

Informe de Desarrollo Sostenible a 31 de marzo de **2012**



Diez Prioridades. Un Futuro.





Índice

Carta del Consejero Delegado	3
Contribución económica	4
Integración del desarrollo sostenible en la estrategia empresarial	5
Revisión de nuestra actuación y nuevos objetivos	6
Promoción del consumo responsable de alcohol	8
Uso eficiente del agua	9
Uso eficiente de la energía	10
Envases y embalajes	11
Trabajamos por un índice cero de residuos	12
Fomento del desarrollo empresarial en nuestra cadena de valor	13
Contribuimos al desarrollo de la comunidad	14
Incrementamos la conciencia sobre el impacto de VIH	15
Respeto de los derechos humanos	15
Comunicación transparente y comportamiento ético	16
Las personas son nuestra principal ventaja competitiva	17
Consumidores y clientes, nuestra razón de ser	19



Promoción del consumo responsable de alcohol pag.8



Uso eficiente del agua pag.9



Trabajamos por un índice cero de residuos pag.12



Fomento del desarrollo empresarial en nuestra cadena de valor pag.13



DORADA

ELABORADA
EN CARABOBO
DESDE 1919

DORADA

Cerveza
100% Malta

DORADA

Cerveza
100% Malta

DORADA

Cerveza
100% Malta

Carta del Consejero Delegado



El éxito de Compañía Cervecera de Canarias está estrechamente vinculado al bienestar de nuestra comunidad. Reconocemos que somos parte del tejido de la sociedad y pretendemos construir cadenas de valor que impulsen el crecimiento económico y estimulen el desarrollo social, al mismo tiempo que usamos los escasos recursos naturales de forma eficiente. De esta forma queremos generar retornos para nuestra Compañía mientras creamos riqueza a nuestro alrededor.

El desarrollo sostenible es parte integral de la forma en que ejercemos nuestra actividad y las diez prioridades que hemos definido sustentan nuestro acercamiento: diez áreas que informan del enfoque en el que concentramos nuestros esfuerzos y medios.

Procuramos innovar y gestionar los recursos de forma eficiente. Compañía Cervecera habitualmente pone en práctica programas que persiguen mejorar la eficiencia en el uso de agua y energía y disminuir los residuos. Este año hemos reducido la cantidad de agua que usamos para fabricar nuestra cerveza en un 9% y el consumo energético un 4%, mientras que hemos mantenido un índice de reciclaje de 97%.

Nuestra cerveza esta siempre presente en los momentos importantes de nuestra vida social. Sin embargo, hay una pequeña minoría que no siempre bebe responsablemente. Por eso, estamos comprometidos en luchar contra el consumo irresponsable de alcohol y creamos y apoyamos distintas iniciativas que lo persiguen.

Una de nuestras prioridades está relacionada con la inversión social. Como en otras ocasiones, nos hemos involucrado en proyectos que abordaban temas de interés preferente para Canarias como el turismo, la investigación universitaria, el deporte, el desarrollo rural y paisajístico y de determinados sectores de actividad especialmente afectados por la situación económica. Seguimos colaborando con distintas organizaciones no gubernamentales dedicadas a la integración de colectivos menos favorecidos y hemos realizado nuestra primera incursión en el campo del voluntariado corporativo en una experiencia a la que daremos continuidad en años sucesivos.

Los progresos que obtenemos en sostenibilidad no serían posibles sin el talento y la dedicación de las personas. Nuestro equipo humano es una de nuestras ventajas competitivas y este informe contiene ejemplos de cómo estas personas están trabajando para mejorar la Compañía y crear valor para la comunidad. Por eso nos esforzamos para formarlos, establecer canales de comunicación fluidos y reconocer su desempeño.

Los retos sociales y de recursos a los que nos enfrentamos son complejos y están interconectados. Compañía Cervecera no tiene todas las respuestas y sabemos que solos no las encontraremos. Sin embargo, hemos hechos progresos y tenemos experiencia en algunas áreas. Compartiendo el conocimiento y trabajando de forma colaborativa con nuestros grupos de interés, confiamos en que podemos encontrar soluciones innovadoras que pueden contribuir al desarrollo de Canarias y a la sostenibilidad de la Compañía.

Contribución económica

Nuestros productos son producidos, vendidos y consumidos mayoritariamente en Canarias. Como una de las principales empresas industriales de las islas, representamos un importante papel en su desarrollo económico. Al poner en el mercado productos de alta calidad que nuestros consumidores disfrutan, estamos creando empleo, pagando impuestos, potenciando el desarrollo de otras empresas y la formación de profesionales cualificados.

En el ejercicio pasado, Compañía Cervecera de Canarias generó un valor económico de 129,5 millones de euros de los que la mayoría fue distribuida entre proveedores, empleados, accionistas y administraciones públicas.

Estudios independientes recientes indican que nuestra actividad es directa o indirectamente responsable de la creación de unos 7.000 empleos y contribuye a aportar un valor añadido a la economía de 182 millones de euros.

Nuestra presencia en el mercado supone también una importante contribución a otros sectores no directamente vinculados al cervecero, pero sí a nuestra actividad. El sector agrícola y ganadero de las islas se está beneficiando de los subproductos resultantes de nuestro proceso de fabricación para alimentar y abonar su ganado y sus tierras a un precio más económico que el de los productos convencionales del mercado. Numerosas organizaciones sin ánimo de lucro está recibiendo nuestro apoyo para financiar sus fines sociales. El sector cultural y deportivo de Canarias también está siendo favorecido por nuestra implicación en el patrocinio de eventos.

VALOR ECONÓMICO DIRECTO DISTRIBUIDO (en millones de €): 129,5				
Costes operativos	Empleados	Dividendos	Admón. Pública	Intereses
Pagos a proveedores	Salarios y beneficios sociales	Accionistas	Pago de tributos, inc. IGIC	Pagos a entidades financieras
80,9	25,2	13,1	10,3	0,03



Integración del desarrollo sostenible en la estrategia empresarial

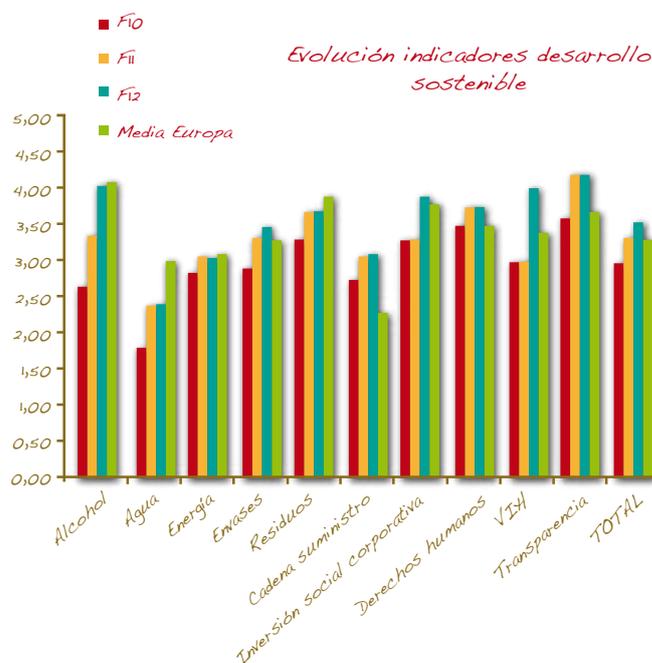
Un sistema basado en 10 prioridades

El desarrollo sostenible está integrado en la forma en que gestionamos nuestro negocio y para ello nos basamos en un sistema que tiene en cuenta 10 prioridades que reflejan nuestro compromiso en temas clave para nuestra actividad. Son aspectos que tienen en cuenta los principales riesgos y oportunidades medioambientales, sociales y económicos con los que nos enfrentamos.

- Combatir el consumo irresponsable de alcohol.
- Optimizar el consumo de agua.
- Reducir el consumo energético y las emisiones de CO2.
- Potenciar el reciclado y la reutilización de envases y embalajes.
- Reciclar el 100% de los residuos.
- Involucrar a todos los elementos de la cadena de suministro en nuestro compromiso de sostenibilidad.
- Favorecer las inversiones sociales en la comunidad.
- Contribuir a reducir la incidencia del virus VIH.
- Respetar los derechos humanos.
- Impulsar el conocimiento objetivo de la Compañía a través del ejercicio de la transparencia.

Estamos comprometidos en alcanzar unos estándares mínimos en cada una de estas prioridades, centrándonos en aquellas que son más críticas para nuestro entorno. Estas prioridades están siendo revisadas continuamente para asegurarnos de que siguen siendo relevantes.

Nuestra actuación en cada una de estas prioridades es evaluada semestralmente a través de más de 300 indicadores, de tal forma que obtenemos un diagnóstico claro de la situación en la que nos encontramos, de los logros conseguidos y de las áreas de mejora.



Revisión de nuestra actuación y nuevos objetivos

PRIORIDAD	OBJETIVOS F12	RESULTADOS F12	OBJETIVOS F13
Consumo responsable de alcohol	<ul style="list-style-type: none"> • Incrementar el número de materiales de comunicación que son auditados por el Comité de Comunicación Comercial. • Introducir la figura del auditor externo en el Comité de Comunicación Comercial. • Actualizar la formación a los equipos Comercial, de Marketing y Trade Marketing en la Política de Comunicación Comercial. • Adaptar los mensajes de consumo responsable al nuevo código de SABMiller, haciéndolo compatible con la norma del sector cervecero español. 	<ul style="list-style-type: none"> • +55% en piezas auditadas (67 vs.104). • Introducido. • No en F12, pero sí a principio de F13. • Total alineamiento entre ambos códigos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Actualizar la formación a los equipos Comercial, de Marketing y Trade Marketing en la Política de Comunicación Comercial. • Realizar Comunicación trimestral a los empleados para promover aspectos relacionados con la salud y otros asuntos contenidos en www.hablemosdealcohol.com • Llevar a cabo una encuesta entre empleados para conocer su percepción sobre la responsabilidad de la Compañía. • Dar formación a todos los empleados sobre Política Interna de Alcohol .
Agua	<ul style="list-style-type: none"> • Profundizar en el conocimiento de cada una de las instalaciones y actividades de manera individual para evaluar su impacto en el consumo total de cada parte del proceso productivo, priorizando la puesta en práctica de acciones que supongan un mayor impacto en la reducción del consumo, además de las que presenten mayor margen de mejora. • Realizar pruebas modificando las prácticas actuales y midiendo los consumos de forma parcial y rigurosa. La realización de auditorías periódicas permitirá hacer un seguimiento en los avances e ir afianzando la implantación de mejoras detectadas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis realizado a nivel de área y de principales instalaciones individuales. Acciones llevadas a cabo priorizando aquellas de mayor impacto. • Reducción de intervalos de medición que han permitido mayor rigor en el control de consumos. • Reducción de consumo específico 9%. 	<ul style="list-style-type: none"> • Completar el análisis a nivel de instalación individual con la inclusión de nuevos sistemas de registro. • Fruto de este análisis individual, priorizar la implantación de aquellas medidas que supongan mayor impacto en la reducción del consumo. • Incrementar el intervalo de evaluación de la situación del agua en Canarias.
Energía	<ul style="list-style-type: none"> • Profundizar en el conocimiento de cada una de las instalaciones y actividades de manera individual para evaluar su impacto en el consumo total de cada parte del proceso productivo. • Priorizar aquellas que supongan mayor impacto en la reducción del consumo, además de las que presenten mayor margen de mejora. • Realizar pruebas modificando las prácticas actuales y midiendo los consumos de forma parcial y rigurosa. La realización de auditorías periódicas permitirá hacer un seguimiento en los avances e ir afianzando la implantación de mejoras detectadas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis realizado a nivel de área y de principales instalaciones individuales. • Acciones llevadas a cabo priorizando aquellas de mayor impacto. • Reducción de intervalos de medición que han permitido mayor rigor en el control de consumos. • Reducción de consumo específico 4% • Reducción emisiones CO2 por consumo de fuel 6%. 	<ul style="list-style-type: none"> • Completar el análisis a nivel de instalación individual con la inclusión de nuevos sistemas de registro. • Fruto de este análisis individual, priorizar la implantación de aquellas medidas que supongan mayor impacto en la reducción del consumo. • Hacer una aproximación al consumo de combustible de nuestra fuerza de distribución.
Envases y embalajes	<ul style="list-style-type: none"> • Explorar nuevos desarrollos para nuestros productos que impliquen la reducción de la cantidad de materiales necesarios para la fabricación de nuestros envases y embalajes. • Aplicar los resultados de las acciones ejecutadas en el ejercicio anterior al diseño de nuevos formatos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Unificación de etiquetas de Tropical Premium 25 y 33 cl: eliminación de una referencia. • Reducción de peso de botellas retornables (17%). • Eliminación de plásticos tintados en algunos formatos. • Eliminación de PVC en tapones de formatos de 33 cl. 	<ul style="list-style-type: none"> • Continuar con la búsqueda de nuevos desarrollos que impliquen la reducción de la cantidad de materiales necesarios para la fabricación de nuestros envases y embalajes. • Estudiar la implantación de un nuevo método de evaluación de impacto medioambiental de envases.

PRIORIDAD	OBJETIVOS F12	RESULTADOS F12	OBJETIVOS F13
Residuos	<ul style="list-style-type: none"> Afianzar las acciones llevadas cabo el pasado ejercicio, manteniendo las actividades de concienciación interna, persiguiendo el uso eficiente de los recursos y limitando el envío de residuos al vertedero. Investigar la posibilidad de reutilizar otros residuos que en la actualidad no lo están siendo. 	<ul style="list-style-type: none"> Acciones afianzadas y campaña de concienciación realizada. Índice de reciclaje en nivel similar a ejercicio anterior. Estudio llevado a cabo. Limitaciones de tratamiento en Canarias dificultan la puesta en práctica. 	<ul style="list-style-type: none"> Mantener el porcentaje (100%) de reciclaje o recuperación del residuo orgánico. Continuar la búsqueda de alternativas a la reutilización de residuos que nos permitan lograr valores más próximos al 100%.
Desarrollo de cadena de valor	<ul style="list-style-type: none"> Estudiar el incremento de la ponderación de los principios de desarrollo sostenible en la evaluación continuada de proveedores. Incrementar el número de proveedores que tiene acceso a nuestro informe de desarrollo sostenible. 	<ul style="list-style-type: none"> En proceso. En proceso. 	<ul style="list-style-type: none"> Completar la recolección de información documental de proveedores para lograr la certificación ISO 22.000. Extender la circulación de nuestra filosofía de sostenibilidad a proveedores de facturación superior a 30.000€/año.
Apoyo a la comunidad	<ul style="list-style-type: none"> Mantener el nivel de implicación desarrollado estos últimos años, implantar un programa de voluntariado corporativo entre los empleados y mejorar la forma de medir el impacto de nuestra contribución. 	<ul style="list-style-type: none"> Incremento en inversión social corporativa 21%. Primeras acciones de voluntariado corporativo llevadas a cabo y apoyo a entidades de voluntariado. Acuerdo alcanzado con Cabildo de Tenerife para inclusión de empleados de CCC en programa de voluntariado. 	<ul style="list-style-type: none"> Mantener el nivel de implicación desarrollado estos últimos años. Cristalizar el acuerdo con el Cabildo de Tenerife sobre voluntariado corporativo. Extender el programa de voluntariado a Gran Canaria.
VIH/SIDA	<ul style="list-style-type: none"> Comunicar a todo el equipo de la Compañía el punto de vista de SABMiller sobre el virus de VIH como una forma de incrementar la conciencia del problema en nuestra esfera de influencia. 	<ul style="list-style-type: none"> Comunicación realizada a toda la organización sobre la postura oficial de SABMiller sobre el virus VIH y sobre prevención. 	<ul style="list-style-type: none"> Estudiar la posibilidad de incorporar a nuestro sistema de salud laboral materiales educativos disponibles para todos los empleados. Recordar a todos los empleados el punto de vista de SABMiller sobre el virus VIH
Derechos Humanos	<ul style="list-style-type: none"> A pesar de que el estándar laboral está estrechamente vigilado y regulado por numerosas leyes y tratados, y de que los derechos humanos raramente son cuestionados en España, se estudiará la posibilidad de impartir algún tipo de formación a los empleados en la materia. 	<ul style="list-style-type: none"> Se realizaron cursos y comunicaciones diversas sobre seguridad y salud y protección de datos. Se produjo la negociación y acuerdo del nuevo Convenio Colectivo. 	<ul style="list-style-type: none"> Comunicar ampliamente el contenido del plan de igualdad a toda la organización. Implantar el protocolo de acoso sexual, por razón de género y laboral una vez sea ratificado por la Comisión de Igualdad.
Transparencia y Ética	<ul style="list-style-type: none"> Estudiar la posibilidad de auditar nuestra memoria anual por una tercera parte independiente. 	<ul style="list-style-type: none"> Estudio realizado y decisión de aplazamiento de auditoría. Realización de formación específica a todos los mandos y personal con responsabilidad sobre la nueva política anti-soborno. 	<ul style="list-style-type: none"> Extender la formación en ética corporativa a todas las áreas de la organización. Revisar las vías de comunicación de incidencias sobre el código ético para potenciar su utilización.



Promoción del consumo responsable de alcohol

Por qué es una prioridad

Las causas del daño producido por el alcohol son variadas y complejas y no creemos que haya una solución simple. Como empresa fabricante de cerveza, nos preocupamos por los efectos del consumo irresponsable y estamos determinados para ayudar a atajar las causas.

Nuestra aproximación al consumo abusivo de alcohol implica trabajar con los grupos de interés de forma colectiva. Creemos que es esencial obtener datos sobre las motivaciones profundas relacionadas con el daño producido por el alcohol por lo que estamos comprometidos en desarrollar acciones que respondan a estos retos.

Nuestra respuesta

Compañía Cervecera de Canarias posee una serie de principios que subyacen a su lucha por combatir el abuso de alcohol. Estos principios están apoyados por nuestra Política de Alcohol que, a su vez, está compuesta por un conjunto de guías concretas que rigen nuestra actuación en las áreas relacionadas: comunicación comercial, planificación de medios publicitarios, mensajes de consumo responsable y funcionamiento del Comité interno de Comunicación encargado de auditar todo el material publicitario de la Compañía.

Nuestros principios de alcohol

- Nuestra cerveza ayuda a disfrutar de la vida a la inmensa mayoría de nuestros consumidores.
- Nos preocupamos por los efectos nocivos del consumo irresponsable de alcohol.
- Colaboramos con distintos grupos de interés y trabajamos colectivamente con ellos para afrontar el consumo irresponsable.
- El consumo de alcohol es para adultos y es un asunto de juicio individual y de responsabilidad.
- La información que damos a los consumidores sobre el consumo de alcohol debe ser exacta y equilibrada.
- Esperamos que nuestros empleados aspiren a altos niveles de conducta en relación con el consumo de alcohol.

Además de estas directrices internas, estamos adheridos al Código de Autorregulación de la industria cervecera española, de la que formamos parte activa. Este código es pionero en el sector de la alimentación y bebidas en España, incluye medidas aún más estrictas que las contenidas en la ley y está suscrito por varias asociaciones de consumidores y por el organismo independiente de seguimiento y auditoría de la publicidad, Autocontrol.

Qué hacemos para combatir el consumo irresponsable de alcohol

Para cubrir el principio de información exacta y equilibrada, participamos en la página web desarrollada por SABMiller www.hablemosdealcohol.com, una herramienta con abundante información útil para distintos grupos, desde padres hasta profesionales médicos y autoridades.

Como parte de la asociación Cerveceros de España, promovemos distintas campañas informativas dirigidas a prevenir el consumo irresponsable



de alcohol. Estas iniciativas se dirigen a diversos grupos de interés como conductores, padres, educadores, jóvenes, embarazadas y especialistas médicos, y en todos los casos están auspiciadas por instituciones públicas y privadas, como asociaciones de consumidores, padres, autoescuelas y hostelería; entidades relacionadas con la seguridad vial; sociedades médicas; ministerios o gobiernos regionales.

En este ejercicio hemos incrementado el número de piezas publicitarias auditadas por el Comité de Comunicación al pasar de 67 a 104 (+55%); hemos ido más allá y hemos incorporado la figura del auditor externo: un experto universitario en marketing que hace una nueva revisión de nuestras campañas de comunicación; los mensajes de consumo responsable de todos nuestros envases, piezas publicitarias y de promoción han sido totalmente implantados para dar cumplimiento a los códigos de autorregulación interno y de la industria cervecera española.

Objetivos de mejora

Actualizar la formación a los equipos Comercial, de Marketing y Trade Marketing en la Política de Comunicación Comercial.

Realizar Comunicación trimestral a los empleados para promover aspectos relacionados con la salud y otros asuntos contenidos en www.hablemosdealcohol.com

Llevar a cabo una encuesta entre empleados para conocer su percepción sobre la responsabilidad de la Compañía.

Dar formación a todos los empleados sobre Política Interna de Alcohol.



Uso eficiente del agua

Por qué es una prioridad

A medida que la escasez de agua es más evidente, también lo son los riesgos a los que nos enfrentamos como compañía y como comunidad: menor disponibilidad de recursos, mayores costes, menor calidad del agua, con las consiguientes limitaciones a nuestra producción. Por eso, procuramos trabajar de forma colaborativa para proteger este preciado recurso que compartimos con nuestra comunidad y de la que ambos dependemos.

Pretendemos hacer uso del agua de la forma más eficiente posible y para ello hemos establecido el objetivo de reducir nuestro consumo de agua por litro de cerveza producido en un 25% entre los años 2008 y 2015.

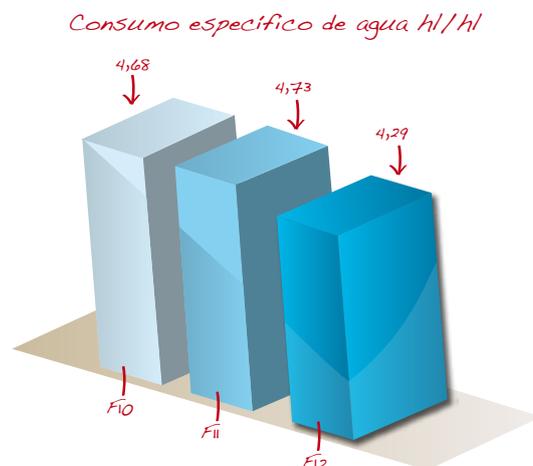
La eficiencia en el uso del agua no es en sí misma suficiente para salvaguardar los recursos que necesitamos para nuestra actividad. Queremos ir más allá y por ello establecemos relaciones con otros actores involucrados para mejorar nuestra comprensión de los retos que nos presenta la disponibilidad del agua, tomar decisiones mejor fundamentadas y compartir nuestros logros y áreas que presentan oportunidades de progreso.

Qué hacemos para mejorar la eficiencia en el consumo de agua

Evaluamos de forma periódica la situación del agua en nuestra área de influencia en relación con el consumo general y la localización geográfica, teniendo en cuenta la presión demográfica y las distintas fuentes de suministro. Además, estamos también evaluando el uso del agua que hacen nuestros proveedores, principalmente aquellos cuya actividad es especialmente sensible (p.ej.: cultivo de cereales).

En el pasado ejercicio, profundizamos en el análisis del consumo por área y por algunas de las instalaciones individuales, lo que nos permitió llevar a cabo acciones muy concretas que fueron seleccionadas en función al impacto en el consumo que implicaban. Además, la implantación de nuevos sistemas de medida nos permitió reducir los intervalos de medición y ser más rigurosos en el control de consumos.

De entre las intervenciones instauradas, destacamos el cambio de resinas en la planta de agua de la fábrica de Las Palmas; la optimización de sistema de lubricación de transportadores de botellas, que incluía el cambio del producto de lubricación por otro que requería menos agua, la mejora del programa de lubricación y la puesta a punto de las válvulas



de lubricación; y, por último, la optimización de la refrigeración de los pistones hidráulicos del pasteurizador de botellas y latas. Teniendo en cuenta sólo estas tres intervenciones logramos reducir el consumo de agua 14.000 m³, mientras que el consumo específico total, tomando además el resto de medidas, descendió un 9%.

Objetivos de mejora

Completar el análisis a nivel de instalación individual con la inclusión de nuevos sistemas de registro.

Fruto de este análisis individual, priorizar la implantación de aquellas medidas que supongan mayor impacto en la reducción del consumo.

Incrementar el intervalo de evaluación de la situación del agua en Canarias.





Uso eficiente de la energía

Por qué es una prioridad

Los efectos del cambio climático pueden tener consecuencias muy diversas en aspectos como la disponibilidad de agua y la producción agrícola, factores que no sólo son clave para la fabricación de cerveza, sino también para la conservación del entorno de un territorio tan sensible como Canarias.

Utilizamos la energía para producir y transportar nuestros productos y perseguimos ser más eficientes, reduciendo nuestro impacto y explorando fuentes de energía más limpia para, en última instancia, lograr ahorros económicos y de recursos y reducir la emisión de gases de efecto invernadero.

Qué hacemos para mejorar la eficiencia en el consumo de energía y reducir nuestras emisiones

Mantenemos una aproximación global para gestionar la energía y las emisiones. Tenemos en cuenta la huella de carbono asociada a nuestra cadena de valor, centrándonos en particular en la fabricación de los envases y embalajes, en el transporte y en la refrigeración de nuestros productos.

Queremos que nuestras operaciones sean cada vez más eficientes, lo que conlleva que debemos mejorar los sistemas de medida, la implicación de las personas y la inversión en nuevas tecnologías. Para ello, evaluamos la forma en que se está haciendo uso de la energía y los comportamientos que deberían ser introducidos, además de calcular la inversión requerida. En gran parte de las posibilidades de mejora detectadas, no se precisaban recursos económicos para implantarlas, por lo que algunas de ellas fueron puestas en marcha de inmediato.

Durante el ejercicio y al igual que procedimos con el agua, realizamos un análisis exhaustivo del consumo energético por área y por algunas de las instalaciones individuales, lo que nos permitió llevar a cabo intervenciones muy concretas con impactos claramente visible en el consumo. También en el caso de la gestión de energía, se implantaron nuevos sistemas de medida para reducir los intervalos de medición e incrementar el rigor en el control de consumos. Algunas de las medidas que produjeron mejores resultados fueron la sustitución de condensadores evaporativos y el evaporador CO2 por unos más eficientes, la instalación de un purgador de aire automático en la maquinaria de refrigeración, una completa auditoría del sistema de frío, la reducción de la presión del vapor y el tiempo de ebullición del mosto en el cocimiento, el aislamiento de tuberías con fluidos fríos y calientes.



El conjunto de acciones que fueron llevadas a cabo dieron como resultado nuevas disminuciones del consumo energético por litro de cerveza producido (4%) y de emisiones de CO2 por consumo de fuel (6%).

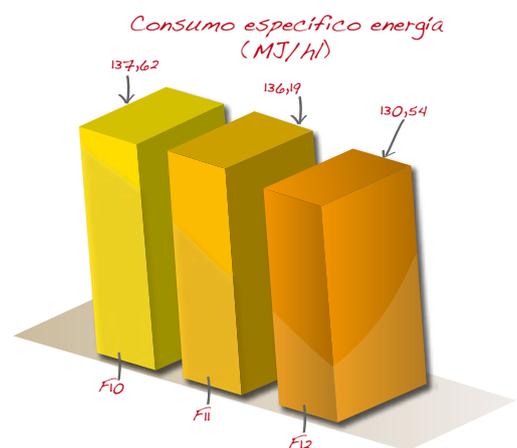
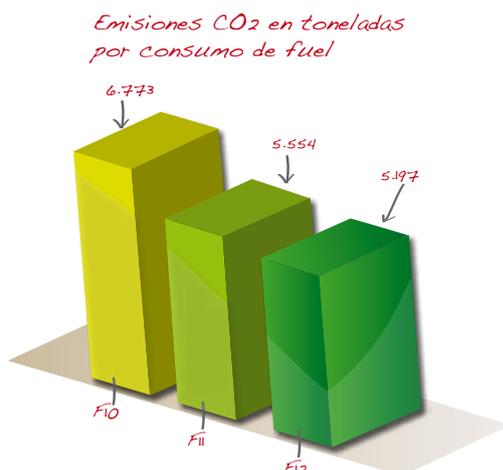
La Compañía aspira a lograr el ambicioso objetivo de reducir su consumo específico de energía hasta 100 Mj/hl en el 2020.

Objetivos de mejora

Completar el análisis a nivel de instalación individual con la inclusión de nuevos sistemas de registro.

Fruto de este análisis individual, priorizar la implantación de aquellas medidas que supongan mayor impacto en la reducción del consumo.

Hacer una aproximación al consumo de combustible de nuestra fuerza de distribución.





Envases y embalajes

Por qué es una prioridad

Los envases que usamos son parte integral de la forma en que presentamos nuestros productos a los consumidores. Preservan la calidad de nuestras cervezas y las mantienen en condiciones de seguridad para su disfrute. Necesitamos seleccionar los envases que mejor cumplan este propósito, mientras que también tenemos en cuenta su impacto medioambiental desde la fabricación hasta su desecho.

Canarias es un territorio en el que la gestión de residuos es prioritaria, ya que, por su condición de región ultraperiférica, está sujeta a importantes restricciones para el tratamiento exterior de los desechos que genera.

Una estrategia de sostenibilidad para los envases

Potenciamos la forma en la que hacemos la elección de los envases, aunando las necesidades internas involucradas en el proceso, como son las áreas Técnica, Compras y Marketing, con las tendencias del mercado que recogen las preferencias del consumidor por un tipo de envase u otro, las condiciones de los puntos de venta y el sistema integral de gestión de residuos.

Siguiendo el principio de reducción, reutilización y reciclado, llevamos a cabo acciones desde la fabricación de los envases y embalajes por parte de nuestros proveedores con el fin de reducir el contenido de materia prima, hasta la separación en nuestras instalaciones del 100% de los residuos de envases que se generan en el proceso productivo.

Potenciamos el uso de envases retornables

Las dificultades que soporta Canarias para el tratamiento de residuos la convierten en una región en la que el desarrollo de envases reutilizables es primordial. Sólo son fabricados una vez y utilizados muchas otras, con lo que el ahorro de materias primas y de energía para su fabricación le caracterizan como el envase más respetuoso con el medio ambiente. Además y en el caso de las botellas retornables de vidrio, cuando llega el final de su vida útil, se benefician del sistema de reciclado de vidrio, sin duda el más efectivo de cuantos sistemas de gestión de residuos operan en las islas.

Consciente de su importancia y a pesar del peso creciente de los envases de un solo uso, Compañía Cervecera comercializa el 59% de sus productos en envases reutilizables, porcentaje muy superior a la media del sector en España (48%).

Qué hacemos para reducir el impacto de nuestros envases

A la hora de desarrollar nuevos formatos, estamos buscando soluciones para reducir también nuestro impacto medioambiental con nuestros envases y embalajes.

Entre las acciones más significativas en este campo se puede destacar la reducción del peso de las botellas retornables en un 17%; la unificación de las etiquetas de Tropical Premium de 25 y 33 cl, con la consiguiente eliminación de una referencia; la eliminación de plásticos tintados en algunos de nuestros formatos y su sustitución por plásticos transparentes; o la eliminación del PVC de los tapones de los productos envasados en botellas de 33 cl.



Objetivos de mejora

Continuar con la búsqueda de nuevos desarrollos que impliquen la reducción de la cantidad de materiales necesarios para la fabricación de nuestros envases y embalajes.

Estudiar la implantación de un nuevo método de evaluación de impacto medioambiental de envases.



Trabajamos por un índice cero de residuos

Por qué es una prioridad

La mayoría de los residuos que generamos es materia orgánica resultante de nuestro proceso de producción. Incluye los restos de cereales, la levadura y otros sedimentos que aparecen tras la fermentación. El resto de residuos está compuesto por envases dañados (como botellas rotas), tierras filtrantes, lodos, basura normal y otros residuos denominados peligrosos (aceite, material eléctrico y electrónico, baterías, etc).

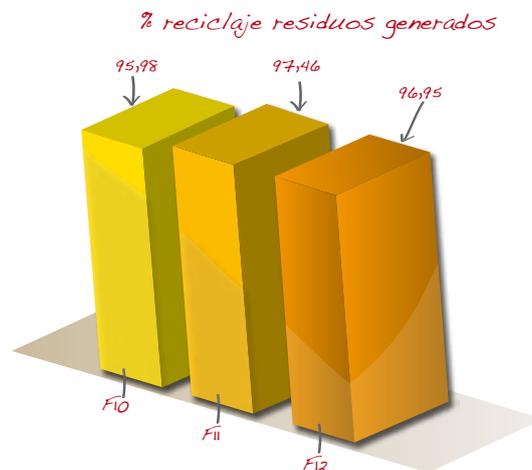
Canarias es una región especialmente sensible al tratamiento de residuos. Los sistemas de gestión no están desarrollados como lo puedan estar en otros lugares de la geografía nacional, por lo que es vital que nuestras operaciones persigan la obtención de un índice cero de residuos.

A la hora de gestionar los residuos generados, seguimos los principios de reducción, reutilización y reciclaje en una forma que resulte eficiente e incluso permita la creación de valor.

Valorización de residuos

La mayor parte de los residuos que generamos son materia orgánica resultante de la elaboración de cerveza. El bagazo, la levadura y el polvillo representaron 13.693 toneladas en el último ejercicio, cantidad que fue destinada en su totalidad a uso agrícola. Un total de 176 agricultores y ganaderos adquirieron el subproducto resultante de la elaboración de la cerveza para fertilizar sus tierras o para alimentar a sus animales, beneficiándose de las ventajas económicas que supone un precio de venta, en algunos casos, un 70% más bajo que algunos abonos comercializados en el mercado. Estos subproductos tienen, por otro lado, un valor cualitativo innegable ya que se trata, como en el caso del compost, de un abono totalmente orgánico, con un elevado contenido de nutrientes y que no contamina los acuíferos.

El segundo grupo de residuos está compuesto por restos de envases y embalajes utilizados para elaborar nuestros productos, que son reutilizados en un 100% de los casos, así como otros generados en las distintas fases del proceso productivo. A pesar de las limitaciones existentes con las que nos encontramos en Canarias para el reciclaje de algunos tipos de residuos (lodos depuradora no peligrosos), alcanzamos un índice de reciclado del 97%. Para



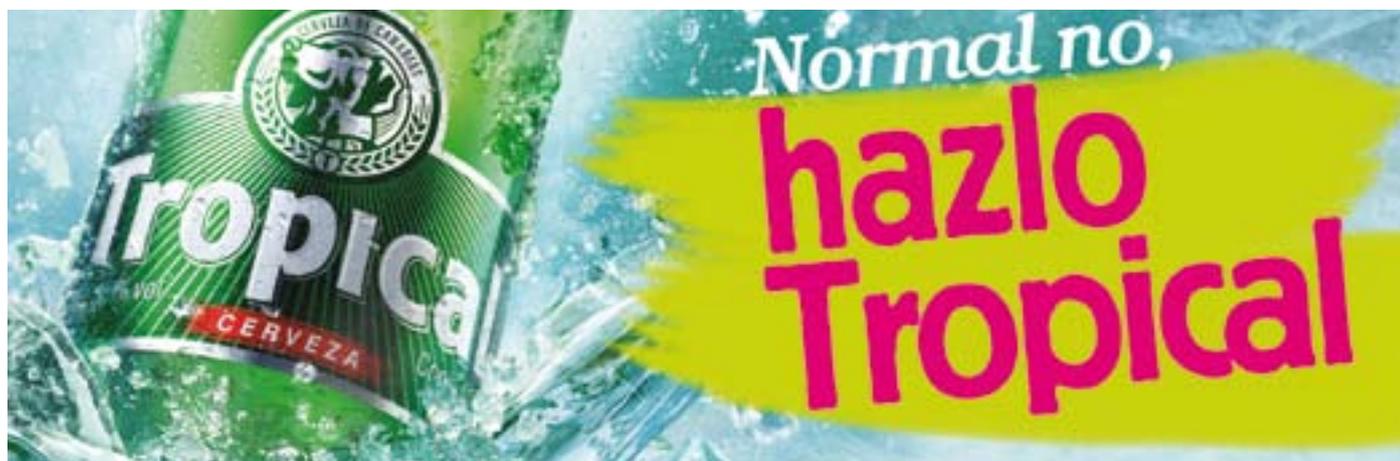
el logro de este resultado ha sido clave la concienciación de todo el equipo humano que ha interiorizado la problemática de los residuos en Canarias.

Por último, la cantidad de residuos catalogados como peligrosos (aceite, material eléctrico y electrónico, baterías, etc) entregados en un 100% a gestores autorizados para su reutilización se ha incrementado como consecuencia de la regularización entre el almacenaje y la entrega al gestor provocada tras la externalización de nuestras actividades logísticas. Aun así, seguimos por debajo del límite legal y continuamos siendo clasificados como pequeño productor de residuos peligrosos.

Objetivos de mejora

Mantener el porcentaje (100%) de reciclaje o recuperación del residuo orgánico.

Continuar la búsqueda de alternativas a la reutilización de residuos que nos permitan lograr valores más próximos al 100%.





Fomento del desarrollo empresarial en nuestra cadena de valor

Por qué es una prioridad

Como empresa industrial que opera en un ámbito como Canarias, tenemos en cuenta dónde y cómo nos aprovisionamos de materias primas, productos y servicios para equilibrar las ventajas comerciales que nos aporta estar incluidos en un grupo internacional de gran tamaño y los beneficios que se derivan de apoyar la comunidad en la que nos encontramos.

Reconocemos y fomentamos el papel de los proveedores locales en nuestra cadena de valor. Los beneficios a largo plazo del aprovisionamiento local pueden incluir mejor acceso a servicios, menores costes logísticos y de importación y la posibilidad de trabajar con cadenas de suministro más cortas, visibles y seguras.

Nuestra responsabilidad en la cadena de valor

Somos conscientes de la influencia en nuestros proveedores y de la importancia de establecer relaciones equitativas con ellos. Pretendemos obtener un precio razonable por sus productos o servicios y a menudo colaboramos con ellos para mejorar sus prácticas de trabajo y eficiencia. A cambio, esperamos de ellos que alcancen unos estándares mínimos contenidos en nuestros Principios de Aprovisionamiento Responsable que cubren ocho epígrafes: conducta de empresa, condiciones de trabajo, explotación laboral, trabajo infantil, salarios y horario laboral justos, diversidad, libertad de asociación y cuidado del medioambiente. Esto implica que el concepto de desarrollo sostenible esté presente en los criterios de evaluación de nuestros proveedores y que intentemos hacerles partícipes de nuestros objetivos.

Capacidad de arrastre de nuestra actividad

Siempre que tiene sentido, buscamos proveernos localmente para maximizar el beneficio económico mutuo y reducir los costes de importación y distribución. Somos conscientes de que abasteciéndonos en Canarias estamos contribuyendo al bienestar y al desarrollo económico de las islas.

El valor de las compras realizadas en Canarias se mantuvo respecto al ejercicio precedente y el número de proveedores disminuyó un 4% para ajustarlo a las necesidades reales del negocio.

Calculamos que nuestra actividad favorece la creación de unos 7.000 puestos de trabajo en las islas. El valor económico distribuido, que a menudo se toma como cifra que refleja el valor añadido de una compañía, fue de 130 MM€, de donde el 62% fue a proveedores.

En el pasado ejercicio, 176 agricultores y ganaderos se beneficiaron del subproducto resultante de nuestro proceso de fabricación, aportando a sus tierras y animales un abono y un pienso totalmente ecológicos y a un precio, en algunos casos, un 70% más barato que otros productos convencionales.

En cuanto a los objetivos que nos trazamos en el ejercicio pasado respecto a nuestro interés por extender la filosofía de desarrollo sostenible entre nuestros proveedores, por un lado, nos encontramos aún en proceso de fijación del incremento de la ponderación de los principios de desarrollo sostenible en la evaluación continuada de proveedores y, por otro, hemos mantenido en niveles similares el acceso de proveedores a nuestro informe de desarrollo sostenible.

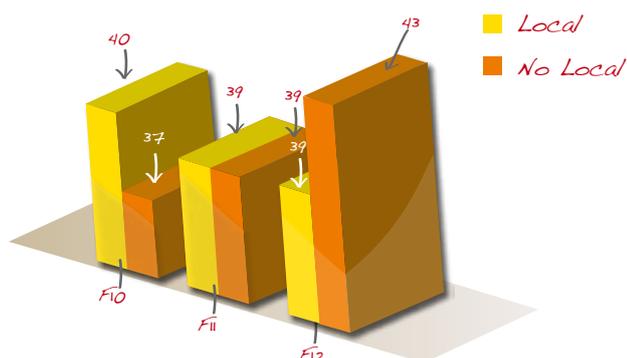


Objetivos de mejora

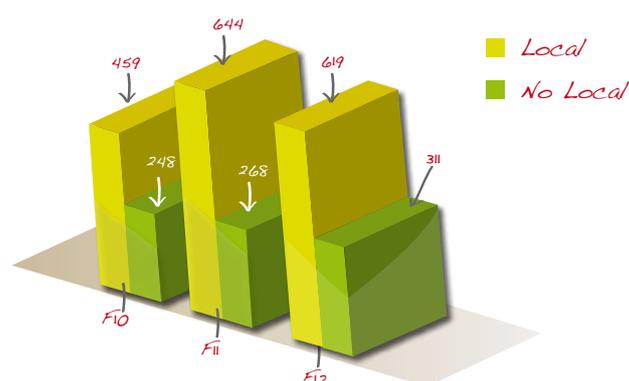
Completar la recolección de información documental de proveedores para lograr la certificación ISO 22.000

Extender la circulación de nuestra filosofía de sostenibilidad a proveedores de facturación superior a 30.000€/año

Valor de compras por localización



Nº de proveedores por localización





Contribuimos al desarrollo de la comunidad

Por qué es una prioridad

La prosperidad de nuestro negocio está estrechamente vinculada al bienestar de la comunidad en la que nos encontramos. Somos conscientes de que nuestra inversión social contribuye a generar empleo, mejorar la calidad de vida de los canarios, proporcionar mayores oportunidades de crecimiento, facilitar la formación y desarrollar nuestra comunidad, lo que, en definitiva, se traducirá en nuestro propio progreso.

Nuestra inversión social

Como en otras ocasiones, hemos priorizado aquellos proyectos que abordaban temas de interés preferente para Canarias como el turismo, el desarrollo rural y paisajístico, la investigación universitaria, el deporte y el desarrollo de determinados sectores de actividad especialmente afectados por la situación económica. Además, hemos mantenido nuestra aportación a más de 30 organizaciones no gubernamentales dedicadas a la integración de colectivos menos favorecidos.

En este ejercicio hemos incrementado nuestra implicación con diversos ayuntamientos e instituciones privadas de las islas para poner en marcha programas de potenciación del canal de la restauración. Son iniciativas que, si bien tienen un carácter comercial para la Compañía, persiguen estimular un sector fundamental en la economía y el empleo de las ciudades, pueblos y áreas turísticas de Canarias.

Después de la exitosa experiencia que obtuvimos en el ejercicio precedente con nuestra contribución al proyecto "Deporte para Todos" diseñado por la Asociación Deportiva para las Personas con Discapacidad (Club Ademi), renovamos nuestro apoyo para dar continuidad a su objetivo de promocionar la actividad deportiva entre las cerca de 1.000 personas con discapacidad que viven en el sur de Tenerife y favorecer su integración social. Así, estamos colaborando para sufragar los costes de los monitores y la compra de material deportivo, así como la captación de 40 socios con discapacidad para iniciar una actividad deportiva en disciplinas como fútbol sala, baloncesto, boccia y natación.

Con la intención de ir un paso más allá en nuestro compromiso social, hemos realizado la primera acción de voluntariado corporativo en colaboración con la Oficina Medioambiental del Cabildo de Tenerife. En concreto, un grupo de 24 empleados participó en una jornada de limpieza de una playa y suelta de aves autóctonas. Además, hemos iniciado el trámite con el Cabildo de Tenerife para la inclusión de los empleados de Compañía Cervecera en un programa más extenso de voluntariado.

Apostamos por la formación de los jóvenes canarios

La capacitación profesional es un elemento clave para fomentar integración laboral y combatir el alto índice de desempleo en las islas. Por eso, hemos reiterado nuestra presencia en la educación especializada de los jóvenes canarios con programas de formación tanto internos como externos. Un total de 18 jóvenes procedentes de diferentes centros educativos se integraron en diversos programas de prácticas en la Compañía, adquiriendo habilidades de gestión en áreas como logística, cadena de suministro, ingeniería, producción, contabilidad, mantenimiento y recursos humanos.

A nivel externo, algunos de nuestros profesionales impartieron formación a 660 alumnos de universidad, escuelas de negocios y centros de formación profesional en campos como logística, cadena de suministro, innovación, dirección comercial y de ventas, técnicas de negociación, política de retribución, recursos humanos, marketing, gestión de envases y productos, patrocinio, ética, responsabilidad corporativa y comercio exterior.

Apoyamos la cultura y el deporte

Compañía Cervecera ha estado históricamente muy vinculada a la promoción de la cultura y del deporte en Canarias. En el pasado ejercicio el número de colaboraciones se redujo ligeramente para centrarnos en menos actividades, pero de una forma más intensiva.

Nuestra presencia se extendió a una amplia variedad de iniciativas como conciertos y festivales musicales, fiestas populares, campeonatos de golf y de windsurf, ferias y promoción de jóvenes artistas. Entre todas ellas debemos destacar: el acuerdo alcanzado con las instituciones oficiales promotoras de las tres fiestas de carnaval más importantes de Canarias: Santa Cruz de Tenerife, Las Palmas de Gran Canaria y Santa Cruz de La Palma, en donde nuestra contribución supuso un importante respaldo para su celebración; el contrato de patrocinio firmado con el club de fútbol de la UD Las Palmas, una alianza que va más allá de lo que pueda ser un mero patrocinio, ya que pretende reforzar y propiciar un acercamiento con los valores de la sociedad canaria a través de dos instituciones vinculadas a la misma a lo largo de muchos años; y la apuesta por el mundo de la moda en Canarias y el impulso de las carreras de los profesionales canarios vinculados a este sector a través de una nueva producción enteramente en las islas del Calendario Peroni y de nuestro apoyo decidido al proyecto de Tenerife Moda.



Tropical recomienda el consumo responsable, 4,7*

Objetivos de mejora

Mantener el nivel de implicación desarrollado estos últimos años

Cristalizar el acuerdo con el Cabildo de Tenerife sobre voluntariado corporativo

Extender el programa de voluntariado a Gran Canaria



Incrementamos la conciencia sobre el impacto de VIH

Por qué es una prioridad

El grupo internacional al que pertenece Compañía Cervecera de Canarias, SABMiller, opera en países en los que la incidencia del VIH/SIDA es importante, particularmente en África y en otros en los que empieza a tener relevancia epidemiológica, como en algunas regiones de Latinoamérica. Eso implica que el VIH/SIDA puede afectar a los empleados, clientes y proveedores de esos países, así como tener un impacto en el desarrollo económico y social y en la estabilidad de esas comunidades.

Programas de ayuda

SABMiller está llevando a cabo programas de educación de sus empleados y de la comunidad, así como contribuciones a los sistemas de salud, en aquellos países en los que la prevalencia del VIH/SIDA es superior al 5%, como Sudáfrica, Botswana, Mozambique, Uganda, Angola y Tanzania, además de facilitar asesoramiento y pruebas diagnósticas voluntarias del virus tanto a los empleados como a sus parejas en regiones en las que el índice supera el 1%. Si un empleado o su pareja es diagnosticado como seropositivo en uno de estos países, tanto ellos como sus familias tienen acceso a un programa de salud con tratamiento retroviral gratuito.

Tomamos conciencia en Canarias

La prevalencia del VIH/SIDA en Canarias está muy por debajo de los índices de los países mencionados con anterioridad, lo que no resta importancia al problema. De hecho, los expertos sostienen que puede haber un número considerable de portadores del virus que no tienen conocimiento, por lo que consideran que se debe hacer énfasis en fomentar las conductas preventivas que impidan el riesgo de contagio.

Fruto de esta preocupación y coincidiendo con Día Mundial del SIDA (1 de diciembre), se comunicó a todos los empleados de la organización la postura oficial de SABMiller sobre el virus VIH y sobre prevención, una acción en la que se hacía un repaso de la situación actual de la enfermedad en el mundo, las causas y consecuencias del contagio, el compromiso de la Compañía con la comunidad y con los empleados que pudieran padecerla.

Objetivos de mejora

Estudiar la posibilidad de incorporar a nuestro sistema de salud laboral materiales educativos disponibles para todos los empleados

Recordar a todos los empleados el punto de vista de SABMiller sobre el virus VIH



Respeto de los derechos humanos

Por qué es una prioridad

Hay una serie de principios fundamentales que necesitamos mantener y potenciar en nuestra Compañía y entre nuestros proveedores. Respetamos y promovemos los valores de la comunidad internacional, en particular la Declaración Universal de los Derechos Humanos. Por ello y a través de nuestra pertenencia a SABMiller, estamos comprometidos con ciertas convenciones, incluyendo el UN Global Compact, del que nuestro grupo es firmante.

Nuestros principios de derechos humanos

Las relaciones laborales de la Compañía con sus empleados están regidas por los más altos estándares nacionales y europeos. El Convenio Colectivo de la Compañía, el Estatuto de los Trabajadores, la Constitución Española, la Carta Comunitaria de los Derechos Sociales Fundamentales de los Trabajadores y la Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea regulan ampliamente nuestras condiciones de trabajo.

A nuestros proveedores les pedimos que cumplan nuestros principios de aprovisionamiento responsable, entre los que se incluyen el respeto por los derechos humanos.

Qué hemos hecho en favor de los derechos humanos

Con el fin de prevenir el riesgo de posibles transgresiones de algunos de los derechos humanos relacionados con las condiciones laborales y la protección de la vida privada, impartimos a nuestros empleados diversos cursos de formación sobre seguridad y salud laboral y protección de datos. Además y dentro del respeto por el derecho a la defensa de los intereses laborales a través de los sindicatos, se produjo la negociación y acuerdo del nuevo Convenio Colectivo.



Objetivos de mejora

Comunicar ampliamente el contenido del plan de igualdad a toda la organización

Implantar el protocolo de acoso sexual, por razón de género y laboral una vez sea ratificado por la Comisión de Igualdad.



Comunicación transparente y comportamiento ético

Por qué es una prioridad

Queremos mantener un alto estándar ético en nuestro comportamiento y comunicar de una forma abierta y honesta nuestro acercamiento al desarrollo sostenible y, en general, al resto de nuestro negocio.

Los consumidores quieren saber que nuestras marcas poseen un elevado estándar de calidad; nuestro equipo quiere trabajar para una empresa que es honesta y responsable; nuestros socios y proveedores desean entablar una relación sana con nosotros; y el público, en general, quiere saber que nuestra actividad no dañará su calidad de vida o el medioambiente.

Queremos comprender las necesidades de nuestros grupos de interés

Nos esforzamos por conocer cómo es percibida la Compañía y qué aspectos de nuestra actuación considera nuestro entorno como más importantes. Compartimos habitualmente nuestros logros y nuestras áreas de mejora en distintos foros profesionales y académicos lo que nos permite obtener valoraciones de nuestras actividades, oportunidades de desarrollo, nuevos temas que abordar u omitir, o alianzas potenciales en las que involucrarnos.

Una de las demandas externas que más frecuentemente recibimos es que deberíamos hacer un esfuerzo adicional por extender y comunicar la filosofía de desarrollo sostenible hacia la población y el resto del mundo empresarial de Canarias. En ese sentido y siempre dentro de nuestras limitadas posibilidades, editamos anualmente este Informe de Desarrollo Sostenible, lo remitimos a un nutrido grupo de personalidades de la vida social, económica, política y cultural del Archipiélago. Acudimos a foros divulgativos y de formación en los que defendemos no sólo la conveniencia de adoptar un enfoque social y comunitario de la sostenibilidad en las empresas, sino también su rentabilidad a corto y largo plazo.

También nuestro equipo reclama información constante sobre la actuación de su Compañía. A lo largo del año se han sucedido distintas comunicaciones en torno a nuestras prioridades de sostenibilidad, además de la campaña permanente de concienciación que desde hace 2 años se desarrolla en nuestras fábricas sobre el uso responsable de recursos naturales.

Código de conducta y ética

Las políticas y procedimientos que regulan en la Compañía los comportamientos desde un punto de vista ético y en relación con todos los agentes que intervienen en nuestra actividad revisten una especial trascendencia para nuestro negocio.

Contamos con un Código Ético, una Política que regula los Conflictos de Intereses, otra sobre Obsequios y Cortesías y una más reciente sobre prevención de conductas relacionadas con el Soborno. Para el seguimiento de estas políticas, hemos designado personal y medios para dar parte de cualquier incumplimiento para que pueda ser corregido de inmediato.

Hemos impartido formación específica a todos los mandos y personal con responsabilidad sobre la nueva política anti-soborno y la trascendencia que tiene para nuestra actividad hacerla cumplir de la forma más rigurosa.

Objetivos de mejora

Extender la formación en ética corporativa a todas las áreas de la organización.

Revisar las vías de comunicación de incidencias sobre el código ético para potenciar su utilización.



Las personas son nuestra principal ventaja competitiva

Son las personas que forman Compañía Cervecera de Canarias las que, con su desempeño, nos permiten alcanzar nuestras metas. Perseguimos atraer desarrollar y retener a personas de alto valor que con sus habilidades, atributos y empuje ayuden a la Compañía a lograr sus objetivos estratégicos. Procuramos tratar a nuestros empleados y a los que trabajan para nosotros de una manera justa y respetuosa y proveerles de un ambiente laboral seguro.

Nuestro equipo es compensado con un salario justo y unos completos beneficios sociales y, además, tiene acceso a oportunidades de desarrollo tanto para ejercer su trabajo como para potenciar su progresión laboral.

Formación y Desarrollo

Uno de los objetivos principales que nos habíamos planteado era el de incrementar el índice de extensión de la formación y lo hemos logrado al pasar de un 85% a un 93% de la plantilla. También las horas de formación se han incrementado (9%) hasta alcanzar los 5,3 días por empleado.

Las acciones formativas se han centrado principalmente en normativa legal, ofimática, marcas, comunicación sobre consumo responsable, desarrollo de habilidades de gestión comercial y de liderazgo específicamente para nuestros mandos. Continuamos apostando por la formación en idiomas orientada a la obtención de certificaciones oficiales para determinados niveles y de mantenimiento sobre la plataforma *on line* (*Global English*).

Cabe destacar la novedosa iniciativa de formación llevada a cabo sobre prevención e identificación de la violencia de género impartida a un grupo de mujeres de la organización. Distintos especialistas de campos diversos abordaron el tema desde su propia óptica laboral: psicológica, legal, médica y de defensa personal.

Comunicación interna

Tras la campaña de comunicación interna lanzada en el ejercicio precedente alrededor del significado de los valores corporativos de Compañía Cervecera, se pusieron en marcha los primeros Premios a la Excelencia, una iniciativa en la que los ganadores fueron seleccionados por sus compañeros como representantes de cada uno de los mencionados valores.

A lo largo del ejercicio arrancaron también los Premios Espuma, una campaña dirigida a nuestra fuerza de ventas, que tiene por objetivo reconocer tanto los logros individuales como los colectivos.

Continuamos realizando acciones internas a través de los llamados "viernes temáticos", encuentros de nuestras marcas con los empleados en los centros de trabajo que persiguen hacer partícipe al equipo de las acciones que nuestras marcas implantan en el mercado para convertirlos en embajadores de las mismas.

En nuestras fábricas continuó desarrollándose la campaña de comunicación "CCC recomienda el consumo responsable de los recursos naturales" enfocada en la concienciación sobre el consumo de recursos y su relación tanto con la preservación del medioambiente como con la optimización de costes asociados a estos recursos. Además de la comu-



nicación en las fábricas, también se extendieron al resto de los centros de trabajo algunos de los logros sobre ahorros de recursos.

Una parte importante de la comunicación a empleados durante el ejercicio ha sido la establecida para mantener informada a la organización sobre el desarrollo de las negociaciones tanto del Convenio Colectivo como del proceso de externalización de los almacenes.

Beneficios sociales

Los beneficios sociales extrasalariales de los que gozan los empleados de Compañía Cervecera de Canarias son revisados anualmente y comprenden:

- Ayuda Escolar por hijo.
- Ayuda para estudios de empleados.
- Premio Matrimonio.
- Premio por nacimiento de un hijo.
- Obsequio Navidad.
- Obsequio Reyes por hijo menor de 12 años
- Premios a la constancia en la Empresa: 20, 30 y 40 años de servicio.
- Seguro de Vida e Invalidez permanente.
- Plan de Pensiones.
- Bolsa de vacaciones.
- Cerveza.
- Ayuda vestuario.
- Fondo Social (para organización de actividades deportivas, Día de la Hermandad, etc).
- Licencias retribuidas: matrimonio, nacimiento hijo, enfermedad grave o intervención quirúrgica de familiares, cambio de residencia, asuntos propios y fallecimiento de familiares.

Además, hemos seguido consiguiendo numerosas ofertas especiales de otras empresas que ponen a disposición de los empleados de Compañía Cervecera numerosos productos y servicios con descuentos o condiciones especiales.

Fomentamos la participación y la toma de decisiones

La implicación del equipo en la búsqueda de soluciones de mejora sigue dando importantes resultados. A través del sistema habitual de participación en nuestras fábricas (*World Class Manufacturing –WCM-*), se han implantado 33 propuestas de mejoras asociadas a ahorros de consumos y metodología de trabajo, sobre todo en las áreas de Servicios Generales de las fábricas y Envasado. A través de este método también se ha trabajado la resolución de problemas puestos sobre la mesa por cada una de las áreas de fabricación y, de este modo, se han encontrado soluciones a cuestiones relacionadas con arranques rápidos de líneas, mejora visual del etiquetado y reducción de mermas de latas.

El programa de capacitación de operadores técnicos, mediante el cual se habilita a los operarios para que ellos mismos intervengan en las tareas de mantenimiento de las máquinas a su cargo y puedan resolver el mayor número de incidencias, ha continuado con éxito su implantación y es el responsable en gran medida de los resultados positivos logrados en la reducción de consumos de recursos como agua, electricidad y fuel.

Seguridad y Salud Laboral: el riesgo cero no existe

Buscamos crear un ambiente de trabajo seguro a través de sistemas que eviten peligros, minimicen el riesgo de accidente en nuestras instalaciones y dirijan la acción en caso de que ocurra algún incidente. Desgraciadamente el riesgo cero no existe como lo prueba el lamentable accidente ocurrido en una de nuestras delegaciones comerciales en la que un trabajador de una contrata perdió la vida mientras manipulaba un vehículo. A raíz de este fatal acontecimiento, hemos incrementado nuestros esfuerzos para reducir la probabilidad de que vuelva a ocurrir algo semejante. Hemos mejorado los controles, incrementado la comunicación y la formación a los empleados para aumentar la conciencia de los riesgos en el lugar de trabajo, descrito claras responsabilidades en materia de salud y seguridad laboral, redefinido el proceso de algunas tareas de acuerdo con la valoración de los riesgos y revisado los requerimientos que hacemos a las contratas que nos prestan servicios.

A pesar del dato negativo mencionado con anterioridad, el número total de accidentes nuevamente ha disminuido en un 19% con respecto al último ejercicio y en un 35% con respecto al ejercicio anterior, confirmando así la tendencia a la baja y el resultado de las medidas de control de la accidentabilidad llevadas a cabo. Si bien prácticamente se mantienen los accidentes con baja, la disminución es relevante en la accidentabilidad sin baja, que se reduce en un 25% con respecto al último ejercicio y en un 38% con respecto al anterior.

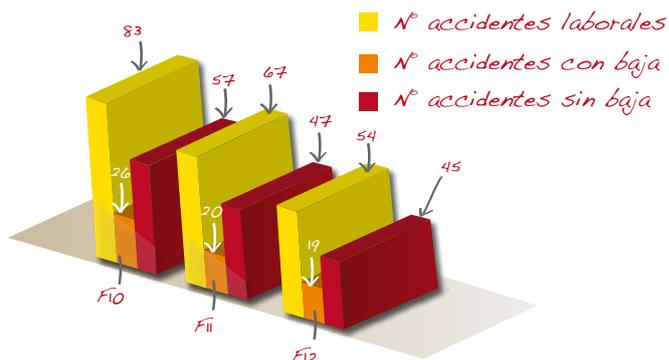
Trabajamos por la igualdad

Con la pasada negociación del Convenio Colectivo se produjo la ratificación de nuestro Plan de Igualdad y la consiguiente incorporación como parte integrante del mismo y con vigencia hasta el año 2015.

A partir de este momento, se van a seguir desarrollando los principios que inspiran el Plan de Igualdad y que se pueden resumir en el siguiente Decálogo:

- 1.- Defendemos el principio de igualdad de trato y oportunidades entre hombres y mujeres.
- 2.- Tenemos las mismas oportunidades en procesos de selección y promoción.
- 3.- En nuestro sistema de clasificación profesional no cabe ningún criterio discriminatorio de sexo o género.
- 4.- Nuestra promoción interna se basa en formación, experiencia, éxito, capacidad y desempeño.

Accidentes laborales por tipo



- 5.- Todos/as tenemos acceso a la formación.
- 6.- Nadie es discriminado salarialmente por razón de sexo.
- 7.- Nuestra comunicación oficial no es discriminatoria.
- 8.- Promovemos la conciliación de la vida personal, familiar y laboral.
- 9.- Rechazamos todos los comportamientos que puedan dar lugar a situaciones de acoso sexual.
- 10.- La Vigilancia de nuestra salud y seguridad laboral no es discriminatoria.

Reconocemos y recompensamos el buen desempeño

Estamos extendiendo el sistema de gestión de desempeño por la organización, de tal forma que la mitad de la plantilla ya está sujeta a un sistema de retribución por objetivos. En conjunción con su superior, el empleado establece sus propios objetivos que están vinculados a los de la Compañía para asegurar de cada uno contribuye bajo su responsabilidad a la consecución de la estrategia del negocio.

El pago de bonus y los incrementos salariales están vinculados al rendimiento frente a los objetivos individuales y están calculados teniendo en cuenta el logro individual con el global de la Compañía.

Objetivos de mejora

Implementar con éxito un sistema de reconocimiento dentro de la organización para nuestros Formadores Internos y para el Panel de Degustación.

Mantener los índices de extensión de la formación por encima del 90%, e incrementar las horas internas de formación por encima del 25%.

Concienciar sobre la importancia del uso de EPI's en las fábricas para reducir el riesgo de accidentabilidad.

Reducir el índice de accidentabilidad.

Hacer que los empleados interioricen el Plan de Igualdad para que lo sientan como suyo y puedan plantear sugerencias y participar más en su desarrollo.

Implantar el protocolo de acoso sexual, por razón de género y laboral una vez sea ratificado por la Comisión de Igualdad.

Incrementar la extensión del sistema del desempeño dentro de la organización.

Consumidores y clientes, nuestra razón de ser

Hemos definido rigurosos procesos internos que garantizan los estándares que caracterizan la calidad de nuestros productos, entre los que se encuentran el procedimiento de cata compuesto por varios paneles de expertos catadores internos, coordinados por una profesional de la Compañía que ha sido considerada por SABMiller como la mejor degustadora de cerveza del mundo, lo que supone un importante reconocimiento a la labor continua por ofrecer a nuestros consumidores un producto de máxima calidad.

Fruto de este trabajo, nuestras marcas Dorada Pilsen, Dorada Especial y Dorada Sin han vuelto a ser galardonadas en el último año por el prestigioso Instituto Internacional de Selección de Calidad *Monde Selection* con sendas medallas dentro de su certamen *World Selections*.

Medimos nuestro rendimiento

Realizamos numerosos sondeos e investigaciones para conocer la percepción de los consumidores y clientes sobre nuestras marcas y servicios, medimos su grado de satisfacción y las áreas de mejora y, además, potenciamos un canal de comunicación directo e inmediato de gestión de incidencias a través de nuestro centro de atención telefónica (CAT). Anualmente y como parte de nuestro compromiso con la transparencia, hacemos públicos los resultados obtenidos con el fin de imponernos el deber de mejorar nuestros productos y servicios.

Se ha producido nuevamente una disminución en el número de reclamaciones recibidas desde los clientes. Esta reducción del 5,61% se logra en las no conformidades relacionadas directamente con los productos, mientras que las relacionadas con el servicio sí han crecido debido fundamentalmente a la potenciación del propio CAT como canal de relación con el cliente. De los productos, siguen siendo los barriles los de mayor impacto en la satisfacción del cliente ya que el consumo este formato depende en gran medida de una instalación adicional y manipulación por terceros que debe hacerse cumpliendo unos requisitos de calidad estrictos.

Por su parte, el número de reclamaciones de consumidores se mantiene similar al de los últimos ejercicios. Prácticamente el 100% de las reclamaciones son recibidas a través del centro de atención telefónica, lo que permite una comunicación inmediata al responsable para su solución y lograr que el tiempo para el primer contacto así como para la respuesta definitiva se mantengan en valores excelentes. La incidencia registrada con más frecuencia (60%) es la petición de información adicional, sobre todo acerca de la graduación de alcohol de la cerveza sin e información nutricional de algunos formatos. Aunque seguimos identificando la fecha



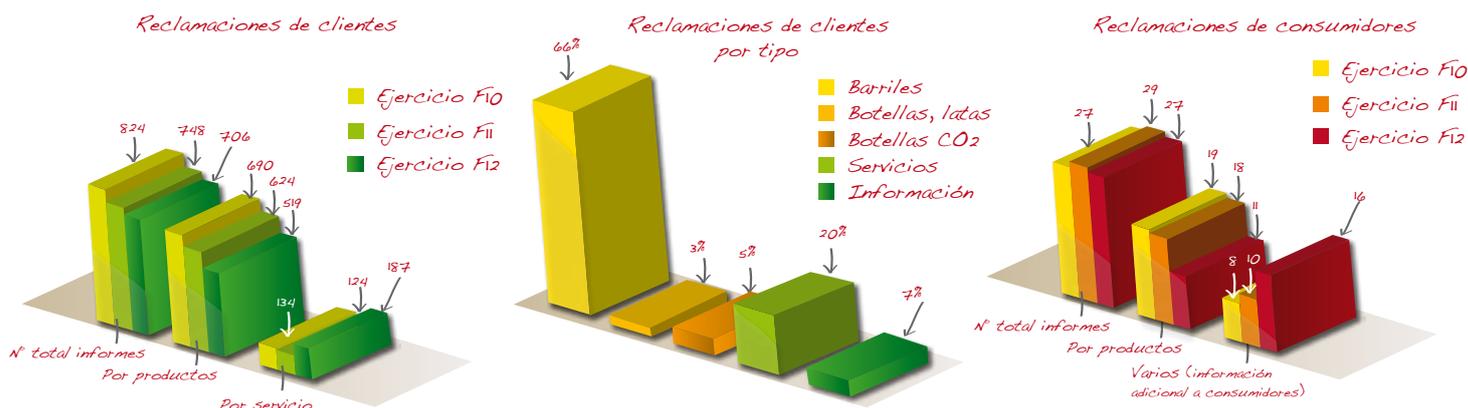
de respuesta de cada reclamación, hemos eliminado el indicador de días transcurridos hasta la respuesta ya que el número de reclamaciones es insuficiente y variado como para que el valor medio tenga sentido.

Objetivos de mejora

Revisar el proceso de reclamaciones: registro, recepción, análisis e informe de conclusiones.

Mejorar los flujos de las reclamaciones de producto e información recibidas del mercado, así como el retorno de la información a las áreas implicadas.

Seguir reduciendo las reclamaciones recibidas por producto y aumentando las peticiones de información.



Contactos:

Compañía Cervecera de Canarias, S.A.
Ctra. Gral. La Cuesta - Taco, Km. 0,5
38320 La Laguna. Sta. Cruz de Tenerife
Tfno.: 922 66 13 38
Fax: 922 66 18 92
e-mail: informacion@ccc.es
<http://www.ccc.es>

Edición:

Compañía Cervecera de Canarias, S.A.

Fotografía:

Archivo Fotográfico de CCC

Diseño y maquetación:

JFT Comunicación

Impresión:

Gráficas Sabater

Depósito Legal:

Este informe ha sido impreso en papel ecológico libre de cloro



Esta empresa se ha acogido a las subvenciones del Gobierno de España cofinanciadas con fondos FEDER, para el transporte de mercancías en Canarias

