

Informe de Desarrollo Sostenible a 31 de marzo de 2013



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	16
Comunicación transparente y comportamiento ético	17
Las personas son nuestra principal ventaja competitiva	18
Consumidores y clientes, nuestra razón de ser	20



Consumo responsable de alcohol pag.8



Uso eficiente del agua pag.9



Trabajamos por un índice cero de residuos pag.12



Contribuimos al desarrollo de la comunidad pag.14

Lleva tiempo
llegar a ser
quien eres.
Conseguir
un sabor así,
también.

Porque Dorada Especial
se elabora con un proceso
de maduración más largo.



[extra]MADURACIÓN



5,5°. Dorada recomienda el consumo responsable.

Carta del Consejero Delegado



Uno de nuestros objetivos estratégicos es impulsar nuestros resultados de una forma sostenible. Hacemos esto cuando producimos cervezas de alta calidad y otras bebidas que son disfrutadas por miles de personas, y cuando lo hacemos, estamos creando empleo, pagando impuestos y ayudando a consolidar la economía de nuestras islas.

Pero Compañía Cervecera de Canarias no trabaja en solitario. Nuestro éxito está vinculado al de la comunidad en la que nos encontramos y a cómo respondemos a sus necesidades cambiantes.

Parte de esta respuesta está relacionada con nuestro compromiso con el sector de la hostelería y los programas que estamos llevando a cabo en numerosos municipios de las islas para promover la reactivación de un sector fundamental en la economía y el empleo del Archipiélago. Además, también otros sectores, no directamente vinculados a nuestra labor productiva, se favorecen de nuestra actividad, como el cultural y de ocio, el deportivo, el agrícola y ganadero, la moda o el de las organizaciones sin ánimo de lucro.

Nuestra aproximación para ayudar a reducir el daño del consumo abusivo de alcohol nos lleva a hacer revisiones regulares de nuestras prácticas de gobernanza comercial, para reflejar las expectativas de nuestro entorno, y a actualizar a nuestro equipo humano sobre su trascendencia.

El agua, los alimentos y la energía están interconectados. No podemos gestionar estos tres recursos de forma independiente ya que la disponibilidad de uno afecta a la disponibilidad del resto.

En el caso del agua, hemos dado un paso muy importante durante el ejercicio al minorar su consumo por litro de cerveza producido un 9% y acercarnos al objetivo que nos planteamos para el periodo 2008-2015 de reducirlo un 25%, lo que significa que, aun estando cerca de nuestra meta, no podemos dejar de buscar nuevas formas de ahorro ni de mantener las mejoras que ya hemos introducido.

Hemos puesto en práctica un amplio conjunto de medidas que han tenido consecuencias directas en nuestra eficiencia energética y aunque algunos parámetros no han alcanzado el nivel adecuado, ya hemos definido los pasos para lograrlo.

El impacto de los envases en el entorno es un aspecto crítico para las islas. En Canarias, existen importantes carencias en la recogida de residuos urbanos e instalaciones adecuadas para el reciclaje. Por eso, actuamos a varios niveles del proceso para minimizar los residuos de nuestros envases, impulsar sistemas de reciclaje más eficientes o potenciar el uso de retornables que, en nuestro caso, se sitúa en un índice de 58%, muy superior a la media del sector en España (47%).

Nuestras prioridades de desarrollo sostenible proveen de un marco consistente para su gestión, informando sobre cómo centramos nuestros esfuerzos y priorizamos los recursos. Los profesionales de la Compañía están plenamente involucrados en la tarea. Gracias a ellos estamos avanzando en los objetivos que nos proponemos año a año para hacer crecer nuestro negocio y, dentro de nuestras posibilidades, crear riqueza a nuestro alrededor.

Contribución económica

Las empresas no estamos aisladas de nuestro entorno. Nuestro éxito está vinculado al de la comunidad en la que nos encontramos y a cómo respondemos a sus necesidades cambiantes.

El efecto multiplicador de nuestras inversiones y operaciones puede ser una poderosa fuente de desarrollo. Al poner en el mercado los productos que nuestros consumidores disfrutan, estamos creando empleo, pagando impuestos, potenciando el progreso de otras empresas y la formación de profesionales cualificados.

Compañía Cervecera de Canarias generó un valor económico de 133,7 millones de euros, mayoritariamente distribuidos entre

proveedores, empleados, accionistas y administraciones públicas.

Según estudios independientes realizados sobre la influencia del sector cervecero en la economía, la actividad de Compañía Cervecera 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.

Parte de esta contribución está relacionada con nuestro compromiso con el sector de la hostelería y los programas que estamos llevando a cabo en numerosos municipios de las islas para promover la reactivación de un sector fundamental en la economía y el empleo del Archipiélago. Además, también

otros sectores no directamente vinculados a nuestra labor productiva se favorecen de nuestra actividad, como el cultural y de ocio, el deportivo, el agrícola y ganadero, la moda o el de las organizaciones sin ánimo de lucro.

Nuestro éxito está vinculado al de la comunidad en la que nos encontramos y a cómo respondemos a sus necesidades cambiantes

VALOR ECONÓMICO DIRECTO DISTRIBUIDO (en millones de €): 133,7

Costes operativos	Empleados	Dividendos	Admón. Pública	Intereses
Pagos a proveedores	Salarios y beneficios sociales	Accionistas	Pago de tributos, inc. IGIC	Pagos a entidades financieras
83	24	14,9	11,8	0,01

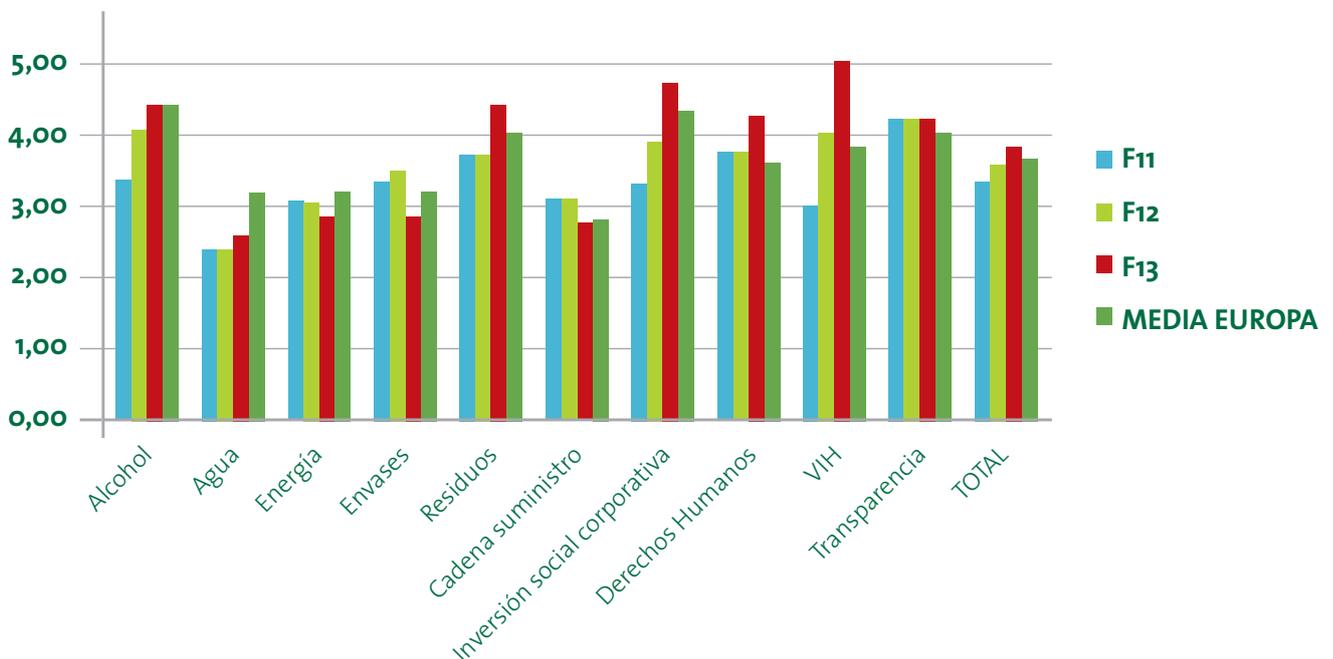


Integración del desarrollo sostenible en la estrategia empresarial

La forma en la que gestionamos nuestra política de sostenibilidad está basada en 10 prioridades que nos ayudan a tratar los riesgos y a identificar las oportunidades para nuestra Compañía y para la comunidad a la que nuestro éxito está vinculada. Estas prioridades apoyan el objetivo estratégico de incrementar nuestra rentabilidad de forma sostenible y son:

- 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 la **ética** empresarial y el conocimiento objetivo de la Compañía a través del ejercicio de la **transparencia**.

Dos veces al año medimos nuestra actuación en estas 10 prioridades a través de una herramienta creada al efecto, la Matriz de Evaluación de Sostenibilidad (SAM). Este sistema contiene más de 300 indicadores, cualitativos y cuantitativos, que nos permiten analizar de forma clara dónde nos encontramos y, sobre todo, qué debemos hacer para seguir avanzando.



Revisión de nuestra actuación y nuevos objetivos

PRIORIDAD	OBJETIVOS F13	RESULTADOS F13	OBJETIVOS F14
Consumo responsable de alcohol	<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. 	<ul style="list-style-type: none"> • Actualizada e impartida. • Comunicación realizada sobre práctica deportiva, consumo responsable en eventos corporativos, contagio de enfermedades de transmisión sexual y sesiones de formación sobre Política de Alcohol para empleados. • Encuesta realizada. Valoración empleados: 5,2/6 • Impartida. 	<ul style="list-style-type: none"> • Actualizar la formación a los equipos Comercial, de Marketing y Trade Marketing en la Política de Comunicación Comercial • Formar a todos los nuevos empleados en Política Interna de Alcohol. • Participar directamente en un programa en Canarias de consumo responsable de alcohol. • Implantar plan estratégico de fomento de consumo responsable de alcohol según compromiso de SABMiller con GBI (Global Brewers Initiative).
Agua	<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. 	<ul style="list-style-type: none"> • Implantación de nuevos aparatos de registro y software de control. • Puesta en marcha de medidas correctoras que han resultado en un descenso en el consumo específico de agua. • Análisis con proyección de 5 años sobre la situación del agua en Canarias en relación con el consumo general y las necesidades de producción 	<ul style="list-style-type: none"> • Completar el análisis individual de instalaciones con los nuevos sistemas de registro adquiridos. • Afinar el funcionamiento de ciertas instalaciones para optimizar el consumo de agua. • Aprovechar agua de condensación para otros usos.
Energía	<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. 	<ul style="list-style-type: none"> • Implantación de nuevos aparatos de registro y software de control. • Puesta en marcha de medidas correctoras que han resultado en un descenso en el consumo específico de energía. • Se ha hecho aproximación, pero sin resultados positivos. Este punto requerirá un esfuerzo adicional en el próximo ejercicio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mejorar el uso y control del aire comprimido. • Ajustes en instalaciones para reducir el uso de vapor y en la compresión de CO2. • Instalación de aislamientos térmicos para evitar pérdidas de calor. • Mejorar funcionamiento de caldera de vapor. • Definir un sistema de medición del consumo de combustible de nuestra fuerza de distribución.
Envases y embalajes	<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 	<ul style="list-style-type: none"> • Unificación de diseño existente de las etiquetas de Tropical 25 y 33 cl y Tropical Limón: eliminación de referencias. • Diseño unificado de etiquetas de 25 y 33 cl para nueva variedad de Tropical (Tropical Limón). • Implantación de la certificación AGR (American Glass Research) para desarrollos de nuevas botellas de vidrio, lo que permite optimizar sus características de diseño y funcionamiento. • El método de evaluación de impacto medioambiental de envases ha sido definido. 	<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. • Aplicar el método seleccionado de evaluación de impacto medioambiental. • Afinar la información sobre reciclaje de materiales de nuestros proveedores.

PRIORIDAD	OBJETIVOS F13	RESULTADOS F13	OBJETIVOS F14
Residuos	<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%. 	<ul style="list-style-type: none"> Porcentaje mantenido en el 100%. Valor equivalente al logrado en ejercicio anterior (97%). 	<ul style="list-style-type: none"> Lograr un índice de reutilización de residuos de 98% a través de la contención del volumen de la categoría "basura general". Apoyar iniciativas públicas y privadas para mejorar el sistema de reciclaje en Canarias.
Desarrollo de cadena de valor	<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 	<ul style="list-style-type: none"> Recolección completada. Evaluación de riesgos de sostenibilidad en proveedores Intercambio de objetivos de sostenibilidad con proveedores principales y búsqueda conjunta de mejoras para la reducción de impacto medioambiental (eliminación de PVC de tapones, pruebas conjuntas de sustitución de componentes en envases). 	<ul style="list-style-type: none"> Obtener autoevaluación de proveedores calificados de alto riesgo en referencia a los principios de aprovisionamiento responsable (GRSP's). Acordar un plan de acción con aquellos proveedores que no cumplan los principios de aprovisionamiento responsable.
Apoyo a la comunidad	<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 	<ul style="list-style-type: none"> Implicación no sólo mantenida, sino incrementada a través de la colaboración con un mayor número de ONGs y de la financiación de acciones de apoyo al canal de hostelería. Convenio firmado con Cabildo de Tenerife y Plataforma de Entidades de voluntariado para desarrollar programa de voluntariado. Programa iniciado con la implicación de 42 empleados. Análisis de posible extensión a Gran Canaria, pero programa no iniciado. 	<ul style="list-style-type: none"> Incrementar el número de empleados voluntarios. Diversificar las actividades de voluntariado a otras zonas de las islas más cercanas a los centros de trabajo de la Compañía. Mantener nivel de implicación desarrollado en ejercicio anterior y mejorar el análisis del impacto social.
VIH/SIDA	<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 	<ul style="list-style-type: none"> Realización de campaña interna de prevención del contagio del virus VIH, recordando los puntos de vista de SABMiller sobre el mismo. Colaboración con ONG para la realización de carrera solidaria para la recaudación de fondos. 	<ul style="list-style-type: none"> Realizar nueva campaña interna de prevención.
Derechos Humanos	<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. 	<ul style="list-style-type: none"> Realización de campaña interna sobre el Plan de Igualdad. Aprobación del Protocolo de Acoso por la Comisión Interna de Igualdad, pero su difusión ha sido pospuesta. 	<ul style="list-style-type: none"> Difusión del Protocolo de Acoso del Plan de Igualdad. Revisar Plan de Igualdad a través de la recogida de las propuestas de mejora de la Comisión de Igualdad o directamente del personal. Participar en iniciativas públicas o privadas en favor de la defensa de los derechos humanos.
Transparencia y Ética	<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. 	<ul style="list-style-type: none"> Se ha aumentado la extensión de la formación en ética, pero no se ha llegado a toda la organización. Revisión y actualización de documentación y procedimientos de comunicación de incidencias. Realización de campañas de comunicación interna con motivo de regalos navideños y declaración de conflicto de intereses. 	<ul style="list-style-type: none"> Extender la formación en ética corporativa. Realizar campaña interna para informar sobre nuevos canales de comunicación de incidencias contra el Código Ético. Consolidar el panel externo de expertos en sostenibilidad.

Promoción del consumo responsable de alcohol



Por qué es una prioridad

Cada día miles de consumidores disfrutan de nuestras cervezas. Mientras que la gran mayoría bebe de forma responsable, existe una minoría que consume de forma excesiva, poniendo en riesgo a su entorno y a ellos mismos a través de aspectos relacionados con la violencia, la embriaguez al volante y el deterioro en el crecimiento físico y psicológico de menores edad.

Las causas de los daños del alcohol son extensas y complejas y no existe una solución simple. Como empresa fabricante de cerveza, nos preocupamos por los efectos que conlleva un consumo irresponsable y estamos determinados a contribuir para hacerles frente. Nuestra aproximación al consumo abusivo implica trabajar de forma colectiva para ofrecer intervenciones específicas y responder a estos desafíos.

Nuestra respuesta

En Compañía Cervecera de Canarias hemos definido 6 principios que guían las decisiones que tomamos día a día para abordar el consumo excesivo de alcohol:

- Nuestras cervezas contribuyen al disfrute de la vida de la inmensa mayoría de nuestros consumidores.
- Nos preocupamos por los efectos nocivos de un consumo irresponsable de alcohol.
- Nos comprometemos con nuestros grupos de interés y trabajamos colectivamente con ellos para afrontar el consumo irresponsable de alcohol.
- El consumo de alcohol está dirigido únicamente a adultos y es una cuestión de juicio individual y de responsabilidad.
- La información que se facilite a los consumidores acerca del consumo del alcohol debe de ser precisa y equilibrada.
- Esperamos que nuestros empleados aspiren a altos niveles de conducta en relación al consumo de alcohol.



De estos principios generales emana nuestra Política de Alcohol que está a su vez compuesta por una serie de guías concretas que rigen nuestra actuación comercial y de comunicación. Dentro de estas directrices, debemos destacar el esfuerzo realizado en medios digitales con una especial atención en las redes sociales: un canal de fácil acceso para el público, en constante evolución y que requiere unas medidas adicionales para, por ejemplo, evitar la exposición de menores de edad a contenidos no apropiados.

Además de los estrictos sistemas internos de control, Compañía Cervecera está adherida al Código de Autorregulación de Cerveceros de España, un código pionero en la industria de alimentación y bebidas en España que incluye medidas aún más exigentes que las contenidas en la legislación y 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

Como parte del grupo internacional SABMiller, participamos en la página web www.hablemosdealcohol.com, una herramienta con abundante información sobre el uso y las consecuencias del abuso de alcohol.

Como miembros activos de la asociación Cerveceros de España, apoyamos distintos programas de actuación destinados a prevenir el consumo irresponsable de alcohol. Son iniciativas en colaboración con distintas instituciones públicas y privadas dirigidas a grupos como jóvenes, padres de menores, conductores, profesores de autoescuela, embarazadas y especialistas médicos, entre otros.

Además de estos compromisos colectivos, Compañía Cervecera ha llevado a cabo a lo largo del pasado ejercicio y a título individual las siguientes actuaciones:

- Formación actualizada de los equipos de las áreas Comercial y Marketing, así como de las empresas externas que les facilitan servicios, en la Política de Comunicación Comercial.
- Formación a todos los empleados sobre la Política Interna de Alcohol. Estas sesiones forman parte del compromiso de la Compañía de poner al día a los miembros de la organización en la importancia del consumo responsable de alcohol.
- Verificación por parte de un auditor externo del cumplimiento de nuestros códigos tras la revisión realizada por el Comité interno de Comunicación Comercial.
- Realización de una encuesta entre empleados para conocer su percepción sobre la responsabilidad de la Compañía con una valoración de 5,2 sobre una escala de 6 puntos.
- Actualizar la formación a los equipos Comercial, de Marketing y Trade Marketing en la Política de Comunicación Comercial.
- Formar a todos los nuevos empleados en Política Interna de Alcohol.
- Participar directamente en un programa en Canarias de consumo responsable de alcohol.
- Implantar un plan estratégico de fomento de consumo responsable de alcohol según compromiso de SABMiller con GBI (Global Brewers Initiative).

Uso eficiente del agua



Por qué es una prioridad

El agua, los alimentos y la energía están interconectados. Necesitamos agua para producir alimentos y para generar energía; necesitamos energía para producir alimentos y para tratar y transportar el agua; y necesitamos tierra, en el caso de los biofuel, para producir energía. No podemos gestionar estos tres recursos de forma independiente ya que la disponibilidad de uno afecta a la disponibilidad del resto.

Aspiramos a utilizar el agua de la forma más eficiente posible y nos hemos fijado como objetivo la reducción de nuestro consumo de agua por hectolitro de cerveza en un 25% entre 2008 y 2015. Hasta el ejercicio pasado, habíamos llegado a un 21%, lo que significa que estamos cerca de nuestra meta, aunque no podemos dejar de buscar nuevas formas de ahorro ni de mantener las mejoras que hemos introducido.

Por otra parte, la eficiencia de los recursos en nuestras operaciones no es suficiente para salvaguardar los que necesitamos. Estamos utilizando nuestra comprensión del riesgo, nuestra escala y las relaciones existentes con nuestros grupos de interés para movilizar a nuestros socios y que comprendan mejor los retos compartidos a los que nos enfrentamos.

Nuestra respuesta

Nuestra aproximación a los problemas locales de agua está centrada en ambos sentidos del proceso productivo, es decir, antes y después de la fabricación. A través de 5R's, nuestras fábricas están trabajando en los siguientes aspectos:

Protección: el trabajo con proveedores agrícolas para asegurar un uso responsable del agua y la comprensión de la hidrografía en las que nuestras fábricas operan.

Reducción: Introducir nuevos procesos y cambios de actitud para reducir el consumo de agua en nuestras plantas, logrando la misma alta calidad de nuestro producto.

Reutilización: Recoger corrientes de agua residuales dentro de las instalaciones y reutilizarlas de forma apropiada para ciertas tareas, como la limpieza del suelo de nuestras fábricas.

Reciclaje: Investigar y aplicar nuevas tecnologías para reciclar agua para un uso apropiado dentro de la planta.

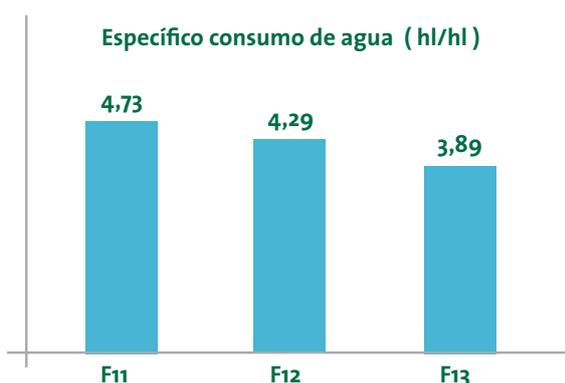
Redistribución: Proveer a las comunidades locales de agua limpia para los programas de inversión de la comunidad y tratar las aguas residuales para que puedan ser utilizadas de forma segura por la comunidad local.

Qué hacemos para mejorar la eficiencia en el consumo de agua

A lo largo del ejercicio hemos realizado numerosas actuaciones que nos han permitido reducir el consumo específico de agua un 9%, el equivalente al uso anual de 157 hogares. Entre ellas, destacamos:

- Implantación de nuevos aparatos de registro y software de control.
- Aprovechamiento del agua de purga de los condensadores evaporativos para la limpieza de suelos y regadío. Con esta medida estimamos un ahorro anual de 9.000m³.
- Instalación de purgas de sales en las calderas, para aprovechar el retorno del condensado.
- Sustitución de compresores por otros más modernos que no requieren consumo de agua.
- Puesta en marcha de medidas correctoras que han resultado en un descenso en el consumo específico de agua.

Además, hemos llevado a cabo un análisis con proyección de 5 años sobre la situación del agua en Canarias en relación con el consumo general y las necesidades de producción de nuestras fábricas.



Objetivos de mejora

- Completar el análisis individual de instalaciones con los nuevos sistemas de registro adquiridos.
- Afinar el funcionamiento de ciertas instalaciones para optimizar el consumo de agua.
- Aprovechar agua de la condensación y de otros procesos para usos alternativos.

Uso eficiente de la energía

CO₂

Por qué es una prioridad

El mensaje urgente de la comunidad científica sobre el cambio climático es real y necesita ser tratado con rapidez, junto con el análisis económico que demuestre que la reducción de emisiones no tiene que ser un lastre para el crecimiento.

Los efectos del cambio climático pueden tener consecuencias de largo alcance, particularmente en términos de disponibilidad de agua y producción agrícola, ambos vitales para la producción de cerveza, así como para la conservación del entorno de un territorio tan sensible como Canarias. En 2008, nos propusimos el difícil objetivo de reducir las emisiones de combustibles fósiles de nuestro uso de la energía in situ en un 50% por hectolitro de cerveza producida en 2020.

Nuestra respuesta

Seguimos un enfoque holístico en la gestión de la energía y las emisiones y buscamos ser eficientes energéticamente en el proceso de fabricación de cerveza y en la forma de operar en nuestras instalaciones.



Hemos establecido objetivos claros y extensos para cada una de nuestras fábricas de cerveza, invirtiendo en tecnología y compartiendo conocimientos y buenas prácticas con otras compañías del grupo SABMiller. Las plantas tienen una responsabilidad clara: este año hemos introducido una filosofía de 'user-pays', en la que se asigna la responsabilidad de la eficiencia de recursos dentro de una planta a cada paso del proceso de fabricación, desde la elaboración de la cerveza hasta el envasado.

Siempre que podemos, utilizamos fuentes de energía alternativa y renovable. También consideramos las emisiones asociadas a nuestra cadena de valor, centrándonos particularmente en la elaboración, el envasado, el transporte y la refrigeración de nuestros productos.

Qué hacemos para mejorar la eficiencia energética

Hemos puesto en práctica un amplio conjunto de medidas que han tenido consecuencias directas en nuestra eficiencia energética. Algunas de ellas han sido:

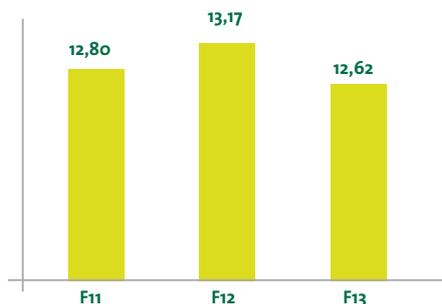
- Sustitución del sistema de condensación de amoníaco de la planta de CO₂ y modificación de la instalación, con lo que se ha conseguido condensar a menor presión y reducir el consumo eléctrico.
- Nueva instalación para aprovechar el poder energético del biogás (residuo de la depuración de aguas) como combustible para producir vapor de alta presión que se será utilizado en el proceso de fabricación de la cerveza. Esta actuación se culminó a final del ejercicio, por lo que sus resultados serán visibles en éste.
- Instalación de variadores de frecuencia en las bombas de agua general de fábrica para ajustar el consumo eléctrico a la demanda del agua.
- Aumento del número de placas de la etapa intermedia (de regeneración) de las plantas de agua desaireada para conseguir un menor consumo de vapor (y por tanto de fuel) y de frío (asociado a electricidad).
- Instalación de purgas de sales en las calderas, para ahorro de energía térmica (fuel).

A pesar de los avances logrados en eficiencia eléctrica, 4% de ahorro en el consumo específico, hemos retrocedido en el uso de fuel al haber utilizado un 3% más, con el consiguiente aumento de emisiones de CO₂. El origen ha sido localizado en varias acciones que hemos llevado a cabo para asegurar parámetros analíticos y de calidad de nuestra cerveza y que han implicado una mayor generación de calor. Las causas han sido detectadas y se han tomado las acciones correctoras, algunas ya descritas más arriba, para mejorar nuestro rendimiento.

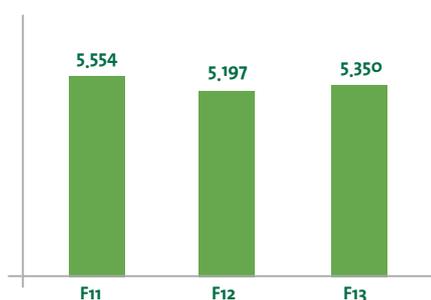
Objetivos de mejora

- Mejorar el uso y control del aire comprimido.
- Ajustes en instalaciones para reducir el uso de vapor y en la compresión de CO₂.
- Instalación de aislamientos térmicos para evitar pérdidas de calor.
- Mejorar funcionamiento de caldera de vapor.
- Definir un sistema de medición del consumo de combustible de nuestra fuerza de distribución.

Específico consumo de electricidad (kwh/hl)



Emisiones CO₂ en toneladas por consumo de fuel





Por qué es una prioridad

El envasado que utilizamos integra la forma en que presentamos nuestros productos a los consumidores. Más importante aún, preserva la calidad de nuestra cerveza y la mantiene segura para el disfrute de nuestros consumidores. Mientras que nos aseguramos que el envasado protege nuestra cerveza, también tenemos en cuenta el impacto medioambiental desde su elaboración hasta su desecho.

El impacto del envasado en el entorno es un aspecto crítico para las islas. En Canarias existen importantes carencias en la recogida de residuos urbanos e instalaciones adecuadas para el reciclaje. Por eso, actuamos para minimizar los residuos de nuestros envases, tanto antes como después del consumo.

Una estrategia de sostenibilidad para los envases

Utilizamos una gran variedad de tipos y materiales para el envasado, seleccionados de acuerdo a las necesidades del producto, las preferencias del consumidor y las condiciones de los puntos de venta, así como otros factores tales como la infraestructura de reciclaje.

Nuestra estrategia se basa en la búsqueda del balance entre estos aspectos de tal forma que los envases sean diseñados para un

reciclado o reutilización óptimos y para que el impacto en el medio ambiente sea lo más bajo posible. Así, 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

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. Por este motivo, el desarrollo de envases reutilizables adquiere especial relevancia. 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 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 continúa apostando por la comercialización de sus productos en envases reutilizables, alcanzando un porcentaje de 58%, muy superior a la media del sector en España (47%).

Qué hemos hecho para reducir el impacto de nuestros envases

Fruto de esta estrategia de minimización en la generación de residuos de nuestros envases, hemos puesto en práctica medidas como:

- Unificación de diseño existente de las etiquetas de Tropical 25 y 33 cl y Tropical Limón con la consiguiente eliminación de referencias.
- Diseño unificado de etiquetas de 25 y 33 cl para la nueva variedad de Tropical (Tropical Limón).
- Implantación de la certificación AGR (American Glass Research) para desarrollos de nuevas botellas de vidrio, lo que permite optimizar sus características de diseño, funcionamiento y cantidad de materia prima necesaria para su fabricación.
- Definición de un método de evaluación de impacto medioambiental de envases.
- Implicación de algunos de nuestros proveedores en la búsqueda de soluciones más sostenibles, como la realización de pruebas conjuntas para eliminar el PVC y sustitución por otro componente más respetuoso; o reemplazar el barniz actual de las latas por otro de menor impacto.
- Puntos limpios de recogida de envases usados en eventos patrocinados por nuestras marcas para reducir la basura depositada en las calles y recintos y mejorar el disfrute de los asistentes.

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.
- Aplicar el método seleccionado de evaluación de impacto medioambiental.
- Afinar la información sobre reciclaje de materiales de nuestros proveedores.



Trabajamos por un índice cero de residuos



Por qué es una prioridad

El incremento de costes y, en algunos casos, la escasez de materias primas exige a las empresas centrarse en la eficiencia del uso de sus recursos y maximizar el valor extraído de sus suministros de materias primas.

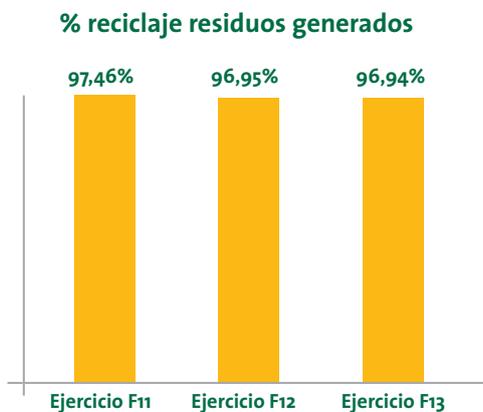
Al mismo tiempo, el crecimiento de la población junto con el crecimiento económico, ha llevado a un aumento de la cantidad de residuos generados a nivel global, lo que en Canarias supone un asunto especialmente sensible debido a las limitaciones territoriales, la lejanía del continente y la ausencia de una industria del reciclaje eficaz.

Compañía Cervecera se enfrenta al reto de minimizar la cantidad de residuos producidos durante el proceso de producción y a maximizar su reutilización o reciclaje. La mayoría de los residuos que generamos son materias orgánicas que resultan del proceso de la elaboración de la cerveza. Esto incluye bagazo, residuos de levadura y sedimentos del proceso de fermentación del mosto. El resto de residuos comprende envases dañados, tierras filtrantes, basura normal, lodos de efluentes del tratamiento de aguas residuales y otros residuos denominados peligrosos (aceite, material eléctrico y electrónico, baterías, etc).

Nuestra respuesta

En la gestión de los residuos generados por nuestra compañía, seguimos los principios jerárquicos de reducción, reutilización y reciclaje y, en última instancia, creación de valor. Esto requiere por nuestra parte utilizar los recursos de manera eficiente y limitar la disposición de residuos en el vertedero.

La mayoría de los desechos producidos en nuestras fábricas de cerveza son reciclables o reutilizables en cierta medida. Esto está estrechamente vinculado a la idea de una economía circular, en la que los residuos pueden ser utilizados para reconstruir el capital, en este caso, financiero, social y natural.

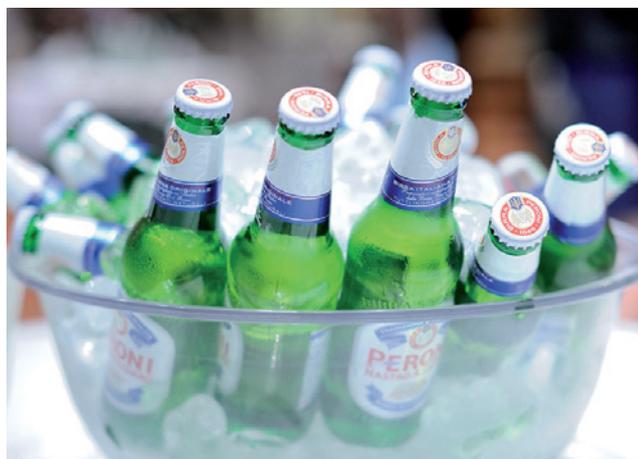


Valorización y reducción de residuos

Gran parte de los residuos que generamos tienen un valor y son reutilizados para la generación de energía (aprovechamiento de biogás para la generación de energía eléctrica o térmica), creando nuevos productos (botellas de vidrio reciclando botellas rotas) o a través de usos agrícolas, como fertilizantes o piensos para animales totalmente naturales y con un elevado contenido de nutrientes. Este esfuerzo nos ha permitido alcanzar nuevamente un índice de reciclado del 97% y seguimos investigando la forma de incrementar este porcentaje e involucrando al equipo de la Compañía en el logro de este objetivo.

Además de la valorización de residuos, hemos puesto en marcha ciertos procedimientos de trabajo que nos han permitido reducir la cantidad de residuos, como el trabajo conjunto con proveedores de productos industriales para suministrarnos en envases de mayor tamaño o la redefinición de procesos de limpieza con un menor consumo de productos químicos. Además, hemos establecido cambios en nuestro sistema de distribución que implican un uso menor de materiales de embalaje al servir la mercancía a nuestros clientes directamente, evitando el re-embalaje en delegaciones intermedias.

Las medidas implantadas en este área nos han permitido ocupar el primer puesto dentro del grupo internacional SABMiller en cuanto a gestión de residuos, lo que para Compañía Cervecera tiene un especial valor al tratarse de una de las prioridades que consideramos clave en Canarias. No obstante, seguimos investigando nuevas vías de mejora que plasmos en objetivos concretos.



Objetivos de mejora

- Lograr un índice de reutilización de residuos de 98% a través de la contención del volumen de la categoría "basura general".
- Apoyar iniciativas públicas y privadas para mejorar el sistema de reciclaje en Canarias.

Fomento del desarrollo empresarial en nuestra cadena de valor



Por qué es una prioridad

Somos conscientes de que nuestro éxito depende en gran medida del progreso de Canarias y del papel clave que desempeñamos en el desarrollo social y económico de las islas. Por eso, intentamos equilibrar nuestros aprovisionamientos de productos y servicios, locales y foráneos, aprovechando, por un lado, las ventajas comerciales que nos proporciona la pertenencia a un grupo internacional y, por otro, los beneficios derivados de la cercanía y el apoyo a las empresas locales.

Nuestra respuesta

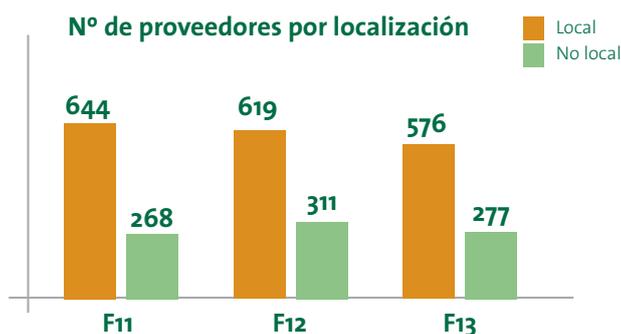
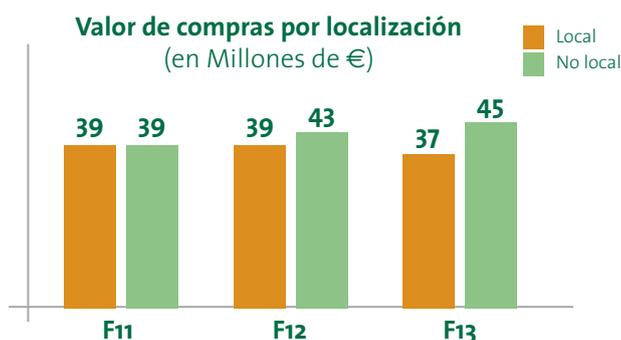
Nuestra cerveza es un producto local, elaborado, vendido y consumido en Canarias. Mediante la entrega de productos de alta calidad que los consumidores disfrutan, Compañía Cervecera crea puestos de trabajo, paga impuestos y desarrolla actividades locales, fomenta el negocio y demuestra que su crecimiento y el desarrollo sostenible pueden ser reforzados de forma mutua.

También entendemos nuestro papel y responsabilidades en nuestra cadena de valor. Este es el motivo por el que hemos establecido unos Principios de Aprovisionamiento Responsable que persigue que los derechos humanos básicos sean reconocidos y respetados por nuestros proveedores. Estos incluyen conducta empresarial, condiciones de trabajo, explotación laboral, trabajo infantil, salarios y horarios justos, respeto a la diversidad, libertad de asociación y cuidado del medioambiente.

Qué hacemos para promover el desarrollo de la cadena de valor

Siempre que tiene sentido, buscamos proveernos localmente para maximizar el beneficio económico mutuo y reducir los costes de importación y distribución. Al mismo tiempo y debido a los requerimientos presupuestarios, debemos buscar la máxima eficiencia posible en nuestros suministros de bienes y servicios. Para ello, se realizó un reajuste de la lista de proveedores, intentando que afectara a un menor número posible de empresas de Canarias (disminución de 8% frente al 11% de empresas no locales) y primando la agrupación de compras para una mejor posición negociadora, lo que ha resultado en un descenso de compras realizadas en Canarias de 4%.

Además de estas iniciativas, hemos acometido otras acciones como la recolección de información documental de nuestros proveedores para acceder a la certificación de seguridad alimentaria ISO 22000 y la evaluación de riesgos y el intercambio de objetivos de sostenibilidad con nuestros principales suministradores. Fruto de esta colaboración con nuestros socios, hemos investigado de forma conjunta ciertas mejoras para la reducción del impacto medioambiental, como la eliminación o sustitución de algunos componentes de los envases.



Objetivos de mejora

- Obtener autoevaluación de proveedores calificados de alto riesgo en referencia a los principios de aprovisionamiento responsable (GRSP's).
- Acordar un plan de acción con aquellos proveedores que no cumplan los principios de aprovisionamiento responsable.

Contribuimos al desarrollo de la comunidad



Por qué es una prioridad

La prosperidad de nuestra empresa está estrechamente ligada al bienestar de las comunidades en las que trabajamos. Reconocemos que nuestras inversiones en ellas conllevan beneficios en términos de reputación, compromiso y apoyo de nuestros empleados y lealtad de nuestros consumidores.

En Compañía Cervecería creemos que la mayor contribución que podemos aportar a la sociedad es promover un avance integral haciendo que nuestro negocio tenga éxito mediante la creación de cadenas de valor que generen puestos de trabajo, impulsen el crecimiento económico y mejoren el desarrollo social, al mismo tiempo que usamos los recursos naturales de manera eficiente.

La inversión que hacemos en nuestras marcas e instalaciones es una inversión en nuestra comunidad, ya que, a través de ella, somos capaces de proveer de empleo, impulsar a las empresas locales a través de las ventas y la distribución de nuestros productos y de llevar a cabo iniciativas de inversión social.

Nuestra respuesta

Definimos la inversión social corporativa como “una contribución o inversión de dinero, conocimiento, tiempo de nuestros empleados y equipamientos a las personas o a las comunidades para ayudarles a que prosperen y mantengan el medio ambiente en el que podamos ser una empresa de éxito”.

En ella sí incluimos nuestro apoyo a proyectos que consideramos que abordan temas de interés para Canarias como el turismo, el desarrollo rural y paisajístico, la investigación universitaria, el deporte y el progreso de instituciones afectadas por circunstancias especiales.

Qué acciones de inversión social hemos realizado

Hemos extendido el programa de apoyo al sector de la hostelería de Canarias. Se trata de un conjunto de acciones llevadas a cabo en numerosos municipios de las islas, de forma conjunta con ayuntamientos y asociaciones sectoriales, para promover la reactivación de un sector fundamental en la economía y el empleo de las ciudades, pueblos y áreas turísticas del Archipiélago en un momento especialmente difícil como consecuencia de los efectos que está teniendo la situación económica en el retroceso del consumo.

A raíz del análisis realizado el año pasado de nuestra contribución social, nos propusimos mantener el nivel de implicación y así hemos procedido, e incluso aumentado, el número de ONG's con las que hemos colaborado.

Tras la firma del Convenio de Colaboración entre el Cabildo de Tenerife, la Plataforma de ONG'S de Voluntariado de Tenerife, Compañía Cervecería de Canarias y Aldeas Infantiles SOS, se inició nuestro programa de voluntariado corporativo por el que la Compañía se comprometía a ceder un número de horas determinado de sus empleados para acciones de voluntariado en las instalaciones de Aldeas Infantiles. En seis distintas sesiones participaron 42 trabajadores/as de la Compañía en actividades de jardinería y talleres en sus centros de día.

El grado de satisfacción manifestado por los participantes ha sido muy alto, comunicando la experiencia tan positiva que ha supuesto para ellos tanto a nivel personal como de grupo de trabajo.

La experiencia ha sido tan positiva que ha dado ocasión a participar en varias Jornadas de Comunicación sobre Voluntariado organizadas por Gobierno de Canarias en Las Palmas y por otras entidades en las que hemos expuesto nuestra experiencia para que sirva de referente a otras empresas y ONG's que quieran participar en este tipo de proyectos.

El objetivo de llegar a extender el voluntariado a Gran Canaria no ha sido posible hasta el momento al no existir un organismo que centralice y relacione a todas las ONG's.

Un año más, renovamos nuestra colaboración con el proyecto Deporte para Todos, diseñado por la Asociación Deportiva para las Personas con Discapacidad para promocionar la práctica deportiva entre las personas con discapacidad del sur de Tenerife.

La relevancia que ha adquirido el compromiso social entre nuestro equipo humano se ha visto reflejada en la donación realizada por la representación sindical de la Compañía en la provincia de Las Palmas a dos importantes ONG's de Gran Canaria, haciendo uso del remanente del fondo social previsto para la organización de actividades deportivas y Día de la Hermandad.





Nuestra involucración en la formación de jóvenes canarios

Conscientes de que la capacitación profesional es un elemento clave para fomentar la integración laboral y combatir el desempleo en las islas, un año más hemos acogido a un grupo de 20 jóvenes canarios en distintas áreas de la Compañía para completar su formación a través del programa de prácticas especializadas. Además, algunos de nuestros profesionales impartieron formación a 617 alumnos universitarios, de escuelas de negocio y centros de formación profesional en materias relacionadas con dirección comercial, técnicas de negociación, comunicación, marketing, recursos humanos, planificación estratégica, responsabilidad social, sistemas electrotécnicos o logística y transportes, entre otros.

Objetivos de mejora

- Incrementar el número de empleados voluntarios.
- Diversificar las actividades de voluntariado a otras zonas de las islas más cercanas a los centros de trabajo de la Compañía.
- Mantener nivel de implicación desarrollado en ejercicio anterior y mejorar el análisis del impacto social.

Nuestro apoyo a la cultura y el deporte

Nuestra vinculación al deporte y a la promoción de actividades lúdicas y culturales ha vuelto a ocupar un destacado papel en nuestra actividad externa. Hasta en una treintena de iniciativas ha estado presente de uno u otro modo Compañía Cervecera de Canarias.

Buena parte de los acontecimientos en los que hemos estado involucrados han estado relacionados con las tradiciones y fiestas populares de Canarias, entre los que se podría destacar la gran cobertura prestada a los carnavales de Santa Cruz de Tenerife, Las Palmas de Gran Canaria y Santa Cruz de La Palma.

Los eventos musicales también han estado vigentes en nuestra agenda, como el Tenerife 40 Pop o el festival Atlántico Sonoro en La Gomera.

También la actividad deportiva ha contado con nuestra implicación. En este campo debemos mencionar el patrocinio a la U.D. Las Palmas o el campeonato mundial de Windsurf en Fuerteventura, numerosos campeonatos de golf y deportes marinos, así como la Maratón de Gran Canaria o la Media Maratón de Santa Cruz de Tenerife.

Incrementamos la conciencia sobre el impacto del 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.

Nuestra respuesta

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.

Objetivos de mejora

- Realizar nueva campaña interna de prevención.

Qué hacemos para incrementar la conciencia sobre el VIH

Fruto de esta preocupación y coincidiendo con Día Mundial del SIDA (1 de diciembre), se realizó una campaña interna de prevención del contagio del virus VIH, recordando los puntos de vista de SABMiller sobre el mismo. Además, Compañía Cervecera colaboró con UNAPRO (Unión para la Ayuda y Protección de los afectados por el VIH/Sida) en la organización de una carrera solidaria cuyo objetivo era la recaudación de fondos para sufragar los gastos de la asociación.

Respeto de los derechos humanos



Por qué es una prioridad

El respeto a los derechos humanos requiere medidas proactivas dentro de la compañía. Los Principios de las Naciones Unidas sobre la empresa y los derechos humanos establecen el deber que tienen las compañías para gestionar con la debida diligencia el riesgo de dañar los derechos humanos, con el fin de evitarlo.

Respetamos y promovemos los valores de una 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.

Nuestra respuesta

Además de estar comprometidos con el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, también seguimos los 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.

En nuestros principios de derechos humanos, desarrollados sobre la base de los acuerdos internacionales, se establecen las normas mínimas de conducta que esperamos seguir, tanto nosotros como nuestros proveedores. Estos principios abarcan:

- Libertad de asociación y reconocimiento del derecho de negociación colectiva.
- Prohibición del trabajo forzoso.
- Abolición del trabajo infantil.
- Intolerancia de la discriminación.
- Establecimiento de salarios y beneficios justos y competitivos.
- Proporción de un ambiente de trabajo seguro y saludable.
- Seguridad de los empleados.
- Compromiso con la comunidad.
- Principios rectores para proveedores

Qué hemos hecho en favor de los derechos humanos

Como nos habíamos propuesto, hemos comunicado internamente la esencia del Plan de Igualdad y sus principios básicos. Estos principios están recogidos en un decálogo que ha sido extendido por toda la organización y que inspiran toda la actuación de la Compañía en los aspectos esenciales como la retribución, la igualdad de oportunidades, la formación o la conciliación de la vida personal y familiar.

La Comisión de Igualdad, dentro de sus trabajos, ha aprobado el Protocolo de Acoso. Este documento es un marco de actuación muy completo para prevenir y actuar en los supuestos en los que se pudiese producir una situación no deseada en este campo. Afortunadamente no son conductas usuales en nuestra organización. Aun así, ahora tenemos un marco legal que previene estos comportamientos y regula su denuncia y eliminación en el supuesto de que se produjese. Pendiente ha quedado la difusión necesaria, por lo que pasará a formar parte de nuestros objetivos para el próximo año.

En cuanto a la normativa que regula nuestras relaciones laborales, se ha negociado con los representantes de los trabajadores algunos aspectos recogidos en el Convenio Colectivo, como la jornada irregular, que posibilita concentrar en períodos de mayor actividad las horas de trabajo y descansar en momento de menor carga laboral.



Objetivos de mejora

- Difusión del Protocolo de Acoso del Plan de Igualdad.
- Revisar Plan de Igualdad a través de la recogida de las propuestas de mejora de la Comisión de Igualdad o directamente del personal.
- Participar en iniciativas públicas o privadas en favor de la defensa de los derechos humanos.

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 escuchar a nuestro entorno, entender sus puntos de vista y responder de forma que sean capaces de hacer juicios de valor sobre nuestra empresa de manera informada. Compartimos habitualmente nuestros logros y también 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. Son encuentros 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. Con ellos pretendemos, por una parte, reconocer el papel de nuestros grupos de interés en la creación de nuestro enfoque sobre desarrollo sostenible y, por otra, fomentar la credibilidad que facilita el diálogo abierto.

Código de conducta y ético

Contamos con un Código Ético y políticas que regulan los conflictos de intereses, los obsequios y cortesías y la 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.

Partiendo de los objetivos planteados en el ejercicio pasado, durante éste hemos revisado toda la documentación y los procedimientos de comunicación de incidencias de aquellos comportamientos no éticos que se puedan detectar en la Compañía.

Hemos aumentado la extensión de la formación en ética, pero no hemos llegado a toda la organización como pretendíamos en un principio. Aun así, se han realizado campañas de comunicación interna con motivo de la llegada de la época de regalos navideños y del momento de declaración anual de conflicto de intereses.

Objetivos de mejora

- Extender la formación en ética corporativa.
- Realizar campaña interna para informar sobre nuevos canales de comunicación de incidencias contra el Código Ético.
- Consolidar el panel externo de expertos en sostenibilidad.



Las personas son nuestra principal ventaja competitiva

Las mejores decisiones empresariales proceden de grupos de personas competentes, de alto nivel, con una mezcla de experiencia, aptitudes, formación, compromiso y motivación.

Procuramos tratar a todos nuestros empleados y colaboradores de forma equitativa y con respeto, y proveerles de un ambiente laboral seguro. Nuestro equipo es recompensado con un salario justo y unos completos beneficios sociales y, además, tiene la oportunidad de desarrollar sus conocimientos y potenciar su progresión laboral.

Formación y desarrollo

Si bien se ha reducido el número total de horas de formación hasta las 10.669 horas, hemos cumplido nuestro objetivo de mantener su extensión por encima del 90%, en concreto, el 98% de los integrantes de la plantilla ha recibido algún tipo de formación. Igualmente la proporción en el número de horas de formación interna frente al número de formación externa se incrementó con respecto al año anterior en un 23%.

Centrados en el área Comercial, se ha diseñado el nuevo proceso global de identificación de las necesidades de formación y de medición de su efectividad. En primer lugar, se revisaron las funciones críticas del área para con posterioridad definir las competencias

necesarias para llevarlas a cabo, así como sus diferentes niveles de madurez. Asimismo hemos definido la herramienta para medir el nivel de conocimientos críticos para los roles comerciales. Con este diagnóstico y una vez fijados los objetivos de dichos conocimientos y habilidades, se diseñará el Plan de Formación Comercial.

La disminución en el número de horas de formación durante este ejercicio, ya prevista antes de su inicio, se debe a la necesidad de centrar los esfuerzos en el diseño de los procesos de diagnóstico mencionados, tanto en el área comercial como en de Operaciones, en la que se ha seguido un desarrollo similar.

Comunicación interna

Durante el pasado ejercicio tuvo lugar, por primera vez, una Convención Corporativa que reunió tanto al equipo de management como a todo el equipo comercial de la Compañía de todas islas. En este encuentro se presentaron los principales proyectos corporativos del año en curso y se contó con exposiciones de renombrados conferenciantes que subrayaron la relevancia de los mensajes críticos allí presentados: la gestión del cambio, la valía personal y la importancia del trabajo en equipo.

Con el fin de reconocer a aquellos empleados que mejor representan los Valores Corporativos de la Compañía, tuvo lugar la segunda edición de los Premios a la Excelencia, unos galardones otorgados por votación de todos los compañeros y que persiguen contribuir al establecimiento de la cultura corporativa.

A través de diferentes canales internos, se han llevado numerosas iniciativas de comunicación como los principios del Plan de Igualdad, seguridad laboral, concienciación en el cuidado medioambiental y ahorro de recursos naturales, los efectos nocivos del consumo irresponsable de alcohol, principales acciones de nuestras marcas, logros de la Compañía o acciones sociales.

Por último, se procedió a la realización de un estudio de clima organizativo que alcanzó una participación superior al 50% de la plantilla, la más alta en el histórico de este tipo de estudios. Los resultados reflejan un entorno de trabajo altamente valorado por los empleados de Compañía Cervecera, con progresos significativos en aspectos tales como la comunicación, la identificación con la compañía y el trabajo en equipo. Las áreas de mejora afectan principalmente a la gestión del desempeño y al liderazgo en algunos departamentos, donde se han planteado diferentes acciones de mejora.



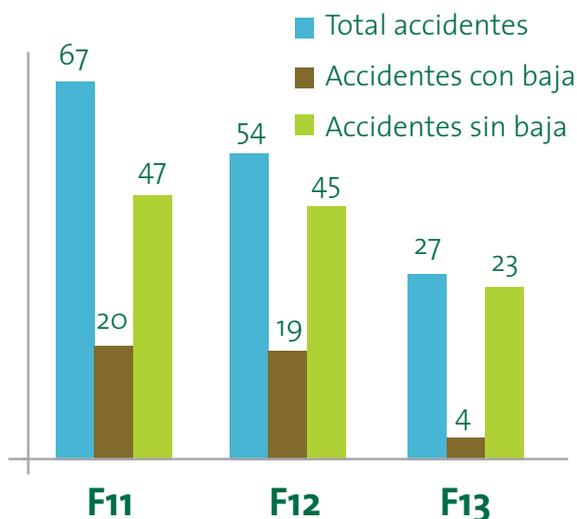
Seguridad y salud laboral

Tras la profunda revisión realizada en el ejercicio anterior, se ha procedido a actualizar nuestro sistema de prevención con el fin de garantizar la disminución mantenida en el tiempo de nuestros índices de accidentabilidad.

Se ha dedicado una atención especial a extender la cultura del uso de los Equipos de Protección Individual (EPIs) en las fábricas a través de una extensa campaña de comunicación. Hemos personalizado algunos equipos como los de protección auditiva, fabricados a la medida de los trabajadores, y las gafas anti-impacto, a las que se les ha incluido la graduación visual conforme a las necesidades de los usuarios para buscar la máxima adaptabilidad y protección.

Si bien el comportamiento del personal en la utilización de estos equipos ha sido ejemplar, se ha hecho un seguimiento a aquellas prácticas contrarias al uso correcto que pudieran poner en riesgo su seguridad o la de los demás.

Gracias a las acciones implantadas, hemos logrado reducir el índice de accidentabilidad un 50%, disminución que se ha visto reflejada en los accidentes con y sin baja laboral.



Reconocemos y recompensamos el buen desempeño

De acuerdo al propósito planteado a principios del ejercicio, hemos ampliado la aplicación del sistema de gestión del desempeño. En concreto, se ha impartido formación en los distintos módulos a todos los empleados ya incluidos en el sistema, se ha homogeneizado la forma de fijar objetivos y se han extendido las sesiones de calibración de evaluación al nivel de mandos intermedios. Además, se ha creado una nueva herramienta que permite aportar un feedback de colaboradores anónimo, honesto y constructivo a las personas con equipos a su cargo.

En paralelo, se ha diseñado la extensión del sistema al área de Operaciones para aumentar el número de personas sujetas a la retribución por objetivos y se ha dejado listo para su aplicación.

Beneficios sociales

Los beneficios sociales extrasalariales de los que gozan los empleados de Compañía Cervecera de Canarias han sido renovados en función a los acuerdos plasmados en el Convenio Colectivo. Éstos 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.



Importan los méritos que se logren, no quien los haga.

Tenemos las mismas oportunidades en procesos de selección y promoción.

PLAN IGUALDAD Plan de Igualdad: hecho como nuestra cerveza, entre todos.

 **COMPAÑÍA CERVECERA DE CANARIAS, S.A.**

Objetivos de mejora

- Ampliar a toda la organización la comunicación sobre funciones y responsabilidades en materia de prevención de riesgos laborales.
- Incrementar el control y vigilancia de las condiciones de seguridad en las que desempeñan su labor las contratadas que prestan servicios en nuestra Compañía.
- Ampliar la aplicación del sistema de gestión de desempeño dentro de la organización.
- Completar la comunicación de planes comerciales a la Fuerza de Ventas.
- Comunicar e implicar a toda la organización en las nuevas misión y visión corporativas.
- Mejorar la información sobre el negocio dada a los empleados.
- Ejecutar plan de formación específico para la Fuerza de Ventas.
- Profundizar en la formación de habilidades de liderazgo de los mandos.

Consumidores y clientes, nuestra razón de ser

La satisfacción y superación de las expectativas de nuestros consumidores y clientes es el objetivo principal de la actividad de Compañía Cervecera de Canarias. Por eso, estamos invirtiendo cada año en nuestras fábricas con un foco constante en la calidad de nuestros productos. Estamos formando a nuestro equipo humano, renovando nuestras marcas y sacando novedades al mercado con el propósito de llevar a nuestros consumidores la mejor cerveza, lo que se ha visto nuevamente respaldado por los premios recibidos por las variedades de Dorada que fueron presentadas al certamen internacional *World Selections* del prestigioso Instituto Internacional de Selección de Calidad *Monde Selection*.



Medimos nuestro rendimiento

Por los motivos expuestos más arriba, es tan importante para Compañía Cervecera conocer qué pasa con nuestra cerveza una vez ha salido de nuestras fábricas. Dentro de nuestras instalaciones disponemos de estrictos procesos para garantizar la calidad de nuestras marcas. Fuera de ellas, nos esforzamos por conocer la opinión de nuestros consumidores y clientes a través de un sistema de gestión de reclamaciones, con indicadores concretos de medida que nos permiten averiguar las incidencias habidas y actuar en consecuencia para mejorar nuestros productos y servicios. Potenciamos activamente la utilización de este sistema e informamos anualmente de los resultados como reflejo de nuestro compromiso, aun a sabiendas de que no siempre los datos pueden favorecernos de cara al exterior. De hecho, en este ejercicio hemos recibido un mayor número de incidencias por disconformidades con el producto, habiendo disminuido las referentes al servicio prestado. La razón principal de este incremento está relacionada directamente con las condiciones del mercado de la hostelería, que no ayudan a la rotación de la cerveza en barril. Éste es un formato que, si está presente en establecimientos de baja rotación del producto, es muy propenso a alterar sus parámetros de calidad.

En el caso de las reclamaciones recibidas de nuestros consumidores, el número sigue siendo bajo, aunque ha aumentado debido a una partida puntual de cerveza localizada territorialmente y retirada del mercado por presentar alteraciones menores de su apariencia.

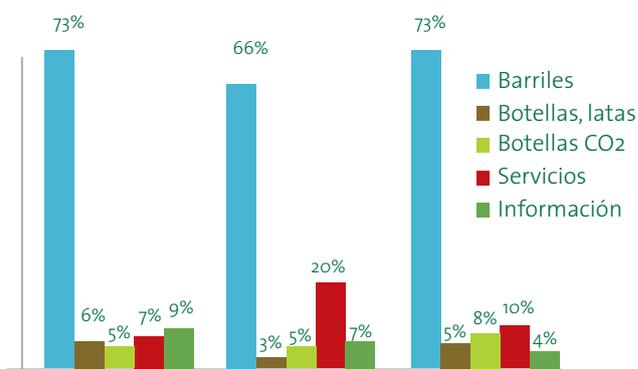
Además de este importante canal de comunicación entre la Compañía y nuestros consumidores y clientes, continuamos realizando numerosos sondeos e investigaciones para conocer sus opiniones, grado de satisfacción y sugerencias de mejora.

En relación a los objetivos que nos planteamos antes de comenzar el ejercicio pasado, hemos revisado el proceso de reclamaciones, reduciendo la periodicidad de las reuniones de análisis con la dirección de la Compañía; hemos aumentado los controles y filtros para el registro de las devoluciones procedentes de puntos de venta, de tal forma que el proceso se ha agilizado y ha implicado una comunicación más clara y fluida con todos los interlocutores afectados.

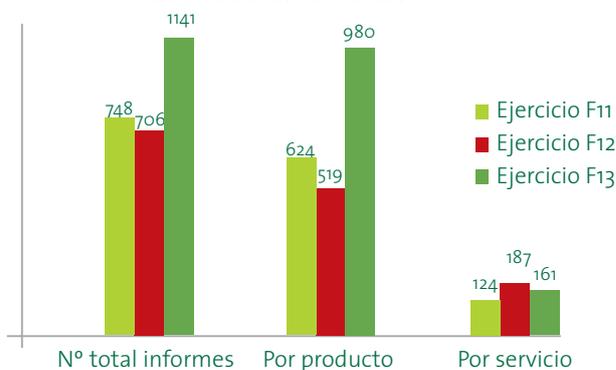
Objetivos de mejora

- Implantar mejoras en los sistemas de información que permitan un análisis y control más eficaz en relación a los incidentes en las devoluciones de barriles.
- Reducir el número de reclamaciones recibidas por barril no conforme.

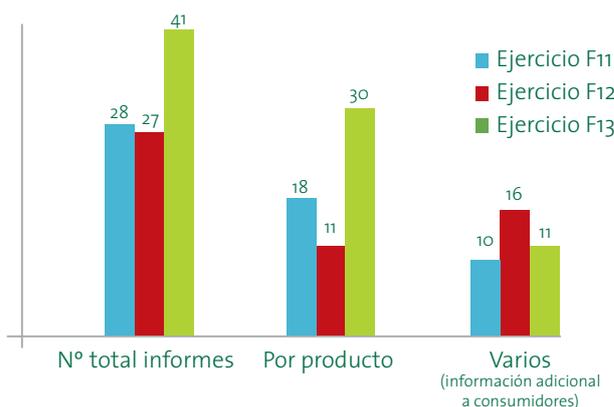
Reclamaciones de clientes por tipo



Reclamaciones de clientes



Reclamaciones de consumidores



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

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





GUINNESS

