



PROGRESO RESPONSABLE

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA 2021

ÍNDICE



CARTA DEL PRESIDENTE

01. LA ESENCIA DE LO QUE SOMOS

02. EL VALOR QUE APORTAMOS

03. BIENESTAR INTEGRADOR

04. LAS PERSONAS EN EL CENTRO

05. MARCAS QUE CONECTAN Y ENAMORAN

06. EL VALOR DE CAMBIAR

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA. Este documento se ha elaborado conforme a los requisitos establecidos en la Ley 11/2018, de 28 de diciembre, que traspone al ordenamiento jurídico español la Directiva 2014/95/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 22 de octubre de 2014, por la que se modifica la Directiva 2013/34/UE en lo que respecta a la divulgación de información no financiera e información sobre diversidad.



**Perfil del Estado de
Información no Financiera**

Pág. 88

**Índice de contenidos según
requerimientos de la Ley 11/2018
en materia de Información
No Financiera y Diversidad**

Pág. 89

Verificación externa

Pág. 92

Balance y cuentas consolidadas

Pág. 97

Pág. 4

Pág. 7

Pág. 29

Pág. 39

Pág. 55

Pág. 69

Pág. 85

CARTA DEL PRESIDENTE

UN PROGRESO RESPONSABLE, UN BENEFICIO COMPARTIDO

m

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA 2021

El año 2021 fue retador y exigente, pero también un ejercicio en el que logramos importantes avances, abriendo camino hacia nuestra transformación y consolidando nuestro liderazgo y aportación de valor a la sociedad.

La senda para conseguirlo no fue fácil debido a múltiples barreras derivadas de la pandemia, y, con todo, fue un **gran año en el que superamos nuestras expectativas**, alcanzando una cifra de negocio récord de 1.472,2 millones de euros, un 17,5% superior a la del ejercicio anterior, y un volumen de ventas de 18,7 millones de hectólitros, un 5,6% mayor que en 2020. Todo ello, gracias a un equipo formado por cerca de 3.900 profesionales que, con su enorme compromiso y talento, hizo posible que superásemos con éxito todos los desafíos que nos ha planteado este entorno tremendamente cambiante.

Las personas son siempre lo primero para nosotros y el pasado año quedó aún más patente por la especial situación en la que nos encontrábamos, debido a la crisis sanitaria y a su incidencia en la actividad económica. Por ello, nuestros esfuerzos se centraron en **proteger el empleo y fomentar el bienestar de nuestra plantilla**. Mantuvimos las medidas preventivas en todos nuestros centros de trabajo, impulsamos iniciativas para promover la salud física y mental de nuestros profesionales y pusimos en marcha acciones para potenciar la flexibilidad y la conciliación, lo que nos ha llevado a conseguir, una vez más, el certificado de **Empresa Familiarmente Responsable** que otorga la Fundación Más Familia, con la calificación de Excelencia.

EN 2021, UN AÑO RETADOR Y EXIGENTE, SUPERAMOS NUESTRAS EXPECTATIVAS, LOGRANDO IMPORTANTES AVANCES Y ABRIENDO CAMINO HACIA NUESTRA TRANSFORMACIÓN

Nuestro compromiso para contribuir a la recuperación de nuestro país marcó, de nuevo, nuestra actividad y la **relación con nuestros clientes**, tanto de Hostelería como de Alimentación, a los que apoyamos en este difícil contexto y a los que tenemos tanto que agradecer, por su esfuerzo continuo y su aportación de valor.

En 2021, el sector de la Hostelería comenzó a vislumbrar signos de mejora, que hacían pensar que lo peor había pasado, sin embargo, aún quedaba mucho camino por recorrer. La Hostelería necesitó, y seguirá necesitando, de atención y recursos, por ello destinamos **más de 185 millones de euros a ayudar a bares y restaurantes** en la reactivación de sus negocios, así como a desarrollar palancas como la digitalización y la sostenibilidad, claves para su continuidad futura. Asimismo, nos esforzamos por ser buenos compañeros de viaje **para nuestros clientes de Alimentación**, adaptándonos a sus necesidades con flexibilidad y agilidad, gracias a lo que fuimos reconocidos como la **mejor empresa cervecera por su eficiencia de servicio**, según el estudio Benchmarking Supply Chain 2021 realizado por **AECOC**, la Asociación de Fabricantes y Distribuidores de España.

Nuestras marcas, sinónimo de calidad para los consumidores, fueron también valoradas por su excelencia en los más prestigiosos certámenes cervceros. **Mahou** fue, por cuarto año consecutivo, la **gama cervecera española más premiada del mundo**, toda una recompensa al trabajo de un magnífico equipo.

A pesar de las dificultades e incertidumbres en el entorno económico mundial, continuamos **impulsando el negocio internacional** de nuestra Compañía, con el crecimiento de nuestra filial Mahou Chile, la comercialización de nuestros productos en los principales mercados europeos y el desarrollo de nuestras cervceras craft en Estados Unidos, Founders y Avery, que tuvieron que afrontar un contexto de mercado muy complejo, afectado por las restricciones a la actividad hostelera debido al COVID.

Nuestro necesario foco en el día a día no mermó ni un ápice nuestra mirada de largo plazo. Por ello, también el pasado año, diseñamos nuestro **Plan Estratégico 2022-2024** para asegurar nuestra sostenibilidad



futura. Con el lema *El valor de cambiar*, asumimos la premisa de que el contexto evoluciona rápidamente y nosotros debemos hacerlo también a la misma, e incluso a más velocidad, para seguir generando valor, con la valentía y la humildad del que sabe que siempre se puede mejorar. Una filosofía que nos ha llevado a ser valorados, año tras año, como la **cervecera con mejor reputación en España**, según Merco Reputación y Líderes, consiguiendo además el puesto 13 en el ranking global de las 100 mejores empresas en nuestro país.

Nuestra estrategia empresarial se dirige a hacer realidad nuestra razón de ser como Compañía: crear momentos de unión y conexión que mejoren la vida de las personas y del planeta. Un propósito en el que es clave, por supuesto, nuestro nuevo **marco estratégico de Sostenibilidad** para la próxima década **Vamos 2030**, al que destinaremos más de 220 millones de euros para abordar tres ejes principales de actuación: la contribución al progreso económico y social, la protección del hábitat natural y el fomento del bienestar de las personas. Una hoja de ruta que pretende reforzar el papel de Mahou San Miguel como **agente de transformación social desde lo que es relevante para las personas**.

Y con las personas en el centro, la **Fundación Mahou San Miguel** mantuvo inquebrantable su compromiso para impulsar la formación y empleo de jóvenes vulnerables y, en 2021, amplió a nuevas ciudades su

programa *Creamos Oportunidades en Hostelería*, que ha conseguido un 80% de inserción laboral desde sus inicios hace ocho años. También canalizó toda la acción social de nuestra Compañía y los programas de voluntariado de nuestros profesionales que demostraron, un año más, su gran solidaridad.

El futuro más cercano se presenta también lleno de **desafíos e incertidumbre**. En el momento de escribir esta carta nos enfrentamos a una situación de gran inestabilidad geopolítica y un contexto de precios inflacionista, que genera tensiones económicas y sociales en todas las empresas y para el conjunto de la sociedad. En Mahou San Miguel, lo afrontamos con la prudencia que siempre nos ha caracterizado, con visión de largo plazo y con la garantía que supone contar **con el mejor equipo de profesionales para abordar cualquier reto**.

Estoy seguro de que seremos capaces de seguir aportando mucho valor a esta sociedad, junto a nuestros clientes, distribuidores, proveedores y colaboradores. Porque nuestro compromiso es y será **progresar de forma responsable, impulsando un beneficio compartido** por todos.

JOSÉ ANTONIO MAHOU HERRÁIZ
PRESIDENTE

01





LA ESENCIA
DE LO QUE **SOMOS**

LA ESENCIA DE LO QUE **SOMOS**

SOMOS UNA COMPAÑÍA FAMILIAR, 100% ESPAÑOLA, LÍDER DEL SECTOR CERVECERO EN NUESTRO PAÍS Y CON RELEVANTE IMPLANTACIÓN INTERNACIONAL. A LO LARGO DE NUESTROS MÁS DE 130 AÑOS DE HISTORIA, NO HEMOS DEJADO DE CRECER Y DIVERSIFICAR NUESTRO NEGOCIO GRACIAS AL ESFUERZO Y DEDICACIÓN DE NUESTRO EQUIPO, FORMADO POR CERCA DE 3.900 PROFESIONALES.

m

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA 2021

Mahou fue fundada en 1890 y en 2000 incorporó San Miguel a su negocio. Desde entonces, nuestra Compañía no ha parado de crecer y diversificarse, adquiriendo en 2004 la marca canaria Reina; en 2007 Cervezas Alhambra y más tarde, en 2011, Solán de Cabras. En 2014 comenzamos nuestro impulso al mundo craft de la mano de las artesanas norteamericanas Founders Brewing y Avery Brewing, de las que ya somos socios mayoritarios y, en 2016, de la española Nómada Brewing. Un año después entramos en el accionariado de la bilbaína La Salve. Desde enero de 2020, y gracias a nuestro acuerdo de comercialización con la multinacional belga-brasileña, líder del sector cervecero, AB InBev, distribuimos cervezas de la talla de Corona, Budweiser o Stella Artois en España.

Somos líderes del sector cervecero español con una cuota de producción de más del 32% y nuestros productos están presentes en cerca de 200.000 puntos de venta de nuestro país. Además, elaboramos el 70% de toda la cerveza española que se consume en el mundo y nuestras marcas pueden encontrarse en más de 70 mercados, destacando Estados Unidos, Reino Unido, Italia, Alemania, Portugal, Países Nórdicos y Chile. Disponemos de 10 centros de elaboración de cerveza –ocho en España y dos en Estados Unidos– y cuatro manantiales de agua mineral natural con sus plantas de envasado.

Contamos con un amplio portafolio de cervezas nacionales entre las que destacan Mahou Cinco

**SOMOS LÍDERES DEL SECTOR
CERVECERO ESPAÑOL CON UNA
CUOTA DE PRODUCCIÓN DE
MÁS DEL 32%**



Estrellas, San Miguel Especial y Alhambra Reserva 1925; así como San Miguel 0,0, San Miguel ECO y Mahou Barrica, tres productos pioneros y creadores de categoría. También tenemos marcas como Mahou Cinco Estrellas sesión IPA, elaborada de forma colaborativa con Founders Brewing, y de agua mineral natural, como la icónica Solán de Cabras o la canaria Fonteide.



Como líderes, seguimos impulsando la innovación con productos diferenciales que aportan valor al sector y a nuestros distribuidores y clientes. Hemos entrado, incluso, en nuevas categorías, como la ciders con La Prohibida y el agua con gas de Solán de Cabras.

AQUELLO QUE NOS DEFINE

Nos definen la pasión por lo que hacemos, la calidad, la tradición, la maestría cervecera transmitida de generación en generación y nuestra capacidad para aprender y transformarnos. Pero, por encima de todo, nos caracterizan los **valores que nos han traído hasta aquí**; porque los profesionales de Mahou San Miguel impulsamos la innovación, creemos en las personas, buscamos la excelencia, disfrutamos haciendo las cosas bien y contribuimos a crear negocios y entornos sostenibles.

▶ NUESTRO PROPÓSITO

Crear momentos de unión y conexión para mejorar la vida de las personas y del planeta.

▶ NUESTRA VISIÓN

Grupo cervecero internacional, líder claro en cerveza en España con una diversificación selectiva.

Somos una Compañía con alma, que se apalanca en su transformación cultural, la sostenibilidad, la digitalización y la innovación, así como en poner el foco en el consumidor y el cliente. Una Compañía que genera valor para sus accionistas y para todos los grupos involucrados.



▶ NUESTROS VALORES

IMPULSAMOS LA INNOVACIÓN

- Buscamos y aplicamos las mejores prácticas del mercado.
- Innovamos en los procesos y en todas las formas de acercarse al cliente final.
- Aprendemos de los errores.

CREEMOS EN LAS PERSONAS

- Las personas son el motor de la Compañía (profesionales, clientes, distribuidores, proveedores y consumidores).
- Las personas son mucho más que un recurso.
- Las decisiones se toman pensando en el impacto en las personas y su entorno, y no solo en sus resultados.

BUSCAMOS LA EXCELENCIA

- Nos anticipamos a los cambios de mercado con rapidez y agilidad.
- Somos autocríticos e inconformistas.
- Buscamos nuevas formas de hacer las cosas que nos permitan mejorar de manera continua.

DISFRUTAMOS HACIENDO LAS COSAS BIEN

- Somos un gran equipo que disfruta con pasión de su trabajo.
- Estamos orgullosos de trabajar en Mahou San Miguel.
- Tenemos un foco inquebrantable en la calidad.
- No buscamos atajos.

CREAMOS NEGOCIOS Y ENTORNOS SOSTENIBLES

- Cuidamos el negocio como si fuera nuestro.
- Tomamos decisiones con prudencia pensando en los resultados a largo plazo.
- Anticipamos y satisfacemos las necesidades de los consumidores, creando productos, servicios y experiencias más sostenibles y diferenciales.



LA ESENCIA DE LO QUE SOMOS

2021, UN AÑO DE TRANSICIÓN Y PREPARACIÓN PARA EL **FUTURO**



ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA 2021

Hemos dejado atrás un **ejercicio atípico, retador y exigente**; un año en el que tuvimos que convivir de nuevo con la incertidumbre, lo que nos obligó a ser más flexibles y a hacer un seguimiento distinto y más cercano del negocio.

A pesar de todos los obstáculos generados por la crisis sanitaria, los retos surgidos en materia de sostenibilidad, así como las tensiones vividas en el sector logístico, podemos decir que **2021 fue un gran año** en el que, incluso, superamos nuestras expectativas.

Así, fortalecimos nuestra posición en España y en mercados clave, además de nuestra capacidad de respuesta a nuestros distribuidores, clientes y consumidores. Y todo ello, gracias al **esfuerzo realizado por nuestros profesionales** que fueron capaces de manejar la compleja situación derivada de la pandemia

A lo largo del pasado año, nos enfocamos en **proteger el empleo**, dentro y fuera de nuestra Compañía, y en **continuar apoyando al sector hostelero**, pilares que consideramos clave tanto para nuestra recuperación como para la reactivación económica de nuestro país.

Tampoco dejamos de lado aspectos como la **digitalización** o la **innovación**, que demostraron ser palancas críticas de desarrollo, así como nuestro compromiso con la **sostenibilidad** para potenciar nuestro rol como motor de transformación social.

EN 2021, SEGUIMOS IMPULSANDO LA DIGITALIZACIÓN, LA INNOVACIÓN Y LA SOSTENIBILIDAD, PALANCAS CRÍTICAS PARA POTENCIAR NUESTRO ROL COMO MOTOR DE TRANSFORMACIÓN SOCIAL





PRINCIPALES **INDICADORES** DEL AÑO



ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA 2021

CIFRAS ECONÓMICAS	2021	2020	2021 VS 2020
Volumen de ventas (millones hectolitros)	18,7	17,7	5,6%
Cifra de negocio (millones de euros)	1.472,20	1.252,8	17,5%
Principales inversiones (millones de euros)	89,6	76,6	17,0%
Beneficio antes de impuestos (millones de euros)	143,6	17,7	711,3%
Resultado de explotación (millones de euros)	136,7	17,3	690,2%
Cuota de producción en España	31,48%	31,32%	0,5%

CONTRIBUCIÓN A LA SOCIEDAD	2021	2020
Aportación a la economía española	1.303,7 millones de euros	1.288,4 millones de euros
Proveedores españoles	90%	90%
Apoyo a la Hostelería (millones de euros)	185,50	200
Horas destinadas al voluntariado	4.709,5 horas	3.743 horas
Inversión en proyectos de sostenibilidad	10,2 millones de euros	12,7 millones de euros
Inversión en acción social	3,1 millones de euros	3 millones de euros

CALIDAD DE NUESTROS PRODUCTOS

Certificaciones ISO 9001, FSSC, ISO 22000 Espiga Barrada (ELS) estándar AOECs (Gluten-Free), Procedimiento PRG-Q01_02 de Gestión de Reclamaciones.

Nuestro objetivo es seguir superando con excelencia las auditorías a las que somos sometidos.

MAHOU
SANMIGUEL

TRANSPARENCIA Y GOBIERNO CORPORATIVO

Contamos con casi una treintena de políticas enfocadas a establecer procesos éticos y transparentes en cuatro grandes bloques: negocio, responsabilidad corporativa, gobierno corporativo y riesgos.

Hasta la fecha, no se ha recibido ninguna denuncia relacionada con la vulneración de los derechos humanos.



ATRACCIÓN Y RETENCIÓN DE TALENTO	2021	2020
Plantilla (personas)	3.876	3.887
Incorporaciones (personas)	194	142
Comunidades en las que creamos empleo	11	11
Inversión en formación (euros)	912.000 euros	1,27 millones de euros
Merco Talento	13ª posición	17ª posición
Diálogo con la plantilla	Encuesta de cultura OHI que mide el índice de salud organizacional de la Compañía y su desarrollo. Con una participación del 75%, se observaron porcentajes muy elevados de satisfacción, 8,5 sobre 10, y de compromiso con la organización, con un grado de vinculación de casi 9 sobre 10 y una intención de no cambiar de compañía superior al 95%.	

MEDIO AMBIENTE	2021	2020
Inversión	7,29 millones de euros	4,57 millones de euros
% ahorro de agua (hl/hl)	-6,32%	0,93%
% ahorro de energía (GJ/t)	0,84%	0,79%
Residuos	0	0

VAMOS 2030: NUEVO MARCO ESTRATÉGICO DE SOSTENIBILIDAD



m

2021 fue testigo del lanzamiento de nuestro **nuevo marco estratégico de Sostenibilidad Vamos 2030** para los próximos diez años. Con foco tanto en España como en nuestros principales mercados, cuenta con tres ejes principales de actuación, **Progreso, Hábitat Natural y Bienestar**, además de 15 compromisos concretos alineados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible que promueve Naciones Unidas.

A través de esta nueva hoja de ruta, nuestra Compañía quiere impulsar el progreso económico y social de las comunidades en las que estamos presentes, cuidando de las personas y el planeta y promoviendo un estilo de vida más saludable y feliz.

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA 2021

QUEREMOS TENER UN ROL ACTIVO EN LA TRANSFORMACIÓN DE LA SOCIEDAD DESDE LO QUE ES RELEVANTE PARA LAS PERSONAS



ANÁLISIS DE MATERIALIDAD

Pretendemos que este informe sea un instrumento de consulta útil, tanto para nuestros grupos de interés como para la sociedad en general, sobre temas ambientales, de buen gobierno, sociales y económicos que estimamos importantes.

GRUPOS DE INTERÉS DE MAHOU SAN MIGUEL:

- Profesionales
- Distribuidores y concesionarios
- Clientes de Hostelería
- Clientes de Alimentación
- Proveedores
- Consumidores
- Gobierno y Administración Pública
- Asociaciones sectoriales y empresariales
- Tercer sector
- Medios de comunicación
- Universidades, escuelas de negocio y centros de formación

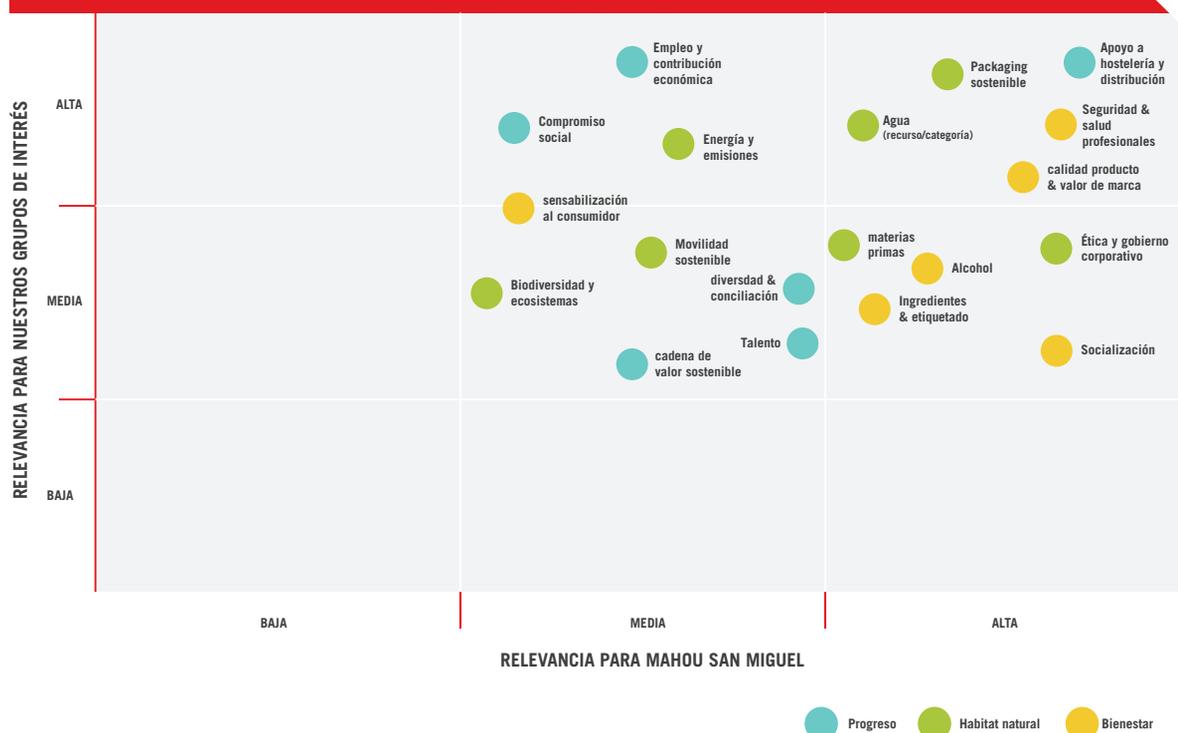


LA ESENCIA DE LO QUE SOMOS

En la identificación de los aspectos clave para la Compañía y la realización del Análisis de Materialidad, tomamos como referencia el marco estratégico de Sostenibilidad *Vamos 2030*, desarrollado de forma colaborativa y transversal con todos nuestros grupos de interés haciendo partícipes, por supuesto, a nuestros profesionales.

Además, incluimos la perspectiva de uno de nuestros grupos de interés clave, el consumidor, a partir de un estudio a 1.200 personas en toda España realizado en dos oleadas. La matriz de Materialidad se alimentó, también, con fuentes secundarias referentes en sostenibilidad, así como con entrevistas en profundidad con expertos internacionales en la materia.

MATRIZ DE MATERIALIDAD DE MAHOU SAN MIGUEL 2021



EL VALOR DEL **ESFUERZO**

m

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA 2021

En 2021, nuestra Compañía y sus marcas recibieron multitud de **reconocimientos**, poniendo de relieve nuestro esfuerzo y el trabajo bien hecho:

- **Mahou San Miguel fue elegida, un año más, como la cervecera con mejor reputación de España**, según el monitor Merco Empresas y Líderes 2021. Obtuvimos el mejor resultado de nuestra trayectoria, alcanzando la 13ª posición en el ranking global de 100 mejores compañías.
- **El Ayuntamiento de Madrid reconoció nuestro apoyo al sector hostelero durante toda la pandemia**. El galardón puso en valor la firme implicación de nuestra Compañía con los bares y restaurantes madrileños, contribuyendo así a la recuperación de uno de los pilares fundamentales de la actividad turística y económica de la ciudad.
- **Nuestra estrategia para atraer y retener el talento**, “Sed de avanzar”, llevó a Mahou San Miguel a ser elegida “**Mejor Marca Empleadora**” en los LinkedIn Talent Awards.



AECOC

Fuimos, de nuevo, **la mejor empresa cervecera por su eficiencia en el servicio**, según el estudio **Benchmarking Supply Chain** realizado por AECOC, la Asociación de Fabricantes y Distribuidores de España.



- **El Ministerio de Igualdad reconoció nuestro compromiso con la diversidad y la igualdad de género**. Renovamos el “Distintivo de Igualdad en la Empresa” gracias a nuestras políticas activas en este ámbito, que nos convirtieron en un referente empresarial.
- **La Fundación Másfamilia nos hizo valedores del nivel de Excelencia en materia de conciliación en el Certificado efr**, un reconocimiento que nos permitió situarnos como un referente internacional en conciliación, siendo la única cervecera en lograr tal nivel de calificación.
- **Nuestra icónica marca Mahou fue, por cuarto año consecutivo, la gama cervecera española más premiada del mundo**, con galardones en los certámenes cerveceros internacionales más prestigiosos. Por su parte, **Cervezas San Miguel** arrasó en los **Superior Taste Awards**, los considerados la “Guía Michelin” de la alimentación y las bebidas debido a su exigente metodología a la hora de evaluar los productos presentados en cada categoría.
- La innovación también tuvo reconocimiento y nuestra serie de **“Numeradas de Cervezas Alhambra”** fue galardonada en la tercera edición de los **premios Innovación**, organizados por la Asociación Promarca, concretamente en la categoría de Innovación.

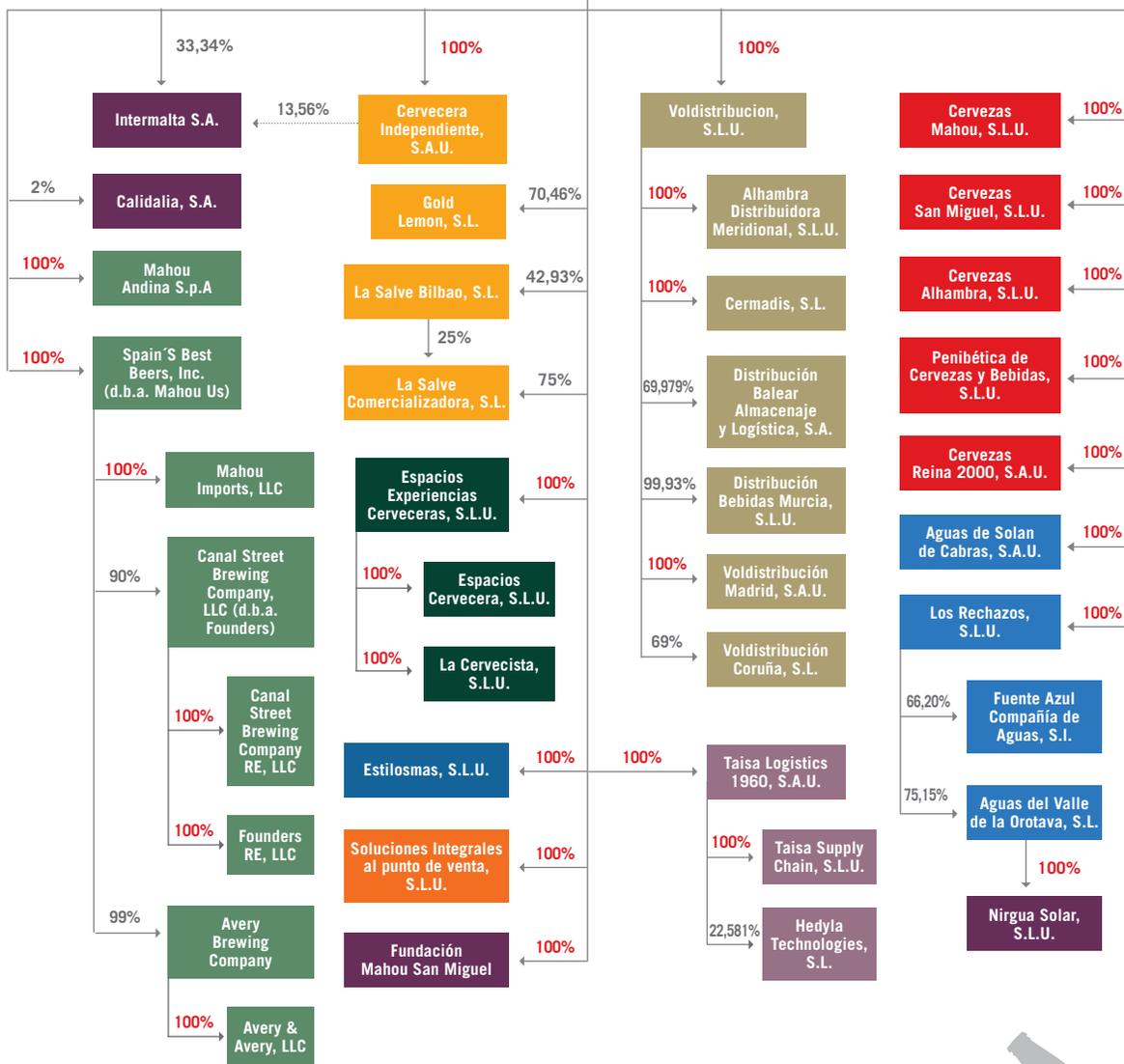


Solán de Cabras, nuestra agua mineral natural de referencia, se hizo con el **sello de oro** en los **Monde Selection 2021**. Este Instituto Internacional formado por un jurado de expertos, reconoció a nuestra marca por su gran calidad en sus variedades **con y sin gas**.

ESTRUCTURA SOCIETARIA



Mahou S.A.



LA ESENCIA DE LO QUE SOMOS

- Fábricas
- Lifestyle
- Aguas
- Internacional
- Distribución
- Cervecera
- STD
- TAISA
- Espacios
- Otros



ÓRGANOS DE GOBIERNO

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

Composición del Consejo de Administración de Mahou San Miguel, máxima autoridad de la compañía en el proceso de toma de decisiones y con el poder de destinar los recursos a las unidades de negocio y áreas de actividad y evaluar su rendimiento.

CONSEJERO	CARGO
D. José Antonio Mahou Herráiz	Presidente
D. Gerardo Fernández Calvo ¹	Vicepresidente primero
D. José A. Togores Mahou	Vicepresidente segundo
D. Eduardo A. Petrossi Valdés ²	Consejero delegado
D. Alfredo Mahou Herráiz	Vocal
D ^a . Alicia Mahou Parra	Vocal
D ^a . Ana Francisca Gervás Hierro ³	Vocal
D ^a . Fátima Mahou Herráiz	Vocal
D ^a . Germina C. Eva Gervás ⁴	Vocal
D ^a . M ^a del Carmen Mahou de la Torre	Vocal
D ^a . Mercedes Calvo Caminero ⁵	Vocal
D. Pablo Usandizaga Usandizaga ⁶	Vocal
D ^a . Beatriz Martínez-Falero García	Secretaria no consejera
D. Juan Ruiz de Velasco Martínez-Ercilla	Vicesecretario no consejero

¹ En representación de Mosquillilla, S.L.U.

² En representación de Tamarinver, S.L.U.

³ En representación de IPL Gala Internacional, S.L.

⁴ En representación de Sociedad Gala de Inversiones, S.L.U.

⁵ En representación de Altinver, S.A.U.

⁶ En representación de Inversiones Múltiples, S.L.U.



COMISIÓN EJECUTIVA

La Comisión Ejecutiva de la Compañía, apoyada por el equipo directivo, tiene la función de adoptar las decisiones de gestión del negocio. Está integrada por:

CONSEJERO	CARGO
D. Eduardo A. Petrossi Valdés ¹	Presidente
D. Alfredo Mahou Herráiz	Vicepresidente
D ^a . Carmen Mahou de la Torre	Vocal
D. Gerardo Fernández Calvo ²	Vocal
D. José A. Togores Mahou	Vocal
D. Pablo Usandizaga Usandizaga ³	Vocal

¹ En representación de Tamarinver, S.L.U.

² En representación de Mosquililla, S.L.U.

³ En representación de Inversiones Múltiples, S.L.U.

EQUIPO DIRECTIVO

Lidera la actividad y el desempeño diario de Mahou San Miguel:

NOMBRE	CARGO
D. Alberto Rodríguez-Toquero	Director General
D. Peio Arbeloa	Director General Unidad de Negocio España
D. Erik d'Auchamp	Director General Unidad de Negocio Internacional
D. Jesús Núñez	Director General Unidad de Negocio Aguas
D. Javier Guerrero	Director General Unidad de Negocio Distribución Propia
D. Mariano Navarro	Director General de Finanzas, Estrategia, Compras y Patrimonio
D. Emmanuel Pouey	Director General de Marketing
D. Nicolás Castrejón	Director General de Operaciones
D. Jesús Domingo	Director General de Personas y Organización
D. Miguel Ángel Miguel	Director General de Transformación
D ^a . Beatriz Martínez-Falero	Directora de Asesoría Jurídica
D. Antonio Jiménez	Director de Auditoría y Control Interno
D. Benet Fité	Director de Calidad, I+D+i y Medio Ambiente
D ^a . Patricia Leiva	Directora de Comunicación Corporativa, RRII y Sostenibilidad



TRANSPARENCIA Y BUEN GOBIERNO

PARTE ESENCIAL DE NUESTRA CULTURA CORPORATIVA ES ACTUAR CON RESPETO, HONESTIDAD E INTEGRIDAD. NUESTROS OBJETIVOS EN ESTE SENTIDO SON CLAROS Y PARA ALCANZARLOS CONTAMOS CON CASI UNA TREINTENA DE POLÍTICAS DIRIGIDAS A ESTABLECER PROCESOS ÉTICOS Y TRANSPARENTES. TODAS ELLAS ENMARCADAS DENTRO DE CUATRO GRANDES BLOQUES: NEGOCIO, SOSTENIBILIDAD, GOBIERNO CORPORATIVO Y RIESGOS.



■ CÓDIGO DE CONDUCTA

Establece las pautas, valores y principios por los que ha de regirse el comportamiento de las personas de nuestra organización en sus relaciones internas y externas, tanto en lo que se refiere a la actividad laboral como con los grupos de interés y la sociedad en general.

Además, recoge los principios de no contratación a menores, de libertad de asociación y derecho de negociación colectiva y de rechazo explícito a trabajos forzados o realizados bajo coacción, entre otros. Un compromiso que compartimos todos los profesionales de Mahou San Miguel, así como nuestros proveedores y clientes.

■ CÓDIGO DE CONDUCTA DE PROVEEDORES

Velamos porque todas aquellas empresas que colaboran con nosotros desarrollen su actividad en el marco de una probada sostenibilidad y ética empresarial. Por ello, contamos no solo con una Política General de Compras, sino que, además, disponemos de un Código de Conducta para Proveedores.

Con respecto a la Política General de Compras destacan, entre otros, los siguientes fundamentos relevantes:

- Asegurar la transparencia y no discriminación, estableciendo unos estándares profesionales honestos y abiertos.
- Impulsar el cumplimiento riguroso de las condiciones contractuales, la legislación vigente y la normativa y procedimientos aplicables, sobre todo, en lo referente a derechos humanos, aspectos laborales, prevención de riesgos laborales, calidad, seguridad alimentaria y medio ambiente.
- Promocionar relaciones comerciales estables que estén basadas en la exigencia de la máxima calidad, la transparencia, la mejora continua y el beneficio mutuo, impulsando actividades de innovación y desarrollo.

■ COMITÉ ÉTICO Y DE CUMPLIMIENTO

Nuestra Compañía cuenta con un Comité Ético y de Cumplimiento cuyas funciones son, entre otras:

- Desarrollar y difundir el contenido del Programa de Prevención de Irregularidades y de Cumplimiento Normativo.
- Controlar y vigilar el cumplimiento de las políticas generales, de las normas de desarrollo y, en especial, de la Ley.
- Identificar actividades de la empresa en cuyo ámbito puedan cometerse actos delictivos.
- Actuar como canal de denuncia, dirigir las investigaciones internas y proponer la imposición de sanciones disciplinarias.
- Instaurar un sistema de integración y correlación entre el Mapa de Riesgos Penales y Reputacionales de Mahou San Miguel y los controles y medidas adoptadas para su mitigación.





PLAN DE PREVENCIÓN DE DELITOS

El Consejo de Mahou San Miguel aprobó en 2018 el Plan de Prevención de Delitos, que se suma a las políticas generales que luchan contra la corrupción, soborno y blanqueo de capitales, entre otros.

Además, disponemos del Canal de Denuncias por el que se puede poner en conocimiento del Comité Ético cualquier infracción de las políticas generales y otras normas internas.

Formamos parte del Comité Ejecutivo de la Red Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas y estamos comprometidos con:

- La gestión sostenible de los recursos naturales
- La igualdad de oportunidades y la no discriminación
- La defensa de los derechos humanos
- La lucha contra la corrupción empresarial

Todos estos aspectos están recogidos en nuestras políticas generales y Código de Conducta (que está publicado en nuestra web y en nuestra Intranet) y cualquier incumplimiento puede ser puesto en conocimiento a través del Canal de Denuncias gestionado por el Comité Ético y de Cumplimiento. Asimismo, toda incidencia recibida es analizada y se abre la correspondiente investigación. Hasta la fecha, no se ha recibido ninguna denuncia relacionada con la vulneración de los derechos humanos.

Asimismo, Mahou San Miguel está sujeta a la normativa europea que se sustenta en el cumplimiento de los convenios fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo, los cuales aluden, entre otros factores, a la no vulneración de los derechos humanos, al respeto a la libertad de asociación y al derecho a la negociación colectiva.

POLÍTICAS CORPORATIVAS

En Mahou San Miguel, ponemos en práctica nuestros principios y valores mediante un conjunto de políticas corporativas de obligado cumplimiento. Estas establecen las principales pautas de conducta para todos los que formamos parte de la Compañía.

Todas ellas han sido elaboradas por los distintos departamentos responsables y su actualización se aprobó en el Consejo de Administración del 16 de marzo de 2016.



NEGOCIO:

- Política Comercial
- Política de Compras
- Política de Operaciones
- Política de Marketing
- Política de Innovación de Producto

RESPONSABILIDAD CORPORATIVA:

- Política de Personas y Organización
- Política de Responsabilidad Social Corporativa
- Política de Calidad y Seguridad Alimentaria
- Política Ambiental
- Política de Gasto Responsable

RIESGOS:

- Política de Control y Gestión de Riesgos
- Política de Riesgos de Clientes
- Política de Prevención, Salud y Bienestar
- Política de Inversiones y Desinversiones

- Política de Prevención de Riesgos Penales
- Política de Riesgos Financieros
- Política de Prevención de Riesgo Reputacional
- Política de Prevención de Riesgos Fiscales
- Política de Anticorrupción
- Política de Aseguramiento

GOBIERNO CORPORATIVO:

- Propósito, Misión, Visión y Valores
- Código de Conducta
- Política de Organización y Coordinación Societaria
- Política de Comunicación Corporativa
- Política de Mecenazgo
- Política de Dividendos y Autocartera
- Política de Información a los Accionistas

**TENEMOS CLAROS NUESTROS
OBJETIVOS Y CONTAMOS CON
UN CONJUNTO DE POLÍTICAS QUE
MARCAN NUESTRO CAMINO A
SEGUIR PARA ALCANZARLOS**

CONTROL Y GESTIÓN DE RIESGOS

Nuestra función de control y gestión de riesgos vela para identificar, gestionar y dar a conocer adecuadamente los principales riesgos a los que se enfrenta la Compañía. La Dirección de Auditoría y Control Interno es la responsable de dicha función, bajo la supervisión directa de la Comisión Ejecutiva de la Compañía, que se ejerce según el marco de referencia de las mejores prácticas internacionalmente aceptadas (COSO y Código de Buen Gobierno) y de acuerdo con los siguientes fundamentos:

- Involucrar a todos los responsables de la Compañía en la identificación, gestión y cuantificación adecuada de todos los riesgos importantes, así como exigir su utilización en la toma de decisiones.

ACTIVIDADES DE CONTROL

Establecer las medidas necesarias para mitigar el impacto de los riesgos identificados en caso de que llegaran a materializarse, definiendo e implantando los controles (preventivos, detectivos, correctivos, automáticos y/o manuales), así como los planes de contingencia necesarios para la consecución de los objetivos.

INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

- Facilitar información relevante y de calidad sobre el control y gestión de riesgos, con sus correspondientes controles y planes de contingencia.
- Fomentar internamente el conocimiento sobre el control interno y la gestión de riesgos.
- Comunicar a los grupos de interés externos los aspectos clave que afectan al funcionamiento del sistema de control.

ACTIVIDADES DE SUPERVISIÓN

- Asegurar el buen funcionamiento de los sistemas de control y gestión de riesgos mediante evaluaciones continuas o periódicas para determinar si funcionan adecuadamente, comunicando a las partes responsables las medidas de mejora recomendadas para su aplicación.
- Velar por que el sistema de control y gestión de riesgos mitigue razonablemente los riesgos en el marco de la política aquí definida.

El Departamento de Auditoría y Control Interno realiza un enfoque sistemático y disciplinado para evaluar y mejorar la eficacia de los procesos de gestión de riesgos, control y gobierno. Asimismo, revisa el Sistema de Control Interno y de Gestión del Riesgo de la Compañía. Durante 2021, se realizó un incremento del entorno y cultura de control interno en la organización a través de test periódicos de controles y acciones de comunicación.

ENTORNO DE CONTROL

Crear el conjunto de normas, procesos y estructuras que constituyan la base sobre la que desarrollar el control interno, de acuerdo con los estándares de conducta esperados y los valores éticos de la organización.

EVALUACIÓN DE RIESGOS

- Identificar y evaluar la distinta tipología de riesgos asociados a las actividades de Mahou San Miguel, organizando los mismos en cuatro grandes grupos: Estratégicos, Operativos, Financieros y Normativos.



IDENTIFICACIÓN DE **RIESGOS**

m

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA 2021

A lo largo del año 2021, la estrategia y la gestión de riesgos de Mahou San Miguel han continuado muy enfocadas en asegurar la salud de nuestros colaboradores, en la recuperación de la actividad y en garantizar la minimización de impactos adversos derivados de un escenario con desaceleración económica, un posible deterioro macroeconómico e inestabilidad política.

En Mahou San Miguel, todos los empleados son responsables de la gestión del riesgo y deben conocer y comprender los posibles impactos inherentes a sus actividades diarias, evitando asumir aquellos en las que se desconozcan o en las que exceda los límites de apetito de riesgo establecidos por la Compañía. Para conseguirlo, formamos e implicamos a todas

las personas en una cultura de gestión de riesgos, alentándolas a identificarlos y a participar activamente en su mitigación. En Mahou San Miguel, tenemos definidas 20 categorías de riesgo que nos permiten tener una visión agrupada de todas las tipologías que pueden afectarnos. Este modelo, inspirado en las mejores prácticas, facilita la priorización y el desarrollo de actuaciones coordinadas, tanto desde una perspectiva de Compañía y Unidad de Negocio, como de los distintos procesos y actividades.

Los principales riesgos que hemos identificado en 2021 tienen relación con las consecuencias de la pandemia a corto, medio y largo plazo. A continuación, se describen los más relevantes.

FORMAMOS E IMPLICAMOS A TODAS LAS PERSONAS EN UNA CULTURA DE GESTIÓN DE RIESGOS, ALENTÁNDOLAS A IDENTIFICARLOS Y A PARTICIPAR ACTIVAMENTE EN SU MITIGACIÓN

PRINCIPALES CIFRAS ECONÓMICAS		ESCENARIO(S) DE RIESGO IDENTIFICADO	MEDIDAS DE GESTIÓN Y CONTROL VIGENTES DURANTE 2021
Factores Externos Entorno y Dinámicas de Mercado		Impactos negativos provocados por factores externos sociopolíticos y macroeconómicos, cambios significativos en la demanda y/o cambios en la estructura o composición del mercado (competidores).	En Mahou San Miguel, realizamos un seguimiento periódico de los principales indicadores macroeconómicos y de las tendencias generales de mercado en los distintos sectores en los que operamos. También llevamos a cabo análisis evolutivos segmentados y tracking recurrente de nuestra salud de marca.
	Continuidad de Negocio	Tensiones y/o incapacidad para asegurar el correcto desarrollo de la actividad ante el repunte de la demanda y de las presiones inflacionistas ligadas a la reactivación económica.	Disponemos de una Política de Gestión de Riesgos y Cobertura de Commodities en la que se definen las estrategias de actuación para las categorías de compra y suministro con mayor volatilidad. Con el fin de mitigar el riesgo de abastecimiento, tenemos establecidos planes de contingencia y contratos a medio y largo plazo para aquellas categorías críticas en el desempeño de nuestra actividad. Monitorizamos de forma continua los precios y tenemos firmados contratos de cobertura con entidades bancarias y/o con algunos de nuestros proveedores para asegurarlos. Además, durante 2021 revisitamos y actualizamos nuestros planes de respuesta ante eventuales incidentes que puedan suponer la interrupción en nuestra cadena de suministro, así como para mitigar el riesgo motivado por el impacto de la crisis económica derivada de la pandemia en nuestros clientes y colaboradores.
		Riesgos derivados de la comercialización de nuestros productos y de las relaciones con nuestros clientes y consumidores	Hemos definido planes específicos orientados a reforzar la llegada al mercado y mantener nuestro liderazgo.
Riesgo de Mercado			Durante 2021, continuamos desarrollando y evolucionando nuestro Plan de Continuidad de Negocio, incorporando las lecciones aprendidas para afianzar la resiliencia y actualizando el análisis de impacto del negocio (BIA). Adicionalmente, durante 2021, la función de Auditoría y Control Interno ha puesto en marcha un proceso de definición Indicadores Clave de Riesgo (Key Risk Indicators), que proporcionan información cuantitativa y constituyen una señal temprana y oportuna sobre la evolución y exposición creciente al riesgo que nos va a permitir detectar y anticipar los planes de respuesta necesarios antes de que los riesgos puedan materializarse. Este proceso complementa a nuestro Sistema de Control Interno.
Liquidez y Crédito	Potencial riesgo de desequilibrio en Tesorería.	Mahou San Miguel realiza un seguimiento activo de la liquidez y de su proyección. El Comité de Liquidez, creado durante la pandemia ha continuado ejerciendo una labor de contención del gasto, realizando un seguimiento periódico de la situación de tesorería a lo largo de todo el año 2021 alineado con nuestra política de prudencia financiera. La evolución de las ventas, el estrecho seguimiento de las partidas de gasto y la recuperación de los créditos comerciales de nuestros clientes, nos ha permitido contar a final de año con una liquidez para afrontar los retos presentes y del futuro.	
Gobierno Corporativo	Impactos desfavorables en la relación y comunicación con nuestros grupos de interés.	Gestionamos de forma proactiva la relación con nuestros grupos de interés, integrando sus necesidades, expectativas y los objetivos a alcanzar para con cada uno de ellos, en nuestra estrategia de negocio, evidenciando ser una compañía sostenible a través de nuestro compromiso social, ambiental y de buen gobierno, sin descuidar en ningún momento los aspectos financieros. Prueba de ello son los más de más de 7,2M€ invertidos en 2021 en proyectos de inversión con impacto ambiental, así como nuestro nuevo posicionamiento en sostenibilidad <i>Vamos 2030</i> y las certificaciones efr, ISO 14001 o EMAS, todas ellas renovadas en 2021. Durante 2021, hemos mantenido nuestro calendario de comunicaciones clave y realizado el seguimiento de las mismas.	
Riesgos Emergentes	Seguridad Tecnológica	En 2021, la función de Auditoría y Control Interno de Mahou San Miguel, en colaboración con la Dirección de Sistemas, ha realizado un estudio para evaluar el nivel objetivo de madurez en ciberseguridad, basado en el framework del NIST (National Institute of Standards and Technology). La Compañía dirige la estrategia para dar respuesta a este riesgo, promoviendo y liderando iniciativas encaminadas a mitigarlo. Esta dotación en la estructura ayuda a intensificar el foco en la materia y a fortalecer los sistemas de defensa para una respuesta más efectiva ante las amenazas que puedan surgir.	
	Capital Humano y Gestión del Talento	Además de en la tecnología y todos sus riesgos adyacentes, el foco en los riesgos está girando hacia las personas, adquiriendo una mayor relevancia la diversidad y gestión de talento, el bienestar o la cultura corporativa. En este sentido, a lo largo de 2021 en Mahou San Miguel hemos revisado y actualizado nuestro Sistema de Gestión por Competencias y Resultados, así como nuestro Mapa de Talento, y hemos desplegado el Proyecto de Cultura "Ser MSM", que constituye una de las palancas clave de nuestro Plan Estratégico.	
	Climatología	En Mahou San Miguel, existe un foco especial en el impacto de los riesgos relacionados con el cambio climático, tanto por el impacto en el entorno y en la vida de las personas, como por el elevado número de consecuencias adversas que conlleva para nuestra actividad (escasez de recursos, incremento de precios de las commodities, adaptación de instalaciones, cambio en los hábitos de consumo, etc.). En 2021, realizamos un estudio para analizar el riesgo que puede suponer el cambio climático en diferentes escenarios, evaluando su potencial impacto tanto sobre el entorno, como sobre nuestro negocio, lo que nos ha permitido trazar la estrategia ambiental a medio y largo plazo bajo la premisa de minimización del riesgo.	
	Cambio Regulatorio y Compliance	La creciente regulación normativa en materias de diversa índole (protección de datos, competencia, fiscalidad, normativa ESG.), impacta de forma directa en el perfil de riesgo, obligándonos a realizar una revisión continua para asegurar el cumplimiento en el desempeño de nuestra actividad. Mahou San Miguel contempla en su estrategia y cultura una vocación alta de cumplimiento, estableciendo tolerancia cero ante riesgos de cumplimiento, así como los de conducta, con el objetivo de minimizar la probabilidad de cualquier impacto económico, regulatorio o de reputación. Nuestra Dirección de Cumplimiento reporta periódicamente al Comité Ético y Cumplimiento, siendo la encargada de impulsar y procurar los más altos niveles de cumplimiento de la legislación y la ética profesional dentro de Mahou San Miguel. Además, nuestra área de Relaciones Institucionales y Asuntos Públicos monitoriza las principales alertas regulatorias en las que estamos trabajando, por su importancia para nuestro negocio y la Compañía.	



HECHOS POSTERIORES

m

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA 2021

Tras el cierre del ejercicio, se ha incrementado la incertidumbre derivada de la situación política entre Ucrania y Rusia. Las tensiones en torno a este asunto podrían ocasionar efectos negativos en la economía tales como inestabilidad en las divisas, en los tipos de interés o tensiones de liquidez. Asimismo, podrían producirse interrupciones en la cadena de suministro y deterioro en la confianza de los consumidores.

Todas estas consecuencias, junto con la inseguridad asociada, podrían tener un impacto en las operaciones y en la situación financiera de Mahou San Miguel, cuyo efecto es difícil de predecir.

Por los motivos anteriormente expuestos, la situación económica y normativa puede diferir de las expectativas de la Dirección de la Compañía.

No obstante, se realiza un riguroso seguimiento de los acontecimientos con el fin de ajustar las decisiones estratégicas y operativas y minimizar los riesgos empresariales.

A parte de lo comentado, desde el cierre del ejercicio hasta la fecha de formulación del presente Estado de Información no Financiera, no se han producido hechos posteriores que pudieran tener un efecto significativo sobre el mismo.

**TRAS EL CIERRE DEL EJERCICIO,
SE HA INCREMENTADO LA
INCERTIDUMBRE DERIVADA DEL
CONTEXTO SOCIOPOLÍTICO**





02



EL **VALOR** QUE APORTAMOS

A lo largo de 2021, Mahou San Miguel mantuvo un rol activo para contribuir al progreso económico y social de nuestro país. Y es que llevamos más de 130 años aportando valor con nuestra actividad y lo seguiremos haciendo, ya que estamos convencidos de que debemos ser un agente de transformación de la sociedad, que impulse su desarrollo.

NUESTRO COMPROMISO CON LA **HOSTELERÍA**, INCONDICIONAL Y DE LARGO PLAZO



ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA 2021

Tras todo el apoyo brindado al sector hostelero en 2020, el pasado año mantuvimos este compromiso con bares y restaurantes no solo con el objetivo de contribuir a su reactivación sino para impulsar su transformación futura y, así, ayudar a garantizar su sostenibilidad en el largo plazo. Todo ello nos permitió reforzar el vínculo con nuestros clientes y el sentimiento de que somos una familia.

Ante el contexto sobrevenido por la pandemia, nuestra Compañía no dudó en poner los recursos necesarios al servicio de la recuperación de los establecimientos hosteleros. A partir de la escucha y el entendimiento de sus necesidades, destinamos más de **185,5 millones de euros** a impulsar ayudas financieras personalizadas, asesoramiento estratégico y otras medidas como el acondicionamiento de terrazas.

La digitalización y la sostenibilidad, pensando en el porvenir a largo plazo de estos negocios, fueron las

palancas clave que potenciamos en el marco de nuestro **Plan de Transformación de la Hostelería**. Con una inversión asociada de más de 40 millones de euros, ayudamos a nuestros clientes a identificar oportunidades y desarrollar iniciativas en estos ámbitos.

En concreto, desarrollamos diferentes acciones para promover la **digitalización** de bares y restaurantes entre las que destacó **Rentabilibar**, principal canal de comunicación con nuestros clientes que, en 2021, celebró su quinto aniversario con más de 115.000 usuarios. A lo largo de estos cinco años, la plataforma ha evolucionado, adaptándose a las tendencias y necesidades de cada momento, hasta posicionarse como un activo clave para impulsar el desarrollo futuro del sector. Prueba de ello fue la buena respuesta que obtuvo en 2021 por parte de los hosteleros, con una valoración de 4,5 sobre 5 a los contenidos ofrecidos y un 40% de recurrencia media mensual.

**NUESTROS CLIENTES
HOSTELEROS SON PARTE DE
NUESTRA FAMILIA Y, POR
ELLO, EN 2021 DESTINAMOS
185,5 MILLONES DE EUROS A
APOYARLES**





**POTENCIAMOS LA
DIGITALIZACIÓN Y LA
SOSTENIBILIDAD ENTRE
NUESTROS CLIENTES
HOSTELEROS CON EL OBJETIVO
DE CONTRIBUIR A IMPULSAR
SU TRANSFORMACIÓN**

El pasado año, nos unimos a **ConectadHOS**, iniciativa relevante para ayudar a la digitalización de la Hostelería. La plataforma, compuesta por Hostelería de España, Coca-Cola, Pernod Ricard y Makro se creó con la aspiración de canalizar más de 238 millones de euros de los fondos europeos Next Generation de la Unión Europea para dicho fin.

La **sostenibilidad** supone otro acelerador del proceso de evolución de la Hostelería y, por ello, contribuir a que los establecimientos fuesen entornos seguros en los que socializar fue prioritario para Mahou San Miguel, pero también lo fue ayudar a que se convirtieran en espacios más respetuosos desde el punto de vista ambiental. En esta línea, nuestra Compañía fue pionera en la instalación de **parasoles capaces de reducir la contaminación** y en hacer llegar a nuestros clientes **mesas y sillas fabricadas con material 100% reciclado y totalmente reciclable**. Además, llegamos a un acuerdo con la Asociación de Restaurantes Sostenibles para ayudarles como patrocinadores oficiales de la entidad.

En 2021, también renovamos nuestro acuerdo con **Hostelería de España** por cinco años más, con el objetivo de seguir contribuyendo al desarrollo de este sector como uno de los pilares fundamentales de la actividad económica y turística nacional.

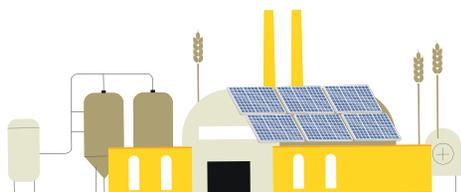
También de la mano de Hostelería España, nos adherimos al proyecto multidisciplinar *Calles vivas* junto con la Fundación Once, Hostelería Madrid y Makro, para convertir las terrazas en espacios de convivencia inteligentes, accesibles y sostenibles. Un proyecto plural que dio respuesta a algunos de los principales retos de la Hostelería en materia de sostenibilidad.

Nuestro apoyo a los bares y restaurantes madrileños durante la pandemia y nuestro firme compromiso con los hosteleros españoles nos llevó a ser galardonados por el **Ayuntamiento de Madrid** en la segunda edición de los Reconocimientos de la Ciudad al Turismo. Además, la publicación Actualidad Económica reconoció a nuestra Plataforma de financiación para apoyar a la Hostelería “Ahora más que Nunca” como una de las “100 mejores ideas del año” en la 43ª edición de estos galardones, mientras que los H&T Awards (premios del Salón de Innovación en Hostelería) nos distinguieron con el premio a la “Mejor Estrategia de Recuperación del Sector” por nuestra labor de apoyo al canal hostelero en el último año.

LÍDER EN SERVICIO EN EL CANAL DE ALIMENTACIÓN



ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA 2021



El Canal de Alimentación fue esencial en una crisis sanitaria que ha provocado cambios en los hábitos de consumo en el hogar y ha generado nuevas necesidades. En este sentido, la robustez de nuestra cadena de suministro, su agilidad y su flexibilidad en la toma de decisiones nos ayudaron a cumplir con nuestra promesa de servicio a los clientes, asegurando en todo momento el abastecimiento y la continuidad del negocio.

En 2021, fuimos capaces de mantener estos altos niveles de servicio y nuestra **Compañía** fue **reconocida, de nuevo, como la mejor cervecera por su eficiencia de servicio según el estudio Benchmarking Supply Chain** realizado por **AECOC**, la Asociación de Fabricantes y Distribuidores de España, basado en las valoraciones de los 20 principales distribuidores de nuestro país. Superamos la media del sector gracias a nuestra capacidad de planificación y reacción, así como a nuestro nivel de colaboración en un ejercicio atípico.

Revalidar nuestros buenos resultados en este ranking, en un año lleno de retos y marcado por la inestabilidad, es el resultado del gran trabajo que viene realizando la Compañía en este ámbito desde hace años.

NUESTRA COMPAÑÍA FUE RECONOCIDA, DE NUEVO, COMO LA MEJOR EMPRESA CERCERERA POR SU EFICIENCIA DE SERVICIO SEGÚN AECOC





LA **DIGITALIZACIÓN**: UNA PIEZA CLAVE PARA IMPULSAR LA TRANSFORMACIÓN DE NUESTRA COMPAÑÍA

Potenciar la **digitalización** continuó siendo un eje prioritario de actuación para Mahou San Miguel en 2021. Por ello trabajamos para ser pioneros en herramientas que otorgasen un valor añadido a nuestros consumidores y escucharlos fue más importante que nunca para poder dar respuesta a sus expectativas tras la pandemia. Haber iniciado el camino en este campo hace años nos permitió avanzar con agilidad, a pesar del nuevo escenario lleno de incertidumbre.

Así, seguimos desarrollando la **experiencia de consumo en el hogar** y nuestro ecommerce, la Tienda Mahou San Miguel, que celebró su segundo aniversario y trascendió la venta de nuestros productos para favorecer, además, la cultura cervecera, generando experiencias como catas, maridajes, conciertos o cursos especializados. También puso en marcha nuevos servicios como la **suscripción de compra** y traspasó fronteras, llegando a Chile bajo el nombre de **Mahou Bar**.

DE LA MANO DE **NUESTROS PROVEEDORES** LOCALES



A lo largo del pasado año, trabajamos de la mano de nuestros **2.175 proveedores de los cuales, el 90% son españoles, realizando compras nacionales (el 94% del total) por valor de 682,7 millones de euros**. También, apoyamos la agricultura de nuestro país, destacando que el 98% de las materias primas utilizadas para la elaboración de nuestras cervezas procede de productores locales, siguiendo con nuestro objetivo de generar valor y riqueza en las comunidades en las que estamos presentes.

La sostenibilidad siguió siendo un compromiso compartido y acompañamos a todos nuestros socios y proveedores con formación y pautas para integrarla en su día a día.

En 2021, con el objetivo de asegurar que nuestros colaboradores comparten nuestros principios éticos, continuamos apoyándonos en políticas propias como el **Código de Conducta para Proveedores** o el **Portal del Proveedor**, así como en nuestra **Política de Compras**, que respeta los principios establecidos en el Pacto Mundial de Naciones Unidas y vela para que nuestros colaboradores desarrollen su actividad en el marco de una probada ética empresarial, fomentando la compra responsable.

La totalidad de compañías que colaboran con nosotros cumplieron con los requisitos que exigimos en materia de sostenibilidad. Para garantizarlo, utilizamos distintas herramientas como nuestros acuerdos de calidad, las especificaciones de



materiales, las auditorías en instalaciones, los estudios e implantación de acciones de mejora, el seguimiento de comportamiento de suministros y una valoración anual a todos los proveedores. Igualmente, acompañamos e impulsamos a los mismos en su senda hacia acciones más sostenibles.

Continuamos extendiendo, además, nuestras buenas prácticas a través del **Manual de Eventos Sostenibles** que persigue, en colaboración con las agencias organizadoras de eventos, lograr actos 100% sostenibles. Adicionalmente, con nuestro **Manual de Agricultura Sostenible**, que en 2021 se compartió con más de 70 agricultores y sus cooperativas, expresamos nuestro compromiso con la sostenibilidad en los cultivos, mientras que con el **Manual de Publicidad en el Punto de Venta Sostenible** ayudamos a los profesionales y colaboradores de Mahou San Miguel, encargados del proceso de diseño, compra o suministro de este tipo de material, en la implementación de criterios de sostenibilidad en sus decisiones.

En 2021, realizamos 14 auditorías a los centros de producción de los proveedores, seis de materiales de envasado y ocho de materias primas, con resultados muy positivos; y firmamos 17 acuerdos de calidad con los mismos.

2.175 PROVEEDORES
90% PROVEEDORES NACIONALES
98% MATERIAS PRIMAS NACIONALES
682,7 MILLONES DE EUROS PARA
LA ADQUISICIÓN TOTAL DE BIENES Y
SERVICIOS

GENERAMOS VALOR EN LAS ZONAS QUE ESTAMOS PRESENTES



1.303,7

MILLONES DE EUROS DE CONTRIBUCIÓN A LA ECONOMÍA ESPAÑOLA

144.000

PUESTOS DE TRABAJO INDIRECTOS Y RELACIONADOS CON NUESTRA ACTIVIDAD

325,2

MILLONES DE EUROS DE APORTACIÓN FISCAL



EL VALOR QUE APORTAMOS

Nuestro compromiso con la economía local continuó siendo muy relevante a lo largo del pasado año y generamos valor en las 11 comunidades autónomas en las que estamos presentes, tanto desde un punto de vista social como apoyando a la economía local a través de la creación de **empleo directo e indirecto**, derivado de la relación con nuestros proveedores y colaboradores. En este sentido, Mahou San Miguel generó en 2021 cerca de **144.000 puestos de trabajo indirectos y relacionados** con su actividad en todo el territorio nacional.

El pasado año, nuestra **contribución a la economía española alcanzó los 1.303,7 millones de euros**. De ellos, 295,7 millones de euros se destinaron a nuestros profesionales, 682,7 a las compras a proveedores y 325,3 a la Administración.

La aportación fiscal al Estado ascendió a 325,2 millones de euros, de los que 93,6 correspondieron a impuestos directos y 231,5 al pago de impuestos indirectos, y recibimos 1,7 millones de euros en subvenciones.

Así, nuestro compromiso de contribuir al desarrollo socioeconómico de las comunidades en las que

desarrollamos nuestra actividad nos llevó a realizar importantes inversiones en nuestros diferentes centros de producción y manantiales. En 2021 nuestra Compañía destinó cerca de 14,5 millones de euros para seguir garantizando la máxima calidad, eficiencia, fiabilidad y respeto ambiental de nuestras plantas, con un foco importante en materia de digitalización de las operaciones para asegurar nuestra competitividad futura y aportación de valor a las diferentes regiones.



ALIANZAS ESTRATÉGICAS

En todos los entornos en los que operamos, colaboramos de manera estrecha y continúa con la Administración e instituciones y actores sociales para contribuir al desarrollo de la sociedad y el cuidado del entorno.

En 2021, mantuvimos alianzas de largo plazo y formamos parte de organizaciones con las que trabajamos activamente en distintos campos, tales como:



Pacto Mundial
Red Española



ecovidrio
ENTIDAD SIN ÁNIMO DE LUCRO



AECOC

FIAB

Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas

neabe

Asociación Nacional de Empresas de Aguas de Sabor Carbonatadas



CLUB DE EXPORTADORES E INVERSORES



FUNDACIÓN ICIL
Desde 1980 Impulsando la Logística

esade

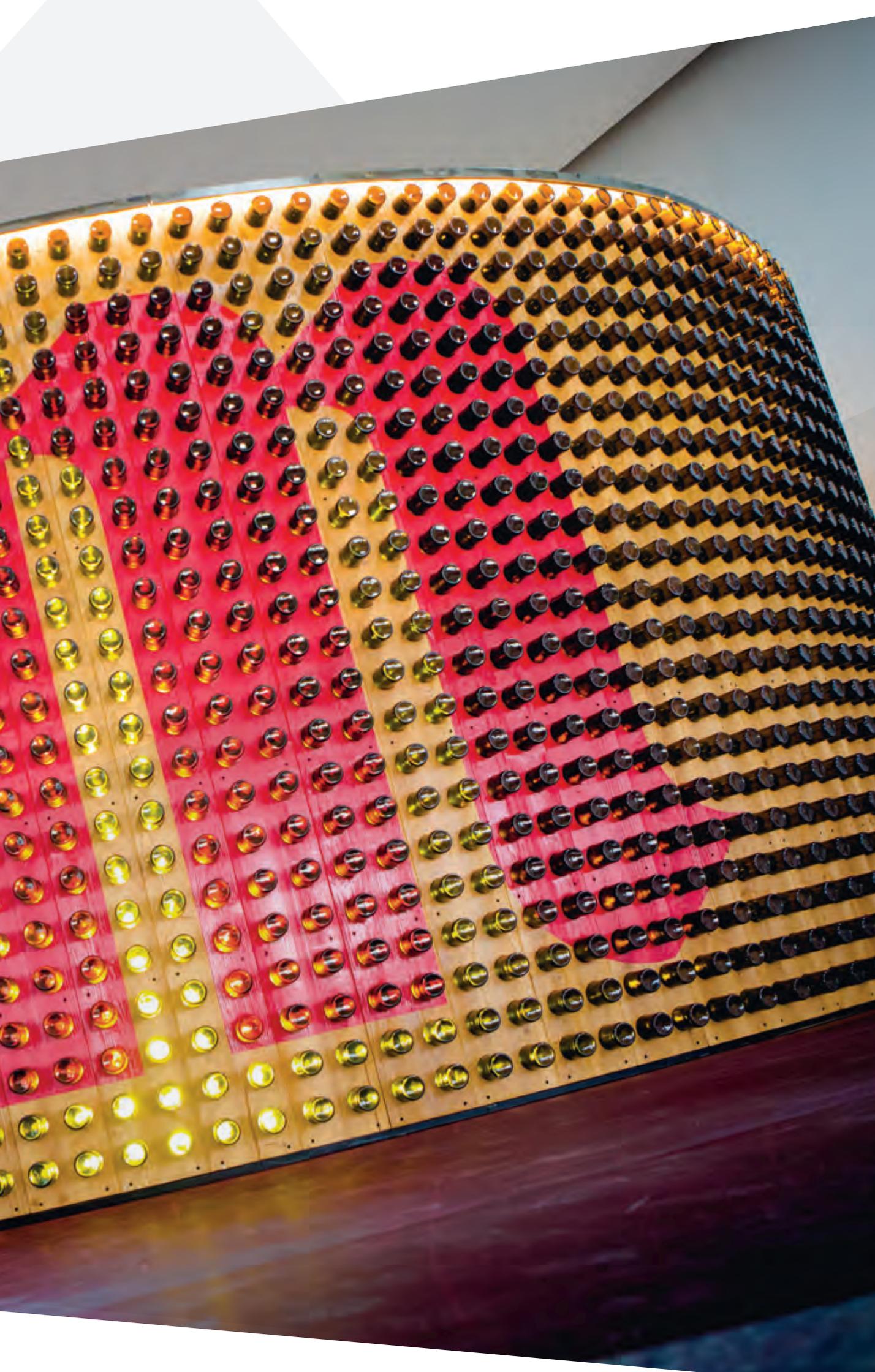


HOSTELERÍA DE ESPAÑA

closingap



anunciantes
asociación española de anunciantes





03



BIENESTAR INTEGRADOR

Queremos ser un **agente de transformación social**, impulsando nuestro propósito para favorecer un **bienestar integrador**, un beneficio compartido para toda la sociedad. Por ello, trabajamos cada día para hacer que la Sostenibilidad sea más tangible en toda nuestra cadena de valor, desde lo que es relevante para las personas.

VAMOS 2030: NUESTRA NUEVA HOJA DE RUTA PARA IMPULSAR LA SOSTENIBILIDAD



En 2021, presentamos **Vamos 2030**, nuestro **nuevo marco estratégico de Sostenibilidad** para la próxima década, **al que destinaremos más de 220 millones de euros**. Esta hoja de ruta, con foco tanto en España como en nuestros principales mercados, cuenta con tres ejes principales de actuación, **Progreso, Hábitat Natural y Bienestar**, y 15 compromisos alineados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible que promueve Naciones Unidas.

TRABAJAMOS PARA ANTICIPARNOS A LOS RETOS CLAVE EN SOSTENIBILIDAD, EXTENDIENDO NUESTRO COMPROMISO A TODA LA CADENA DE VALOR

Y es que la Sostenibilidad guía nuestra forma de ser y de hacer, al tiempo que es un pilar para el desarrollo de nuestro negocio. Por ello, trabajamos para anticiparnos a los retos clave en la materia extendiendo nuestro compromiso a toda la cadena de valor.

■ EJES Y COMPROMISOS DE *VAMOS 2030*



1. Impulsaremos la Hostelería y el Turismo del futuro apoyando a nuestros clientes y colaboradores a transformar sus negocios en línea con las nuevas tendencias y acompañándoles en su día a día.
2. Realizaremos un 95% de compra local y acompañaremos al 100% de nuestra cadena de valor para que incorpore criterios de sostenibilidad.
3. Promoveremos un empleo estable y de calidad, desarrollando de forma integral las capacidades de todo el equipo de Mahou San Miguel en un ambiente flexible, diverso e inclusivo.
4. Lograremos que, al menos, el 80% de los jóvenes que participan en los programas sociales de la Fundación Mahou San Miguel accedan a oportunidades laborales, profesionalizando el sector de la Hostelería y el Turismo.
5. Garantizaremos un alto grado de compromiso con la integridad, la transparencia y los valores éticos.

vamos
2030




**OBJETIVOS
DE DESARROLLO
SOSTENIBLE**

**4 EDUCACIÓN
DE CALIDAD**

**4 EDUCACIÓN
DE CALIDAD**



2/ HÁBITAT NATU RAL

6. Promoveremos la circularidad de todos nuestros envases y materiales, eliminando el plástico virgen y garantizando que sean 100% reciclables y reutilizables.
7. Reduiremos en dos dígitos nuestro consumo de agua y nuestra huella de carbono en 2030, emplearemos electricidad 100% verde en toda nuestra actividad e impulsaremos proyectos de energía renovables.
8. Promoveremos que el 100% de nuestra cebada proceda de agricultura sostenible y colaboraremos con los agricultores para seguir produciendo productos de calidad que respeten el entorno natural.
9. Impulsaremos una movilidad eficiente y 100% sostenible en nuestra flota.
10. Protegeremos la biodiversidad de los entornos donde tenemos influencia y compensaremos el 100% de nuestras emisiones de CO₂ en 2040.

3/ BIEN ES TAR

11. Promoveremos la salud de las personas con iniciativas relacionadas con la Felicidad y el bienestar físico y con productos saludables e inclusivos.
12. Sensibilizaremos e influiremos para incentivar un estilo de vida más sostenible y conseguir un consumo consciente de nuestros productos.
13. Proporcionaremos información detallada y accesible sobre los ingredientes, nutrición o sostenibilidad en el 100% de nuestras referencias.
14. Fomentaremos las relaciones sociales para mejorar la calidad de vida de las personas.
15. Generaremos un impacto social positivo desde la autenticidad y singularidad de cada una de nuestras marcas.

COMPROMETIDOS CON LA AGENDA 2030

Los **17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)** aprobados por Naciones Unidas y sus **169 metas** tienen como horizonte temporal el año 2030. Estos constituyen para nuestra Compañía una referencia prioritaria en su estrategia, teniendo en cuenta que hemos de enfocar nuestros esfuerzos en aquellos en los que contamos con mayor capacidad de influencia.

Así, *Vamos 2030* establece una visión compartida con todos nuestros públicos de interés tomando como referencia estos ODS del **Pacto Mundial de las Naciones Unidas**, un foro vertebrador al que pertenecemos desde hace más de 10 años y que muestra que nuestro compromiso con la sostenibilidad es de largo plazo.

CONTRIBUIMOS AL **PROGRESO** **SOCIOECONÓMICO** DE LAS COMUNIDADES EN LAS QUE ESTAMOS PRESENTES



A lo largo de 2021, pusimos en marcha numerosas iniciativas y proyectos para aportar valor en las zonas donde operamos con la implicación de toda la cadena de valor:

INVOLUCRAMOS A NUESTROS CLIENTES HOSTELEROS EN NUESTRO COMPROMISO CON LA SOSTENIBILIDAD

Consideramos que la **Sostenibilidad es una de las palancas clave para impulsar el desarrollo de la Hostelería** a largo plazo, entendiendo la contribución al cuidado de nuestro planeta como un objetivo clave en su evolución.

Por ello, desde 2021, todas las **terrazas** que ponemos en el mercado a disposición de nuestros clientes hosteleros son de material **100% reciclado**

y **totalmente reciclable**, siendo pioneros en España al convertirnos en la primera compañía en ofrecer terrazas con estas características en nuestro país, lo que supondrá una reducción de las emisiones de CO₂ en 2.650 toneladas adicionales a las 662 de ahorro logradas en 2021. Además, repartimos más de 40.000 unidades de parasoles capaces de reducir la contaminación a bares y restaurantes de nuestro país, que proporcionaron un beneficio equivalente al de un bosque de 80.000 árboles.

Tanto las terrazas como los parasoles sostenibles han sido producidos por **empresas españolas**, dentro de la vocación de la Compañía de apoyar a proveedores nacionales e impulsar el empleo en nuestro país. Por otro lado, el proyecto tuvo una clara contribución social ya que, para completar el ciclo de vida de nuestras terrazas, realizamos **donaciones del mobiliario sustituido** por otro nuevo a ONGs, fundaciones e instituciones sociales. Más de 50 organizaciones se beneficiaron de esta iniciativa, llegando a 30.000 personas de distintos colectivos sociales.

RENOVAMOS EL PARQUE DE
TERRAZAS DE NUESTROS CLIENTES
HOSTELEROS CON MOBILIARIO
100% RECICLADO Y TOTALMENTE
RECICLABLE, SIENDO PIONEROS EN
NUESTRO PAÍS

CERVEZAS ALHAMBRA

te parasol contribuye a que respiremos



BIENESTAR INTEGRADOR

m fundación MAHOU SANMIGUEL

▼ FUNDACIÓN MAHOU SAN MIGUEL: EL VALOR DE LAS PERSONAS

Desde el origen de nuestra Compañía en 1890, hemos apoyado a la sociedad de forma activa a través de multitud de iniciativas relacionadas con la cultura, el deporte y la acción social, acompañando a las personas que más lo necesitan. Y, a partir de 2013 canalizamos este espíritu social a través de la Fundación Mahou San Miguel.

El compromiso de nuestra Fundación quedó patente de nuevo el pasado año, como demuestran las siguientes cifras:

▼ ACCIÓN SOCIAL

- 2.000 personas recibieron apoyo en su búsqueda de empleo gracias a nuestra alianza con Cruz Roja.
- Colaboramos con la Federación Española de Banco de Alimentos:
 - 50.000 euros donados.
 - 639 kilos para la Gran Recogida de Alimentos.
- Donamos más de 14.000 litros de agua para atender a la situación de emergencia en La Palma.
- Apoyamos a 160 entidades a través de donaciones económicas y de productos.

▼ NUESTROS PARASOLES SOSTENIBLES VIAJAN FUERA DE ESPAÑA

Mahou San Miguel ha sido pionera en nuestro país en la instalación de **parasoles sostenibles** que, gracias a la innovadora tecnología con la que están fabricados, son capaces de purificar el aire y reducir los niveles de contaminación.

Con el objetivo de **extender más allá de nuestras fronteras nuestro compromiso con la sostenibilidad**, llevamos estos parasoles a mercados clave para nosotros como **Estados Unidos, Holanda, Portugal, Reino Unido, Francia e Italia**. En total, en 2021, se distribuyeron más de 1.500 unidades cuya instalación supuso un beneficio ambiental equivalente al de un bosque de 3.000 árboles.





CONTAMOS CON UNA RED DE MÁS DE 550 DE VOLUNTARIOS ENTRE NUESTROS PROFESIONALES

▼ VOLUNTARIADO

- Nuestros profesionales destinaron más de 4.700 horas a colaborar en iniciativas de voluntariado, entre las que destacan la realizada junto a la *Fundación Tengo Hogar* de Madrid para apoyar y orientar laboralmente a familias en riesgo de exclusión social o la de *Minutos de Compañía* de *Adopta un Abuelo*.
- 1.129 personas beneficiarias de nuestras acciones de voluntariado
- 42.100 euros donados por los profesionales de nuestra Compañía a *Asociación Angelman*, *Aspanion* y *Autismo Sur*.
- Colaboración con 27 entidades poniendo en marcha más de 45 actividades.
- 50.000 euros recaudados en campañas y acciones.

▼ FORMACIÓN Y EMPLEO

- El 80% de los alumnos encontraron trabajo gracias a su participación en el Programa *Creamos Oportunidades en Hostelería y Turismo*.

- El 70% continuaron sus estudios tras la formación.
- Más de 1.000 jóvenes formados en ocho años de trayectoria.
- Siete ciudades
- 14 escuelas de Hostelería

IMPULSAMOS EL EMPLEO EN EL SECTOR HOSTELERO ENTRE LOS MÁS JÓVENES

Desde la Fundación Mahou San Miguel, continuamos impulsando la formación de calidad en Hostelería para jóvenes que provienen de entorno con dificultades a través de una nueva edición del **programa Creamos oportunidades en Hostelería y Turismo**, en la que participaron más de 370 alumnos y en la que ofrecimos, por primera vez, el itinerario formativo de Grado Medio en Servicios de Restauración en Galicia y Burgos.

A lo largo de sus ocho primeras ediciones, esta iniciativa ha contribuido a la formación de **más de 1.000 jóvenes en desempleo** en las ciudades de **Madrid, Burgos, Bilbao, Barcelona, Málaga, Granada y Santiago de Compostela**, logrando una inserción laboral media del **80%** y la involucración de más de 230 clientes hosteleros.

Creamos Oportunidades en Hostelería y Turismo también fomentó la **formación dual teórica y práctica**, que se considera clave para que los jóvenes accedan

al mercado laboral. Con esta modalidad, los alumnos compaginaron los estudios en la escuela y la formación en centros de trabajo reales.

En 2021, la Fundación Mahou San Miguel amplió su programa social de educación y empleo con una innovadora propuesta educativa especializada en **Dirección de Sala**, orientada a ayudar a los jóvenes que ya trabajaban en el sector a avanzar en su carrera profesional y mejorar su empleabilidad. Además, creó *Linkados*, la primera asociación de alumnos que han formado parte de este programa.

Otra de las novedades de 2021 fue la colaboración con la prestigiosa escuela **MOM Culinary Center** del Chef Paco Roncero, para lanzar un programa de becas que permitió a jóvenes con talento formarse en una institución de prestigio.

PROFESIONALES SOLIDARIOS Y COMPROMETIDOS

Un año más, nuestros profesionales demostraron su compromiso y solidaridad, incluso en los momentos en los que la situación sanitaria provocó que las acciones se tuvieran que realizar en formato digital. **Porque ellos son la piedra angular de nuestro programa de voluntariado.**

**A LO LARGO DE 2021,
CERCA DE 400 ALUMNOS
PARTICIPARON EN LOS
PROGRAMAS FORMATIVOS QUE
IMPULSA LA FUNDACIÓN MAHOU
SAN MIGUEL**

Organizados por grupos de trabajo en los diferentes centros de producción, esta **red de más de 550 voluntarios** impulsó iniciativas locales de colaboración, aportando una visión más cercana de los retos y necesidades en cada región, siempre apoyados y asesorados por la propia Fundación.

A través de nuestros 10 mentores y mediante un acompañamiento de tres meses, participamos con la *Fundación Tengo Hogar* de Madrid para apoyar y orientar laboralmente a familias en riesgo de exclusión social, con el objetivo de que pudieran encauzar su vida y tener autonomía. Además, 25 voluntarios de nuestra Compañía ayudaron a 120 jóvenes a reconducir su vida laboral a través de los seminarios virtuales en competencia profesionales y de la mano de asociaciones como *A la Par* o *Juan Soñador*.

No podemos olvidarnos tampoco del programa *Minutos de Compañía* de *Adopta un Abuelo*, una plataforma que, en 2021, permitió a 45 de nuestros profesionales acompañar telefónicamente a personas mayores en situación de soledad.

Todo ello contribuyó a que, en 2021, la *Federación Española de Bancos de Alimentos* nos otorgara uno de sus "Premios Estrellas" en reconocimiento a la implicación y compromiso de nuestra Fundación y de todos los profesionales voluntarios de Mahou San Miguel para ayudar a las personas con más dificultades a paliar las necesidades surgidas durante 2020.



PROTECCIÓN DEL HÁBITAT NATURAL



m

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA 2021

Cada decisión que tomamos a lo largo de 2021 se abordó con el objetivo de proteger los recursos naturales y la biodiversidad, contribuyendo a **frenar el cambio climático** a través de un uso responsable de los recursos y la disminución del consumo de materias primas.

POTENCIAMOS LA ECONOMÍA CIRCULAR

Nuestros esfuerzos para la **reutilización y valorización de los residuos** que generamos nos permitieron conseguir una **tasa de residuo cero** en todos nuestros centros de producción, con iniciativas como, por ejemplo, la reutilización del bagazo para alimentación animal.

Por otro lado, el especial foco en la **circularidad de todos nuestros envases y materiales** se recoge en uno de los 15 compromisos que hemos contraído en nuestro marco estratégico de Sostenibilidad, *Vamos 2030*: **eliminar totalmente el plástico virgen de las anillas y embalajes** que rodean a las agrupaciones en todas nuestras referencias en 2024 y garantizar que sean 100% reciclables y/o reutilizables, tomando como referencia la regla de las tres Rs: Reducir, Reciclar y Reutilizar.

Por ello, en 2021, **invertimos nueve millones de euros** en la instalación de dos nuevas líneas de envasado, ubicadas en nuestro Centro de Producción de Alovera, para sustituir el plástico de anillas y retráctiles por cartón biodegradable procedente de bosques gestionados de manera sostenible.

Durante el pasado año, también logramos que nuestras botellas de **Solán de Cabras** de 33 cl y 75 cl fueran elaboradas con plástico 100% reciclado y reciclable, sumándose así a las de 50 cl. Nuestra icónica marca de agua mineral natural reforzó de este modo su compromiso con la sostenibilidad, cumpliendo su objetivo de que todas las botellas de Solán de Cabras estuvieran hechas al 100% de otras en 2021. Además, la marca innovó con un nuevo formato para hacer llegar su agua al canal de Hostelería de manera más sostenible, gracias a un dispensador similar al de la cerveza que permite servir en frío o a temperatura ambiente. Un proyecto piloto que permite comercializar el producto en barriles retornables de 30 litros.

LOGRAMOS QUE NUESTRAS BOTELLAS DE SOLÁN DE CABRAS DE 33 CL Y 75 CL FUERAN ELABORADAS DE PLÁSTICO 100% RECICLADO Y RECICLABLE, CONSIGUIENDO ASÍ QUE TODA SU GAMA ESTÉ HECHA AL 100% DE OTRAS BOTELLAS

También cabe destacar que nuestra marca canaria de aguas **Fonteide** se convirtió en la primera de las Islas en contar con la botella de 75 cl hecha 100% de plástico reciclado. La iniciativa permitirá eliminar el consumo de 200 toneladas de plástico virgen al año y la reducción anual de 500 toneladas de emisiones de CO₂.



Si bien hemos dado grandes pasos en esta materia, continuamos trabajando para mejorar la tasa de reciclaje de nuestros envases mediante la sensibilización al consumidor, promoviendo eventos 100% sostenibles, informando a los asistentes a los mismos sobre la importancia del reciclado y concienciando a nuestros colaboradores en este sentido, gracias al Manual de Eventos Sostenibles desarrollado en colaboración con la ONG WWF.

100% PLÁSTICO
RECICLADO
100% RECICLABLE





BIENESTAR INTEGRADOR



COMPROMETIDOS CON LA OPTIMIZACIÓN ENERGÉTICA

En 2021, logramos reducir un **68% del consumo de gas natural** en nuestro Centro de Producción de Burgos gracias a un **proyecto conjunto con Verallia**, líder europeo en la fabricación de envases de vidrio para el sector de bebidas y alimentación, con el objetivo de **mejorar la eficiencia energética de nuestras respectivas fábricas burgalesas**. La iniciativa consiste en el aprovechamiento de la energía residual generada en la fundición del vidrio para el proceso de elaboración de la cerveza, eliminando así parte del gas natural utilizado, lo que se traduce en una reducción de emisiones de CO₂ en la misma proporción.

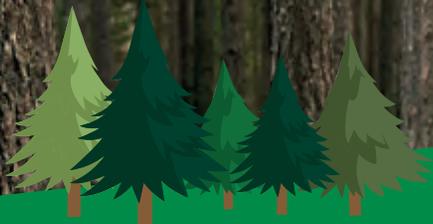
Además, el pasado año firmamos con el Banco Santander nuestro primer **crédito verde por valor de 13,8 millones de euros** y con un vencimiento a seis años. La financiación, enmarcada en los ODS de la Agenda 2030 de Naciones Unidas, se enfocó en proyectos dirigidos a garantizar una energía asequible y no contaminante para lograr ciudades y comunidades más sostenibles. Así, esta línea de crédito nos permitió continuar avanzando en nuestros proyectos corporativos de optimización energética y de envases más respetuosos con el entorno.

FOMENTAMOS LA MOVILIDAD SOSTENIBLE Y EFICIENTE DE NUESTRA FLOTA

Impulsamos **una movilidad eficiente y 100% sostenible en nuestra flota**, renovando todos nuestros vehículos de función, comerciales y de transporte, además de realizar iniciativas de concienciación a los profesionales. En 2021, dispusimos de un 75% de vehículos sostenibles en nuestra flota propia, mientras que el 90% de la flota comercial de Voldistribución, nuestro negocio de Distribución Propia, contó con etiqueta Cero o Eco. Además, el 31% de los camiones de Taisa, nuestro operador logístico integral, estuvo propulsado por gas natural licuado, lo que nos permitió reducir las emisiones de CO₂ asociadas al transporte por carretera gracias a eficiencias logísticas y a la incorporación de plataformas ultraligeras.

Como resultado de nuestro compromiso en este ámbito, recibimos distintos reconocimientos como el **Premio Impulso** al Mejor Proyecto de Movilidad Sostenible en una Ciudad, por el **plan de movilidad sostenible** para nuestros profesionales de Granada, o la **estrella recibida por Taisa como miembro de Lean&Green** por sus avances en el proceso de descarbonización de sus operaciones logísticas.



The Climate Pledge logo, featuring the words "THE CLIMATE PLEDGE" in a bold, green, sans-serif font. The word "THE" is smaller and positioned above "CLIMATE". The word "PLEDGE" is the largest and positioned below "CLIMATE". To the right of the text are three horizontal lines of varying lengths, resembling a stylized mountain range or a bar chart.An illustration of five stylized green trees of varying heights and shades of green, positioned on a green hill. The trees are simple in design, with triangular tops and thin trunks. The background is a dark green gradient.

▀ SER CARBON NEUTRAL EN 2040

En 2021, reafirmamos nuestro compromiso de ser **carbon neutral** en 2040 a través de la adhesión a **The Climate Pledge**, la iniciativa de Amazon y Global Optimism para cumplir el objetivo del Acuerdo de París diez años antes de lo previsto. Así, nos comprometemos a medir y notificar nuestras emisiones de gases de efecto invernadero de forma periódica y a implementar **estrategias de descarbonización** a través de cambios e innovaciones comerciales, contemplando neutralizar las emisiones restantes con compensaciones adicionales, cuantificables, reales, permanentes y socialmente beneficiosas para lograr el objetivo acordado.

Nuestro foco está en mejoras de eficiencia, en el fomento de energías renovables y en las reducciones de materiales.

▀ CAMBIO CLIMÁTICO Y BIODIVERSIDAD

Formamos parte del Registro de huella de carbono, compensación y proyectos de absorción de dióxido de carbono del Ministerio para la Transición Ecológica, que determina los objetivos de reducción de efecto invernadero incluidos en nuestro marco estratégico de Sostenibilidad.

Al mismo tiempo, en 2021 trabajamos activamente para encontrar nuevas fórmulas que evitan generar desperdicios y reduzcan el impacto sobre el medio ambiente, con el fin de contribuir a preservar el entorno en el que operamos.

Por ello, colaboramos con **WWF**, organización que lleva más de 50 años trabajando para la conservación

de la naturaleza y con la que tenemos un acuerdo desde 2018, fomentando conductas responsables, así como la protección eficaz y el mantenimiento de los bosques y montes. Junto a ellos pusimos en marcha proyectos de mejora y regeneración forestal con los que, en 2021, **logramos recuperar ocho hectáreas de bosque**, gracias a la plantación de 5.000 ejemplares de especies autóctonas de la zona.

Aunque nuestra actividad apenas tiene impacto en la biodiversidad de las áreas cercanas a nuestros centros de producción y manantiales, hemos aplicado el principio de precaución y disponemos de una póliza medioambiental con un límite de 15 millones de euros por siniestro y agregado anual.

▶ TRABAJAMOS PARA REDUCIR NUESTRO IMPACTO AMBIENTAL

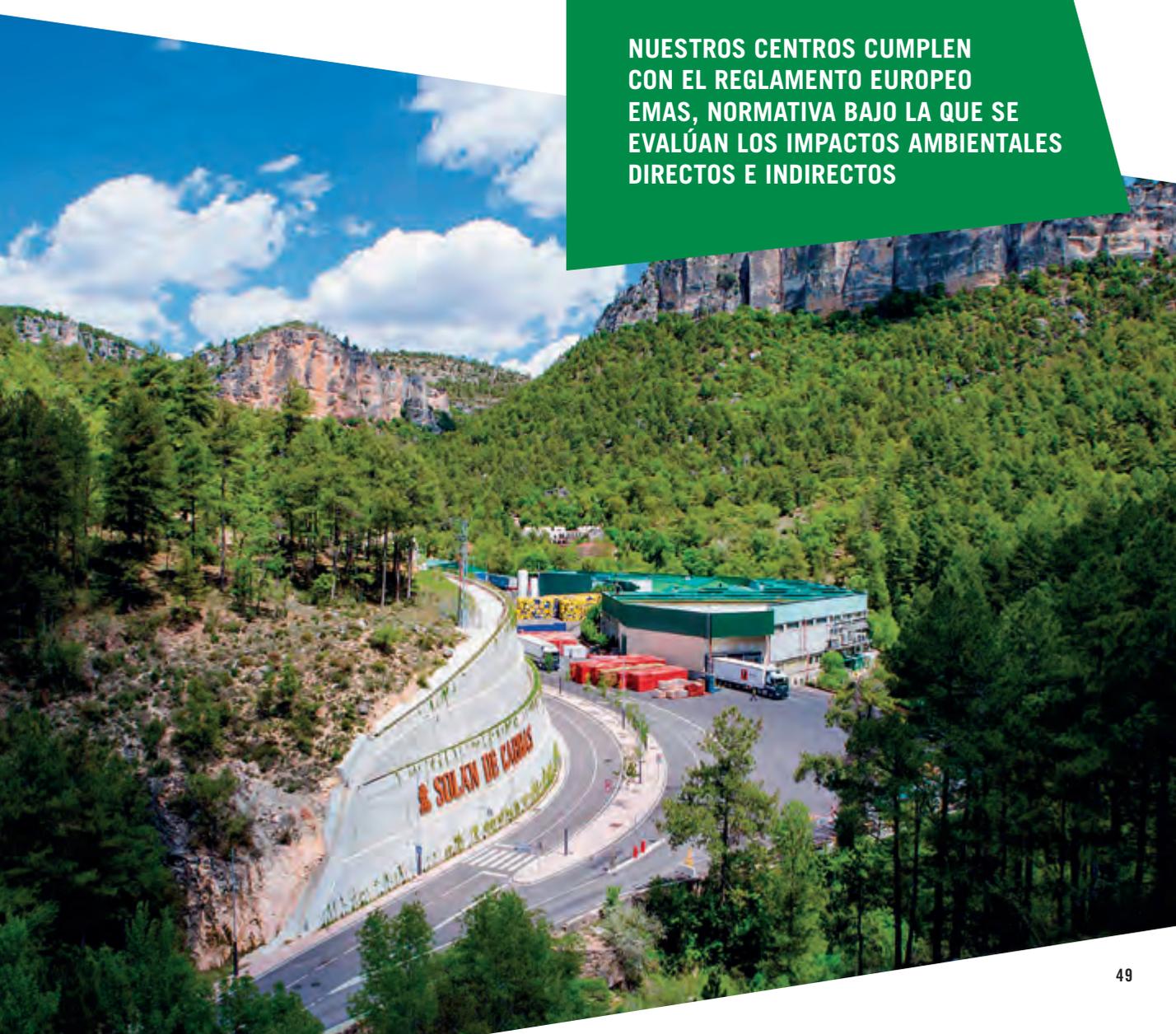
Todos nuestros centros cuentan con la certificación **ISO 14001.2015** y cumplen con el **Reglamento Europeo**

EMAS, normativa bajo la que se evalúan tanto los impactos ambientales directos e indirectos, como el consumo de recursos naturales, vertidos, residuos y emisiones atmosféricas. Entre ellas, se incluye el ruido -cumpliendo siempre con los límites que marcan las ordenanzas municipales- y la contaminación lumínica, que no es significativa puesto que nuestros centros están en entornos urbanos y polígonos industriales, además de que las lámparas tradicionales fueron sustituidas por iluminación LED focalizada hace ya tiempo.

Por otro lado, evaluamos los posibles riesgos medioambientales que pudieran producirse y contamos con procedimientos de respuesta para ellos. Cada año, fijamos los objetivos de minimización de impactos y los presupuestos para su control, seguimiento y reducción. Una metodología que en 2021 hicimos de nuevo extensible a proveedores y distribuidores, con los que compartimos indicadores específicos como la huella de carbono.



NUESTROS CENTROS CUMPLEN CON EL REGLAMENTO EUROPEO EMAS, NORMATIVA BAJO LA QUE SE EVALÚAN LOS IMPACTOS AMBIENTALES DIRECTOS E INDIRECTOS



PRINCIPALES INDICADORES AMBIENTALES

EL PROGRAMA DE ANÁLISIS DEL CICLO DE VIDA DE PRODUCTOS Y PROCESOS NOS PERMITE EVALUAR CONSTANTEMENTE EL IMPACTO QUE TIENE NUESTRA ACTIVIDAD EN EL MEDIO AMBIENTE, DE FORMA QUE PODAMOS GESTIONAR EFICIENTEMENTE LOS RECURSOS.

EN 2021, INVERTIMOS 7,2 MILLONES DE EUROS EN INICIATIVAS Y PROYECTOS DIRIGIDOS A MINIMIZAR EL IMPACTO AMBIENTAL Y A CONTINUAR MEJORANDO NUESTROS INDICADORES.



ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA 2021

AGUA CONSUMIDA POR ORIGEN

3,22 m³/tn

Captación total de agua por fuentes (m³/tn)

73%

Procedencia municipal

15,9%

Procedente de pozo

11,1%

Procedente de aguas superficiales

AGUA

La principal materia prima que usamos en la elaboración de nuestros productos es el agua, por lo que ocupa un lugar relevante en nuestras políticas ambientales.

SUMINISTRO DE AGUA DE ACUERDO A LAS LIMITACIONES LOCALES 2021

43,9%

% reducción consumo unitario de vs año 2000

ENERGÍA

Hacemos un uso eficiente de la energía y de los recursos naturales en todas las etapas de la cadena de valor. En 2021, cumplimos de nuevo la totalidad de nuestro objetivo de comprar 100% de energía verde y de promover proyectos de autogeneración. Toda la energía eléctrica que consumimos procedió de energías renovables.

CONSUMO DIRECTO DE ENERGÍA

DESGLOSADO POR FUENTES PRIMARIAS 802.602 GJ – 0,54 GJ/T

76,83%

Gas natural

10,38%

Biogás

1,77%

Gasoil (Gasóleo)

11,03%

Propano

CONSUMO INDIRECTO DE ENERGÍA

DESGLOSADO POR FUENTES PRIMARIAS 418.208 GJ – 0,26 GJ/T

100%

Renovable

EMISIONES

Trabajamos en iniciativas concretas para reducir los gases de efecto invernadero, por ello, en 2021, el CO₂ que emitimos descendió un 17,5%, disminuyendo así nuestra emisión de sustancias reductoras del ozono.

CO ₂ (Emisiones totales, directas e indirectas, de gases invernadero, en peso)	t	kg/t
2020	38.653	29,15
2021	38.791	24,05

NOX	t	kg/t
2020	48	0,036
2021	67	0,045

Emisiones de CO ₂ por el transporte de nuestros productos	t	kg/t
2020	51.887	14,31
2021	68.986	18,11

MATERIALES UTILIZADOS (en toneladas)	
Materias primas (malta, lúpulo, adjuntos)	216.722
Packaging	207.720
Materias auxiliares (aditivos, productos químicos)	10.236

ENVASES Y EMBALAJES QUE SON RECUPERADOS AL FINAL DE SU VIDA ÚTIL	
Metal	80,7%
Cartón	78%
Vidrio	79,8%
Plástico	80,7%

PESO TOTAL DE RESIDUOS GENERADOS SEGÚN DESTINO (en toneladas)	
Subproductos destinados a alimentación animal	203.792
Residuos no peligrosos destinados a reciclaje	34.185
Residuos peligrosos	20
Residuos a vertedero	190

PROMOVER **EL BIENESTAR** PARA MEJORAR LA VIDA DE LAS PERSONAS



ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA 2021

A través de este eje estratégico, **fomentamos un estilo de vida más social, saludable y sostenible** con distintas iniciativas para impactar a más de 35 millones de personas, como la incorporación de información de valor sobre ingredientes, nutrición o sostenibilidad en el 100% de nuestras referencias con el objetivo de promover el propio conocimiento de los consumidores sobre los productos, su composición y su origen.

En la misma línea, sensibilizamos sobre la necesidad de asumir hábitos de vida sostenibles, **favoreciendo un consumo consciente de nuestros productos**. Continuamos promoviendo la salud de nuestro equipo, con programas innovadores de felicidad y bienestar, y la de todos los consumidores a través de bebidas saludables e inclusivas.

Vamos 2030 es reflejo de los valores de nuestra Compañía, ya que el bienestar de nuestros profesionales, consumidores y, en general, de todos los ciudadanos es el elemento central que lo sustenta.

▶ PROMOVEMOS UN CONSUMO MODERADO

Para nosotros es primordial fomentar un estilo de vida activo y un disfrute responsable de nuestros productos. Todos los años lanzamos iniciativas dirigidas a concienciar y sensibilizar sobre la importancia del consumo moderado de nuestras cervezas, además de sumarnos a las campañas promovidas en esta línea por la asociación sectorial Cerveceros de España.

En el siguiente capítulo, “Las personas en el centro”, explicamos en detalle más iniciativas que Mahou San Miguel ha puesto en marcha para promover el bienestar integrador.



PRINCIPIOS SOBRE CONSUMO RESPONSABLE DE LOS PROFESIONALES

Estos son los principios que compartimos:

1. DISFRUTO DE LOS MOMENTOS QUE NOS BRINDAN NUESTROS PRODUCTOS.

“Saboreo nuestros productos en compañía, dedicando tiempo a descubrir sus matices y a disfrutar del momento”.

2. LLEVO UN ESTILO DE VIDA ACTIVO Y CONSUMO CON MODERACIÓN CUIDANDO DE MI BIENESTAR.

“Me informo sobre la graduación de cada producto y consumo las cantidades recomendadas, espaciadas en el tiempo”.

3. INSPIRO CON MI EJEMPLO Y ACTITUD HACIA EL CONSUMO MODERADO EN EL DÍA A DÍA.

“Soy embajador y represento a la Compañía y nuestras marcas ante nuestros clientes y socios en todo momento realizando un consumo moderado. Por ello soy personalmente responsable y selecciono el producto adecuado para cada ocasión”.

4. ELIJO LAS OPCIONES DE CERVEZA 0,0 Y SIN ALCOHOL SI VOY A CONDUCIR O REALIZAR ACTIVIDADES DE RIESGO.

“Analizo el momento de consumo en que el me encuentro y selecciono las opciones sin alcohol del portafolio cuando es necesario”.

5. EXTIENDO A MI ENTORNO NUESTRO COMPROMISO CON EL CONSUMO MODERADO.

“Doy a conocer estos principios de consumo moderado de cerveza a las personas con las que colaboramos -equipo, clientes, distribuidores y proveedores-, así como a mi entorno familiar y social, para conseguir ser ejemplo”.



04





LAS PERSONAS EN EL CENTRO

13^o

EMPRESAS
EN ESPAÑA

merco
EMPRESAS

Situamos a las personas en el centro de nuestras decisiones, anteponiendo siempre el bienestar de un equipo formado por los mejores profesionales que esta Compañía podría tener y que nos hace estar **orgullosos de la gran familia que hemos construido.**

A través de nuestra campaña como marca empleadora, **Sed de Avanzar**, seguimos compartiendo nuestra estrategia de atracción y retención de talento, muestra de nuestro compromiso con el **empleo de calidad** y **marco de referencia para impulsar el desarrollo profesional** de nuestra plantilla.

m



NUESTRO COMPROMISO CON EL EMPLEO DE CALIDAD FUE DE NUEVO RECONOCIDO POR MERCOTALENTO, QUE NOS SITUÓ EN LA POSICIÓN 13ª DEL RANKING DE LAS 100 MEJORES EMPRESAS PARA TRABAJAR EN NUESTRO PAÍS





De hecho, fuimos reconocidos como la “**Mejor Marca Empleadora**” en los Talent Awards 2021 de **LinkedIn**, plataforma que se ha convertido en uno de los principales altavoces de nuestra estrategia en la gestión del talento, donde compartimos el saber hacer de nuestros profesionales en diferentes ámbitos como la innovación, la cultura cervecera o la digitalización, concretamente en la sección #EnPrimeraPersona, alojada también en nuestra Web. Además, **Merco Talento** nos situó en la **posición 13ª** del ranking de las 100 mejores empresas para trabajar en nuestro país, logrando el

mejor resultado de nuestra trayectoria en este monitor de atracción y retención de talento.

Continuamos potenciando, también, nuestra estrategia de formación y reforzamos tanto nuestras **políticas de bienestar físico y emocional**, con acciones pioneras, como las de **flexibilidad y conciliación** a través del trabajo en remoto y el derecho a la desconexión.

Y es que, somos una Compañía que propicia un entorno laboral marcado por la innovación, el desarrollo del talento, la asunción de nuevos retos, el trabajo en equipo y el liderazgo de los profesionales en sus respectivas responsabilidades, ya que la **ilusión**, la **pasión**, el **talento**, la **diversidad**, la **sostenibilidad** o la **innovación** son algunos de los valores que caracterizan a nuestro equipo.

NUESTRA PLANTILLA EN CIFRAS

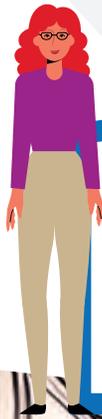
PLANTILLA POR EDAD	2021	2020
De 21 a 30 años	407	343
De 31 a 40 años	1.155	1.047
De 41 a 50 años	1.151	1.148
De 51 a 60 años	895	1.005
Más de 60 años	264	344

PLANTILLA POR CATEGORIA	2021		2020	
	Fijo	Temporal	Fijo	Temporal
Directivos y mandos intermedios	809	8	748	4
Personal técnico, administrativo y comercial	1.523	97	1.646	82
Operarios	1.303	136	1.367	40

PLANTILLA POR TIPO DE CONTRATO	2021		2020	
	HOMBRES			
	Fijo	Temporal	Fijo	Temporal
	2.752	74	2.864	77
	MUJERES			
Fijo	Temporal	Fijo	Temporal	
883	167	897	49	

3.876

Profesionales



957

mujeres



2.919

hombres



LAS PERSONAS EN EL CENTRO

POR TIPO DE CONTRATO

93,8%

de contratos indefinidos

3.635

contratos fijos
(883 mujeres y
2.752 hombres)

241

temporales
(167 mujeres
y 74 hombres)

POR CATEGORÍA PROFESIONAL Y TIPO DE CONTRATO

817

Directivos y mandos intermedios (809 fijos y 8 temporales)

1.620

Personal técnico, administrativo y comercial (1.523 fijos y 97 temporales)

1.439

Operarios (1.303 fijos y 136 temporales)

EL 100% DE LOS EMPLEADOS EN ESPAÑA ESTÁ CUBIERTO POR CONVENIO COLECTIVO

En Mahou San Miguel, contamos con ocho convenios colectivos de empresas, resultando de aplicación los convenios sectoriales al resto de profesionales.

NUESTRA SEDE ESTÁ BASADA EN ESPAÑA. EN 2021, CONTÁBAMOS CON UNA FILIAL Y TRES OFICINAS INTERNACIONALES, ADEMÁS DE NUESTROS CENTROS EN ESTADOS UNIDOS.



PROFESIONALES POR PAÍS

	2021	2020
España	3.252	3.171
EEUU	588	588
Chile	32	29
Italia	6	6
Reino Unido	2	4
Portugal	3	2

PROTEGIENDO EL EMPLEO DE NUESTRO EQUIPO



EL EMPLEO CONTINUÓ SIENDO ESTABLE CON

194 NUEVAS INCORPORACIONES
+11,5%



ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA 2021

El pasado año, seguimos comprometidos con el empleo de calidad y apostamos por la estabilidad del mismo, por un adecuado sistema retributivo y por ofrecer a nuestros profesionales una gran variedad de beneficios sociales.

El empleo en Mahou San Miguel continuó siendo estable con 194 nuevas incorporaciones, un 11,5% más que en 2020.

Para nosotros, fue una gran satisfacción ver crecer a nuestros profesionales, asumiendo nuevos retos en la Compañía. En este sentido, en 2021, promocionaron 134 personas a puestos de mayor responsabilidad.

Potenciamos también la **movilidad interna** de nuestro equipo y un total de 39 personas participó temporalmente en proyectos de la Compañía distintos a los que desarrolla habitualmente. Además, 46 profesionales, 29 hombres y 17 mujeres, formaron parte de una nueva edición de Potenciales, nuestro programa de desarrollo profesional que permite al equipo entrenar sus habilidades transversales y conocimientos para afrontar mejor los retos de futuro a los que tenemos que hacer frente desde Mahou San Miguel.

Nuestra Compañía ofrece a su plantilla múltiples **beneficios sociales**:

- Servicio médico en todos los centros de trabajo
- Reconocimientos médicos completos

- Taller de salud, actividades deportivas y de mindfulness
- Ergonomía en el puesto de trabajo
- Jornada laboral flexible
- Teletrabajo
- Jornada reducida en julio y agosto
- Posibilidad de jornada reducida hasta los 12 años de los hijos
- Vacaciones por encima de lo legalmente establecido
- “Días sin cole” y ayudas para campamentos de verano para los hijos de los profesionales
- Planes de pensiones



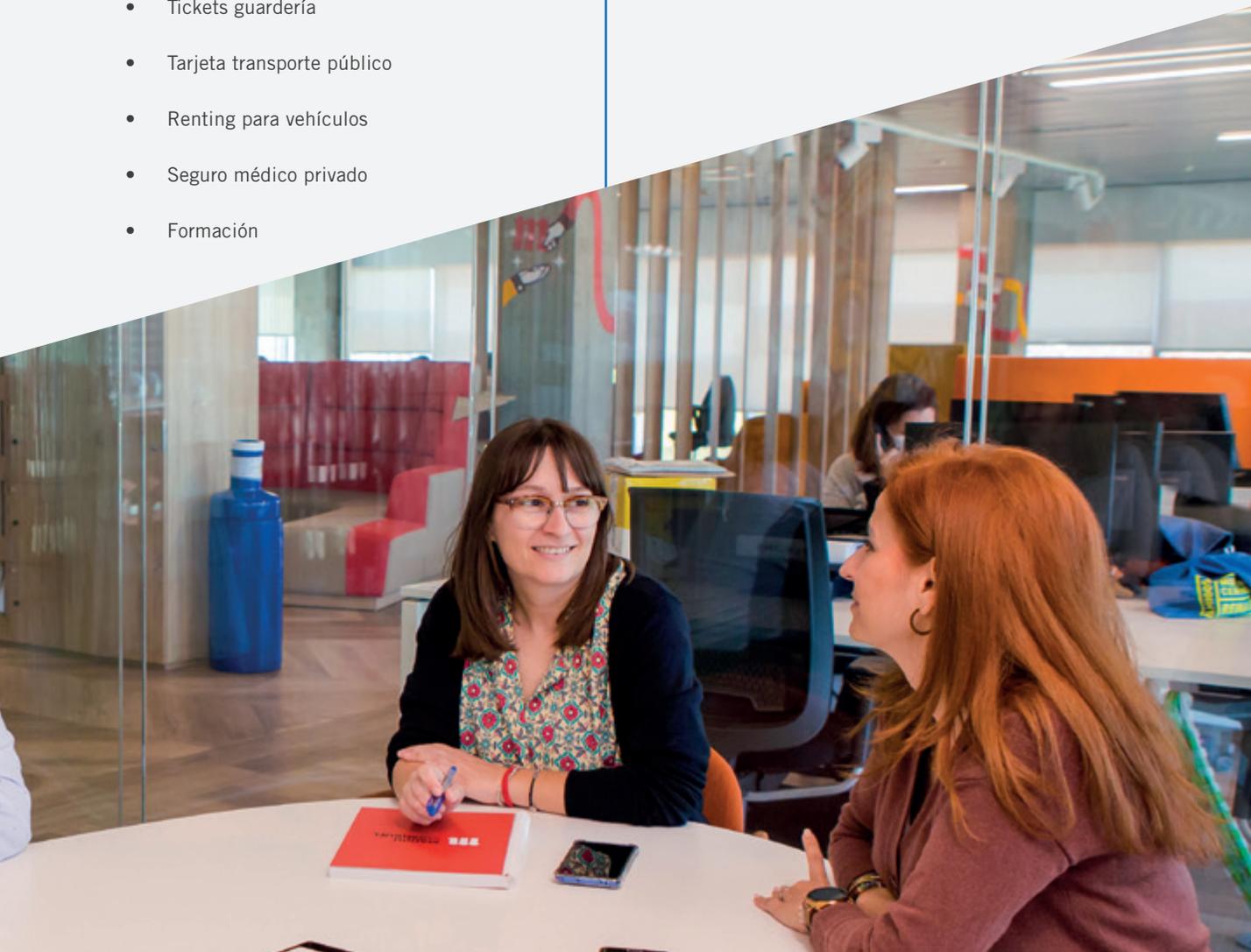
- Seguro de vida y accidentes
- Seguro de retirada carné de conducir para la fuerza de ventas
- Préstamos y anticipos
- Ayuda a la comida
- Ayudas al transporte público y privado (rutas colectivas y parking)
- Financiación de estudios
- Ayudas directas para material escolar de los hijos
- Ayudas económicas para situaciones diversas de discapacidad, dependencia e incapacidad
- Excedencias y licencias por encima de lo legalmente establecido
- Descuentos en productos de la Compañía
- Posibilidad de contratar, a través de nuestro Plan de Compensación Flexible, los siguientes productos:
 - Tickets guardería
 - Tarjeta transporte público
 - Renting para vehículos
 - Seguro médico privado
 - Formación

RETRIBUCIONES AL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

Durante el ejercicio 2021, de forma global, los miembros del Consejo de Administración recibieron una remuneración total de 4,4 millones de euros.

En Mahou San Miguel, contamos con un Consejo de Administración paritario formado por 12 consejeros: seis consejeros-personas jurídicas (representados por tres hombres y tres mujeres) y seis consejeros-personas físicas: tres hombres y tres mujeres.

No existen anticipos o créditos concedidos a los miembros del Consejo de Administración. Tampoco existe obligación alguna asumida por cuenta de los mismos al cierre del ejercicio.



SEGUIMOS APOSTANDO POR LA DIVERSIDAD, LA IGUALDAD Y LA INCLUSIÓN



ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA 2021

Nuestra Compañía lleva muchos años promoviendo la igualdad, la diversidad y la inclusión. Contamos con un **Plan de Igualdad de Oportunidades y fuimos pioneros en nuestro sector en este ámbito**, convirtiéndonos en 2010 en la primera compañía en recibir el “Distintivo de Igualdad en la empresa”, de manos del Ministerio de Igualdad. Un hito que logramos de nuevo en 2021.

De esta forma, pusimos en valor nuestro compromiso con la igualdad de género, que ha sido fundamental en nuestra estrategia de diversidad durante la última década y que nos impulsó, aún más, a seguir promoviendo un entorno de trabajo abierto, basado en el bienestar de los profesionales y en el que cada persona se sienta valorada y respetada con todas sus características propias y formas de pensamiento.

DE NUEVO, FUIMOS RECONOCIDOS CON EL “DISTINTIVO IGUALDAD EN LA EMPRESA” QUE OTORGA EL MINISTERIO DE IGUALDAD

Y es que, Mahou San Miguel no cesa en su empeño por construir el futuro a través de la suma de personas únicas, **impulsando la diversidad** de forma activa como fuente de riqueza. Para lograrlo, contamos con planes específicos y participamos en iniciativas como **Closingap**, clúster creado en 2018 del que formamos parte 12 compañías comprometidas con la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres y el análisis del impacto de la brecha de género en la economía de nuestro país.





QUEREMOS CONSTRUIR EL FUTURO A TRAVÉS DE LA SUMA DE PERSONAS ÚNICAS, IMPULSANDO LA DIVERSIDAD DE FORMA ACTIVA COMO FUENTE DE RIQUEZA EN LA SOCIEDAD

Smart Girls, impulsado por la Fundación ASTI para animar a las jóvenes a realizar carreras de ciencias y tecnología, es otro de los proyectos en los que colaboramos.

Entre los últimos avances en la materia, cabe destacar la participación de nuestra Compañía en el proyecto del **Curriculum Anónimo** en todos nuestros procesos de selección. Se trata de una iniciativa del Instituto de la Mujer para eliminar sesgos durante la búsqueda de un profesional y en la que Mahou San Miguel fue la única cervecera en adherirse.

Nuestra Política de Personas y Organización vela por incrementar la presencia de mujeres en la plantilla. Nuestro profundo compromiso en materia de igualdad y la aplicación de sus principios a la hora de contratar, sitúa una **brecha salarial** entre profesionales en niveles de responsabilidad y puestos equivalentes **positiva para las mujeres (-4,6%)** en los últimos cinco años.

No obstante, continuamos trabajando para reducir la **brecha salarial global** entre hombres y mujeres, que registra una mejora, reduciéndose en casi dos puntos porcentuales en 2021 hasta situarse en un **6,81%**, debido a que la plantilla masculina tiene más antigüedad en todas las categorías y niveles.

Contamos, además, con un **Código de Conducta** de obligado cumplimiento por parte de nuestro equipo para prevenir el acoso y velar por la igualdad y la no discriminación, que se complementó con nuestra **Política de Responsabilidad Social Corporativa**. En 2021, la Compañía no registró ningún caso de acoso o discriminación.

CUIDAMOS DE LA SALUD Y EL BIENESTAR DE NUESTROS PROFESIONALES



UNA VEZ LA SITUACIÓN EPIDEMIOLÓGICA LO PERMITIÓ, SE REACTIVARON PRESENCIALMENTE LAS ACCIONES DIRIGIDAS AL BIENESTAR, FÍSICO Y EMOCIONAL, DE NUESTROS PROFESIONALES



Mahou San Miguel cuenta con una Política de Prevención, Salud y Bienestar puntera en España.

En 2021, nos situamos por debajo de la media del sector en lo que a frecuencia de accidentalidad se refiere, gracias a dicha política y a la constante inversión en nuestras instalaciones con el claro objetivo de garantizar los más altos estándares de seguridad y la formación activa de nuestros profesionales en materia de prevención de riesgos laborales. En el pasado año, no tuvimos ninguna enfermedad profesional declarada como tal.

En definitiva, en 2021, hubo 264.848 horas de absentismo por baja laboral de las cuales 62.318 horas correspondieron a mujeres (58.051 horas a trabajadoras con contrato indefinido y 4.267 con contratos temporales) y 202.530 horas a hombres (198.156 a empleados con contrato indefinido y 4.374 con contratos temporales).

Tuvimos 44 empleados con discapacidad: 40 hombres y 4 mujeres, todos con contrato indefinido.

Y nuestro índice de absentismo fue 7,19 %.

Durante el pasado año, se reactivaron presencialmente, además, las acciones dirigidas al **bienestar de nuestros profesionales** como las sesiones de *mindfulness* en formato presencial, la Escuela de Nutrición, las campañas de salud mental o las ayudas para la actividad física. Una vez la situación epidemiológica lo permitió, se llevó a cabo la reapertura del Taller de Salud en los diferentes centros, que contó siempre con todas las medidas necesarias de prevención y seguridad.

Nº ACCIDENTES	2021	2020
Con baja laboral	49	44
Sin baja laboral	29	38

HORAS DE ABSENTISMO	2021	2020
Por accidente	11.589	6.038
Por enfermedad común	253.259	311.057
Total	264.848	317.095

CONCILIACIÓN Y FLEXIBILIDAD: UNA PRIORIDAD PARA MAHOU SAN MIGUEL



Llevamos años impulsando políticas internas que favorecen la flexibilidad y conciliación entre la vida personal y profesional del equipo, lo que también permitió reforzar el compromiso de las personas con el proyecto de la Compañía.

Esta estrategia nos hizo valedores en 2021 del **nivel de Excelencia en materia de conciliación en el Certificado efr** que otorga la Fundación Másfamilia, en colaboración con el Ministerio de Derechos Sociales y Agenda 2030. Tan solo cuentan con ella 37 organizaciones de entre las más de 850 que implementaron el modelo *efr* en más de 20 países, una guía que distingue las políticas activas puestas en marcha por las compañías a favor de un correcto equilibrio entre vida personal y profesional.

La renovación del certificado *efr* con la máxima puntuación, junto con el galardón obtenido por nuestra Compañía en los **Premios Capital 2021** por su impulso a la conciliación, son el reflejo de nuestro esfuerzo en esta materia, que se materializó el pasado año en iniciativas como la dirigida a garantizar la **desconexión digital** fuera del horario laboral, nuestra

EN 2021, RENOVAMOS EL CERTIFICADO EFR CON LA CATEGORÍA DE EXCELENTE, SIENDO LA ÚNICA CERVECERA A NIVEL MUNDIAL EN LOGRARLO

campaña “Objetivo 18:30” que establece esta hora como la máxima de salida, el horario flexible de entrada y salida o nuestra política para que las reuniones no se convoquen más allá de las cinco y media de la tarde.

Nuestro compromiso con nuestros profesionales es, por tanto, de mejora continua, analizando sus necesidades para ofrecerles las mejores soluciones. En el último año, nuestra Compañía adaptó, junto con los Representantes de los Trabajadores, sus políticas de conciliación a la situación derivada de la crisis sanitaria y establecimos mecanismos de control que garantizaban que, cuando estuvieran trabajando desde casa, cumplieran con unas jornadas razonables y en línea con el trabajo presencial.

UN EQUIPO MÁS FORMADO, **CONECTADO** Y DIGITAL



En 2021, potenciamos nuestra estrategia de formación e invertimos un **total de 912.000 euros en programas** dirigidos a desarrollar el talento. Estos contaron con la participación de 3.123 profesionales y supusieron más de 89.300 horas dedicadas.

El fomento de la transversalidad y las **herramientas digitales** fueron claves para incentivar una nueva cultura de desarrollo, crecimiento personal y motivación en nuestro equipo, cuyo perfil sigue evolucionando hacia nuevas competencias y hacia los entornos colaborativos. De esta manera, también potenciamos la innovación, uno de nuestros principales ejes estratégicos.

INVERTIMOS UN TOTAL DE
912.000 EUROS EN
PROGRAMAS FORMATIVOS

CON LA PARTICIPACIÓN DE
3.123 PROFESIONALES

MÁS DE **89.370** HORAS
DE FORMACIÓN

El pasado año, impulsamos herramientas colaborativas e interactivas como Microsoft Office 365 y nuestra Oficina de Transformación Digital puso en marcha *Proyectamos*, una plataforma de gestión que aglutinó todas las iniciativas digitales de la Compañía, facilitándonos abordar el ciclo de vida de un proyecto al tiempo que maximizamos el trabajo en equipo. La plataforma contó en 2021 con más de 90 Project leaders encabezando iniciativas digitales y 58.000 visitas.

También pusimos en marcha **RONIN**, un proyecto en el que más de 140 profesionales actuaron como impulsores de una mentalidad digital en el resto de la plantilla, fomentando el uso de las herramientas ya disponibles y la capacitación de los equipos en este ámbito, venciendo sus posibles resistencias.

En total, en 2021, se dedicaron más de 8.300 horas de formación específica en competencias digitales y cerca de 2.330 profesionales utilizaron herramientas colaborativas.

Otro hito de nuestra estrategia de digitalización para conectar con nuestros profesionales fue el relanzamiento de nuestra Intranet, **e.ntra**, manteniendo su esencia pero incorporando nuevas funcionalidades para crear un entorno más interactivo, participativo y ágil en el que todos los empleados tienen cabida. Con una interfaz mucho más intuitiva, una imagen renovada y una galería de servicios más accesible, nos permitió, además, contar con una aplicación móvil para su descarga tanto en dispositivos corporativos como personales.





CONTINUAMOS MEJORANDO LA **EXPERIENCIA** DEL EMPLEADO

Para Mahou San Miguel, la opinión de su equipo es clave como punto de partida para la construcción de sus planes de futuro.

En 2021, quisimos conocer de primera mano la experiencia de nuestros profesionales en Mahou San Miguel y, a través de diversas entrevistas y focus groups, recopilamos un total de 1.000 perspectivas y opiniones, que arrojaron unos resultados

realmente buenos. Se observaron porcentajes muy elevados de satisfacción (8,5 sobre 10) y de compromiso con la organización, con un grado de vinculación de casi 9 sobre 10 y una intención de no cambiar de compañía superior al 95%.

Este trabajo nos permitió identificar también los puntos de mejora y seguir avanzando en nuestra estrategia de marca empleadora.

05





MARCAS
QUE CONECTAN
Y ENAMORAN

A LO LARGO DE 2021, NUESTRAS MARCAS PUSIERON EN MARCHA DIVERSAS INICIATIVAS PARA ESTAR MÁS CERCA DE LOS CONSUMIDORES. PARA ELLO, NO DEJARON DE INNOVAR, DESARROLLANDO NUEVAS PROPUESTAS Y EXPERIENCIAS QUE CONECTARON, ENAMORARON Y AFIANZARON NUESTRA POSICIÓN DE IMPULSORES DE LA CULTURA CERVECERA EN NUESTRO PAÍS. AL MISMO TIEMPO, MANTUVIMOS UN ROL RELEVANTE EN LA RECUPERACIÓN DE LA CONFIANZA EN EL CONSUMO EN UN CONTEXTO COMPLEJO PARA TODOS.



SEGUIMOS IMPULSANDO LA INNOVACIÓN CON PRODUCTOS DIFERENCIALES

El pasado año, nos esforzamos para **continuar abriendo camino en el sector** con propuestas innovadoras que marcaron la diferencia y, como resultado, más de un 6,5% de nuestra venta neta provino de la innovación. Así, mantuvimos nuestro liderazgo en el mercado español con nuevos productos que aportaron valor a la categoría, a nuestros distribuidores y a nuestros clientes y que respondieron a las expectativas de los consumidores.

En 2021, lanzamos **Mahou 0,0 Tostada en barril**, siendo pioneros en este formato en la nueva categoría, y, con el objetivo de seguir reforzando el posicionamiento Premium de Alhambra a través de cervezas de la más alta calidad y diferenciación, lanzamos una segunda edición de **Las Numeradas**, dos stout inspiradas el mundo del Cacao: Cacao y chile chipotle y Cacao y piel de naranja. Además, el sabor de siempre estrenó nueva imagen con **Alhambra Lager Singular**, un homenaje a Granada y a la Alhambra en un diseño en el que se evoca aún más la celosía del monumento y sus emblemáticos azulejos.



También presentamos novedades como **Founders All Day IPA en lata** y **Centennial IPA en barril** (por primera vez en España); el nuevo sabor de **Solán de Cabras Vital (Limón y chinotto)** con beneficios funcionales; la transformación de San Miguel Magna 0,0 Roja en **Magna Tostada 0,0**; **Nómada Naturepils Orgánica y sin gluten** y **La Salve IPA**, elaborada en la fábrica de Bilbao.



CERVEZAS ALHAMBRA

Granada, 1925

Alhambra

LAGER SINGULAR

CERVEZA ESPECIAL DE
FERMENTACIÓN LENTA

CERCA DE NUESTROS CONSUMIDORES

NUESTRAS MARCAS SORPRENDIERON A NUESTROS CONSUMIDORES CON PROPUESTAS MUSICALES, CULTURALES, DEPORTIVAS Y GASTRONÓMICAS QUE SE CONVIRTIERON EN EXPERIENCIAS DE UNIÓN Y CONEXIÓN ENTRE LAS PERSONAS, MÁS NECESARIAS QUE NUNCA TRAS UNA ÉPOCA COMPLICADA.

m

EL SONIDO MÁS AUTÉNTICO

En 2021, disfrutamos de nuevo de la **música** en directo de la mano de **Vibra Mahou** y Zahara.



Una gira que recorrió la geografía española para presentar el último álbum de la artista y que volvió a generar emocionantes encuentros musicales, con todas las medidas de seguridad.

Cervezas Alhambra quiso poner banda sonora a nuestro día a día a través de su perfil de Spotify, que recopiló los mejores conciertos y eventos musicales de la marca. Por su parte, **San Miguel On Air**, el circuito nacional de conciertos en sala de nuestra marca más internacional continuó remontando el vuelo en 2021 y conmoviendo a artistas y seguidores.

ESPACIOS PARA EL REENCUENTRO

Nuestras marcas habilitaron espacios en los que fomentar la experiencia en torno a nuestros productos y socializar.

El **Patio de Mahou** se convirtió en un referente del ocio cervecero en la capital y conquistó a sus visitantes no solo por la calidad de nuestros productos, sino también por su oferta de experiencias. Asimismo, los consumidores pudieron disfrutar de **Corona Paradise**, un espacio centrado en la unión de la marca con la naturaleza que desarrolló una experiencia inmersiva y multisensorial, invitando a romper la rutina y a explorar el mundo exterior a través del arte digital.



Por su parte, el **Jardín de Cervezas Alhambra** se convirtió en el punto de encuentro para madrileños y coruñeses donde vivir numerosas experiencias cargadas de gastronomía, música, arte y cultura.



SEGUIMOS FOMENTANDO EL DEPORTE

Reforzamos nuestro apoyo al fútbol femenino a través del patrocinio de nuestras marcas **Mahou Cinco Estrellas** y **Solán de Cabras** al Real Madrid, estrechando así los lazos que nos unen al club blanco y demostrando, de nuevo, nuestro compromiso con esta categoría y con el deporte rey.



Cervezas San Miguel celebró el encuentro más esperado de la temporada del Athletic Club de Bilbao, con una edición especial limitada para la ciudad y la afición, y conmemoró los 100 años del Osasuna con una botella única para homenajear el origen, tradición y valores del club rojillo. Además, llenó la temporada de nieve de diferentes actividades bajo el concepto **The Snow Beer**, con el objetivo de potenciar la conexión de los cerveceros inquietos con los espacios naturales y su belleza.



En 2021, continuamos afianzando nuestro rol en los **eSports** y Cervezas San Miguel presentó *#IgniteYourGame*, una declaración de intenciones en este territorio que impulsó a los gamers inquietos a hacer su mundo más grande. Y es que el espíritu de la marca conecta a la perfección con aquellos que luchan cada día para llevar su pasión a lo más alto y convertirse en profesionales. **Mahou**, por su parte, lanzó la primera edición de los *Mahou eSports Community Awards*, premiando a las personalidades más influyentes del mundo de los deportes electrónicos en 2021.



AL ENCUENTRO DE LA CULTURA GASTRONÓMICA

Con el lema **Madrid para comérselo**, el Gastrofestival desplegó más de 500 actividades para celebrar la riqueza culinaria de la capital, con el patrocinio de Mahou 0,0 Tostada. En su XII edición, participaron 450 locales que volvieron a reivindicar que el buen comer es un arte que apela a los cinco sentidos y pusieron en valor el sector de la Hostelería y su rol dinamizador en la economía y la sociedad madrileña.



Además, nació **Sabor Mahou feat**, que permitió reforzar el apoyo de Mahou a la Hostelería, además de fomentar encuentros de

calidad en torno a la gastronomía y la excelencia cervecera. Una experiencia única que fusionó las creaciones de algunos de los chefs más destacados de la capital con nuestra gama cervecera más premiada en el mundo.



Cervezas Alhambra también tuvo su particular conexión con este ámbito a través de **La Mirada Singular**, su primer podcast donde, a lo largo de seis episodios, nos ofreció tres miradas diferentes sobre un mismo tema, siendo la gastronomía uno de los destacados, al que le acompañaron la música, los viajes, el arte o la artesanía.

UN AÑO MÁS, DISFRUTAMOS DEL ARTE



Gracias a la V edición del Premio Cervezas Alhambra de Arte Emergente, nuestra marca granadina siguió impulsando el talento de artistas noveles y estuvo presente en Arco Madrid 2021. Las obras ganadoras pasaron a formar parte del Fondo Artístico de nuestra marca, dentro de la plataforma de creación contemporánea crear/sin/prisa.



NUESTRAS MARCAS RETOMARON SUS CAMPAÑAS

EN 2021, NUESTRAS MARCAS ICÓNICAS VOLVIERON A INSPIRARNOS CON CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN QUE NOS PERMITIERON CONECTAR CON LOS CONSUMIDORES.

m

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA 2021

MAHOU: LA VIDA ES MÁS VIDA CUANDO NOS ENCONTRAMOS

A través de historias reales de personajes anónimos y conocidos, Mahou mostró y reivindicó la importancia del poder de los encuentros entre personas, los cuales son esenciales para vivir mejor.



MAHOU CINCO ESTRELLAS SESSION IPA Y EL PODER DE LAS IDEAS

A través de esta campaña, la marca quiso alentar a seguir adelante a aquellos que alguna vez creyeron en algo. Bajo el lema “Si crees en algo, créalo”, buscó contagiar ese espíritu de pasión y co-creación con el que se desarrolló esta cerveza.

ESTE DÍA ES LA VIDA, CON ALHAMBRA LAGER SINGULAR

Con Granada como escenario y Elvira Sastre como protagonista, los versos de Juan Ramón Jiménez y la melodía de C. Tangana nos invitaron a disfrutar sin prisa, a vivir el hoy y a tomarnos nuestro tiempo para prestar atención a los momentos que merecen la pena.



ALHAMBRA RESERVA 1925, EL ARTE DE HACER LA CERVEZA SIN PRISA

Para nuestra marca granadina, el tiempo es un ingrediente más de sus cervezas, hechas sin prisa, para disfrutar sin prisa. Una particular forma de hacer las cosas que volvió a compartir en su última campaña La Espera, en la que puso de manifiesto que solo con tiempo se logra un sabor tan difícil de olvidar como el de nuestra Alhambra Reserva 1925.



ESCRIBE EL GUION DE TU VIDA CON MAGNA DE SAN MIGUEL

La marca estrenó su nueva campaña en la que animó a los consumidores a tomar las riendas de su vida. Enmarcada en el mundo de las series, utilizó la figura del guionista para trasladar que aquellos con el mejor criterio eligen una Magna.





UN AGUA ASÍ SOLO LA CREA LA NATURALEZA



MARCAS QUE CONECTAN Y ENAMORAN

LA PROHIBIDA TE INVITA A QUE NO CENSURES LO QUE SIENTES



Nuestra cider lanzó su primer spot bajo el título “No censure lo que sientes”, una oda a la libertad y al disfrute cuyo objetivo fue invitar a las personas a vivir su libertad sin censura. En el spot, con formato videoclip, la música adquirió un gran protagonismo con una nueva versión, interpretada por La Bien Querida, de la canción Soy Rebelde.

SOLÁN DE CABRAS NOS RECORDÓ QUE SOMOS AGUA

Tras cuatro años, Solán de Cabras regresó a la televisión con una nueva campaña. La Serranía de Cuenca, el paraíso natural donde la marca nació hace más de 225 años, fue el escenario perfecto para ensalzar la pureza de su origen y trasladar el compromiso de elaborar todas sus botellas a partir de otras botellas, gracias a sus envases de plástico 100% reciclado y reciclable.



INICIATIVAS PARA APOYAR A LA **HOSTELERÍA**

m

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA 2021

Somos
FAmiLiA®

Mahou | San Miguel | Cervezas Alhambra | Solán de Cabras

Además de presentar sus iniciativas de comunicación individuales por marca, en 2021 pusimos el broche final a la **Campaña Somos Familia**, en la que Mahou, San Miguel, Cervezas Alhambra y Solán de Cabras volvían a unirse mostrando historias reales de hosteleros para ilustrar su apoyo a este sector; porque todavía quedaba mucho por hacer para su verdadera reactivación.

Bajo el nombre de **Reencuentros**, esta cuarta y última entrega constó de tres spots que mostraron testimonios reales de empleados y propietarios de varios establecimientos hosteleros que, tras momentos muy duros, regresaban por fin al trabajo con la ilusión de abrir las puertas de sus locales y de reencontrarse con sus compañeros y clientes.

Además, nuestras marcas desarrollaron otras iniciativas

como **WeBar Mahou**, para ayudar a reforzar el atractivo de los bares de barrio potenciándolos como lugares de encuentro y ocio; o **Ciudades Magníficas de Magna de San Miguel**, acción llevada a cabo en Barcelona, Bilbao, Burgos, Lérida, Málaga, Palma de Mallorca y Pamplona que buscaba crear sinergias entre bares y comercios para contribuir a reforzar el tejido empresarial de las ciudades.



EN 2021, PUSIMOS EL BROCHE FINAL A LA CAMPAÑA **SOMOS FAMILIA** DE APOYO AL SECTOR HOSTELERO, MOSTRANDO TESTIMONIOS REALES Y VISIBILIZANDO EL REENCUENTRO TRAS MESES SIN VERSE





ESCUCHAMOS A NUESTROS **CONSUMIDORES**

Ofrecer momentos únicos a nuestros consumidores es una prioridad para nosotros, al igual que crear canales de comunicación que nos permitan conocer sus necesidades o motivaciones de manera que nuestros productos continúen siendo sus favoritos.

Para lograrlo, mantuvimos un estrecho contacto con los consumidores a través del **Servicio de Atención al Consumidor** o nuestros **perfiles en redes sociales**, que facilitaron un diálogo fluido y cercano con ellos.

En 2021, tuvimos 39.955 contactos a través de nuestro Servicio de Atención al Consumidor, que ofrece distintas vías de comunicación (**Web corporativa, correo electrónico, chat y teléfono**).



2021: UN AÑO CON SABOR A PREMIOS



ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA 2021



En 2021, continuamos cosechando reconocimientos a nuestros productos cerrando el año, además, como la Compañía más premiada en certámenes cerveceros.

Mahou, la gama cervecera española más premiada del mundo por cuarto año consecutivo.



Mahou se consolidó, una vez más, como la marca de cervezas española más laureada a nivel internacional, tras las buenas puntuaciones recibidas en los World Beer Challenge y World Beer Awards, entre otros encuentros cerveceros, que reúnen anualmente a expertos de todo el mundo.

Mahou, la cerveza más elegida. Nuestra marca fue la cerveza favorita en la cesta de la compra de los hogares españoles, según el ranking Brand Footprint de Kantar. Entró así en el Top 20 de marcas de gran consumo más elegidas de España, escalando posiciones hasta alcanzar el número 18.

Cervezas San Miguel recibió 14 estrellas de oro en los Superior Taste Awards. San Miguel Especial, San Miguel 0,0, Magna de San Miguel, Magna Roja 0,0 de San Miguel, Selecta de San Miguel, Manila de San Miguel y Yakima Valley de San Miguel obtuvieron el reconocimiento del prestigioso jurado del International Taste Institute. Estos premios internacionales son considerados la “Guía Michelin” de la alimentación y las bebidas debido a su exigente metodología a la hora de evaluar los productos presentados en cada categoría.



**EN 2021,
FUIMOS LA COMPAÑÍA
ESPAÑOLA MÁS PREMIADA EN
CERTÁMENES CERVECEROS**

Cervezas San Miguel triunfó en los certámenes internacionales de excelencia cervecera con 23 medallas. San Miguel Especial, San Miguel Radler, San Miguel 0,0, San Miguel Especial Gluten Free, Magna de San Miguel, Magna Roja 0,0 de San Miguel, Selecta de San Miguel, Manila de San Miguel y Yakima Valley de San Miguel obtuvieron el reconocimiento del jurado de premios internacionales como el Concours International de Lyon, el Monde Selection o el London Beer Competition. Cervezas San Miguel fue, además, galardonada en el certamen Frankfurt International Trophy con cinco medallas de oro.



San Miguel Eco, la mejor cerveza ecológica de España.

La marca, pionera en el sector, fue galardonada con la medalla de Gran Oro en la primera edición del Concurso Internacional de Cervezas Ecológicas e Hidromieles Orgánicas ecoBirra. Esta variedad, elaborada con maltas y lúpulos procedentes de la agricultura ecológica, responde al compromiso de la marca con la sostenibilidad y el medio ambiente.

Premios CICA. En la sexta edición de Beermad, la feria de cerveza artesanal más importante de Madrid, se entregaron los galardones CICA, que premieron tanto a Founders Brewing como a Nómada Brewing. En concreto, ambas marcas consiguieron un total de cinco premios: dos oros, por KBS y Dirty Bastard de **Founders Brewing**; dos platas, para Porter de Founders Brewing y Naturepils de **Nómada Brewing**; y un bronce, para Marabunta, también de Nómada Brewing. Adicionalmente, Founders Brewing fue nombrada como la segunda mejor cervecera del concurso.

Premios Andalucía Excelente para Alhambra como producto del año. El medio especializado en monográficos y publicaciones especializadas, El Suplemento, reconoció a Alhambra como producto del año.



Solán de Cabras recibió el sello de oro de Monde Selection 2021. El Instituto Internacional de Calidad otorgó este galardón a nuestra marca en sus dos variedades: Solán de Cabras y Solán de Cabras con gas.



La Prohibida, premiada por su creatividad. Nuestra cider fue reconocida por sus campañas de contenidos en los Premios Nacionales de Creatividad, otorgados por el C de C (Club de Creativos), y los Best!n Food. Recogió un total de cuatro galardones y tres menciones.



MARCAS QUE CONECTAN Y ENAMORAN

CONTAMOS CON UN AMPLIO Y VARIADO PORTAFOLIO



ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA 2021

Nuestra familia de productos está formada por más de 71 marcas nacionales e internacionales de máxima calidad. Entre ellas, destacan marcas icónicas como Mahou Cinco Estrellas, San Miguel Especial, Alhambra Reserva 1925 o el agua mineral natural Solán de Cabras; cervezas pioneras en su categoría, como San Miguel 0,0, San Miguel ECO o Mahou Barrica; y marcas aptas para celíacos como San Miguel Gluten Free y Mahou Cinco Estrellas Sin Gluten. También tenemos marcas como Mahou Cinco Estrellas sesión IPA, elaborada de forma colaborativa con Founders Brewing. Este gran portafolio se complementa con una amplia gama de cervezas internacionales, fruto de acuerdos alcanzados con socios como AB InBev.

Mahou

Tras más de 130 años ofreciendo la mejor calidad cervecera, innovando y sorprendiendo a los consumidores con nuevas propuestas diferenciales, en 2021 la marca se centró en reforzar su liderazgo a través de la relevancia y la conexión emocional desde su propósito, a la par que reinventó su posición a nivel regional y definió su aportación de valor a través de la sostenibilidad.

MAHOU 0,0 TOSTADA

Nuestra variedad Mahou 0,0 Tostada, pionera en su categoría, continuó consolidando su crecimiento y reconocimiento en el mercado. La marca lideró el segmento sin alcohol en nuestro país y continuó creciendo en el canal de Alimentación. En Hostelería, fuimos pioneros en salir al mercado con el formato barril en esta nueva categoría, obteniendo una gran acogida entre nuestros clientes.



NUESTRA FAMILIA DE PRODUCTOS ESTÁ FORMADA POR 71 MARCAS NACIONALES E INTERNACIONALES DE MÁXIMA CALIDAD



CONOCE AQUÍ
EL PORTAFOLIO
COMPLETO DE
NUESTRA COMPAÑÍA

CERVEZAS
SanMiguel
SINCE 1890

Nacida en Manila en 1890, es una marca con un fuerte espíritu aventurero que le ha llevado a ser la más internacional de nuestras cervezas, con presencia en más de 40 países. Inquieta, innovadora y en busca de nuevos horizontes, San Miguel es y será un punto de referencia para el sector cervecero español.



CERVEZAS
ALHAMBRA

De origen granadino y con 97 años de historia, Alhambra cuenta con una gran personalidad que inspira y estimula nuestros sentidos para disfrutar de toda su gama de forma pausada, invitando a sentir y descubrir todo lo que nos ofrece.



MARCAS QUE CONECTAN Y ENAMORAN

**MAGNA TOSTADA 0,0
DE SAN MIGUEL**

En 2021, asistimos a la transformación de San Miguel Magna 0,0 Roja en Magna Tostada 0,0. Una propuesta que es el resultado de una rigurosa selección de materias primas y un cuidadoso proceso de elaboración, en el que se ajustan parámetros como la temperatura y los tiempos para limitar la producción de alcohol, sin olvidar el espíritu cervecero.



NOVEDADES

Con el fin de seguir reforzando su posicionamiento Premium a través de cervezas de la más alta calidad y diferenciación, lanzamos una segunda edición de **Las Numeradas**, dos cervezas stout con el mundo del cacao como inspiración: **Cacao y chile chipotle** y **Cacao y piel de naranja**, una cerveza que se elabora sin filtrar y a la que en el proceso se introduce cacao, piel de naranja y lúpulos aromáticos que aportan un perfil diferente a la Stout tradicional.





Marca norteamericana de referencia en el mercado internacional de cervezas artesanas que ofrece alternativas genuinas con una marcada personalidad.



Marca craft de Estados Unidos comprometida con la producción de cervezas ales y lager insólitas que desafían estilos y categorías.



MÁS AGAVE CLÁSICA PRICKLY PEAR

Se trata de una Hard Seltzer inspirada en el mundo del cóctel, elaborada con extracto de higo chumbo y toques de bayas y melón, con un punto de sal marina y envejecida en barril de tequila.

SPARKLE GLACIER SPIKED SELTZERS

Avery Brewing amplió su gama Sparkle Glacier Spiked Seltzers incorporando el mango a sus ya clásicos sabores cherry lime, grapefruit y cranraz. Además, lanzó su nuevo pack Berry, con cuatro nuevas variedades de bayas: blackberry açai, strawberry watermelon, blueberry lemon y red raspberry.





AGUAS MINERALES NATURALES

Agua mineral natural, fuente de salud, bienestar e hidratación cuya pureza tiene origen en la naturaleza. De la profundidad de la tierra y desde hace más de 3.600 años, cada gota procedente de la lluvia recorre y se filtra entre capas de sedimentos y rocas en un proceso 100% natural hasta su fase final, el envasado.

Además de contar con la icónica Solán de Cabras, impulsamos las referencias locales de **Sierra Natura**, **Sierras de Jaén** y la canaria **Fonteide**.

SOLÁN DE CABRAS VITAL

Solán de Cabras lanzó en verano una nueva referencia de aguas con beneficios funcionales: Solán de Cabras Vital, de sabor cítrico con vitaminas B6 y B3.



MARCAS QUE CONECTAN Y ENAMORAN



Cerveza de origen canario, pensada para el público joven de las Islas.



El renacimiento de una marca local de Bilbao, con mucho que ofrecer a todo el mercado nacional.



Las variedades craft de Nómada fusionan tradición e innovación con el objetivo de alcanzar sabores que emocionen a los consumidores.

LA PROHIBIDA CIDER

Nuestra cider es una bebida fresca, con carácter, resultado de la fermentación natural de manzanas rojas y verdes, lo que le aporta un contraste inesperado de sabor ácido y afrutado. Tiene un perfil aromático y refrescante, con un intenso color dorado y baja graduación.

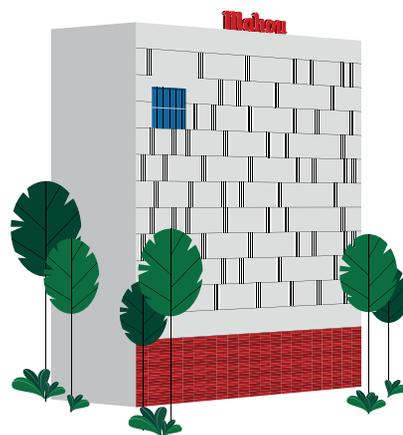


06



EL VALOR DE CAMBIAR

EL VALOR DE CAMBIAR



m

Dejamos atrás 2021 para poner la vista en el futuro, con la ilusión y el empuje que siempre nos ha caracterizado. La pandemia nos ha traído grandes aprendizajes y nos ha enseñado a ser más ágiles, a priorizar mejor y, al mismo tiempo, a ser más flexibles a la hora de manejar las decisiones de nuestro negocio.

Ante este escenario, en 2021 aprobamos nuestro **nuevo Plan Estratégico 2022-2024**, una hoja de ruta para los próximos tres años que tiene como lema **El valor de cambiar**, porque el momento que vivimos y el nuevo contexto de mercado requieren hacer las cosas de forma diferente y abordar nuevos retos, con valentía y humildad. Estamos convencidos de que este nuevo Plan nos permitirá llevar a

nuestra Compañía a consolidar su posición en el mercado y a reforzar el rol que desempeñamos en el desarrollo económico y social de nuestro país.

Con él, además, queremos marcar el camino que nos llevará a hacer realidad **nuestra visión** a medio plazo: **ser un grupo cervecero internacional, líder claro en cerveza en España y con una diversificación selectiva**. Todo ello siendo una compañía con alma, que se apalanca en su transformación cultural, la sostenibilidad, la digitalización y la innovación, sin perder su foco en el consumidor y el cliente.

EN 2021, APROBAMOS NUESTRO PLAN ESTRATÉGICO PARA LOS PRÓXIMOS TRES AÑOS, UNA HOJA DE RUTA QUE NOS PERMITIRÁ CONSOLIDAR NUESTRA POSICIÓN EN EL MERCADO Y REFORZAR EL ROL QUE DESEMPEÑAMOS EN EL DESARROLLO ECONÓMICO Y SOCIAL DE NUESTRO PAÍS





▶ PARA LOGRARLO, ESTE PLAN ESTRATÉGICO SE HA CONCRETADO EN CINCO OBJETIVOS:

- ▶ CRECER POR ENCIMA DEL MERCADO, ENFOCADOS EN EL CONSUMIDOR PARA MEJORAR NUESTRO BRAND POWER.
- ▶ MEJORAR LA PREFERENCIA DE NUESTROS CLIENTES POR LA CALIDAD DEL SERVICIO QUE LES PRESTAMOS Y POR CONTRIBUIR A SU DESARROLLO.
- ▶ TRANSFORMAR NUESTRA COMPAÑÍA PARA QUE SEA MÁS SOSTENIBLE, EFICIENTE, ÁGIL Y FLEXIBLE.
- ▶ DIVERSIFICAR NUESTRAS FUENTES DE INGRESOS.
- ▶ EVOLUCIONAR LA CULTURA DE MAHOU SAN MIGUEL PARA COMPETIR CON ÉXITO EN UN NUEVO ENTORNO.

Este Plan Estratégico nos guiará para **convertirnos en una Compañía aún más sólida, sostenible, rentable, diversificada, eficiente e innovadora**, reforzada para competir en el nuevo entorno y mejor capacitada para operar en tiempos de incertidumbre.

Por eso, vamos a seguir evolucionando, reafirmando nuestras fortalezas y adaptándonos a las demandas del consumidor y la sociedad, teniendo siempre presente el **propósito** que nos guía: **crear momentos de unión y conexión para mejorar la vida de las personas y del planeta.**



PERFIL DEL ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA

Compañía
Mahou San Miguel

País
España

Periodo cubierto
2021

Periodicidad
Anual

Domicilio social
C/ Titán, 15. Madrid

A través de este Informe Anual, el decimosegundo consecutivo elaborado por Mahou San Miguel, queremos compartir con todos nuestros grupos de interés y con la sociedad en general nuestro desempeño corporativo, social, ambiental y económico durante el ejercicio 2021. Así, volvemos a poner de manifiesto nuestro compromiso con la transparencia, la creación de valor y la comunicación fluida.

Este documento se ha elaborado conforme a los requisitos establecidos en la Ley 11/2018, de 28 de diciembre, que traspone al ordenamiento jurídico español la Directiva 2014/95/UE del Parlamento Europeo y

del Consejo, de 22 de octubre de 2014, por la que se modifica la Directiva 2013/34/UE en lo que respecta a la divulgación de información no financiera e información sobre diversidad.

Este informe constituye el Estado de Información no Financiera y forma parte del Informe de Gestión.

La información aquí plasmada está recopilada y presentada de acuerdo a los principios de transparencia, claridad, comparabilidad y fiabilidad de Mahou San Miguel.

MÁS INFORMACIÓN:

Correo electrónico:
comunicacion.corporativa@mahou-sanmiguel.com

Teléfono:
91 526 91 00

Web:
www.mahou-sanmiguel.com

ÍNDICE DE CONTENIDOS SEGÚN REQUERIMIENTOS DE LA LEY 11/2018 EN MATERIA DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA Y DIVERSIDAD

ÁMBITOS	CONTENIDOS	Nº PÁGINA/CAPÍTULO
GLOBAL		
MODELO DE NEGOCIO	Breve descripción del modelo de negocio de la compañía, que incluirá: <ol style="list-style-type: none"> 1. su entorno empresarial 2. su organización y estructura 3. los mercados en los que opera 4. sus objetivos y estrategias 5. los principales factores y tendencias que pueden afectar a su futura evolución 	8-15, 23-26 (Capítulo 1: La esencia de lo que somos) GRI 102.1 a 102.7
POLÍTICAS	Una descripción de las políticas que aplica la compañía respecto a dichas cuestiones, que incluirá: <ol style="list-style-type: none"> 1. los procedimientos de diligencia debida aplicados para la identificación, evaluación, prevención y atenuación de riesgos e impactos significativos 2. los procedimientos de verificación y control, incluyendo qué medidas se han adoptado 	20-26 (Capítulo 1: La esencia de lo que somos) GRI 103 Enfoques de gestión de cada ámbito dentro de las dimensiones Económica, Ambiental y Social
RESULTADOS DE LAS POLÍTICAS	Una descripción de las políticas que aplica el grupo respecto a dichas cuestiones, que incluirá: <ol style="list-style-type: none"> 1. los procedimientos de diligencia debida aplicados para la identificación, evaluación, prevención y atenuación de riesgos e impactos significativos 2. los procedimientos de verificación y control, incluyendo qué medidas se han adoptado 	20-26 (Capítulo 1: La esencia de lo que somos) GRI 102-12
RESULTADO DE LOS PRINCIPALES INDICADORES	Indicadores clave de resultados no financieros que sean pertinentes respecto a la actividad empresarial concreta, y que cumplan con los criterios de comparabilidad, materialidad, relevancia y fiabilidad	12-13 (Capítulo 1: La esencia de lo que somos) Estándares GRI generales o específicos de las dimensiones Económica, ambiental y Social que se reportan en los siguientes bloques
CUESTIONES MEDIOAMBIENTALES		
GLOBAL MEDIOAMBIENTE	<ol style="list-style-type: none"> 1. Información detallada sobre los efectos actuales y previsibles de las actividades de la empresa en el medio ambiente y en su caso, la salud y la seguridad, los procedimientos de evaluación o certificación ambiental 2. Los recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales 3. La aplicación del principio de precaución, la cantidad de provisiones y garantías para riesgos ambientales 	40-41, 46-51 (Capítulo 3: Bienestar integrador) GRI 103 Enfoques de gestión de cada ámbito dentro de la dimensión Ambiental
CONTAMINACIÓN	<ol style="list-style-type: none"> 1. Medidas para prevenir, reducir o reparar las emisiones de carbono que afectan gravemente el medio ambiente 2. Teniendo en cuenta cualquier forma de contaminación atmosférica específica de una actividad, incluido el ruido y la contaminación lumínica 	46-51 (Capítulo 3: Bienestar integrador) GRI 103 Enfoques de gestión de Emisiones/biodiversidad
ECONOMÍA CIRCULAR Y PREVENCIÓN Y GESTIÓN DE RESIDUOS	Residuos: Medidas de prevención, reciclaje, reutilización, otras formas de recuperación y eliminación de desechos	46 (Capítulo 3: Bienestar integrador) GRI 103 Enfoques de gestión de Efluentes y residuos
USO SOSTENIBLE DE LOS RECURSOS	El consumo de agua y el suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales	50 (Capítulo 3: Bienestar integrador)
	Consumo de materias primas y las medidas adoptadas para mejorar la eficiencia de su uso	51 (Capítulo 3: Bienestar integrador) GRI 303-1
	Consumo, directo e indirecto, de energía, medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética y el uso de energías renovables	48-51 (Capítulo 3: Bienestar integrador) GRI 103 Enfoque de gestión medioambientales 301.-1, 302-
CAMBIO CLIMÁTICO	Los elementos importantes de las emisiones de gases de efecto invernadero generados como resultado de las actividades de la empresa, incluido el uso de los bienes y servicios que produce	51 (Capítulo 3: Bienestar integrador) GRI 103 Enfoque de gestión de emisiones, 305.-1, 305-2
	Las medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático	47-48 (Capítulo 3: Bienestar integrador) GRI 103 Enfoque de gestión de emisiones
	Las metas de reducción establecidas voluntariamente a medio y largo plazo para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y los medios implementados para tal fin	48 (Capítulo 3: Bienestar integrador) GRI 103 Enfoque de gestión de emisiones
PROTECCIÓN DE LA BIODIVERSIDAD	Medidas tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad	48 (Capítulo 3: Bienestar integrador) GRI 103
	Impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas	48 (Capítulo 3: Bienestar integrador) GRI 304-2



CUESTIONES SOCIALES Y RELATIVAS AL PERSONAL

EMPLEO	Número total y distribución de empleados por sexo, edad, país y clasificación profesional	58-59 (Capítulo 4: Las personas en el centro) GRI 103 Enfoque de gestión de empleo, 102-8, 405-1
	Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo	59 (Capítulo 4: Las personas en el centro) GRI 102-8
	Promedio anual de contratos indefinidos, de contratos temporales y de contratos a tiempo parcial por sexo, edad y clasificación profesional	59 (Capítulo 4: Las personas en el centro) GRI 102-8, 405-1
	Número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional	Información no desglosada
	Las remuneraciones medias y su evolución desagregados por sexo, edad y clasificación profesional o igual valor	Información no desglosada
	Brecha salarial, la remuneración puestos de trabajo iguales o de media de la sociedad	63 (Capítulo 4: Las personas en el centro) GRI 103 Enfoque de gestión de Diversidad e igualdad de oportunidades
	La remuneración media de los consejeros y directivos, incluyendo la retribución variable, dietas, indemnizaciones, el pago a los sistemas de previsión de ahorro a largo plazo y cualquier otra percepción desagregada por sexo	61 (Capítulo 4: Las personas en el centro) GRI 103 Enfoque de gestión de Diversidad e igualdad de oportunidades
ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO	Organización del tiempo de trabajo	65 (Capítulo 4: Las personas en el centro) GRI 103 Enfoque de gestión de empleo
	Número de horas de absentismo	64 (Capítulo 4: Las personas en el centro) GRI 103 Enfoque de gestión de empleo
	Medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio corresponsable de estos por parte de ambos progenitores	65 (Capítulo 4: Las personas en el centro) GRI 103 Enfoque de gestión de empleo
SALUD Y SEGURIDAD	Condiciones de salud y seguridad en el trabajo	64 (Capítulo 4: Las personas en el centro) GRI 103 Enfoque de gestión de Salud
	Accidentes de trabajo, en particular su frecuencia y gravedad	64 (Capítulo 4: Las personas en el centro) GRI 403-2, 403-3
	Enfermedades profesionales; desagregado por sexo	64 (Capítulo 4: Las personas en el centro) GRI 403-2, 403-
RELACIONES SOCIALES	Organización del diálogo social, incluidos procedimientos para informar y consultar al personal y negociar con ellos	59 (Capítulo 4: Las personas en el centro) GRI 103 Enfoque de gestión de relaciones trabajador-empresa
	Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país	59 (Capítulo 4: Las personas en el centro) GRI 102-41
	El balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y la seguridad en el trabajo	59 (Capítulo 4: Las personas en el centro) GRI 403-1
FORMACIÓN	Las políticas implementadas en el campo de la formación	66 (Capítulo 4: Las personas en el centro) GRI 103 Enfoque de gestión de formación y enseñanza
	La cantidad total de horas de formación por categorías profesionales	66 (Capítulo 4: Las personas en el centro) GRI 404-1
IGUALDAD	Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres	62-63 (Capítulo 4: Las personas en el centro) GRI 103 Enfoque de gestión de diversidad e igualdad de oportunidades
	Planes de igualdad (Capítulo III de la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres), medidas adoptadas para promover el empleo, protocolos contra el acoso sexual y por razón de sexo, la integración y la accesibilidad universal de las personas con discapacidad	
	La política contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad	



DERECHOS HUMANOS		
	Aplicación de procedimientos de diligencia debida en materia de derechos humanos	13, 20-21 (Capítulo 1: La esencia de lo que somos) GRI 103 Enfoque de gestión de evaluación de derechos humanos y no discriminación
	Prevención de los riesgos de vulneración de derechos humanos y, en su caso, medidas para mitigar, gestionar y reparar posibles abusos cometidos	20-21 (Capítulo 1: La esencia de lo que somos) GRI 102-16, 102-17
	Denuncias por casos de vulneración de derechos humanos	13 (Capítulo 1: La esencia de lo que somos) GRI 406-1
	Promoción y cumplimiento de las disposiciones de los convenios fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo relacionadas con el respeto por la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva	21 (Capítulo 1: La esencia de lo que somos) GRI 407-1
	La eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación	20-21 (Capítulo 1: La esencia de lo que somos) GRI 406-1 63-64 (Capítulo 4: Las personas en el centro)
	La eliminación del trabajo forzoso u obligatorio	20 (Capítulo 1: La esencia de lo que somos) GRI 409-1
	La abolición efectiva del trabajo infantil	21 (Capítulo 1: La esencia de lo que somos) GRI 408-1
CORRUPCIÓN Y SOBORNO		
	Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno	21 (Capítulo 1: La esencia de lo que somos) GRI 103 Enfoque de gestión de no discriminación, 102-16
	Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales	21 (Capítulo 1: La esencia de lo que somos)
	Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro	44 (Capítulo 3: Bienestar integrador) GRI 413-1
SOCIEDAD		
COMPROMISOS DE LA EMPRESA CON EL DESARROLLO SOSTENIBLE	El impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local	12 (Capítulo 1: La esencia de lo que somos) 30, 34-35 (Capítulo 2: El valor que aportamos)
	El impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio	30, 34-35 (Capítulo 2: El valor que aportamos)
	Las relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos	30-35 (Capítulo 2: El valor que aportamos) 43-45 (Capítulo 3: Bienestar integrador) GRI 102-43
	Las acciones de asociación o patrocinio	72-73 (Capítulo 5: marcas que conectan y enamoran) GRI 102-12, 102-13
SUBCONTRATACIÓN Y PROVEEDORES	* La inclusión en la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales * Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental	20 (Capítulo 1: La esencia de lo que somos) 34 (Capítulo 2: El valor que aportamos) GRI 102-9, 103 Enfoque de gestión de prácticas de adquisición, 204-1
	Sistemas de supervisión y auditorías y resultados de las mismas	34 (Capítulo 2: El valor que aportamos) GRI 103 Enfoque de gestión de prácticas de adquisición
CONSUMIDORES	Medidas para la salud y la seguridad de los consumidores	52-53 (Capítulo 3: Bienestar integrador) GRI 103 Enfoque de gestión de seguridad y salud de los clientes, marketing y etiquetado y privacidad del cliente
	Sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de las mismas	77 (Capítulo 5: Marcas que conectan y enamoran) GRI 103, 417-2
INFORMACIÓN FISCAL	Beneficios obtenidos país por país	Información no desglosada
	Impuestos sobre beneficios pagados	35 (Capítulo 2: El valor que aportamos) GRI 201-4
	Subvenciones públicas recibidas	35 (Capítulo 2: El valor que aportamos)





ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA 2021

INFORME DE **VERIFICACIÓN**



Mahou, S.A. y sociedades dependientes

Informe de verificación independiente
Estado de Información No Financiera





Informe de verificación independiente

A los accionistas de Mahou, S.A.:

De acuerdo al artículo 49 del Código de Comercio hemos realizado la verificación, con el alcance de seguridad limitada, del Estado de Información No Financiera Consolidado adjunto (en adelante EINF) correspondiente al ejercicio finalizado al 31 de diciembre de 2021, de Mahou, S.A. (Sociedad dominante) y sociedades dependientes (en adelante Mahou San Miguel) que forma parte del informe de gestión consolidado de Mahou San Miguel.

El contenido del EINF incluye información adicional a la requerida por la normativa mercantil vigente en materia de información no financiera que no ha sido objeto de nuestro trabajo de verificación. En este sentido, nuestro trabajo se ha limitado exclusivamente a la verificación de la información identificada en "Índice de contenidos según requerimientos de la Ley 11/2018 en materia de información no financiera y diversidad" incluida en el EINF adjunto.

Responsabilidad de los administradores de la Sociedad dominante

La formulación del EINF incluido en el informe de gestión consolidado de Mahou San Miguel, así como el contenido del mismo, es responsabilidad de los administradores de Mahou, S.A. El EINF se ha preparado de acuerdo con los contenidos recogidos en la normativa mercantil vigente y siguiendo los criterios de los *Sustainability Reporting Standards* de *Global Reporting Initiative* (estándares GRI) seleccionados de acuerdo a lo mencionado para cada materia en "Índice de contenidos según requerimientos de la Ley 11/2018 en materia de información no financiera y diversidad" del citado Estado.

Esta responsabilidad incluye asimismo el diseño, la implantación y el mantenimiento del control interno que se considere necesario para permitir que el EINF esté libre de incorrección material, debida a fraude o error.

Los administradores de Mahou, S.A. son también responsables de definir, implantar, adaptar y mantener los sistemas de gestión de los que se obtiene la información necesaria para la preparación del EINF.

Nuestra independencia y control de calidad

Hemos cumplido con los requerimientos de independencia y demás requerimientos de ética del Código Internacional de Ética para Profesionales de la Contabilidad (incluyendo las Normas Internacionales de Independencia) emitido por el Consejo de Normas Internacionales de Ética para Profesionales de la Contabilidad (Código del IESBA, por sus siglas en inglés) que está basado en los principios fundamentales de integridad, objetividad, competencia y diligencia profesionales, confidencialidad y comportamiento profesional.

Nuestra firma aplica la Norma Internacional de Control de Calidad 1 (NICC 1) y mantiene, en consecuencia, un sistema global de control de calidad que incluye políticas y procedimientos documentados relativos al cumplimiento de requerimientos de ética, normas profesionales y disposiciones legales y reglamentarias aplicables.

PriceWaterhouseCoopers Auditores, S.L., Torre PwC, Pº de la Castellana 259 B, 28046 Madrid, España
Tel.: +34 915 684 400 / +34 902 021 111, Fax: +34 915 685 400, www.pwc.es

R.M. Madrid, Icaja 87 280-1, 09to 7º, 09to 9.257, 09to 8.054, sección 2ª
Inscrita en el R.C.A.C. con el número 30242 - CIF: 9-79 031790



El equipo de trabajo ha estado formado por profesionales expertos en revisiones de información no Financiera y, específicamente, en información de desempeño económico, social y medioambiental.

Nuestra responsabilidad

Nuestra responsabilidad es expresar nuestras conclusiones en un informe de verificación independiente de seguridad limitada basándonos en el trabajo realizado. Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de acuerdo con los requisitos establecidos en la Norma Internacional de Encargos de Aseguramiento 3000 Revisada en vigor, "Encargos de Aseguramiento distintos de la Auditoría o de la Revisión de Información Financiera Histórica" (NIEA 3000 Revisada) emitida por el Consejo de Normas Internacionales de Auditoría y Aseguramiento (IAASB) de la Federación Internacional de Contadores (IFAC) y con la Guía de Actuación sobre encargos de verificación del Estado de Información No Financiera emitida por el Instituto de Censores Jurados de Cuentas de España.

En un trabajo de seguridad limitada los procedimientos llevados a cabo varían en naturaleza y momento de realización, y tienen una menor extensión, que los realizados en un trabajo de seguridad razonable y, por lo tanto, la seguridad proporcionada es también menor.

Nuestro trabajo ha consistido en la formulación de preguntas a la dirección, así como a las diversas unidades de Mahou San Miguel que han participado en la elaboración del EINF, en la revisión de los procesos para recopilar y validar la información presentada en el EINF y en la aplicación de ciertos procedimientos analíticos y pruebas de revisión por muestreo que se describen a continuación:

- Reuniones con el personal de Mahou San Miguel para conocer el modelo de negocio, las políticas y los enfoques de gestión aplicados, los principales riesgos relacionados con esas cuestiones y obtener la información necesaria para la revisión externa.
- Análisis del alcance, relevancia e integridad de los contenidos incluidos en el EINF del ejercicio 2021 en función del análisis de materialidad realizado por Mahou San Miguel y descrito en el apartado "Análisis de materialidad", considerando los contenidos requeridos en la normativa mercantil en vigor.
- Análisis de los procesos para recopilar y validar los datos presentados en el EINF del ejercicio 2021.
- Revisión de la información relativa a los riesgos, las políticas y los enfoques de gestión aplicados en relación a los aspectos materiales presentados en el EINF del ejercicio 2021.
- Comprobación, mediante pruebas, en base a la selección de una muestra, de la información relativa a los contenidos incluidos en el EINF del ejercicio 2021 y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información.
- Obtención de una carta de manifestaciones de los administradores y la dirección de la Sociedad dominante.

Fundamento de la conclusión con salvedades

El EINF adjunto no desglosa la información relativa a los contenidos establecidos por el artículo 49.6 del Código de Comercio relacionada con:

- las remuneraciones medias de empleados y su evolución desagregados por sexo, edad y clasificación profesional o igual valor, así como la brecha salarial asociada a las mencionadas remuneraciones medias.



- la remuneración media de los consejeros y directivos, incluyendo la retribución variable, dietas, indemnizaciones, el pago a los sistemas de previsión de ahorro a largo plazo y cualquier otra percepción desagregada por sexo,
- el número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional,
- los beneficios obtenidos país por país.

Conclusión con salvedades

Basándonos en los procedimientos realizados en nuestra verificación y en las evidencias que hemos obtenido, excepto por los efectos de las cuestiones descritas en la sección "Fundamento de la conclusión con salvedades", no se ha puesto de manifiesto aspecto adicional alguno que nos haga creer que el EINF de Mahou, S.A. y sociedades dependientes correspondiente al ejercicio anual finalizado el 31 de diciembre de 2021 no ha sido preparado, en todos sus aspectos significativos, de acuerdo con los contenidos recogidos en la normativa mercantil vigente y siguiendo los criterios de los estándares GRI seleccionados de acuerdo a lo mencionado para cada materia en "Índice de contenidos según requerimientos de la Ley 11/2018 en materia de información no financiera y diversidad" del citado Estado.

Uso y distribución

Este informe ha sido preparado en respuesta al requerimiento establecido en la normativa mercantil vigente en España, por lo que podría no ser adecuado para otros propósitos y jurisdicciones.

PricewaterhouseCoopers Auditores, S.L.

Esteban Cobo Vallés

9 de mayo de 2022

INSTITUTO DE CENSORES
JURADOS DE CUENTAS
DE ESPAÑA

PRICEWATERHOUSECOOPERS
AUDITORES, S.L.

2022 Núm. 01/22/00881

SOLICITUD COMPROMISO 30.08 EUR

.....

Salvo indicación de otras actuaciones

.....

Mahou

CERVEZAS
SanMiguel
SINCE 1890


**CERVEZAS
ALHAMBRA**



**m MAHOU
SANMIGUEL**

Calle Titán, 15 | 28045, Madrid. España | 915 269 100
www.mahou-sanmiguel.com