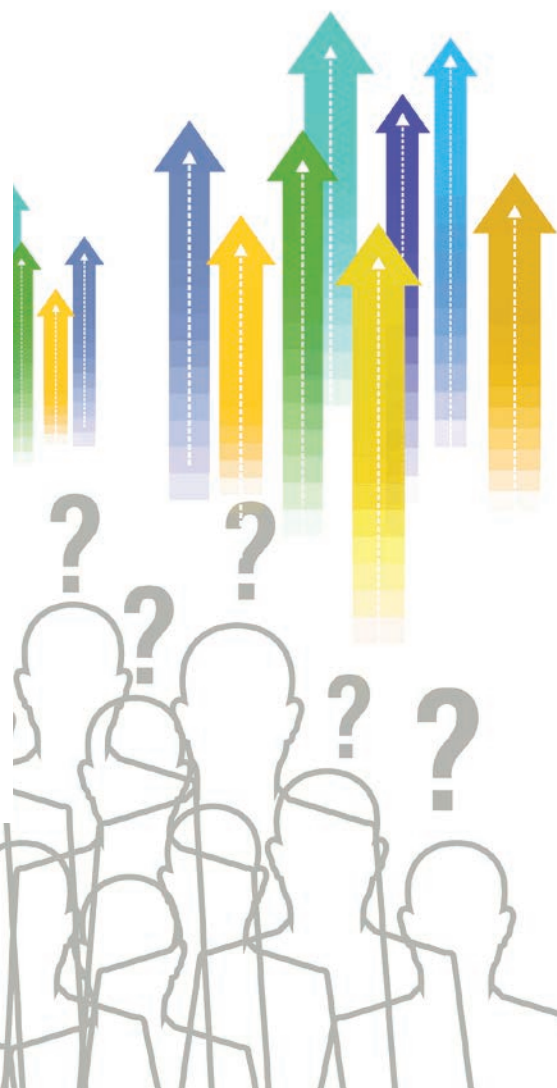
En un año de consolidación de nuestra actividad y de reorganización de las instalaciones, hemos realizado 16 nuevas contrataciones de personal de Estructura, apostando por equipos locales en los países en donde tenemos importantes alianzas con nuestros clientes.

A fin de que nuestros centros de producción sean más eficientes, se han llevado a cabo reestructuraciones y ajustes por lo que fue necesario prescindir de los colaboradores temporales en la fábrica de Benavente, respetando todos los empleos fijos y llevando a cabo acciones de apoyo para los empleados temporales y eventuales que finalizaron su actividad, mediante compensaciones económicas y servicios de asistencia profesional para la búsqueda de empleo.

Durante 2014, hemos culminado la implantación del Plan de Riesgos Laborales en la fábrica de Silvano d'Orba, que garantiza la integración de la prevención en el sistema de gestión y los procesos de producción.

El índice de siniestralidad este ejercicio ha sido igual a cero en ambas fábricas, en Benavente y Silvano D'Orba.

Por otro lado, el absentismo que registramos (2 -2.5) es considerablemente bajo en todas las instalaciones y nuestra tasa de retención se acerca al 100%, dos indicadores que ponen de manifiesto la firmeza de estos vínculos y nos animan a seguir progresando en su refuerzo.



Comprometidos con el talento

En Cerealto Siro Foods trabajamos por convertirnos en un lugar deseado para trabajar, dentro y fuera de nuestra organización.


Nuestro compromiso con los colaboradores pasa por la integración en equipos de trabajo multidisciplinarios, el desarrollo profesional, la movilidad internacional en todos los niveles de la organización, la integración de personas en riesgo de exclusión social y la adaptación de los puestos de trabajo, así como también favorecer entornos de trabajo dinámicos y promover el empleo de calidad.

Este compromiso está recogido en el **Código de Conducta** del Grupo, el cual ha sido difundido entre todos nuestros colaboradores y nuevas incorporaciones, y el cual está en proceso de revisión con el objetivo de que recoja los elementos necesarios que nos ayuden a alcanzar nuestros objetivos estratégicos a 2019.

Para garantizar el desarrollo profesional de nuestras personas, hemos creado nuestro propio modelo de Planes de Desarrollo, el cual se desarrolla individualmente entre cada colaborador y su responsable directo visualizando en donde quiere estar en cinco años. A partir de allí, se identifican las habilidades y los conocimientos necesarios para ejercer esa función y la formación que le ayudará a conseguir su desarrollo. Este modelo se puede resumir en el siguiente esquema:

Plan de Progreso





Durante 2014 hemos alcanzado un total de 2.100 horas entre 181 de nuestros colaboradores, a las que suman 1.320 horas de formación en el puesto de trabajo para nuevas incorporaciones.

Además, nuestro Sistema de Evaluación del Desempeño y Análisis 360° nos permite identificar potenciales Líderes entre nuestras personas, para quienes creamos planes específicos que potencien sus habilidades a fin de que puedan desarrollar equipos.



→ La formación impartida por Cerealto en 2014

- Finanzas para no financieros
- MBAs y programas de formación de postgrado (4 programas diferentes)
- Gestión de personas
- Compras y aprovisionamiento
- Prevención de riesgos laborales
- Idiomas (italiano, ruso, inglés, español)
- Formación técnica interna en procesos de fabricación, cadena de suministro, calidad
- Formación técnica de los clientes en sus procesos comerciales
- Habilidades de comunicación
- Sistemas y herramientas de IT



2.100 horas
entre 181
de nuestros
colaboradores

El rápido crecimiento y las dimensiones que está adquiriendo a nuestra compañía nos obliga a ser flexibles, valor que extendemos a la relación con nuestros colaboradores en una doble vía: de la empresa hacia los colaboradores y sus necesidades personales como del colaborador hacia las necesidades del negocio.

En un contexto de amplia movilidad internacional, hacemos un acompañamiento de nuestros colaboradores para su plena integración en las comunidades donde desarrollarán su trabajo a través de mecanismos que permitan el mayor equilibrio posible en el ámbito familiar, cultural y social.



Comunicación interna

Desde el área de Personas favorecemos la interacción de los miembros de los diferentes equipos que conforman Cerealto para favorecer la integración, la motivación, la visión global y la mejora continua.





Así, con carácter semestral celebramos la Reunión de Líderes, que completa y aglutina los contenidos y resultados de las reuniones mensuales que celebran tanto el Comité de Dirección como los distintos equipos.

Conscientes de que el reconocimiento a la labor ejemplar de nuestras personas contribuye, por un lado, a reforzar su compromiso y, por otro, a la difusión de las mejores prácticas, durante este año se hizo un reconocimiento público a los colaboradores de la planta de Benavente, en donde se alcanzó un récord de 1.507 días sin accidentes laborales al cierre del ejercicio de 2013.

Además, una de las becas de Excelencia Formativa concedidas este año por la Fundación Grupo Siro benefició a uno de los hijos de nuestros colaboradores.

Cabe destacar que, desde la Dirección de Personas se impulsan acercamientos a organizaciones e instituciones que nos ayuden a favorecer nuestra implantación en las localidades y las condiciones que ofrecemos a nuestras personas. Así, durante 2014 se celebraron, se celebraron reuniones con la Ministra de Trabajo del Reino Unido, Esther McVey, o con la Asociación de Discapacitados de San Antonio, Texas (Estados Unidos) entre otros.



“El reconocimiento a la labor ejemplar de nuestras personas contribuye, por un lado, a reforzar su compromiso y, por otro, a la difusión de las mejores prácticas.”

Carlos Sobral



Proveedores

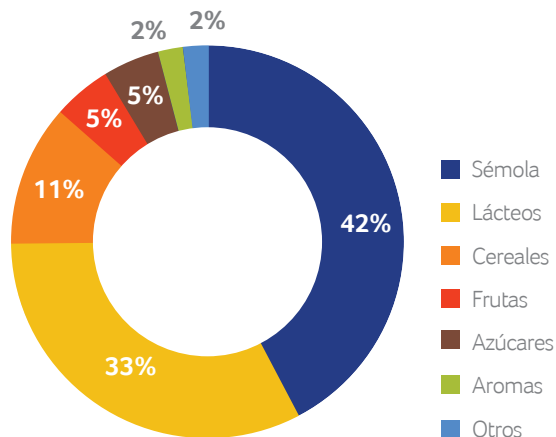


Objetivos 2019

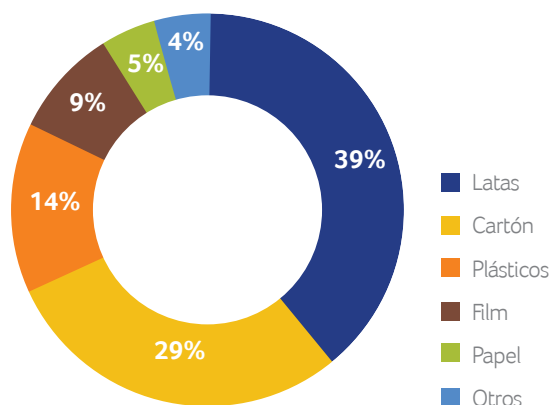
- **100%** de nuestros proveedores están adheridos a nuestro código de conducta
- Nuestro sistema de homologación de proveedores incluye criterios sociales y medio ambientales y son excluyentes
- **100%** de nuestros proveedores están adheridos a la plataforma SEDEX
- **100%** de nuestros proveedores han sido auditados en relación a dichos criterios sociales y medio ambientales

Plan San Pelayo 2019

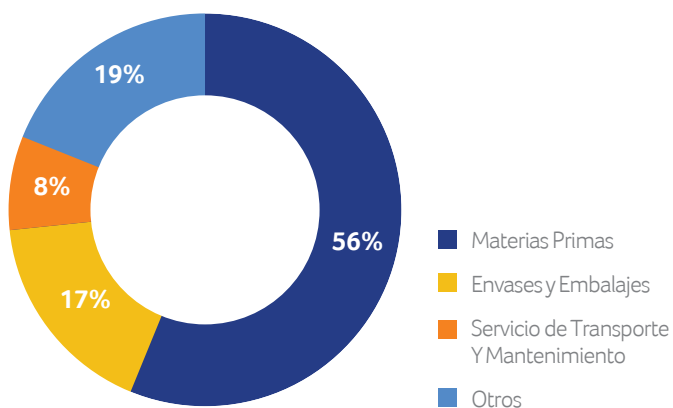
Compras Materias Primas (euros)



Compras Envases y Embalajes (euros)



Total Compra de Bienes y Servicios (euros)



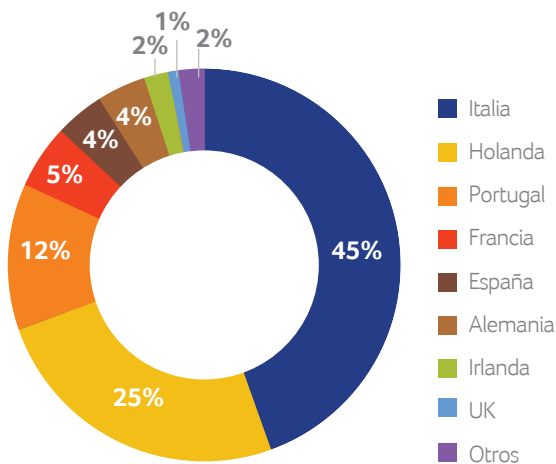
El modelo de negocio de Cerealto de alianzas estables se extiende a sus Proveedores, los cuales pretendemos que estén lo más cerca posible de nuestras fábricas y con quienes mantenemos una relación basada en la eficiencia y la innovación, todo ello para conseguir productos con mayor calidad y al mejor precio para nuestros clientes y el consumidor final.

De hecho, el 90% de las compras que efectuamos en nuestra fábrica de pasta en Silvano d'Orba se realizan a proveedores en el país, la mayoría situados en la localidad o regiones próximas.

Por su parte, el 13% de las compras de materias primas y otros materiales y más del 90% de las compras de Servicios para la fábrica de alimentación infantil en Benavente (Portugal) se realiza a proveedores locales.

Nuestras compras de bienes y servicios han superado los 48 millones de euros, repartidos entre nuestros más de 133 proveedores procedentes de 11 países.

Pago a Proveedores por País



El sistema de homologación de proveedores de Cerealto incluye criterios sociales y ambientales y todos ellos han sido evaluados conforme a criterios de desempeño ambiental. De hecho, el 100% de nuestros proveedores de la planta de pasta en Italia cuentan con las certificaciones IFS, BRC y/o ISO 9001. Por su parte, la fábrica Alimentación Infantil se encuentra registrada en la plataforma SEDEX y se realizaron auditorías al 50% de los proveedores de materias primas.

Adicionalmente, la revisión de las legislaciones relativas a cereales que entrarán en vigor este ejercicio en toda la Unión Europea han resultado en un mayor seguimiento, monitorización y comunicación con nuestros proveedores para garantizar el suministro.



Por una **cadena agroalimentaria sostenible**

Cerealto sigue la iniciativa de Grupo Siro de crear una cadena agroalimentaria sostenible empezando desde el proveedor cero, con el fin de impulsar el cultivo de variedades de trigo que aúnen los intereses agrícola e industrial.

Estamos convencidos que este modelo integrador es igualmente replicable en los países donde operamos, se trata de favorecer la creación de un sector agrícola profesionalizado cerca de nuestras fábricas que cultive pensando en las necesidades de nuestros negocios.

Sin duda, la adquisición de la fábrica de Alimentación Infantil nos ha permitido avanzar más rápidamente hacia esta dirección, dado el amplio conocimiento que hemos adquirido sobre una regulación que es más exigente en todos los eslabones de la cadena para garantizar un producto de mayor calidad y más seguro para los más pequeños.



Servir a muchos mercados impulsa la excelencia en nuestros procesos. Debemos cumplir con exigencias legales que son diferentes en cada país en destino”.

Raquel Pedraz

Sociedad

Objetivos 2019

Generamos riqueza en las comunidades donde operamos: empleos, proveedores, impuestos, etc.

→ **60%** de nuestros proveedores son locales

→ **15% - 20%** de reducción de nuestra huella de carbono en 2030

→ **15% - 20%** de reducción de nuestra huella hídrica en 2030

→ Cero residuos a vertederos

→ **30%** de nuestro consumo de trigo proviene de proveedores locales integrados en nuestro modelo de costes y eficiencia

Plan San Pelayo 2019

El compromiso sostenible de Cerealto

comprende también nuestro desempeño en relación con el Medio Ambiente y las relaciones que mantenemos con la Sociedad en su conjunto.

Por un lado, buscamos minimizar el impacto ambiental de nuestra actividad a lo largo del ciclo de vida de nuestros productos. Por otro, extendemos nuestra contribución al desarrollo eficiente del sector primario y a la mejora de las comunidades en donde operamos.

Nuestra política medioambiental se inspira en dos principios básicos: 1. el cumplimiento de toda la normativa medioambiental aplicable y 2. la mejora continua de las actividades desarrolladas con el fin de proteger el medio ambiente.

Más allá de eso, el hecho de servir a distintos clientes en distintos mercados nos obliga a tener en cuenta el cumplimiento legal de los países en destino, por lo que nuestros procesos son aún más exigentes en términos de calidad y seguridad alimentaria y gestión ambiental.

Certificaciones

→ NUTRICEAL FOODS

ISO 22000



ISO 14001



Organic



Halal



→ PASTIFICIO MEDITERRANEA

IFS



BRC



Organic



ISO 9001



Kosher

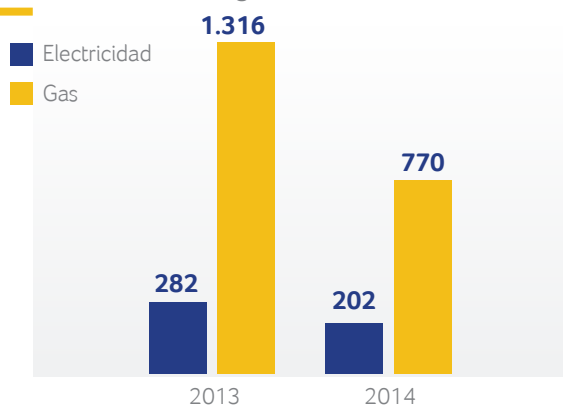




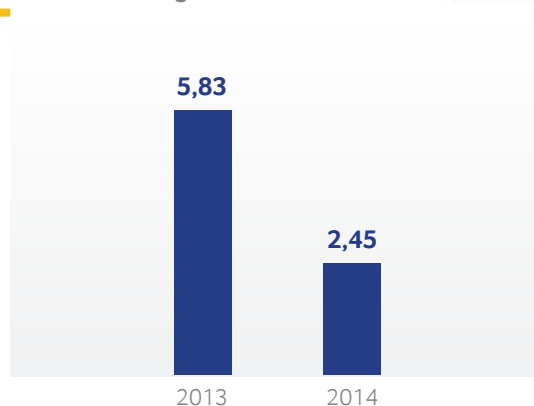
El resto de las plantas del Grupo cuentan también con sistemas de gestión medioambiental avalados por la norma ISO 14001, así como con diversas certificaciones en materia de seguridad alimentaria, gestión ética y origen de las materias empleadas como por ejemplo: IFS, BRC, SMETA o RSPO. Asimismo, todos los proveedores se examinan en función de criterios ambientales, incluidos en el sistema de homologación de proveedores.

En cuanto al uso de recursos naturales, se han producido ahorros considerables en los consumos de gas y agua en la fabricación de nuestros productos. Esto se debe, por un lado, al mix de producto y, por otro lado, a los planes de eficiencia puestos en marcha en ambas plantas.

Consumo de energía (kWh/t)



Consumo de agua (m³/t)



Por su parte, el total de residuos orgánicos generados en nuestros procesos productivos ha sido de 530 toneladas y los cuales se gestionan a través de empresas que fabrican piensos para animales o gestoras de residuos.



Se han hecho progresos sustanciales en materia ambiental y de eficiencia en las fábricas que gestiona Cerealto durante este ejercicio, como por ejemplo:

Pastificio Mediterranea

- En la fábrica de Silvano D'Orba hemos ahorrado en torno a 40.000 kWh de electricidad y 2.000 m³ de gas.
- Tendencia de reducción de las emisiones por unidad de producto puesto en el mercado, con un peso medio de 1,5 toneladas de pasta por trayecto. El objetivo a 2015 de alcanzar las 2 toneladas.
- Se estima que la mitigación de impactos es de un 70%. Además hemos iniciado un proyecto para la reducción del consumo de film y material plástico que dará sus frutos en los próximos ejercicios.

Nutriceal Foods

- En la fábrica de Benavente hemos implantado un informe de ejecución y progreso en materia de gestión de la energía (REP) y se ha instalado una nueva aplicación informática para mejorar las tareas de medición y control.
- Hemos mejorado la evaluación de la eficiencia en consumo de agua con un nuevo indicador: la medición en m³ consumidos por tonelada de producto. Además, se realizan análisis mensuales de agua para consumo productivo, así como tareas de evaluación de los parámetros de calidad de las aguas residuales por una entidad externa acreditada.
- También se han llevado a cabo proyectos de medición del ruido y de las emisiones de gases con efecto invernadero.
- Se han puesto en marcha de programas de formación en buenas prácticas ambientales dirigidos a la plantilla.



Este año hemos introducido en la fábrica de Portugal novedades respecto a la gestión y diferenciación del portfolio de productos. Además de trabajar en la reducción del peso de los envases y embalajes y en la búsqueda de nuevos materiales, se ha puesto el énfasis en la utilización de recursos locales, contribuyendo con ello a la generación de empleo y valor para la comunidad.

Más allá del conocimiento y el impulso a las actividades económicas, trabajamos para seguir ofreciendo a la Sociedad productos que satisfagan sus expectativas y necesidades. Nuestro reto es conseguir un producto seguro y rico, que sea elegido tanto por su sabor como por su aportación nutricional.

En esta línea hemos trabajado en 2014 en nuevas referencias sin gluten o asociadas a beneficios nutricionales, como aquellas que incorporan fibras o vitaminas, o las que se elaboran con menores cantidades de grasa, sal y/o azúcar respecto de la referencia del mercado o del marco regulatorio nacional. La mejora en las cantidades de fibra se ha obtenido mediante la adición en las recetas de fibras naturales o de fruta.

Productos con características nutricionales específicas



Galletas sin gluten



Pan de molde sin gluten



Galletas sin azúcares añadidos, altas en fibras y multicereales



Pasta Bio



Pasta con certificado Kosher



Alimentación infantil con certificado Halal



En contacto con nuestras comunidades



Seguin, Texas

Cerealto es firmante del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, asumiendo e impulsando los principios de dicha iniciativa en materia de derechos humanos, trabajo, medio ambiente y anti-corrupción.

En esta línea, desde enero de 2013 contamos con un Código de Conducta aplicable al conjunto de Grupo Siro, el cual establece las pautas de comportamiento de nuestros colaboradores en relación con cada uno de nuestros grupos de interés e incorpora, asimismo, un mecanismo para sancionar su incumplimiento. Este código de conducta ha sido difundido entre todos los colaboradores y está disponible en todos los centros de trabajo.



Estudiantes de la Universidad de Texas en I+dea



Colaboramos con las administraciones locales y formamos parte activa de asociaciones e instituciones que trabajan en favor del progreso económico y social de las comunidades donde estamos presentes.

- ICEX
- Cámara de Comercio e Industria de Madrid

- Ayuntamiento de Benavente
- Asociación Humanitaria de Bomberos Voluntarios de Benavente

- Cámara Oficial de Comercio de España en Italia
- Confederación General de la Industria Italiana
- Confederación General Italiana del Trabajo

- CEAL Capítulo Ibérico
- Alianza de Libre Comercio de San Antonio



- Igualmente, mantenemos contacto directo y acuerdos de colaboración con universidades y centros de investigación a nivel internacional a través de i+dea, lo que nos permite ofrecer a todos nuestros clientes las soluciones más adecuadas a sus demandas, favoreciendo asimismo la forja de conocimientos y la extensión de buenas prácticas al conjunto del Grupo Siro.

Paula Casanova



Capital

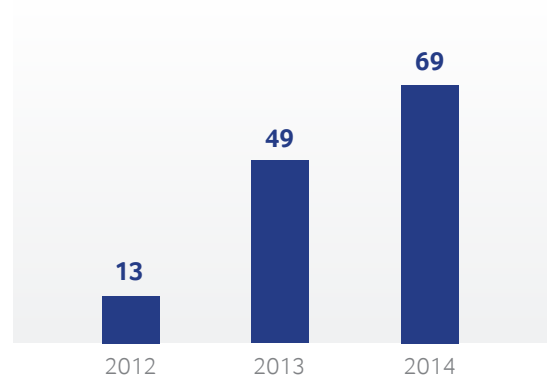
The background of the cover is a composite image. It features a world map with a light blue background and various colored landmasses. Overlaid on the map are several stalks of wheat, with their green heads and long, thin, golden-brown awns extending across the frame. The word 'Capital' is written in a large, dark blue, serif font in the upper right quadrant. A solid dark blue curved shape is in the bottom right corner.

El año 2014 ha significado la consolidación del proyecto empresarial de Cerealto en el mercado internacional. Nuestra cifra de negocio ha crecido un 41% respecto al año anterior y, con ello, se han elevado los recursos destinados a mantener las mayores garantías para un número creciente de clientes.

Datos relevantes

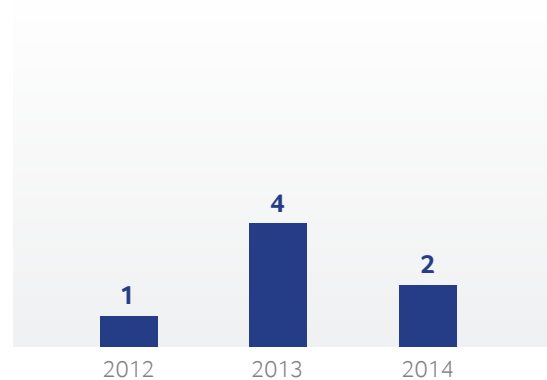
Nuestra cifra de negocio crece de acuerdo con los objetivos propuestos

Cifra de negocios (millones de euros)



Llevamos a cabo reestructuraciones y ajustes para sentar las bases del crecimiento futuro

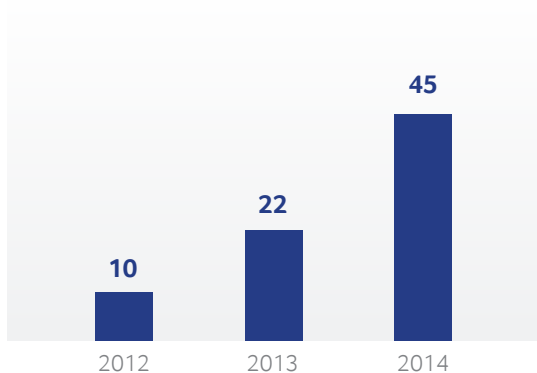
Ebitda (millones de euros)



Nuestra cifra
de negocio
ha crecido un
41%
respecto al año anterior

En dos años hemos multiplicado el volumen fabricado en más de cuatro veces

Volumen (t)



Siendo más eficientes y mejorando la calidad del empleo

Colaboradores



Indicador de Sostenibilidad: Nuestra Contribución
(miles de euros)

	Euros
Valor económico generado	70.061
Valor económico distribuido	68.725
Gastos operativos	60.637
Sueldos y prestaciones de los empleados	7.208
Pagos a los proveedores de capital	286
Tasas e impuestos	565
Inversiones en la comunidad ¹	29
Valor económico retenido	1.336

¹ Valoración económica de las donaciones a Bancos de Alimentos por 21.000 kg. de producto.

Estructura organizativa

Cerealto Siro Foods, S.A. es la matriz de un grupo de compañías que desarrollan sus actividades en diferentes mercados, a través de sociedades comerciales y unidades productivas. Su estructura societaria y organizativa se resume así:



- **Cerealto Siro Foods USA:** es la compañía a través de la cual Cerealto opera en Estados Unidos.
- **Cerealto Siro Foods UK:** es la compañía a través de la cual Cerealto opera en Reino Unido.
- **Cerealto Siro Foods IT:** es la compañía a través de la cual Cerealto opera en Italia.
- **Cerealto Nutriceal Foods:** es la compañía a través de la cual Cerealto gestiona la fábrica de Alimentación Infantil en Benavente (Portugal).
- **Cerealto Pastificio Mediterranea:** es la compañía a través de la cual Cerealto gestiona la fábrica de Pasta en Silvano D'Orba (Italia).

Adicionalmente, Cerealto cuenta con cinco oficinas comerciales para llevar a cabo el desarrollo de sus operaciones, ubicadas en Madrid (España), Chilworth (Reino Unido), San Antonio (Estados Unidos), Sintra (Portugal) y Bolonia (Italia).

Nuestro plan estratégico establece para 2019

unos objetivos de ventas cercanos a 250 millones de euros y un ebitda de 22 millones de euros.

La consecución de estos objetivos pasa por llevar a cabo actuaciones en materia de control de riesgos, que permitan reducir su número y su gravedad; planes de continuidad del negocio, para mitigar la incertidumbre de cara a la gestión futura de las operaciones; de aprovechamiento de recursos y de gestión financiera sostenible que garanticen una buena salud económica.

Comenzamos en 2014 con la consolidación del negocio de Nutriceal Foods y la integración completa de Pastificio Mediterránea, dos proyectos que hemos decidido abordar sin recurrir a fuentes de financiación externas, con el convencimiento de que no hay mejor destino para los recursos generados que la reinversión en el negocio, para así garantizar la solvencia y sostenibilidad a largo plazo.

Este impulso a las áreas clave de nuestra estructura organizativa nos permitirá, sin lugar a dudas, sentar las bases para alcanzar los objetivos propuestos en 2019.

→ **28%** de fondos propios sobre activos totales y **< 2,75** de endeudamiento neto total

→ Hasta el **50%** de inversiones sobre caja libre generada

→ Reducción del **25%** de riesgos de la compañía y reducción del **18%** de gravedad de los riesgos

“Para perdurar en el tiempo, Cerealto tiene que ser capaz de crear valor económico a la vez que crea valor para el conjunto de la sociedad. Esta es la piedra angular de nuestro modelo de negocio.”

Pedro Lago

→ Planes de Continuidad para el **100%** de nuestros negocios

→ **80%** de nuestros residuos son valorizados y tienen un retorno económico para el negocio

→ Los objetivos de sostenibilidad son incluidos en el cuadro de mando de la compañía e inciden en la retribución variable de directivos y mandos intermedios

Plan San Pelayo 2019



Principales indicadores anuales

millones de €

	2013	2014
Ventas	49	69
EBITDA	4	2
% EBITDA/ Ventas	14,5%	2,4%
Total Activo	28,8	41,3
Deuda Neta	1,5	2,0
Fondos Propios	5,1	5,5
Deuda/ EBITDA	0,26	1,35



Tabla de contenidos GRI



Esta es nuestra **Comunicación sobre el Progreso** en la aplicación de los principios del **Pacto Mundial de las Naciones Unidas**.

Agradecemos cualquier comentario sobre su contenido.

La memoria de Cerealto 2014 se ha elaborado tomando como referencia la Guía G4 para la elaboración de memorias de sostenibilidad publicada por Global Reporting Initiative. En la siguiente tabla pueden consultarse los contenidos básicos esenciales y específicos que Cerealto ha identificado como relevantes, de acuerdo con el mencionado marco de información.

Indicador	Descripción del indicador	Página
G4-1	Declaración del responsable principal de las decisiones de Cerealto Siro Foods sobre la relevancia de la sostenibilidad para Cerealto Siro Foods y la estrategia de esta con miras a abordar dicha cuestión.	7
G4-2	Describa los principales efectos, riesgos y oportunidades.	5, 6, 7
G4-3	Nombre de la empresa	65
G4-4	Marcas, productos y servicios más importantes de Cerealto Siro Foods.	31, 31
G4-5	Lugar donde se encuentra la sede de Cerealto Siro Foods.	28, 65
G4-6	Indique en cuántos países opera Cerealto Siro Foods y nombre aquellos países donde Cerealto Siro Foods lleva a cabo operaciones significativas o que tienen una relevancia específica para los asuntos de sostenibilidad objeto de la memoria.	22, 27
G4-7	Naturaleza del régimen de propiedad y su forma jurídica.	65
G4-8	Indique a qué mercados se sirve (con desglose geográfico, por sectores y tipos de clientes y destinatarios).	27, 28
G4-9	Determine la escala de la empresa (empleados etc.)	16, 67
G4-10	a. Número de empleados por contrato laboral y sexo. b. Número de empleados fijos por tipo de contrato y sexo. c. Tamaño de la plantilla por empleados, trabajadores contratados y sexo. d. Tamaño de la plantilla por región y sexo. e. Indique si una parte sustancial del trabajo de Cerealto Siro Foods lo desempeñan trabajadores por cuenta propia reconocidos jurídicamente, o bien personas que no son empleados ni trabajadores contratados, tales como los empleados y los empleados subcontratados por los contratistas. f. Comunique todo cambio significativo en el número de trabajadores (por ejemplo, las contrataciones estacionales en la temporada turística o en el sector agrícola).	16, 42
G4-12	Describa la cadena de suministro de Cerealto Siro Foods.	52, 53
G4-13	Comuniquen todo cambio significativo que haya tenido lugar durante el periodo objeto de análisis en el tamaño, la estructura, la propiedad accionarial o la cadena de suministro de Cerealto Siro Foods.	66
G4-14	Indique cómo aborda Cerealto Siro Foods, si procede, el principio de precaución.	55
G4-15	Elabore una lista de las cartas, los principios u otras iniciativas externas de carácter económico, ambiental y social que Cerealto Siro Foods suscribe o ha adoptado.	59, 60
G4-16	Elabore una lista de las asociaciones (por ejemplo, las asociaciones industriales) y las organizaciones de promoción nacional o internacional a las que Cerealto Siro Foods pertenece y con las que esté vinculada.	59, 60
G4-17	a. Elabore una lista de las entidades que figuran en los estados financieros consolidados de Cerealto Siro Foods y otros documentos equivalentes. b. Señale si alguna de las entidades que figuran en los estados financieros consolidados de Cerealto Siro Foods y otros documentos equivalentes no figuran en la memoria.	65
G4-24	Elabore una lista de los grupos de interés vinculados a Cerealto Siro Foods.	20
G4-28	Periodo objeto de la memoria (por ejemplo, año fiscal o año calendario).	5
G4-29	Fecha de la última memoria (si procede).	Año 2013
G4-30	Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.).	5
G4-31	Facilite un punto de contacto para solventar las dudas que puedan surgir en relación con el contenido de la memoria.	71
G4-32	a. Indique qué opción «de conformidad» con la Guía ha elegido Cerealto Siro Foods. b. Facilite el Índice de GRI de la opción elegida. c. Facilite la referencia al informe de Verificación externa si la memoria se ha sometido a tal verificación.	69, 70
G4-34	Describa la estructura de gobierno de Cerealto Siro Foods, sin olvidar los comités del órgano superior de gobierno. Indique qué comités son responsables de la toma de decisiones sobre cuestiones económicas, ambientales y sociales.	8, 22
G4-56	Describa los valores, principios, estándares y normas de Cerealto Siro Foods, tales como códigos de conducta o códigos éticos.	18
G4-EC1	Valor económico generado y distribuido.	64
G4-EC7	Desarrollo e impacto de la inversión en infraestructuras y los tipos de servicios.	64

Indicador	Descripción del indicador	Página
G4-EC8	Impactos económicos indirectos e impacto significativo de los mismos.	55, 60
G4-EC9	Porcentaje del gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	52
FP1	Porcentaje del volumen de compras a proveedores que siguen las políticas de abastecimiento establecidas por la empresa.	52
FP2	Porcentaje del volumen de compras a proveedores verificado de acuerdo con estándares que gocen de credibilidad internacional en materia de producción responsable. Desglosado por estándar.	52
G4-EN1	Materiales utilizados (peso o volumen) comparado renovables vs no renovables.	51
G4-EN3	Consumos energéticos de Cerealto Siro Foods.	56
G4-EN8	Consumo total de agua por fuente de suministro.	56
G4-EN23	Peso total de los residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	56
G4-EN27	Mitigación del impacto ambiental de los productos y servicios.	57
G4-EN32	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en materia de criterios ambientales.	56
G4-LA1	Número total y tasa de contrataciones y rotación media de empleados, desglosados por grupos, sexo y región.	42, 45
G4-LA9	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por género y por categoría profesional.	47
G4-LA10	Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que les apoyen en la gestión del final de carrera.	47
G4-LA11	Porcentaje de empleados que reciben variable por desempeño y revisiones periódicas de su desarrollo de carrera, por género y por categoría de empleado.	43
G4-LA12	Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por categoría de empleado en función del género, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	45
G4-HR10	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a los derechos humanos.	52
G4-SO1	Porcentaje de operaciones con compromiso implementado la comunidad local, valoraciones de impacto y programas de desarrollo.	56, 57, 58, 60
G4-SO9	Porcentaje de nuevos proveedores que fueron seleccionados con criterios de impactos en la Sociedad.	52
G4-PR1	Porcentaje de categorías de productos y servicios significativos cuyos impactos en materia de salud y seguridad se han evaluado para promover mejoras.	58, 37
FP5	Porcentaje de la producción que ha sido manufacturado en sitios certificados por terceras partes según estándares de salud alimentaria internacionalmente reconocidos.	55, 56
FP6	Porcentaje de ventas de productos reducidos en grasas saturadas, grasas trans, sodio y azúcares añadidos. Presentados por categoría de producto.	58
FP7	Porcentaje de ventas de productos que contienen ingredientes nutricionales añadidos, tal como fibra, vitaminas, minerales, fitoquímicos o aditivos alimenticios funcionales. Presentados por categoría de producto.	58

España

Madrid

Paseo Pintor Rosales, 40
28008 Madrid - Spain
Tel. +34 914 547 800

Reino Unido

Chilworth

The Old Manor House
Chilworth, Guilford GU10 8NE
United Kingdom
Tel. +44 0 1483 561 203

Estados Unidos

San Antonio

203 South Saint Mary's Street, Suite 160
San Antonio, TX 78005
USA
Tel. +1 210 858 78 50

Portugal

Sintra

Beloura Office Park. Edificio 4
esc. 2.7 piso 2
2710-694 Sintra Portugal
Tel. +351 219 242 897

Benavente

Estrada do Miradouro
2130-029 Benavente
Portugal
Tel. +351 263 519 300

Italia

Bolonia

Via Dello Scalo, N° 10/6
40131 Bolonia
Italia
Tel. +39 0514 122 418

Silvano D'Orba

Via Lerma, 68
15060 Silvano d'Orba (AL)
Italia
Tel. +39 0143 882 309

Edita:

Cerealto Siro Foods

**Para cualquier aclaración, duda o sugerencia
relacionada con la memoria por favor contacte con:**

Relaciones Externas
Cerealto Siro Foods
infocerealto@sirofoods.com

Otros datos de la edición

Fecha de edición: Mayo 2015



www.cerealto.com

Paseo Pintor Rosales, 40

28008 Madrid - Spain

Tel. +34 914 547 800