



2011

OBJETIVOS QUE TOMAN FORMA
Informe de Sustentabilidad



CONTIENE 333 ML
CERVEZA MODELO S.A. B. DE C.V.
HECHO EN MEXICO

Mensaje del Presidente del Consejo y Director General	8
Grupo Modelo hoy	10
Gobierno corporativo	16
Generación y distribución de valor	22
Procesos sustentables	28
Cuidado del entorno	44
Colaboradores	48
Compromiso con la educación	58
Compromiso con la sociedad	62
Consumo responsable	70
GRI	74

Grupo Modelo, S.A.B. de C.V. ("Grupo Modelo" o "Grupo") fundada en 1925, es líder en la elaboración, distribución y venta de cerveza en México, donde se ubica su sede principal. Tiene una capacidad instalada de 70 millones de hectolitros. Cuenta con 37,307 colaboradores y 13 marcas, entre las que destacan Corona Extra, la cerveza de mayor venta en el mundo, Modelo Especial, Victoria, Pacífico y Negra Modelo. Exporta seis marcas y tiene presencia en más de 180 países. Sus ventas netas ascienden a 91,203 millones de pesos.

Es el importador en México de las marcas Budweiser y Bud Light y de la cerveza sin alcohol O'Doul's, producidas por Anheuser-Busch InBev. Además, importa la cerveza china Tsingtao y la danesa Carlsberg. A través de una alianza estratégica con Nestlé Waters, produce y distribuye en México las marcas de agua embotellada Sta. María y Nestlé Pureza Vital, entre otras.

Desde 1994, Grupo Modelo cotiza en la Bolsa Mexicana de Valores, con la clave de pizarra GMODEL0C. Adicionalmente, cotiza como Certificados de Depósito Americanos (ADR) bajo la clave GPMCY en los mercados OTC de Estados Unidos y en Latibex, en España, bajo el símbolo XGMD. A partir de diciembre de 2011, forma parte del índice sustentable de la Bolsa Mexicana de Valores, el IPC Sustentable.



Grupo Modelo forma parte del IPC Sustentable
de la Bolsa Mexicana de Valores



para crear valor...

01

FONTANERO
ELECTRICISTA
TEL

305

3.825

clientes capacitados
en 2011

53 proveedores apoyados
para su desarrollo



para crecer juntos...

02



+ de 1 millón
de horas de capacitación a
colaboradores en 2011

82,977 beneficiados por los programas
de Fundación Grupo Modelo



para un desarrollo sustentable...

03

11.5%

de energía renovable
utilizada en cervecerías

99.25% de residuos no peligrosos,
valorizados



Mensaje del Presidente del Consejo de Administración y Director General

Me complace presentar nuestro quinto informe de sustentabilidad, que contiene un recuento de los logros alcanzados en el año 2011, los retos superados y los que enfrentaremos en el futuro próximo. Con la elaboración y difusión de este informe, refrendamos nuestro compromiso público con la sustentabilidad ambiental, la responsabilidad social y las mejores prácticas de gobierno corporativo.



En Grupo Modelo la gestión empresarial responsable se expresa en la realización de actividades productivas con apego a principios, rentabilidad, visión de largo plazo y tomando en cuenta los temas relevantes para las partes interesadas en la operación de nuestra empresa.

2011 se caracterizó por ser un año de consolidación y cumplimiento de objetivos empresariales, a partir de un trabajo constante, que se tradujo en excelentes resultados. Estos resultados nos permitieron seguir generando valor de manera sostenible, tanto en lo económico como en lo social, y cuidar el medio ambiente y los recursos naturales de los que hacemos uso, además de hacer una contribución positiva a favor de las comunidades en las que operamos.

El enfoque en la ejecución de la estrategia, nos permitió alcanzar una cifra histórica de 91,203 millones de pesos en ventas netas, lo que representa un crecimiento del 7.3% con respecto al 2010, impulsado por el aumento en las ventas del mercado nacional y de exportación.

En cuanto al medio ambiente, continuamos el trabajo destinado al cuidado de nuestros procesos, con estricto apego al sistema de gestión ambiental integral.

Mantuvimos nuestro compromiso con el uso racional del agua, insumo esencial en nuestros procesos, y buscamos asegurar la óptima calidad en nuestros productos, al mismo tiempo que logramos mantener la relación de agua utilizada por litro de cerveza vendido, en niveles altamente competitivos a nivel mundial. Los programas de ahorro, reutilización para servicios y tratamiento de agua residuales, también forman parte importante de la gestión responsable del recurso.

En materia de energía, para ser cada vez más competitivos y mitigar las emisiones a la atmósfera, continuamos el trabajo de identificación y uso de energías renovables. Al cierre del año, más del 11% de la energía utilizada en cervecerías es renovable y sustituye la utilización de combustibles fósiles.

En este mismo rubro, hemos incrementado el uso de medios de transporte con menor impacto en emisiones de gases de efecto invernadero y mejorado las rutas de distribución, lo que nos ha permitido lograr ahorros y dar un mejor servicio a nuestros clientes.

La gestión de residuos mantiene gran relevancia dentro de nuestros procesos. Al cierre del 2011, 99.25% de los residuos no peligrosos generados en cervecerías fueron revalorizados. A través de diversos programas de difusión y educación ambiental, trabajamos en promover una cultura de reducción, re-uso y reciclaje de residuos sólidos no peligrosos, tanto a nivel nacional como en otros países.

Al interior de la empresa, Grupo Modelo mantuvo su compromiso con la seguridad y salud en el trabajo y continuó fortaleciendo el desarrollo profesional y personal de sus colaboradores, a través de diversas iniciativas y programas de formación y capacitación. Asimismo, se dio continuidad a los esfuerzos de fortalecimiento de la cadena productiva asociada a nuestra empresa, mediante la realización de procesos e iniciativas que contribuyen a su competitividad.

Hacia el entorno, la contribución de Grupo Modelo se reflejó en la generación de empleos; la unión de esfuerzos con el gobierno y otras empresas para fortalecer a nuestros clientes a través de la profesionalización de sus negocios y el fortalecimiento de sus capacidades empresariales; la contribución de nuestros colaboradores en diversas causas sociales a través de actividades de voluntariado, y la vinculación con los jóvenes a partir de la colaboración institucional con universidades, museos e instituciones educativas.

Una parte muy importante de nuestros esfuerzos, se orienta a promover un estilo de vida saludable, a través del patrocinio del deporte y de nuestro programa institucional de consumo responsable. Este programa difunde entre padres de familia, maestros, meseros y jóvenes, la importancia de que aquellos adultos que nos favorezcan con su preferencia, consuman nuestros productos de manera responsable.

Por otra parte, Grupo Modelo continuó con la operación de proyectos sociales como el Museo Modelo de Ciencias e Industria y el complejo deportivo y cultural Territorio Santos Modelo.

Gracias a los logros alcanzados en materia de sustentabilidad ambiental, responsabilidad social y gobierno corporativo, en 2011 Grupo Modelo fue incluido en el IPC Sustentable de la Bolsa Mexicana de Valores y recibió por octava ocasión

consecutiva, el distintivo de Empresa Socialmente Responsable que otorgan el Centro Mexicano para la Filantropía y la Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial.

En los años por venir, situaciones de alcance global como el cambio climático, seguirán representando la oportunidad para diseñar y poner a prueba estrategias de adaptación particularmente en la industria de bebidas y alimentos y específicamente de la industria agrícola, como parte asociada a nuestra cadena de suministro. Por ello, Grupo Modelo seguirá enfocado en su estrategia para aprovechar las áreas de oportunidad que surjan en el camino.

Finalmente, agradezco a nuestros consejeros, accionistas e inversionistas por la confianza otorgada; a nuestros clientes, distribuidores, concesionarios, importadores y proveedores por el trabajo conjunto y su importante contribución al fortalecimiento de nuestra cadena de valor. A los colaboradores de Grupo Modelo agradezco su entrega, pasión y entusiasmo en contribuir a los sobresalientes resultados alcanzados por la empresa durante el 2011 y su excelente disposición para redoblar esfuerzos para enfrentar los importantes retos que lograremos superar, como lo hemos hecho a lo largo de nuestra historia, como empresa mexicana líder en nuestra industria.



Carlos Fernández González
Presidente del Consejo de Administración y Director General

01 Grupo Modelo hoy

Estructura organizacional
Presencia operativa en el mundo
Estrategia global
Cultura Modelo
Relación con las partes interesadas en la operación de la empresa
Asociaciones a las que pertenece Grupo Modelo
Premios y reconocimientos



más de **180** países y territorios

- **Oficinas de representación:**
 - GModelo Europa (Madrid).
 - GModelo USA (Chicago).

- **Empresa de servicio, InteGrow Malt. LLC.**

Grupo Modelo difunde entre sus colaboradores, mensajes y acciones que sustentan la estrategia del negocio y proyectos prioritarios, que refuerzan la cultura organizacional y generan sinergias colaborativas que apuntalan los objetivos estratégicos:

1. Alto crecimiento en mercados internacionales.
2. Excelencia en los productos y servicios.
3. Impulso al modelo de excelencia en la administración de procesos.
4. Enfoque en rentabilidad.
5. Integración y desarrollo del capital humano en cada etapa de la ejecución de la estrategia.



DIBLO, S.A. DE C. V.

AGENCIAS Y DISTRIBUIDORAS
CERVECERÍAS
COMERCIO
INTERNACIONAL
LOGÍSTICA
MALTERÍAS
METAL MECÁNICO
PLASTITAPA Y BOTE
SERVICIO
ASOCIADAS
CLUBES DEPORTIVOS

Cultura Modelo

En 2010, la misión de Grupo Modelo fue renovada para enfrentar exitosamente los retos de un entorno dinámico y retador.

MISIÓN:

Crecer como competidor multinacional en el mercado de bebidas inspirando orgullo, pasión y compromiso, generando valor para nuestros grupos de interés.

Los cuatro pilares que sustentan la cultura organizacional y que consolidan aspectos formales e informales de la misma son: **filosofía, estrategia, liderazgo y estructura.**

En 2011, la comunicación se enfocó en dar a conocer el concepto del trabajo por procesos, la relevancia de ofrecer un servicio de excelencia para satisfacer las necesidades de los clientes y consumidores, así como la importancia y beneficios de la transformación administrativa.

VALORES

Honestidad:

Actuamos con rectitud e integridad, manteniendo un trato equitativo con todos nuestros semejantes.

Lealtad:

Formamos parte de la "Familia Modelo", conduciéndonos de acuerdo a los valores y objetivo empresarial de la organización.

Respeto:

Guardamos en todo momento la debida consideración a la dignidad humana y a su entorno.

Responsabilidad:

Cumplimos nuestro deber, haciendo nuestras las políticas y lineamientos de la empresa.

Confianza:

Nos desempeñamos con exactitud, puntualidad y fidelidad para fortalecer nuestro ambiente laboral.

Relación con las partes interesadas en la operación de la empresa

A través de un proceso incluyente de retroalimentación con diferentes áreas funcionales de la empresa, vinculación con las partes interesadas en su operación y aplicación de los principios del *Global Reporting Initiative (GRI)*, Grupo Modelo determina la materialidad y los temas a incluir en el reporte e identifica los impactos clave de las operaciones de la empresa.

De igual manera, se asumió el compromiso de abrir un canal de comunicación con las partes interesadas y mantener una comunicación fluida con las mismas, para conocer sus expectativas y mantener relaciones benéficas y de largo plazo.

En 2012 Grupo Modelo realizará un nuevo ejercicio de consulta a las partes interesadas en su operación, lo que permitirá actualizar su visión sobre las expectativas que éstas tienen respecto a nuestro informe, como parte del compromiso de comunicación asumido por la empresa.



Gobierno

Expectativas

- Participación respetuosa y ordenada en procesos de consulta en temas legislativos, regulatorios y normativos.
- Pago oportuno de impuestos y contribuciones aplicables.
- Adecuado desempeño social, ambiental y económico.

Compromisos

- Desempeño ético y responsable de la empresa.
- Pago de impuestos y contribuciones aplicables con apego a la ley.
- Participación en cámaras, confederaciones y grupos de trabajo.

Iniciativas

- Participación en cámaras, confederaciones y grupos de trabajo.
- Fortalecimiento de las relaciones institucionales.

Canales de comunicación

- Comités de normalización.
- Foros de consulta y reuniones temáticas.

Colaboradores

Expectativas

- Seguridad y salud en el trabajo.
- Sueldos y prestaciones competitivos.
- Capacitación y desarrollo profesional.
- Respeto a los derechos humanos.

Compromisos

- Aplicación de los principios del Código de Ética y Conducta.
- Implementación de iniciativas para un ambiente de trabajo seguro.
- Canales abiertos de comunicación interna.
- Información sobre cambios organizacionales y temas de interés.
- Vanguardia en nuevas tecnologías educativas para la capacitación de colaboradores.

Iniciativas

- Programas de formación y desarrollo del personal.
- Evaluación del desempeño y potencial.
- Plan de "Inducción a tu nuevo rol".
- Programa de "Inducción a Grupo Modelo".
- Incursión en ferias virtuales de empleo.
- Comisiones de seguridad e higiene.
- Campañas de salud general para colaboradores y familiares.
- Promoción de la inclusión laboral y equidad de género.
- Implementación de iniciativas para fortalecer el clima organizacional Modelo.
- Apoyo para la actualización de la situación fiscal de los colaboradores.
- Promoción del consumo responsable con los colaboradores.
- Programa de "Mystery shopping" por parte de los colaboradores.

Canales de comunicación

- Portal y Kioscos Modelo.
- Correo electrónico.
- Buzón Modelo y de comunicación interna.
- Encuestas de satisfacción.
- Reuniones entre gerencias generales y colaboradores.
- Comité de Ética y Conducta.
- Red social Modelo.

Accionistas e Inversionistas

Expectativas

- Creación sostenible de valor y pago de dividendos.
- Inversiones que fortalezcan la posición competitiva del negocio.
- Mejores prácticas incorporadas a los mecanismos de gobierno corporativo.
- Manejo responsable de la empresa.
- Transparencia en la información y administración de la empresa.

Compromisos

- Incrementar el valor económico de forma sostenible y sustentable.
- Crecer rentablemente.
- Difundir la política de conflicto de interés.
- Mantener abiertos canales de comunicación con accionistas e inversionistas.
- Generar relaciones de trabajo eficientes y duraderas con socios comerciales.

Iniciativas

- Difundir el programa "Prácticas anticorrupción y prevención del delito".
- Normas que evitan poner al personal en posición de conflicto de interés.
- Promover inversiones como la construcción de la nueva cervecería en Coahuila.
- Implementar el "Sistema normativo Modelo".

Canales de comunicación

- Informes y reportes (trimestrales y anuales).
- Asamblea anual de accionistas.
- Conferencias telefónicas para comentar los resultados financieros trimestrales.
- Informes sobre eventos relevantes.
- Sitio en internet/correo electrónico.



Proveedores

Expectativas

- Relación de largo plazo.
- Mayor colaboración y apertura en información de la demanda.
- Desempeño ético.
- Apoyo para el desarrollo de proveedores.

Compromisos

- Evaluaciones periódicas de proveedores.
- Acercamiento y reuniones periódicas.
- Alineación de procesos a la cadena de valor.
- Desarrollo de proveedores clave.

Iniciativas

- Auditorías de calidad, seguridad, salud y medio ambiente.
- Sistema de evaluación de proveedores.
- Programa de "Desarrollo de proveedores".
- Asesoría a agricultores por Rancho Cermo y Cebadas y Maltas.

Canales de comunicación

- Reuniones periódicas.
- Sistema de evaluación de proveedores.
- Auditorías de calidad, seguridad, salud y medio ambiente.

Clientes y Consumidores

Expectativas

- Calidad, precio, disponibilidad y servicio.
- Comunicación y publicidad responsable.
- Apoyo para el desarrollo y crecimiento de clientes.
- Desempeño transparente y ético en las prácticas de mercado.

Compromisos

- Realizar investigaciones de mercado y encuestas para mejorar productos y servicios.
- Respetar principios y valores institucionales en campañas de comunicación y publicidad.
- Escuchar y atender los requerimientos de los clientes y consumidores.
- Promover el consumo responsable.

Iniciativas

- Monitoreo de la atención del servicio al cliente a través del centro de atención telefónica "Modelo amigo".
- Impartición a clientes de diplomados en administración y operación de empresas de alimentos y bebidas.
- Programa de capacitación y desarrollo de clientes "Incrementando las ventas de mi negocio".
- Participación en el Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria (CONAR).
- Programa de consumo responsable, "Consumidor Modelo".
- Programa "Modelo de atención comercial".
- Implementar sistemas de refrigeración ecológicos.

Canales de comunicación

- "Modelo amigo".
- Visitas periódicas a los comercios de los clientes.
- Promoción de visitas a plantas.
- Entrevistas directas con encuestas a clientes y consumidores.

Sociedad y Medio Ambiente

Expectativas

- Colaboración de la empresa con instituciones sin fines de lucro.
- Inversión en proyectos para el desarrollo de las comunidades.
- Respeto al entorno y cuidado del medio ambiente.
- Promoción del consumo responsable.

Compromisos

- Dirigir los negocios de manera ética y responsable.
- Desarrollar programas ambientales, educativos y sociales en alianza con instituciones de la sociedad civil, a través de Fundación Grupo Modelo, A.C.
- Cuidar los recursos naturales en todos los procesos y actividades.
- Fortalecer la relación con los grupos de interés.
- Impulsar el desarrollo de la sociedad y el cuidado del medio ambiente.

Iniciativas

- Programa educativo "Escuela Modelo".
- Programas de restauración y conservación de áreas naturales.
- Programas de promoción del desarrollo en comunidades.
- Iniciativas de reducción del consumo de agua, energía y emisiones al aire.
- Iniciativas internas de educación ambiental a colaboradores.
- Promoción del Museo Modelo de Ciencia e Industria (MUMCI).
- Apoyo a comunidades en casos de desastres naturales.
- Programas de "Voluntariado".
- Promoción del deporte.

Canales de comunicación

- Programa de reuniones entre Fundación Grupo Modelo, A.C. y organizaciones de la sociedad civil.
- Participación en foros sociales.
- Correo electrónico.
- Acercamiento institucional.

Asociaciones a las que pertenece Grupo Modelo

- *American Chamber of Commerce of Mexico, A.C.*
- *Asociación A Favor de lo Mejor, A.C.*
- *Asociación Mexicana de Comunicadores Organizacionales (AMCO).*
- *Asociación Mexicana en Dirección de Recursos Humanos, A.C. (AMEDIRH).*
- *Asociación Nacional de Profesionales del Cabildeo, A.C. (PROCAB).*
- *Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales, A.C. (ANTAD).*
- *Asociación Nacional de Transporte Privado, A.C. (ANTP).*
- *Beer Institute.*
- *Business Alliance for Secure Commerce, Capítulo México (BASC).*
- *Cámara de Comercio, Servicios y Turismo de la Ciudad de México (CANACO).*
- *Cámara Nacional de la Industria de la Cerveza y de la Malta (CANICERM).*
- *Cámara Nacional de la Industria de la Transformación (CANACINTRA).*
- *Cerveceros Latinoamericanos.*
- *Confederación de Cámaras Industriales de los Estados Unidos Mexicanos (CONCAMIN).*
- *Confederación Patronal de la República Mexicana (COPARMEX).*
- *Consejo Consultivo del Agua, A.C.*
- *Consejo Coordinador Empresarial (CCE) a través de CONCAMIN.*
- *Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria (CONAR).*
- *Consejo de la Comunicación (CC).*
- *Corporate Leadership Council Human Resources (CLC).*
- *Fundación Mexicana para la Salud, A.C.*
- *Iniciativa GEMI (Global Environmental Management Initiative).*
- *Mexicanos Primero, A.C.*
- *Pronatura México, A.C.*
- *The Association for Operations Management (APICS).*
- *The International Association of Business Communicators (IABC).*
- *The Master Brewers Association of the Americas (MBAA).*

Premios y reconocimientos

- Grupo Modelo fue seleccionado por la Bolsa Mexicana de Valores para ser una de las empresas que integran el IPC Sustentable.
- Grupo Modelo recibió el reconocimiento como “Empresa socialmente responsable” que otorgan el Centro Mexicano para la Filantropía y la Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial, por octavo año consecutivo.
- Compañía Cervecera de Zacatecas fue merecedora del reconocimiento como “Empresa responsable en la preservación del medio ambiente”, otorgado por el municipio de Víctor Calera de Rosales.
- Cervecería del Pacífico obtuvo el certificado “BASC: *Word Basc Organizations, Inc.*”, entregado por el Gobierno Federal por sus más de 100 años de exitosa trayectoria empresarial.
- Cebadas y Maltas fue acreedora a los premios “Ética y valores en la industria”, distinción que otorga la Confederación de Cámaras Industriales de los Estados Unidos Mexicanos (CONCAMIN) y el “Tercer nivel de empresa segura” por parte de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social.
- INAMEX de Cerveza y Malta fue acreedora a la “Certificación de seguridad industrial municipal”, conferido por Protección civil de Texcoco.
- INAMEX de Cerveza y Malta recibió el reconocimiento “Empresa ambiental”, concedido por el municipio de Texcoco.
- INAMEX de Cerveza y Malta fue reconocido por *General Electric* con la recertificación como proveedor confiable en la fabricación de tanques y la recertificación “Estampado U ASME” emitido por *The American Society of Mechanical Engineers* en la fabricación de recipientes sujetos a presión.
- Tiendas Extra obtuvo el reconocimiento a la “Excelencia en prevención de pérdidas”, otorgado por la ANTAD, así como el reconocimiento por el éxito obtenido en el programa “Una ayuda Extra por la educación”, concedido por la Secretaría de Educación Pública.
- Cervezas Modelo del Altiplano fue reconocida con el “Premio empresarial 2011”, distinción que otorga el gobierno del estado de Puebla a las empresas que están comprometidas con la sociedad.
- Grupo Modelo fue acreedor al reconocimiento “Empresa de los sueños de los jóvenes 2011”, por parte de Compañía de Talentos.

Adicionalmente, otras empresas del Grupo refrendaron diversos certificados y reconocimientos en materia ambiental, de comercio seguro y calidad, entre otras.

Un esfuerzo Modelo, que hoy se reconoce.



Índice **IPC**
Sustentable

02 Gobierno corporativo

Estructura de Gobierno
Ética empresarial
Políticas
Políticas públicas

Estructura de gobierno

Grupo Modelo realiza sus prácticas de gobierno corporativo y administración en el marco de la normatividad mexicana y de sus propios estatutos. Asimismo, se apega a los lineamientos de mejores prácticas corporativas dictados por la Comisión Nacional Bancaria y de Valores y el Consejo Coordinador Empresarial.

En cumplimiento de la Ley del Mercado de Valores, los consejeros independientes son seleccionados por su experiencia, capacidad y prestigio profesional, considerando además que, por sus características, puedan desempeñar sus funciones libres de conflictos de interés y sin estar supeditados a intereses personales, patrimoniales o económicos.

La Asamblea General de Accionistas es el órgano supremo de Grupo Modelo y califica la independencia de los consejeros. La Ley del Mercado de Valores prevé supuestos sobre las personas que en ningún caso podrán fungir como consejeros independientes.

Consejo de Administración

El Consejo de Administración está encargado de establecer la estrategia general para la conducción del negocio y vigilar la gestión de Grupo Modelo, así como de revisar los programas de sustentabilidad implementados. Se encuentra integrado por 19 miembros propietarios y sus respectivos suplentes, de los cuales ocho son independientes (42.10%).

En su actuar se apoya de los siguientes comités:

Comité Ejecutivo

Integrado por nueve miembros propietarios y sus respectivos suplentes. Apoya al Consejo de Administración en la estrategia general del negocio, en la evaluación de los proyectos de inversión, la planeación estratégica, así como el presupuesto y estados financieros, entre otros asuntos.

Comité de Auditoría

Se encuentra integrado por cuatro consejeros independientes. Auxilia al Consejo de Administración en las funciones de vigilancia y auditoría, entre otras.

Comité de Finanzas

Se encuentra integrado por cuatro consejeros independientes y tiene como objeto auxiliar al Consejo de Administración en el desempeño de las funciones de finanzas y planeación, evaluar políticas de inversión y financiamiento, estrategias financieras, entre otros asuntos.

Comité de Prácticas Societarias

Se encuentra integrado por cuatro consejeros independientes. Auxilia al Consejo de Administración en funciones de compensación de funcionarios y evaluación de operaciones con partes relacionadas, entre otras. El Comité de Prácticas Societarias revisa los lineamientos de sustentabilidad y los reporta al Consejo de Administración además de revisar anualmente el desempeño de los Directivos Relevantes, con base en los indicadores del mapa estratégico de la Dirección General, así como su retribución integral, de conformidad con las políticas de Grupo Modelo.

La retribución de los miembros del Consejo de Administración es determinada anualmente por la Asamblea de Accionistas. La Política para la designación y retribución integral de los Directivos Relevantes, aprobada por el máximo órgano de gobierno, prevé un esquema de incentivos a corto y largo plazo, que vincula su compensación al desempeño individual de los directivos y a los resultados de la organización. Además, esto permite retener al talento clave y motivar el cumplimiento de las metas en los aspectos sociales, ambientales y económicos.

El Presidente del Consejo de Administración ocupa a su vez el cargo de Director General de Grupo Modelo, y como tal, le corresponden las funciones de gestión, conducción y ejecución de los negocios de la empresa, sujetándose a las estrategias, políticas y lineamientos aprobados por el citado Consejo.

Los consejeros son seleccionados por su experiencia, capacidad y prestigio profesional. Antes de ser nombrados, se estudia cuidadosamente su trayectoria, *curriculum* y reputación para asegurar que su nombramiento traiga consigo beneficios para Grupo Modelo, guiándolo en su estrategia social, ambiental y económica.

Con objeto de evitar conflictos de interés en el máximo órgano de gobierno, la Ley del Mercado de Valores incorpora el principio del "deber de lealtad de los consejeros", el cual, establece como obligación de todos los consejeros, sean éstos independientes o no, el desempeñar su cargo procurando siempre la creación de valor en beneficio de la empresa sin favorecer a un determinado accionista o grupo de accionistas. Este principio les exige anteponer los intereses de los accionistas a los propios.

De conformidad con las recomendaciones del Código de Mejores Prácticas Corporativas, al momento de ser nombrados o ratificados por la Asamblea de Accionistas, los consejeros independientes presentan al Presidente de la Asamblea una manifestación de cumplimiento de los requisitos de independencia, de estar libres de conflictos de interés y poder ejercer su función en el mejor interés del Grupo.

Adicionalmente, con el objeto de apoyar a la Dirección General en la aplicación, medición y seguimiento de la responsabilidad social, sustentabilidad ambiental y gobierno corporativo de Grupo Modelo en todas y cada una de las empresas que lo conforman, así como su difusión a las partes interesadas en la operación de la empresa, con fecha 1° de diciembre de 2011, se creó el Comité de Responsabilidad Social, integrado por funcionarios de distintas áreas de la organización.



Ética empresarial

Grupo Modelo, consciente de la importancia que tienen los valores en el desarrollo de la sociedad mexicana, se preocupa por difundir y fomentar este importante tema entre sus colaboradores, clientes, socios y proveedores.

A lo largo de su historia, Grupo Modelo se ha distinguido por ser una empresa comprometida con su filosofía así como con la sociedad, logrando una imagen de servicio y calidad, tanto interna como externamente.

El Código de Ética y Conducta establece principios que aseguran el desempeño y comportamiento de los colaboradores, alineados a los valores corporativos que rigen en la empresa, evitando así prácticas no deseadas. Por su parte, el Comité Corporativo de Ética y Conducta y los comités locales de cada empresa de Grupo Modelo, se encargan de evaluar y resolver los casos que se presentan.

El Código de Ética y Conducta es un instrumento clave para el éxito de la estrategia de Grupo Modelo, por lo que anualmente se lleva a cabo una campaña de comunicación para que los colaboradores conozcan y se recertifiquen en el mismo. Cabe señalar que esta actividad es de carácter obligatorio y se realiza tanto en México como en las empresas ubicadas en el extranjero.

Código de Ética y Conducta

El Código de Ética y Conducta rige la forma de actuar de los colaboradores. El conocimiento y cumplimiento del código se promueve a través de capacitación presencial y por medios digitales.

Principales lineamientos del Código de Ética y Conducta

Las compañías y colaboradores de Grupo Modelo a nivel nacional e internacional se conducen con base en los lineamientos y principios de la organización, los cuales son:

- Igualdad de oportunidades.
- Trato entre colaboradores.
- Relación con los accionistas.
- Relación con distribuidores e importadores de los productos.
- Relaciones con instituciones.
- Relaciones con la competencia.
- Relaciones sociales y públicas.
- Compromiso con la seguridad.
- Compromiso con el medio ambiente.
- Compromiso con la comunidad.
- Compromiso con la calidad.
- Lealtad a Grupo Modelo y su cultura.
- Cuidado de los activos.
- Cargos en otras empresas.
- Asesoría y consultoría.
- Información confidencial interna.
- Información confidencial externa.
- Información privilegiada.
- Cumplimiento de leyes y regulaciones.
- Obsequios.
- Gratificaciones.
- Contribuciones políticas.

Derechos humanos

El Código de Ética y Conducta rige la forma de actuar de los colaboradores. En él se incluyen lineamientos relacionados con los derechos humanos.

Los colaboradores de Grupo Modelo participan en el curso "Código de Ética y Conducta", ya sea en su modalidad presencial o en línea, promoviendo así el conocimiento y cumplimiento del mismo.

Durante el año 2011, se capacitó al 97% de los colaboradores, lo que representó un total de 17,945 horas de capacitación.

17,945 horas
de capacitación
en 2011

Hasta el 31 de diciembre de 2011, se presentaron 26 casos ante el Comité Corporativo de Ética y Conducta, los cuales han sido abiertos, investigados, analizados y concluidos. Las acciones tomadas para resolver los casos han sido amonestaciones, reincorporación de las personas discriminadas restableciendo todos sus derechos, y en algunos casos, el despido de la persona que no cumplió con los principios del Código de Ética y Conducta.

Acorde al respeto de los derechos humanos, en Grupo Modelo no existen operaciones que impliquen un riesgo potencial o real de incidentes de explotación infantil o de trabajo forzado no consentido.

Diversidad

Grupo Modelo está comprometido con la igualdad y pluralidad entre los colaboradores. Los salarios son definidos tomando en consideración las condiciones del mercado laboral y las funciones a desempeñar, apegándose en todo momento a las normas y leyes en materia laboral sin hacer distinción de género.

Se han implementado iniciativas para adaptar la infraestructura de empresas de Grupo Modelo para facilitar la integración laboral de personas con capacidades diferentes que contribuyan al desempeño de la organización. En total, Grupo Modelo tiene 69 colaboradores con capacidades diferentes.

No discriminación

Grupo Modelo otorga igualdad de oportunidades de empleo sin hacer distinción de género, cultura, religión, capacidades diferentes, etc., además de respetar los derechos de los indígenas. Durante 2011 no se presentó ningún caso registrado de violación a los derechos de los indígenas.

Anticorrupción

El área de Auditoría Interna es responsable de vigilar el cumplimiento y seguimiento del combate a la corrupción. En este contexto, durante el año 2011, se capacitó al 40% del personal perteneciente a Grupo Modelo en el curso "Prácticas anticorrupción y prevención del delito", cuyo objetivo es que los colaboradores identifiquen las acciones de corrupción, delito, terrorismo y delincuencia organizada que podrían presentarse en la organización, así como las consecuencias de involucrarse en este tipo de actos.

Grupo Modelo, a través de la Dirección de Auditoría Interna, realiza evaluaciones al control interno de la empresa y su administración, elaborando un programa de trabajo en el que se detallan las empresas del Grupo a revisar durante el año.

El trabajo de auditoría consiste en asegurarse que:

1. La información operativa y financiera de las empresas del Grupo es razonablemente íntegra y confiable.
2. Existe una adecuada salvaguarda de los bienes y recursos propiedad de Grupo Modelo.
3. Se cumpla con leyes, regulaciones y políticas que norman la operación del Grupo.
4. Informar oportunamente de las desviaciones y mejoras al control interno.

Para realizar su labor, esta Dirección se divide en tres áreas:

Área	Enfoque
Auditoría en operaciones	Revisión y evaluación operativa, de procesos y registros.
Auditoría técnica	Supervisión y evaluación a proyectos de inversión de capital, así como a procesos productivos.
Auditoría de tecnología de información	Revisión de las plataformas tecnológicas de cómputo y comunicaciones.

Durante 2011, se realizaron auditorías operativas, auditorías de sistemas y auditorías técnicas, lo que representó un total de 65 revisiones en diversas empresas del Grupo. Hasta el 31 de diciembre de 2011, los casos relacionados con incidentes de corrupción, fueron investigados y sometidos oportunamente con el máximo responsable de la empresa del Grupo y con la Dirección General de Grupo Modelo. Asimismo, se presenta un informe de los aspectos más relevantes al Comité de Auditoría. Las acciones tomadas para resolver los casos, se orientan al fortalecimiento de las debilidades de control interno, acciones de corrección y, si se presenta alguna acción en perjuicio de la empresa, se informa, se documenta y la persona o personas que cometieron la falta, son puestas a disposición de las áreas de Recursos Humanos y Jurídico, con el fin de tomar las acciones legales que procedan.

Se realizaron cursos de capacitación para la certificación de acciones de formación institucionales en línea, logrando en 2011, más de 53,762 certificaciones de colaboradores en el reforzamiento de diversas temáticas requeridas por el negocio, tales como: Código de Ética y Conducta, prácticas anticorrupción y prevención del delito, conflicto de intereses y normatividad Modelo.



Políticas

Para asegurar el correcto actuar de sus colaboradores, Grupo Modelo ha implementado políticas para asegurar el desempeño de la organización de acuerdo con sus valores, mismas que se mantienen en constante actualización.

Algunas de las principales políticas se relacionan con los siguientes temas:

- Calidad, seguridad, salud y medio ambiente.
- Aplicación de ayuda para desastres naturales.
- Donativos.
- Inclusión de personas de diversas condiciones.
- Conflicto de intereses.
- Declaración de conflicto de intereses.
- Evaluación de proveedores.
- Gestión de calidad.
- Becas de estudio para maestrías.
- Programa de "Masters".
- Becas de estudio nacionales e internacionales asociadas a programas de desarrollo.
- Programa de "Alta dirección internacional".
- Programas de "Licenciatura y maestría en línea".
- Programa de "Profesionistas en desarrollo".
- Aplicación de la normatividad Modelo.
- Prevención de acoso sexual.
- Regulación de actividades externas de funcionarios de Grupo Modelo en otras sociedades.
- Declaración de prácticas de negocio.
- Administración de riesgos.
- Manejo y control de datos particulares.

Políticas públicas

Grupo Modelo mantiene contacto de manera abierta y permanente, a través de los canales institucionales, con los tres Poderes de la Unión y con los tres niveles de gobierno, siempre bajo los principios de transparencia y respeto al marco legal.

El enfoque fundamental es actuar de manera propositiva, aportando argumentos serios y bien fundamentados que se sumen al resto de los elementos con los que cuentan los diversos actores políticos y que sirvan para tomar las mejores decisiones en el diseño y revisión de políticas públicas.

Adicionalmente, Grupo Modelo participa en la Cámara Nacional de la Industria de la Cerveza y la Malta, institución que representa los intereses de las empresas que conforman la industria, en donde se analizan y discuten los temas de mayor relevancia para ésta, así como de manera proactiva, en las diferentes organizaciones empresariales vinculadas con su actividad industrial y comercial, con el mismo objetivo.

03 Generación y distribución de valor

Desempeño económico
Inversión social
Cadena de suministro
Clientes y calidad en el servicio



Desempeño económico

A lo largo de los años, Grupo Modelo se ha posicionado como un importante actor en la economía mexicana, no solamente como la empresa líder en elaboración, distribución y venta de cerveza en México, sino por su alcance y presencia en el mercado global de bebidas, a través de alianzas con empresas estratégicas, convirtiéndose así en una de las empresas cerveceras más importantes del mundo.

Grupo Modelo, S.A.B. de C.V. y Subsidiarias

Cuadro de generación y distribución de valor.

Estado financiero al 31 de diciembre de los años 2009, 2010 y 2011.

Cifras en miles de pesos.

	2009	2010	2011
Ventas netas	81,861,559	85,018,791	91,203,091
Impuestos indirectos	19,799,010	22,009,407	24,098,711
Total ingresos	101,660,569	107,028,198	115,301,802
Costos y gastos nacionales	37,415,026	40,999,758	41,923,263
Costos y gastos extranjeros	9,108,757	9,510,681	10,058,482
Total costos y gastos	46,523,782	50,510,440	51,981,745
Total valor generado	55,136,787	56,517,758	63,320,057
Colaboradores	10,247,829	9,857,665	10,598,198
Gobierno	24,785,854	27,765,661	30,717,950
Accionistas	3,505,707	11,238,532	12,045,414
Medio ambiente y comunidad	104,288	80,459	92,192
Retenido en la empresa	16,493,110	7,575,441	9,866,303
Valor distribuido	55,136,787	56,517,758	63,320,057

63,320 millones
de pesos distribuidos

*Algunas cifras pueden no coincidir debido a redondeo.

Inversión social

Grupo Modelo participa en el desarrollo de las comunidades donde opera, mejorando su entorno a través de inversiones y alianzas con instituciones de la sociedad civil y el gobierno, atendiendo siempre su compromiso con las partes interesadas en su operación.



Una acción tangible que muestra el compromiso del Grupo con el desarrollo es la operación del Museo Modelo de Ciencias e Industria, A.C. (mumci), que busca generar un impacto educativo en el país, además de crear conciencia sobre el impacto de la industria y las ciencias relacionadas, como mecanismos de apalancamiento de las capacidades de México y como factor clave de competitividad empresarial en un mundo global.



www.mumci.org



De la misma manera, Grupo Modelo mantiene en operación el Territorio Santos Modelo, un moderno complejo deportivo, educativo y de entretenimiento vanguardista, que contribuye a la generación de empleos en la zona y tiene como objetivo convertirse en el eje de desarrollo y crecimiento cultural y deportivo para que los habitantes de la Comarca Lagunera puedan convivir y disfrutar de la gran pasión que existe por su equipo, el Santos Laguna.



www.territoriosantosmodelo.com.mx



Tiendas Extra generó 1,313 empleos directos mediante vacantes internas y 3,863 empleos indirectos, mediante los empresarios y su plantilla de trabajadores.



www.extra.com.mx



Cadena de suministro

Grupo Modelo cuenta con iniciativas que aseguran la competitividad de la empresa y sus productos a través de la calidad, precio, disponibilidad y tiempo de entrega de bienes y servicios. La relación con los proveedores es estratégica para la consecución de los objetivos de la organización, determinar áreas de oportunidad, conseguir beneficios mutuos y llevar a cabo los procesos de manera más eficiente.

Ocupado en impulsar a las empresas mexicanas, el Grupo ha desarrollado en conjunto con Endeavor (organización internacional sin fines de lucro, líder en potenciar el crecimiento de la pequeña y mediana empresa) el programa "Emprendedor Modelo", enfocado en apoyar y desarrollar a sus proveedores.

Desarrollo de proveedores

Grupo Modelo privilegia a proveedores nacionales, siempre y cuando cumplan con la calidad, competitividad, precio y aspectos de responsabilidad social requeridos.

El 99% de los proveedores son nacionales y como parte importante de su cadena de valor, Grupo Modelo impulsa su desarrollo integral para lo cual pone a su disposición herramientas que generen mejoras en sus áreas de oportunidad e incrementen su potencial. Grupo Modelo apoya tres programas enfocados en potenciar a sus proveedores:

99% de
proveedores
nacionales

1. "Aceleradora de Negocios" de la Universidad Anáhuac

En 2011, se dio inicio al segundo patrocinio de proveedores PyME (pequeña y mediana empresa) de Grupo Modelo en la Universidad Anáhuac, seleccionando a los proveedores que cumplieran con el perfil requerido: empresa PyME, apertura al cambio y compromiso con Grupo Modelo y con el programa. Han participado 13 proveedores en este programa.

A través de esta iniciativa se busca asesorar a las empresas participantes en áreas de oportunidad en materia de autorregulación, aspectos laborales, mejores prácticas de medio ambiente e impacto comunitario y social.

Los proveedores tienen la oportunidad de seguir en el programa después de terminado el año, para fortalecer aún más sus habilidades y estrategias.

2. "Emprendedor Modelo"

En alianza con la organización Endeavor, Grupo Modelo seleccionó a 40 proveedores que cumplieron los criterios como el compartir los valores del Grupo, que tuvieran potencial de crecimiento, compromiso, visión vanguardista y sentido de responsabilidad social. De los 40 proveedores, 14 formaron el grupo de la primera generación del programa, que patrocinó Grupo Modelo.

Cada uno de los proveedores participantes, se reunió con diferentes mentores y expertos en diversas áreas de negocio, con el fin de analizar y detectar las áreas de oportunidad, cuestionar la estrategia actual de negocios, ampliar su visión e impulsar su crecimiento.

Una vez concluido el programa, los emprendedores con mayor desempeño, pasaron a la siguiente fase para convertirse en "Socios Endeavor" a nivel internacional. En 2012 arranca "Emprendedor Modelo" segunda generación, aumentando a 20 el número de empresas que podrán participar en el programa.

3. Desarrollo ambiental de proveedores

Grupo Modelo busca replicar su compromiso ambiental en su cadena de valor. En 2011, se iniciaron actividades encaminadas a vincular a los proveedores de tarimas de madera que utiliza Grupo Modelo para el transporte de sus productos, con programas de proveeduría sustentable, que promueven la adquisición de madera de bosques controlados y autorizados para aprovechamiento legal. Se han iniciado reuniones entre proveedores de este insumo con la CONAFOR (Comisión Nacional Forestal) y Reforestamos México, A.C., para profesionalizar empresas forestales comunitarias para un buen manejo de los bosques de donde proviene la madera utilizada en las tarimas que comercializan.

Clientes y calidad en el servicio

El servicio y atención a los clientes es una prioridad para Grupo Modelo. El contacto continuo y permanente con clientes y consumidores permite a la empresa identificar sus expectativas y necesidades, así como conocer su nivel de satisfacción con respecto a la calidad en el producto y el servicio que recibe.

Grupo Modelo cuenta con la política de manejo y control de datos de particulares, así como un comité y los procedimientos necesarios para la protección y atención de requerimientos sobre datos personales realizados por sus titulares, o por la autoridad competente.



“Modelo Amigo”

Uno de los canales de comunicación que tiene el Grupo con sus clientes y consumidores, es el centro de atención “Modelo Amigo”, a través del cual, se escuchan y atienden sus peticiones y necesidades. Asimismo, se busca dar solución oportuna a sus requerimientos, brindándoles un servicio de calidad que contribuya al mantenimiento de relaciones de largo plazo, a la identificación de áreas de oportunidad y a una mayor satisfacción con respecto al servicio que reciben de Grupo Modelo.

“Modelo Amigo” vigila la situación respecto a la calidad del servicio mediante indicadores medidos en tiempo real, con la aplicación de encuestas que se realizan desde el proceso de ventas, hasta la fase post-venta.



www.gmodelo.mx





Programa de "Capacitación para clientes"

Grupo Modelo apoya el crecimiento y desarrollo de sus clientes. Debido a ello, establece programas de capacitación que integran diferentes acciones formativas acorde con el formato de negocio al que va dirigido. Estas acciones consideran temas que aportan herramientas prácticas a los clientes para mejorar su operación, administración y servicio.

3,825 clientes
capacitados

Destacan como las principales acciones formativas:

- "Incrementando las ventas de mi negocio", dirigido al canal tradicional. Se capacitó a 717 clientes detallistas.
- "Diplomado en administración y operación de empresas de alimentos y bebidas", se imparte a personal del ámbito restaurantero. Se capacitó a 28 clientes.
- "Curso para *bartenders*". Se capacitó a 46 personas.
- "Curso mesero Modelo". Se impartió a 3,034 personas.



OBJETIVOS QUE TOMAN FORMA

GRI: 4.11 / EN28 / PR1

04 Procesos sustentables

Gestión y desempeño ambiental
Manejo de residuos
Agua
Energía
Emisiones
Iniciativas frente al cambio climático



Gestión y desempeño ambiental

En 2011, Grupo Modelo creó el Comité para la Gestión Integral y Multidisciplinaria de la Energía. Uno de los primeros logros fue el desarrollo de un proyecto piloto de autoabastecimiento de energía eléctrica, generada a través de celdas solares fotovoltaicas en uno de los centros de distribución ubicados en Ciudad Obregón, Sonora, en el noroeste del país, sitio con un alto potencial solar. Asimismo, se amplió el alcance de las empresas del Grupo que se verán beneficiadas con energía eólica en los próximos años.

Por otra parte, se firmaron acuerdos para sustituir el consumo de combustóleo, para utilizar gas natural en tres empresas del Grupo y reducir así las emisiones de gases de efecto invernadero, de partículas y bióxido de azufre.

Entre los principales desafíos a los que se enfrentó Grupo Modelo en 2011, se encuentran:

- Desvincular del crecimiento orgánico de Grupo Modelo, el consumo de los recursos naturales no renovables. Un ejemplo de esto fue la sustitución de combustibles fósiles por fuentes de energía renovables, como son la biomasa, el biogás, solar fotovoltaica y próximamente eólica.
- Lograr un equilibrio dinámico en la gestión orientada al incremento de la eficiencia operativa presente y la construcción de capacidades para caminar hacia la sustentabilidad ambiental futura, especialmente en los temas donde la eficiencia operativa pudiera tener una competencia con la sustentabilidad.

Los principales aspectos ambientales de la operación de la empresa están relacionados con el uso eficiente de recursos naturales y con la prevención, mitigación o compensación de los impactos ambientales asociados con la emisión o transferencia de contaminantes, entre los que destacan:

- Adecuaciones a los equipos de combustión para la sustitución de combustóleo por gas natural.
- Esquemas de cogeneración y autoabastecimiento de energía eléctrica.
- Uso de biogás generado en el proceso anaeróbico de tratamiento de agua residual, como fuente de energía alterna.
- Utilización del bagazo de la malta como fuente de energía alterna.
- Reducción, reciclaje, reutilización y recuperación de energía de los desechos generados.
- Programas de inversión en infraestructura y equipo para el uso eficiente de agua y la implementación de sistemas de tratamiento de agua residual.
- Programas de concientización ambiental a proveedores, colaboradores y visitantes.

Grupo Modelo está consciente de los aspectos ambientales propios de los procesos a lo largo de la cadena de valor, así como del ciclo de vida de los proyectos y productos.

Certificación ambiental

Las plantas cerveceras, así como todas las plantas de manufactura, cuentan con el certificado de cumplimiento del estándar internacional ISO 14001. Con este estándar, se busca que los integrantes y colaboradores tomen en consideración el enfoque ambiental en sus actividades, manteniendo unidad y dirección a través de los miembros de protección ambiental, integrados tanto en las oficinas corporativas como en las plantas productivas y empresas del Grupo.

Grupo Modelo no ha sido acreedor a multas o sanciones significativas derivadas del incumplimiento de regulaciones ambientales, pues se encuentra alineado a las normas y leyes aplicables.



Creación de conciencia y promoción del uso eficiente de recursos fuera de la organización

En materia de cuidado de los recursos naturales, Grupo Modelo promueve la capacitación y sensibilización de sus colaboradores, para que hagan un uso eficiente de los mismos, y que dichas prácticas sean replicadas en sus familias y comunidades.

También se trabaja con los proveedores y visitantes a las plantas para permear la cultura de cuidado y uso racional de los recursos. Las más de 100,000 personas que participan anualmente en las visitas guiadas a las instalaciones, reciben una presentación orientada al uso eficiente de recursos naturales y a la prevención de la contaminación.

La iniciativa "Austeridad Modelo", crea conciencia en los colaboradores sobre la importancia del tema en el ámbito laboral y personal, donde mensualmente se incorporan contenidos relacionados con el cuidado del ambiente y del agua, así como del ahorro de recursos en el trabajo y en el hogar.

Asimismo, se ha llevado a cabo un importante despliegue de campañas internas para el cuidado del agua, manejo de basura y residuos, ahorro de energía y se han donado árboles a los colaboradores y a la sociedad.

Desde hace varios años, la organización se ha sumado a los esfuerzos del Consejo de la Comunicación y la Comisión Nacional del Agua, con el fin de sensibilizar sobre el uso eficiente y sustentable del agua. En 2011, se difundió la campaña "Nueva forma de vida".

Como parte de la cadena de valor, Grupo Modelo sigue trabajando en el desarrollo de nuevas variedades de cebada con menores requerimientos de agua y con mayor rendimiento en campo, así como en la asesoría técnica y de sistemas de riego tecnificado por goteo que permita lograr mayor eficiencia y economía en los cultivos, en beneficio de los agricultores.



Manejo de residuos

Grupo Modelo promueve la responsabilidad compartida y diferenciada para la gestión de los envases, empaques, embalajes y residuos, más que la responsabilidad extendida del fabricante, temas que recientemente han tomado relevancia en la política pública de la gestión de residuos. En este sentido, la empresa trabaja en las etapas de diseño de sus productos con el fin de disminuir pesos, dimensiones y volúmenes de materiales, así como la promoción del uso de materiales provenientes de recursos renovables y la reutilización y reciclaje de los no renovables, haciendo de esta estrategia un traje a la medida de cada situación particular, en función al conocimiento profundo de los impactos ambientales, además de cumplir con todos los estándares de calidad en los procesos de producción y empaque.



Se valorizó el 99.25% del total de residuos, mediante una reutilización, reciclaje o recuperación de energía en instalaciones propias o de terceros, como se puede observar en el siguiente cuadro:

99.25%
de residuos
no peligrosos
valorizados

	Residuo	Destino	2010 (Toneladas)	2011 (Toneladas)	Diferencia (%)	
RESIDUOS NO PELIGROSOS	Bagazo de malta, polvo y cascarrilla	Comercializados como alimento para ganado y como fuente de energía renovable en nuestro proceso.	626,377	623,400	-0.48%	
	Ceniza de bagazo	Comercializado como mejorador de suelo.	1,256	1,450	15.45%	
	Papel y cartón	Se reintegra a la cadena de suministro a través de la venta a los proveedores de materiales de envase y embalaje.	47,705	48,809	2.31%	
	Plástico		1,908	2,415	26.57%	
	Vidrio		85,059	62,490	-26.53%	
	Aluminio		145	132	-8.97%	
	Chatarra	Se comercializan para recuperación y fundición.	2,641	3,335	26.28%	
	Basura	Relleno sanitario.	4,989	5,589	12.03%	
	Total de residuos no peligrosos			770,080	747,620	-2.92%
	RESIDUOS PELIGROSOS	Basura industrial	Se entrega a la industria del cemento para su utilización como combustible alterno en sus hornos.	78	90	15.38%
Aceite lubricante			115	123	6.96%	
Solvente gastado			8	12	50%	
Total de residuos peligrosos			201	225	11.94%	

En lo que se refiere al transporte de residuos peligrosos, el Grupo no exporta o importa residuos de ese tipo como parte de su operación. Estos son canalizados a través de empresas especializadas y certificadas en el uso y disposición de los mismos.

“re-vive”

Como respuesta a la problemática ambiental de la generación de residuos, Fundación Grupo Modelo, A.C., con apoyo de Pronatura México, A.C., crearon el proyecto “re-vive”, concepto que busca re-usar y reciclar residuos que generan las empresas del Grupo, para convertirlos en productos útiles para la vida diaria y de esta manera fomentar, tanto al interior como al exterior de la empresa, una conciencia de re-uso y reflexión sobre el aprovechamiento de los recursos naturales, con el fin de cuidar el entorno.



Este programa trae consigo beneficios en los tres ejes de la sustentabilidad: el económico, debido a la generación y apoyo de proyectos sustentables por parte de la Fundación Grupo Modelo; el ambiental, por el re-uso de residuos y la generación de recursos para programas de restauración y conservación de ecosistemas y, finalmente, el social, con la generación de empleos para personas en situación de alta vulnerabilidad.

La primera fase del programa se enfocó en el re-uso de lonas de plástico de anuncios espectaculares, para la fabricación de bolsas, maletas y mochilas.



Agua

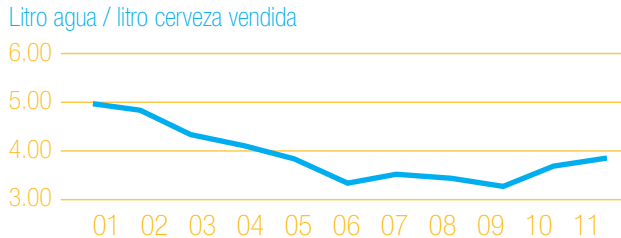
23% menos
agua por litro de
cerveza vendida que
en el año 2001

En Grupo Modelo el cuidado del agua es una prioridad. La estrategia de su gestión en la organización está centrada en los siguientes aspectos:

- Eficiencia en el consumo: es un criterio fundamental durante la selección de nueva tecnología y equipos y en diseño de nuevos proyectos.
- Reutilización de agua: desarrollamos un sistema de recuperación, tratamiento y re-uso del agua, en procesos independientes a la producción de cerveza.
- Tratamiento de agua residual: el 100% del agua residual generada en todas las plantas de manufactura se trata de forma eficiente, generando incluso energía como subproducto de este proceso.
- Conservación y restauración de zonas de recarga: el Grupo asocia sus trabajos de conservación y restauración en zonas de recarga.
- Creación de conciencia y promoción del uso eficiente del agua, con los grupos de interés: permanentemente Grupo Modelo se encuentra desarrollando e impartiendo materiales para la creación de conciencia y capacitación en el uso eficiente y sustentable de este recurso natural.

Durante los últimos diez años la organización logró incrementar su eficiencia en el consumo de agua, lo que representó en el año 2011 utilizar un 23% menos agua por litro de cerveza vendida que en el año 2001.

A continuación se presenta una gráfica que muestra la tendencia de la eficiencia que han logrado las cervecerías en su relación consumo de agua—cerveza vendida producida por Grupo Modelo, es decir, se excluyen las cervezas importadas.



Nota: En 2010 y 2011, se observa un cambio de tendencia como consecuencia de la fase de puesta a punto en Compañía Cervecera de Coahuila.

Grupo Modelo ha adoptado el principio de prevención para evitar contingencias que impacten el entorno. Por esta razón, no han existido al momento, derrames accidentales que impliquen daños a fuentes de agua en comunidades que rodean las áreas de operación.

Eficiencia en el consumo

Para mantener una eficiencia en los procesos, se privilegia la selección de tecnología de punta en el consumo de agua, se mantienen controles operacionales orientados al uso eficiente y se conservan los equipos en niveles óptimos de operación mediante programas de mantenimiento preventivo y predictivo.

Como resultado, Grupo Modelo es altamente competitivo internacionalmente en el sector cervecero, además de que el índice de consumo de agua por unidad de producto vendido que alcanzó la organización en el año 2011 fue de 3.84.

En 2011, el volumen consumido de agua fue de 21'181,827 m³.

Tratamiento y reutilización de agua residual

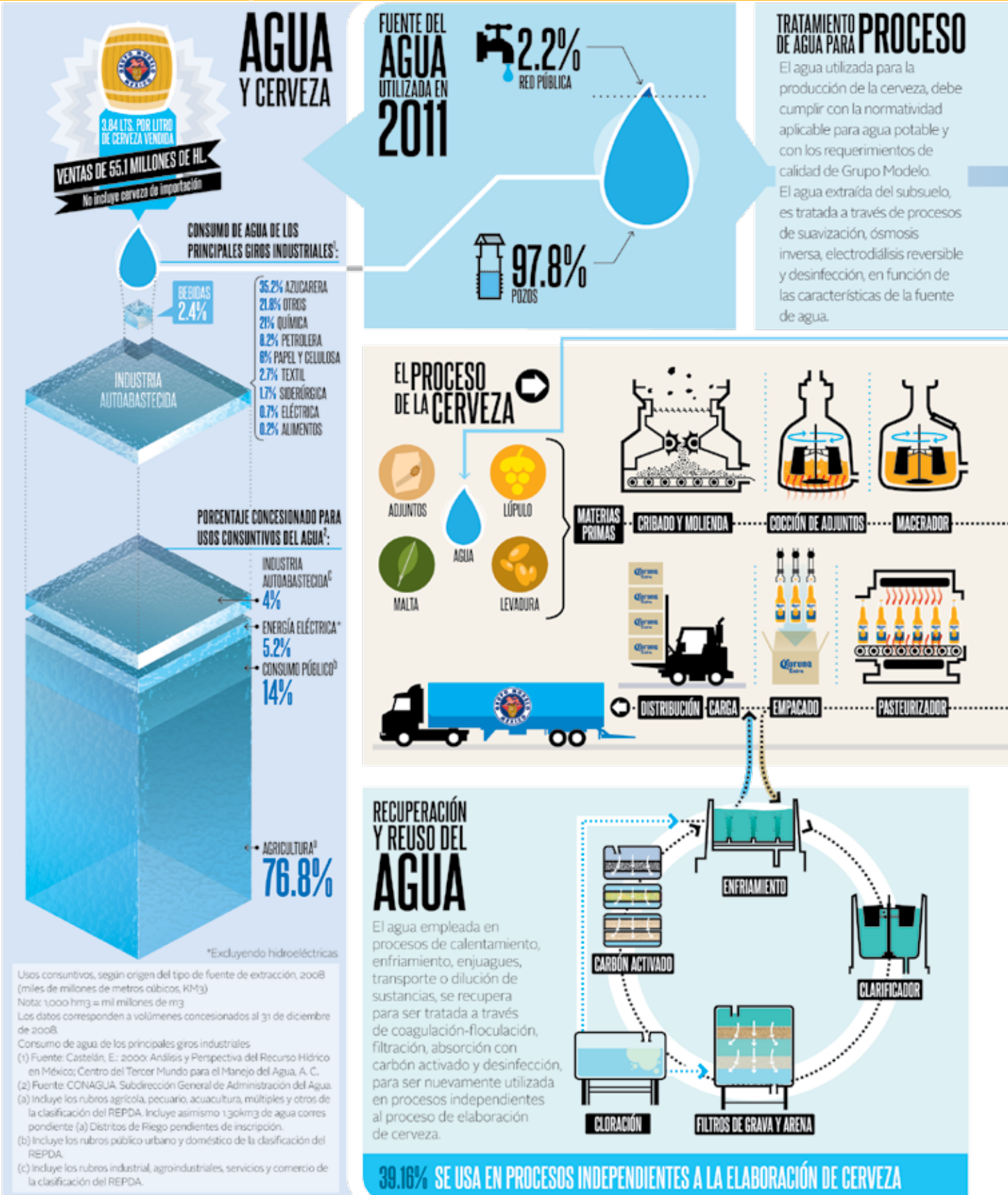
Se cuenta con un sistema de recuperación y tratamiento de agua, a través de métodos que no alteran significativamente su calidad, para su reutilización posterior en actividades y operaciones independientes al proceso de elaboración de cerveza.

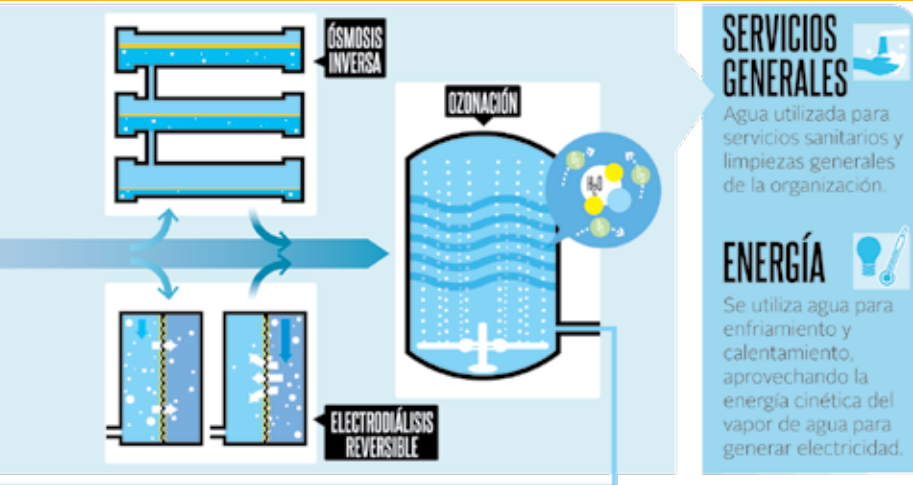
El 100% del agua residual tratada es reutilizada mediante tratamientos anaeróbicos-aeróbicos, para limpieza de los equipos de planta de tratamiento y para riego de las áreas verdes, cumpliendo satisfactoriamente las condiciones particulares de descarga establecidas por la autoridad y la norma NOM-003-SEMARNAT vigente.

Al cierre del ejercicio 2011, el Grupo presenta inversiones netas en plantas de tratamiento de agua y equipo anti-contaminante, por más de 1,583 millones de pesos.

En 2011, el volumen de agua residual tratada retornada al ambiente fue de 10'675,242 m³.

Gestión del agua en Grupo Modelo





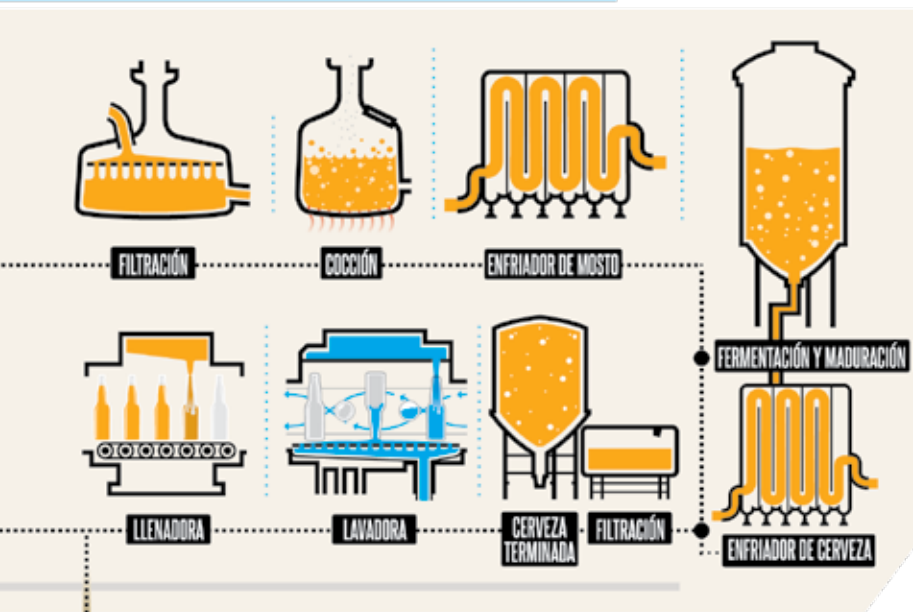
Grupo Modelo mantiene de forma permanente una orientación a disminuir el consumo de agua en los procesos productivos, siempre cuidando no afectar la calidad de sus productos. Esta situación ha permitido lograr relaciones de consumo de agua por litro de cerveza vendida de 3.84, cifra altamente competitiva a nivel mundial.



Sensibilización y promoción del uso eficiente fuera de la organización:

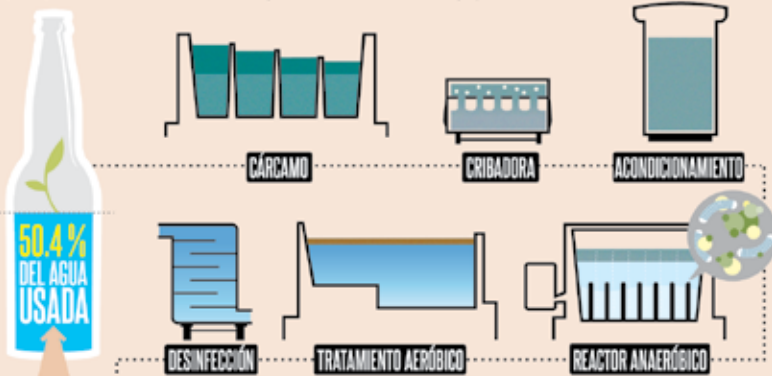
Las acciones enfocadas al uso racional del agua, no sólo aplican dentro de la organización, sino también se promueve una cultura de cuidado del agua con la sociedad:

- El ingeniero Carlos Fernández González, Director General y Presidente del Consejo de Administración de Grupo Modelo, funge como Presidente del Consejo Consultivo del Agua, institución que firmó con la Comisión Nacional del Agua (CONAGUA) un convenio para incentivar el cuidado del agua en los sectores urbano, industrial y agropecuario.
- Los equipos Santos Laguna, Venados de Mazatlán y Yaquis de Obregón, llevan a cabo actividades de sensibilización para nombrar a jugadores clave como "Embajadores al Cuidado del Agua" y difundir el mensaje sobre el cuidado y uso racional del recurso en escuelas en alianza con el Consejo Consultivo del Agua.
- Promueve la investigación y desarrollo de nuevas variedades de malta con menores requerimientos de agua, y se brinda asesoría técnica gratuita de sistemas de riego tecnificado por goteo para los agricultores.



AGUA RESIDUAL

El 100% de agua residual generada en los servicios generales y de los procesos de producción y transformación, es tratada mediante procesos anaeróbicos - aeróbicos, cumpliendo satisfactoriamente las condiciones de descarga establecidas por la norma vigente NOM-001 y 002 SEMARNAT. Parte del agua tratada es reutilizada en las actividades de limpieza de los mismos equipos de tratamiento.



ES TRATADA Y REGRESADA AL AMBIENTE





Energía

El desarrollo de proyectos de energía renovable ha permitido al Grupo disminuir sus emisiones de gases de efecto invernadero a pesar del incremento permanente de la producción. La reciente firma de contratos de suministro para sustituir el consumo de combustóleo por gas natural en tres empresas del Grupo, que se suman a otras tres que ya lo venían utilizando, permitirá disminuir aún más las emisiones de gases de efecto invernadero, de partículas y bióxido de azufre.

A partir del año base seleccionado, es decir, 2004, el Grupo ha incrementado su consumo de combustibles renovables en 558.4%.

Grupo Modelo ha asumido un papel de liderazgo en la materia, contratando el suministro de energía eléctrica proveniente de un parque eólico instalado en el Istmo de Tehuantepec y recientemente instalando un sistema de 101.2 kilovatios pico de generación de electricidad fotovoltaica en Ciudad Obregón, Sonora, con la finalidad de autoabastecerse de energía renovable.

Además, se participó de manera voluntaria en el programa implementado por la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales y el Consejo Coordinador Empresarial, que tiene como objetivo la contabilización, reducción y reporte de los gases de efecto invernadero de los principales sectores productivos en el país.

En Grupo Modelo, el enfoque de sustentabilidad, en lo referente a la gestión de la energía, se desarrolla a través de un plan integrado por tres programas:

Eficiencia energética

Eficiencia en la generación de energía térmica y eléctrica

Los generadores de vapor cuentan con sistemas de ahorro y recuperación de energía que se utiliza para precalentar el aire de la combustión, el agua de alimentación y el combustible, así como recuperar los condensados de los procesos de calentamiento. Lo anterior, permite eficiencias importantes en la transformación de la energía química del combustible, en la energía térmica y cinética en forma de vapor, que es utilizado en los turbogeneradores de electricidad y en el proceso productivo.

Consumo eficiente de electricidad y vapor en los procesos productivos

Respecto a la eficiencia en procesos en la etapa de fermentación y reposo en unitanques, estos permiten disminuir de manera importante el consumo de electricidad en los sistemas de refrigeración y la evaporación al vacío. Los sistemas de recuperación de vahos en las ollas de cocimiento ayudan a reducir el consumo de energía térmica en la etapa de elaboración de mosto, sólo por citar un par de ejemplos significativos.

El consumo de energía eléctrica durante el 2011, se incrementó 6.45% con respecto al año 2010, siendo el consumo de energía eléctrica por unidad de producción igual a 9.75 kWh/hl.

Consumo de energía
de **9.75 kWh/hl**

Respecto a la eficiencia energética en tiendas Extra, continuamente se buscan mejores tecnologías que efficienten los equipos, como el programa que se tiene contemplado implementar para la automatización y control de energía que interactúa con los equipos de mayor consumo tales como: aire acondicionado, iluminación y cámara fría, estableciendo parámetros de operación de menor consumo, así como la implementación de luminarias LED, película contra radiación solar, entre otras acciones.

Fuentes de energía renovable

Actualmente, Grupo Modelo recupera el biogás del tratamiento anaeróbico del agua residual para utilizarlo en los generadores de vapor en todas las cervecerías. En Compañía Cervecería de Zacatecas, se utiliza el bagazo de la malta como fuente de energía renovable y se encuentra en proceso de utilizar energía eólica para algunas cervecerías y otras empresas del Grupo.

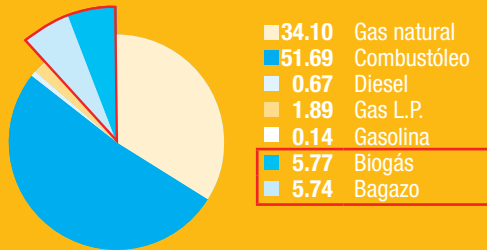
Con la colaboración de la Comisión Federal de Electricidad, Grupo Modelo ha logrado interconectarse a la red, aprovechando las facilidades regulatorias y administrativas ofrecidas por el gobierno de México para la producción de energía limpia por parte del sector privado. En este sentido, el Grupo busca promover un desarrollo sostenible y una economía baja en emisiones de carbono, así como el avance tecnológico y la diversificación energética del país. Con una inversión de más de 5.6 millones de pesos, se implementó en la agencia de Ciudad Obregón, Sonora, un proyecto de autoabastecimiento de energía limpia, mediante el uso de 440 paneles del tipo solar fotovoltaico de 101.2 kilovatios. Con una producción anual proyectada de 190 Megavatios hora y una disminución de 95,000 kg de emisiones de CO₂.

Durante el año 2011, la organización continuó trabajando en la búsqueda de fuentes de energía renovable, alcanzando sustituir la utilización de hidrocarburos a través del biogás generado en los sistemas de tratamiento de agua residual y de la valorización del bagazo de la malta. El efecto combinado de las distintas iniciativas ejecutadas por la organización ha permitido que el 11.5% de los combustibles consumidos por las cervecerías de Grupo Modelo provenga de fuentes de energía renovable.

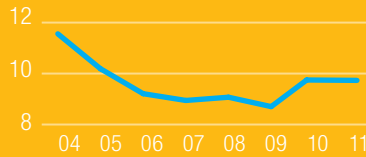


11.5% de energía renovable utilizada en cervecerías

Consumo por tipo de combustible (%)

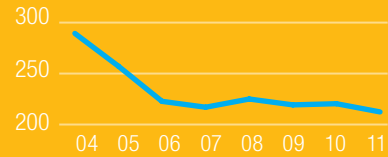


Energía eléctrica consumida
Índice: kWh / hl cerveza vendida



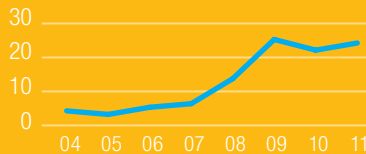
Consumo de energía calorífica no renovable, en cervecerías

Indicador: MJ / hl cerveza vendida

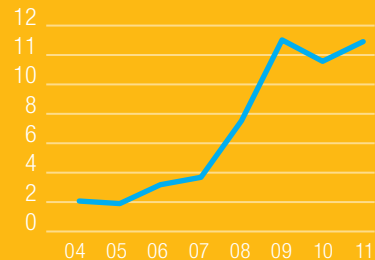


Consumo de energía calorífica renovable, en cervecerías

Indicador: Energía renovable MJ / hl cerveza vendida



Porcentaje de energía renovable



80.7% de la energía eléctrica utilizada para producir la cerveza, es generada por las instalaciones de Grupo Modelo

Cogeneración y autoabastecimiento de energía

Cinco de las ocho cervecerías cogeneran su electricidad a través de turbinas de vapor. Las tres restantes, cuentan con sistemas de abastecimiento a base de motogeneradores diesel como fuente de energía y respaldo.



Emisiones

Grupo Modelo está consciente de la importancia del cuidado del medio ambiente. Es por eso que, año con año, desarrolla la innovación en procesos y programas que ayuden a disminuir los efectos negativos en la atmósfera, prueba de ello es que la empresa ha participado en el programa voluntario de "Contabilidad y reporte de gases de efecto invernadero" (GEI) desde sus inicios, reportando los datos correspondientes a los gases emitidos por las operaciones de la empresa.

Las emisiones significativas identificadas de gases de efecto invernadero (GEI) de Grupo Modelo, son las correspondientes al bióxido de carbono (CO₂) proveniente de plantas cerveceras. Las actividades de las cervecerías que emiten GEI son las siguientes:

Emisiones directas:

- Cogeneración de electricidad.
- Generación de vapor.
- Operación del parque vehicular.
- Tratamiento de agua residual.
- Servicios.
- Elaboración de cerveza.

Las emisiones de CO₂ de origen biológico provenientes del proceso de elaboración de cerveza y de las plantas de tratamiento de agua residual, se reportan fuera del alcance 1, ya que son consideradas emisiones neutras, porque el bióxido de carbono emitido es absorbido en el ciclo natural de corto plazo, no representando un incremento en la concentración atmosférica de CO₂.

Emisiones indirectas:

- Compra de electricidad a proveedores de energía eléctrica.

Se han establecido diversos controles operativos orientados a disminuir las emisiones de gases de efecto invernadero a lo largo de la cadena productiva, destacando:

- Recuperación de metano generado en los sistemas de tratamiento de agua residual.
- Recuperación del bióxido de carbono generado durante la fermentación, para su posterior reutilización tanto al interior como al exterior de la organización.
- Incremento de la eficiencia energética en generación de vapor y disminución de su consumo en las áreas productivas, a través de programas de ahorro de energía.
- Establecimiento de plantas de cogeneración y autoabastecimiento de energía eléctrica.
- Uso de montacargas eléctricos.
- En la fabricación de los enfriadores, el proveedor:
 - Sustituye el gas refrigerante "141b" por ciclo pentano (C5), eliminando el potencial de agotamiento de la capa de ozono y disminuyendo de manera importante, comparativamente hablando, el potencial de calentamiento global.
 - Utiliza como agente espumante del aislamiento térmico una mezcla de polioli e isocianato, el cual está libre de sustancias agotadoras de la capa de ozono.

Óxidos de nitrógeno

Dentro de las principales iniciativas implementadas para reducir la concentración de óxidos de nitrógeno en los gases de combustión de las calderas, emitidos a la atmósfera se pueden citar las siguientes:

- Instalación de quemadores de baja emisión de NOx.
- Establecimiento de sistemas de monitoreo y control de la mezcla aire/combustible.
- Establecimiento de sistemas de recirculación parcial de gases de combustión, mecanismo que permite controlar la temperatura de combustión a niveles en donde disminuye la generación de NOx.
- Instalación de equipos economizadores de combustible.
- Cambio de uso de combustóleo por gas natural, en las cuencas atmosféricas con mayor carga contaminante.
- Uso del biogás generado en las plantas de tratamiento de agua residual.

Sustancias agotadoras de la capa ozono

Para la refrigeración industrial, se utiliza como agente refrigerante el amoníaco y en oficinas para el sistema de aire acondicionado, se emplean agentes hidroclo fluorcarbonados e hidrof fluorcarbonados. Se ha eliminado de las plantas cerveceras el uso de cloro fluorcarbonados migrando a equipos nuevos con refrigerantes de segunda o tercera generación. Grupo Modelo mantiene estrictos programas de mantenimiento preventivo para evitar las emisiones fugitivas de estos refrigerantes.



La organización continúa impulsando el programa de cambio de refrigeradores por refrigeradores bajo cero de última generación que son 25% más eficientes en el uso de energía que un equipo convencional. En 2011, se retiraron del mercado 5,292 equipos de refrigeración realizando la recuperación y reciclado de los gases y aceites refrigerantes a través de un proveedor certificado que asegura su adecuada disposición.

“Transporte limpio”

Como parte de la estrategia para la disminución de los impactos ambientales a lo largo de la cadena de valor y el ciclo de vida de los productos y proyectos, Grupo Modelo se adhirió como socio fundador al programa voluntario denominado “Transporte limpio”, promovido por la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales y la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, cuyo objetivo principal es lograr que el autotransporte federal de carga, pasajeros y turismo, así como el transporte privado, sean más eficientes, competitivos y con menores impactos al ambiente, a través de la adopción de estrategias y tecnologías que disminuyan el consumo de combustible, los costos de operación y la emisión de contaminantes a la atmósfera, entre ellos, los gases de efecto invernadero.

Las empresas del Grupo que están participando dentro del programa, son las ocho cervecerías como empresas demandantes del servicio de carga y cinco de logística y transporte como empresas transportistas.

Las empresas de transporte y de logística de Grupo Modelo participaron con 393 unidades y durante el primer año de participación en el programa, se logró una reducción de 78,257 toneladas de bióxido de carbono, a través de las medidas descritas en el cuadro siguiente:

Medida	% de la flota que utiliza la medida	Reducción del consumo de combustible	Reducción en la emisión de CO ₂ (Ton/año)
Estrategias de mejoras aerodinámicas	100	3,532,813.02	9,610
Eficiencia de llantas	100	221,884.27	604
Lubricantes de baja fricción	24.7	136,596.86	372
Reducción de peso	100	1,397,236.54	3,801
Remolque de alta capacidad	100	1,893*10E7	51,511
Control de velocidad	100	4,543,230.13	12,359
Total			78,257

Reducción de **78,257 ton de CO₂** el primer año

Fuente: Modelo FLEET. Para mayores detalles en la reducción en el consumo de combustible y emisiones favor de consultar el modelo FLEET.

Las cervecerías, que están participando como empresas usuarias del transporte de carga, lograron una reducción hipotética de 224,247 toneladas de bióxido de carbono equivalente, de acuerdo con las bases establecidas por el modelo “FLEET” desarrollado por la Agencia de Protección Ambiental de Estados Unidos y utilizada por este programa voluntario mexicano, principalmente como resultado de privilegiar el transporte ferroviario con respecto al transporte terrestre carretero.

En virtud de lo anterior, Grupo Modelo recibió el reconocimiento de “Transporte limpio” que otorgó la Secretaría de Comunicaciones y Transportes y Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales, como empresas usuarias del transporte y como transportistas.

	Emisiones Totales (Ton)			Combustible consumido (galones)
	CO ₂	PM	NOx	
Eficiencia de llantas	70,850.7	41.1	1,174.4	6,881,981.2
Lubricantes de baja fricción*	295,097.8 ¹	171.0	4,891.3	28,663,630.4
Reducción de peso	224,247.1 ²	130.0	3,3,716.9	21,781,712.2

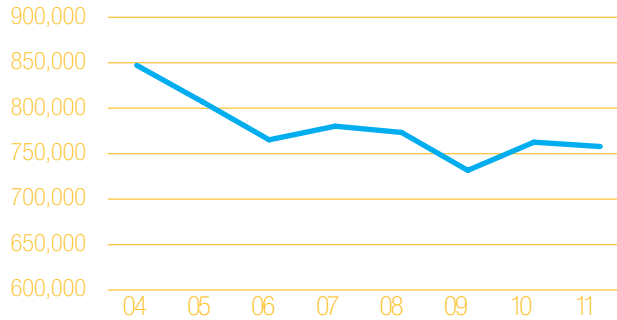
* Estas son emisiones hipotéticas basadas en enviar todo por camión en lugar de tren. Las emisiones ahorradas es la cantidad de emisiones (y combustible) que la empresa ahorra como resultado del uso del tren.

¹ Utilizando el factor de emisión del modelo FLEET= 2.7 kgCO₂ / L de diesel.

² Emisiones evitadas, como resultado del uso del ferrocarril.

Los resultados anteriores, han permitido lograr una reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero, en términos absolutos de 10.59% durante el año 2011, y tomando como año base el 2004, a pesar de haber incrementado la producción durante el mismo periodo en un 28.74%. Es decir, se logró una reducción por unidad de producto de 30.5% para el mismo periodo.

Emisiones totales
(ton CO₂ eq) (Alcance 1 y 2)

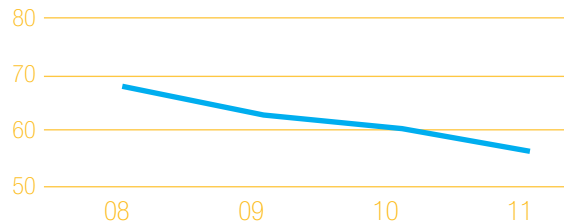


En lo que respecta a la red de distribución directa para venta de cerveza, en 2011, Grupo Modelo ejecutó las siguientes acciones tendientes a reducir el uso de combustibles y por tanto, las emisiones de CO₂:

- Aprovechamiento de combustibles.
- Optimización de rutas.
- Reingeniería de rutas ("Ruta Modelo").
- Diversos modelos de distribución (preventa, auto-venta, tele-venta).
- Inversiones en renovación de flota vehicular con tecnología de última generación.

Estas iniciativas conjugadas en 2011, permitieron reducir el consumo de combustibles en un 8% adicional al 4.6% que se redujo en 2010.

Millones de litros consumidos por año



Nota: Como parte de la mejora continua y la implementación del sistema SAP, se efectuó un recálculo sobre las cifras previamente reportadas. El cuadro ya refleja dichos ajustes.

Las inversiones realizadas en los últimos cuatro años para la modernización de la flota de distribución muestran el compromiso de Grupo Modelo con el medio ambiente. Actualmente, el 75% de la flota es menor a cinco años de antigüedad, lo que permite contar con unidades que tienen mayor rendimiento en el uso de combustible, disminuyendo así los niveles de emisión de hidrocarburos, monóxido de carbono y partículas suspendidas que dañan el medio ambiente.

A través del Proyecto "Ruta Modelo", el Grupo continúa eficientando los procesos. Es así que en 2011, se logró que del total de la flota de las agencias con pre-venta, el 14.82% en promedio por día, no se utilizara. Además a través del "Territory planner" se optimizaron los recorridos de las rutas de más de 180 agencias, permitiendo llevar a cabo una menor cantidad de recorridos utilizando menos combustible en beneficio del medio ambiente.





Iniciativas frente al cambio climático

Grupo Modelo visualiza riesgos directos por las potenciales modificaciones climáticas y otros indirectos asociados a las acciones que la comunidad internacional está implementando para anticiparse a los efectos proyectados, teniendo ambas la capacidad de incidir en la operación de la empresa.

Estudios orientados a conocer la vulnerabilidad de la cadena de valor al cambio climático, indican que los extremos de la cadena tienen mayor sensibilidad a la potencial modificación de la frecuencia e intensidad de los fenómenos meteorológicos asociados al incremento de la temperatura en la biósfera.

Las materias primas asociadas al sector agrícola, los recursos naturales como el agua y combustibles fósiles, así como la distribución nacional e internacional de los productos de Grupo Modelo, son elementos en los que se deben orientar mayores recursos para su adaptación.

El enfoque de gestión del riesgo ante el potencial cambio climático está orientado tanto a la mitigación como a la adaptación en función a estudios de vulnerabilidad de la cadena de valor.

OBJETIVOS QUE TOMAN FORMA
GRI: 4.12 / EN13 / EN14 / PR1

05 Cuidado del entorno

Compromiso ambiental
El "Modelo ambiental" de Fundación Grupo Modelo
"Save the beach"
Unidad de manejo para la conservación de la vida silvestre



Compromiso ambiental

El compromiso ambiental de Grupo Modelo no sólo está enfocado en un eficiente desempeño ambiental en los procesos productivos, sino también en la responsabilidad de promover iniciativas para el cuidado del entorno, la concientización de las partes interesadas en la operación de la empresa.

Grupo Modelo acompaña estas actividades con mensajes que promueven una cultura de cuidado de la naturaleza.

El “Modelo ambiental” de Fundación Grupo Modelo

A través de Fundación Grupo Modelo, A.C. y en alianza con instituciones de la sociedad civil y gobierno, se promueven diferentes iniciativas para el cuidado de nuestro entorno, realizando acciones con visión de largo plazo para la restauración y la promoción de una cultura sustentable y la concientización a las partes interesadas en la operación de la empresa sobre la importancia y los beneficios ambientales que proporcionan los ecosistemas, así como articular programas y acciones para el cuidado y uso racional de los recursos naturales.



Fundación Grupo Modelo, ha implementado programas de restauración y conservación de zonas de recarga de acuíferos en el Parque Nacional Iztaccíhuatl-Popocatepetl, Valle de Bravo, Distrito Federal, Oaxaca y Coahuila, entre otros.



www.fundaciongrupomodelo.com





“Save the beach”



Grupo Modelo como empresa global, a través de su marca Corona Extra la cerveza mexicana de mayor venta en el mundo y sus oficinas de representación, en un esfuerzo por concientizar al público sobre la necesidad de adoptar medidas urgentes con el fin de mejorar el estado de limpieza de las playas, lanzó la campaña “Save the beach” en los medios de comunicación más importantes de Europa, difundiendo eventos en varias ciudades del continente.

En 2009 se implementó en la playa Capocotta en Roma, Italia; en 2010, en la playa Bahía de Portmán, en Cartagena, España, y en 2011, en Litorale di Augusta en Sicilia, Italia.

Grupo Modelo trasciende fronteras al lograr sensibilizar sobre el mantenimiento y recuperación de las playas y el medio ambiente.

En enero 2011, se abrieron las puertas del hotel “Save the beach” en Madrid, España, hecho de material reciclado, obra que promueve los objetivos del programa y la cultura del re-uso de residuos. Más de 500,000 personas vieron el hotel.



www.coronasavethebeach.org



Unidad de manejo para la conservación de la vida silvestre

Compañía Cervecera de Zacatecas, S.A. de C.V. y Cebadas y Maltas, S.A. de C.V., cuentan dentro de sus instalaciones con una Unidad de manejo para la conservación de la vida silvestre (UMA Modelo), a través de la cual conservan ejemplares de animales proporcionados por la Procuraduría Federal de Protección al Ambiente (PROFEPA), con la finalidad de contribuir con una alternativa viable que coadyuve a la conservación de algunas especies de fauna silvestre, tales como gato montés, coyote, borrego muflón, venado cola blanca, halcón *harris*, entre otras.



06 Colaboradores

Clima laboral
Salud y seguridad
Igualdad de oportunidades
Formación, capacitación y desarrollo
Desarrollo familiar



Clima laboral

Para Grupo Modelo todos los colaboradores son muy importantes, por lo que se establecen planes de acción para hacer del Grupo el mejor lugar para trabajar.

Esta ventaja competitiva ha permitido crear y mantener un clima laboral sano. Quienes laboran en Grupo Modelo, se encuentran orgullosos de ser parte de ella, imprimiendo todo su compromiso y pasión en lo que hacen.

Durante 2011, en todas las empresas del Grupo se desarrollaron acciones para mantener el clima organizacional, incluyendo en algunas de ellas, a las familias de los colaboradores.

Asimismo, se desarrolló la campaña de comunicación "Yo amo mi trabajo", enfocada en reforzar el sentido de pertenencia de los colaboradores con la organización. Además, se han dado a conocer los casos de éxito del desarrollo de colaboradores a través del sitio interno "Ganar sirviendo es la única opción".

Grupo Modelo ha centrado los esfuerzos sobre clima laboral en:

- Credibilidad: cómo el colaborador percibe a los jefes y a la empresa.
- Respeto: cómo el colaborador piensa que es percibido por los jefes.
- Imparcialidad: asegurar la ausencia de discriminación e injusticias, así como el estricto apego a reglas claras.
- Orgullo: percepción del valor del trabajo y de la imagen de la organización.
- Compañerismo: sentimiento de familia y equipo.
- Cultura y comunicación interna: cultura organizacional y conocimiento de las campañas de comunicación.
- Productos y clientes: conocimiento de los productos, los clientes, el mercado y los consumidores.
- Desempeño y desarrollo: conocimiento de los objetivos de trabajo, formación y desarrollo.
- Responsabilidad social: conocimiento y participación en los programas.

En lo que respecta al equipo directivo, se encuentra integrado por 60 personas con una edad promedio de 45 años.

Equipo directivo	Porcentaje
Mujeres	15%
Hombres	85%

La contratación del personal del Grupo se realiza generalmente de manera local, en la comunidad en la que opera sus negocios, en función de las competencias y habilidades de cada persona y su apego al perfil y requisitos del puesto. La empresa provee al personal condiciones de trabajo superiores a las establecidas por ley y sostiene relaciones colectivas de trabajo con diferentes organizaciones sindicales. El 44% de los colaboradores de Grupo está adherido a un contrato colectivo.

Beneficios sociales

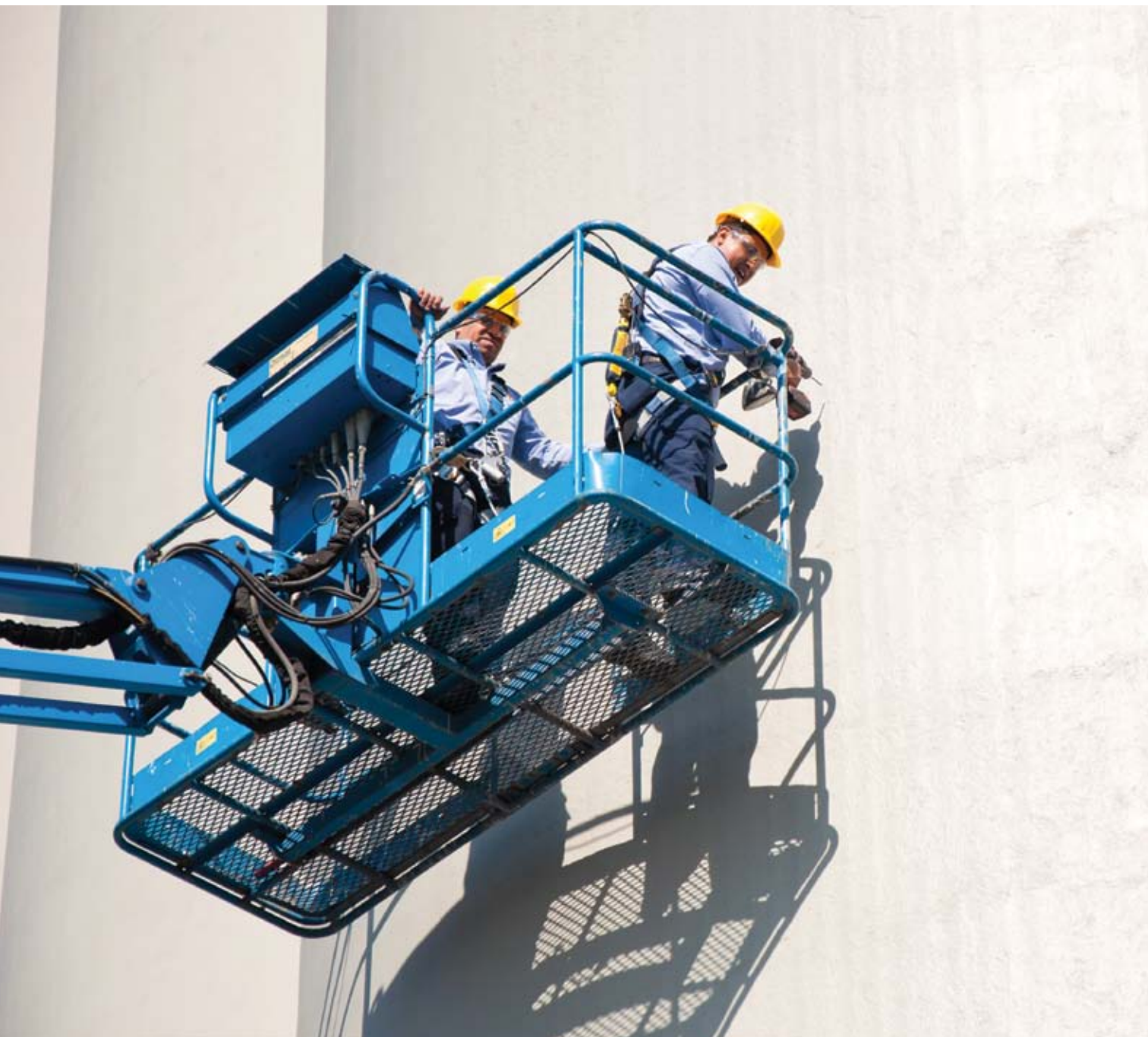
Grupo Modelo provee al personal de prestaciones superiores a las establecidas por ley, en rubros como: días de vacaciones, prima vacacional, días de aguinaldo, permisos con goce de sueldo por nacimiento y por defunción y seguro de vida, entre otros.

Composición de la plantilla

	Colaborador	Operario	Total
Planta	55%	37%	92%
Eventual	2%	6%	8%
Total	57%	43%	100%

Rango de edades	Eventual	Planta	Total
Menores de 30 años	2,371	11,810	14,181
Entre 30 y 50 años	897	20,038	20,935
Más de 50	23	2,168	2,191
Total	3,291	34,016	37,307

37,307
colaboradores



Salud y seguridad

Grupo Modelo cuenta con programas de asesoramiento y prevención de riesgos, para asegurar la integridad de sus colaboradores, contratistas y visitantes, fomentando la cultura de la seguridad en el trabajo y ofreciendo talleres y pláticas acerca de la importancia del equipo de protección y la prevención de accidentes. Adicionalmente, capacita al personal brigadista para mejorar las habilidades y conocimientos necesarios para enfrentar emergencias.

Se ha desarrollado un sistema de gestión fundamentado en el estándar internacional OHSAS 18001, cuyo objetivo es la prevención y mejora continua de su desempeño en materia de seguridad.

Grupo Modelo brinda prioridad a las acciones orientadas a garantizar la integridad de las personas asociadas directamente a sus productos, proyectos y cadena de valor.

En los últimos dos años, se ha dado prioridad a la gestión de actividades de alto riesgo, mediante proyectos de inversión, focalizados en controlar, minimizar y en algunos casos, eliminar los riesgos asociados a las actividades laborales, reforzando la identificación y evaluación de riesgos de incendio y explosión en el manejo de granos y manejo de sustancias químicas peligrosas.

Como parte de las acciones encaminadas a mantener un nivel de salud óptimo de los colaboradores, se evalúa el cumplimiento de los requisitos legales aplicables a las cervecerías, en particular, el cumplimiento a las Normas Oficiales Mexicanas que regulan las condiciones de higiene en el medio ambiente laboral. Como resultado de esta evaluación, se establecen planes y programas de trabajo para la corrección de aquellas áreas de oportunidad detectadas. Cabe mencionar que, a la fecha, las normas han sido cumplidas en un 100%, muestra del compromiso de Grupo Modelo con la salud de sus colaboradores.

Salud general

En cuestiones de salud general, año con año, Grupo Modelo implementa campañas de salud, las cuales benefician a los colaboradores y sus familias, destacando:

- Campañas de vacunación contra la influenza estacional, papiloma humano, hepatitis, neumocócica y toxoide tetánico, entre otras.
- Exámenes médicos para la detección de enfermedades crónico-degenerativas como: diabetes, hipertensión arterial, sobrepeso y obesidad, trastornos alimenticios, accidentes y enfermedades cardiovasculares y cáncer (algunas se llevaron a cabo en conjunto con el Instituto Mexicano del Seguro Social).
- Análisis médicos para determinar el estado de salud visual y bucal.
- Pláticas dirigidas a las colaboradoras para la prevención del cáncer cervicouterino y de mama. Asimismo, sobre tabaquismo, ansiedad, cuidados para la prevención de ataques cardíacos y mitos y realidades de alimentos *light*, entre otros.
- Conferencias sobre salud ocupacional.
- Convenios de descuento con laboratorios y consultorios médicos para la detección oportuna y tratamiento de enfermedades, atención médica telefónica los 365 días del año, las 24 horas del día y atención domiciliaria con costo preferencial a través del seguro de gastos médicos mayores, vales de descuento en densitometría y compra de medicamentos para el tratamiento de enfermedades crónicas.
- Participación en eventos realizados por protección civil.
- Campaña de credencialización del programa "AdIMSS".
- Visita de personal del Instituto Mexicano del Seguro Social con la Campaña de "PrevenIMSS".
- Programa "Razones de peso", que busca reducir el índice de obesidad entre el personal, convocando a casi 4,000 colaboradores a nivel nacional. A fin de ayudar a los participantes, la empresa se apoyó en el programa "PrevenIMSS"; además, el servicio médico interno estuvo a cargo del monitoreo de los participantes. Bajo este programa los colaboradores participantes lograron reducir en conjunto más de ocho toneladas de peso.

Con estas acciones Grupo Modelo impacta a su personal en temas tan importantes como:

- Combate al sedentarismo.
- Mejora de hábitos alimenticios.
- Los participantes más destacados mejoraron sin lugar a dudas sus niveles de glucosa, triglicéridos y colesterol.
- Beneficios a la autoestima y a la productividad.
- Cambio de estilo de vida.
- Beneficios colaterales que se permearon a los hogares de los participantes.

Comisiones de seguridad e higiene

En los centros de trabajo, el total de los trabajadores están representados por las comisiones de seguridad e higiene, quienes supervisan de manera periódica las condiciones de seguridad y salud de los trabajadores, la infraestructura y medio ambiente laboral, además de supervisar el cumplimiento de los programas de seguridad y salud en el trabajo conforme a los requisitos legales aplicables.

En todas las plantas cerveceras existen comités de seguridad y salud en el trabajo, formalmente constituidos en las comisiones de seguridad y salud en el trabajo, definiendo funciones y responsabilidades para la parte trabajadora y directiva, para dar seguimiento y recursos necesarios a los programas de seguridad y salud en el trabajo.

Los asuntos en esta materia se acuerdan formalmente en los contratos colectivos de cada centro de trabajo y cubren temas como:

- Proveer la infraestructura y entorno necesarios para que el colaborador lleve a cabo sus actividades sin que sufra accidentes o enfermedades de trabajo, que adopte las medidas preventivas y siga los procedimientos indicados.
- Ofrecer los servicios preventivos de medicina, seguridad y salud en el trabajo.
- Proporcionar los equipos de protección a colaboradores, acordes a los riesgos de las actividades que desempeñan.

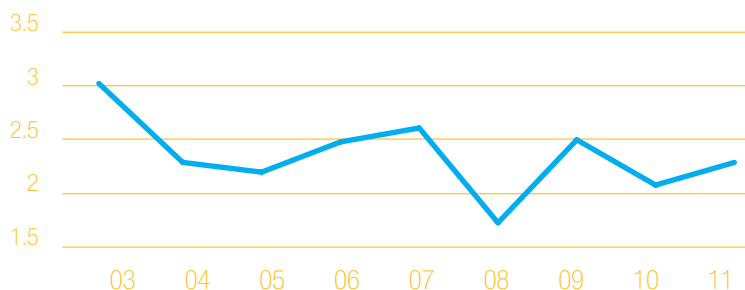
En 2011, se impartieron al personal, como una práctica cotidiana, pláticas de seguridad y salud en el trabajo, medicina preventiva y de protección civil además de prácticas de evacuación y rescate en incendios, primeros auxilios, uso y manejo de extintores.

Índices de accidentalidad

Como parte de la gestión de riesgos de trabajo, año con año se establecen metas para los índices de frecuencia y gravedad en las empresas.

Años	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Índice de frecuencia ¹	3.01	2.33	2.24	2.52	2.65	1.77	2.54	2.12	2.33

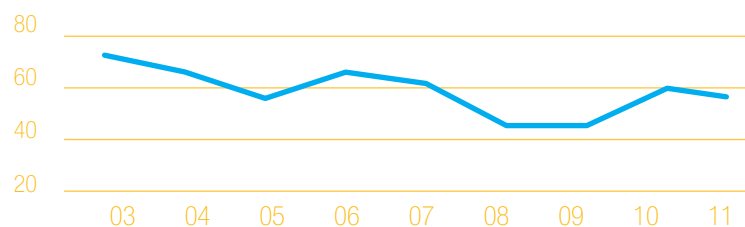
El índice de frecuencia, en nuestras unidades de producción cervecera tuvo un incremento marginal de 2.12 por cada 100 trabajadores en el año 2010 a 2.33 en el año 2011, rebasando la meta fijada de 2.2.



¹ Expresa la cantidad de trabajadores lesionados en un periodo de un año, por cada 200,000 horas hombre trabajadas.

Años	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Índice de gravedad ²	77.07	69.95	58.75	71.03	66.23	47.23	47.23	63.05	59.42

El índice de gravedad, disminuyó de 63.05 días naturales perdidos por cada 100 trabajadores en el año 2010 a 59.42 en el 2011, logrando la meta fijada de 60.0.

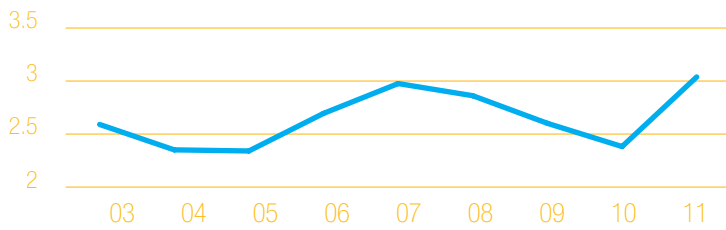


² Expresa la cantidad de días perdidos por accidentes en un periodo de un año, por cada 200,000 horas hombre trabajadas.





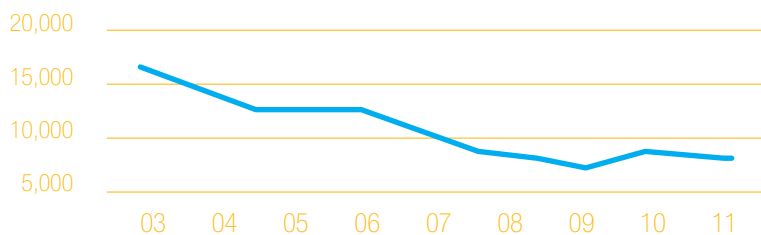
Años	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Índice de siniestralidad ³	2.62	2.39	2.38	2.72	2.99	2.88	2.63	2.42	3.05



³ El índice de siniestralidad que se presenta, refiere a un promedio de nuestras unidades de producción cervecera. Como referencia, la prima media de nuestra clase es de 4.65325%.

Años	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Días perdidos de trabajo	15,682	12,578	10,601	11,524	8,155	6,163	5,367	6,894	6,253

Los días perdidos por riesgos de trabajo disminuyeron en un 10.25% pasando de 6,894 días perdidos en el año 2010 a 6,253 días en el 2011.





Igualdad de oportunidades

Grupo Modelo cuenta con un proceso robusto de atracción de talento basado en la identificación de candidatos potenciales, a través de las diferentes fuentes de reclutamiento locales, entre las que se encuentran universidades públicas y privadas, páginas de internet, así como bolsas de trabajo públicas y privadas, entre otras. Esto, con la finalidad de contribuir no sólo al desarrollo de cada localidad mediante la creación constante de fuentes de empleo, sino también de considerar al personal interno como primera fuente de reclutamiento, en aras de desarrollar a largo plazo la trayectoria profesional de sus colaboradores.

Grupo Modelo tiene contratadas 69 personas con capacidades diferentes. Asimismo, en las Cervezas Modelo del Altiplano se encuentran laborando 30 personas provenientes de CINIA de México, S.A de C.V., institución dedicada a integrar a la vida laboral a personas con discapacidad; ésta fue fundada por Don Antonino Fernández, Presidente Honorario Vitalicio del Consejo de Administración de Grupo Modelo, y su esposa Doña Cinia González Díez.

Formación, capacitación y desarrollo

Grupo Modelo hace especial énfasis en la formación y desarrollo de su personal. Cada año se llevan a cabo diferentes iniciativas y programas enfocados en mejorar el desempeño de los colaboradores, incrementar sus capacidades y favorecer sus oportunidades de crecimiento.

Los temas formativos y de desarrollo son muy variados, dependiendo de la función que desempeña cada colaborador y su nivel de responsabilidad.

Los siguientes, son algunos ejemplos de las acciones que se llevan a cabo:

- Formación institucional: dirigida a reforzar la cultura de Grupo Modelo y los patrones de comportamiento esperados.
- Formación en el puesto de trabajo: programas para proveer a los colaboradores de los conocimientos y habilidades requeridos para desempeñarse de manera óptima.
- Programas de actualización: acciones formativas que permiten al personal mantenerse vigente en su área de conocimiento, así como facilitar el aprendizaje de nuevas tendencias u oportunidades de mejora en los procesos y sistemas del negocio.
- Desarrollo ejecutivo: dirigido a personal que ocupa posiciones clave en el negocio, se incluyen programas de liderazgo, idiomas y oportunidades para cursar diplomados y estudios de posgrado.

30 horas
de capacitación
por colaborador

Durante 2011, cada colaborador recibió más de 30 horas de capacitación.

Acciones de educación en línea

Grupo Modelo ha seguido fortaleciendo el uso de tecnología, la educación a distancia y el *e-Learning* para la formación y el desarrollo de un mayor número de colaboradores, con independencia de su ubicación geográfica y disponibilidad de tiempo, generando así importantes ahorros a la organización, tales como la reducción de costos por desplazamientos del personal, menor uso de materiales impresos, disminución en la contratación de instructores y disminución de emisiones de CO₂, entre otros.

Se impulsó la iniciativa de "Seminarios web" como un medio flexible para informar y capacitar a los colaboradores en temas de interés general, entre los que destacan:

- Declaración anual de impuestos para personas físicas asalariadas.
- Cultural digital en la sociedad del siglo XXI.
- Mitos y realidades del cáncer de mama.





Conocimiento Modelo / KM

Conocimiento Modelo / KM (*Knowledge Management*) ha preservado el conocimiento de las iniciativas estratégicas más relevantes en el Grupo, resguardando la memoria organizacional que permite capitalizar los principales aprendizajes individuales y colectivos de la empresa.

Los beneficios aportados son: facilitar la toma de decisiones, disminuir la curva de aprendizaje, impulsar la mejora continua y propiciar la innovación en un marco de seguridad y colaboración.

A través del monitoreo constante de la red social corporativa se han observado como principales beneficios la homologación del conocimiento, la inmediatez de la información, así como la mitigación de la dispersión geográfica de los colaboradores.

Evaluación de desempeño

Grupo Modelo considera a su personal como un elemento clave para alcanzar la visión y misión. En este sentido la Evaluación del Desempeño y Potencial (EDP) es una herramienta de gestión de los objetivos y competencias organizacionales para Grupo Modelo con el propósito de alinear los objetivos individuales con aquéllos estratégicos del negocio, contribuyendo con el cumplimiento de la estrategia del Grupo.

La evaluación consta de dos etapas:

- Evaluación del desempeño individual, con base en el cumplimiento de los objetivos establecidos a principios de año.
- Evaluación de las competencias organizacionales.

Los principales objetivos de la EDP son:

- Identificar fortalezas y áreas de oportunidad para mejorar el desempeño.
- Promover el desarrollo de los colaboradores de acuerdo con sus brechas competenciales.
- Generar programas de desarrollo para fortalecer el potencial de los colaboradores.

En 2011, más del 38% de los colaboradores formaron parte del proceso de evaluación de desempeño.





Desarrollo familiar

Para Grupo Modelo todos los colaboradores y sus familias forman parte importante de la organización, por lo que se promueve el desarrollo e integración familiar a través de las siguientes acciones:

- “Sistema educativo Modelo”, en el cual se extienden los diferentes convenios de la empresa a los familiares de los colaboradores, a fin de que éstos puedan continuar con su preparación académica (en todos los niveles educativos e inglés).
- Actividades educativas, deportivas y culturales, a través de concursos de dibujo infantil y de tarjetas navideñas, becas educativas, pláticas sobre sexualidad infantil y prevención del abuso, torneos deportivos, festejos del día de la familia, cursos y campamentos de verano, sábados de cine y semana de la seguridad y el medio ambiente, entre otras.



07 Compromiso con la educación

Sistema educativo Modelo

"Día Modelo"

"Beertual challenge"

"Explora Modelo"

Museo Modelo de Ciencias e Industria

El "Modelo educativo" de Fundación Grupo Modelo



Sistema educativo Modelo

En lo que respecta a los colaboradores, el “Sistema educativo Modelo” tiene como objetivo ofrecer oportunidades para que el personal del Grupo incremente su nivel académico. La oferta abarca desde educación básica hasta educación superior, permitiendo de esta manera ofrecer soluciones a los colaboradores dependiendo de su nivel educativo.



A lo largo del tiempo, se han establecido convenios con diversas instituciones educativas, tanto de índole público como privado, esto con la finalidad de contar con una amplia oferta y con los mejores beneficios para el personal. Es importante mencionar que algunos de los convenios son extensivos a familiares directos de los colaboradores.

Dentro de las opciones que tiene el “Sistema educativo Modelo”, existen diferentes modalidades de estudio, principalmente sistema presencial, sistema abierto y en línea. El contar con diversas modalidades facilita al personal el cursar un nivel educativo con mayor flexibilidad, permitiéndole adecuar su tiempo a las responsabilidades familiares y laborales.

Durante 2011, hubo más de 1,100 colaboradores inscritos y cursando diferentes programas educativos, de acuerdo con los siguientes niveles:

- Educación básica: más de 200 estudiantes.
- Educación media superior: más de 800 estudiantes.
- Educación superior: más de 100 estudiantes.
- Posgrado: más de 50 estudiantes.

“Día Modelo”

“Día Modelo” es un espacio para que expertos de distintas áreas de la organización compartan con los universitarios su experiencia en el ámbito profesional. Busca enriquecer la educación de los jóvenes mexicanos, a través de conferencias temáticas que aporten una visión práctica y complementaria a lo aprendido en las aulas.



El menú de conferencias fue enriquecido con temas relacionados con la comunicación organizacional y con el proceso de elaboración de la cerveza, ampliando así la variedad de carreras beneficiadas.

En 2011, se visitaron nuevos planteles en Mérida, Durango, Oaxaca, Puebla, Estado de México, Coahuila y Distrito Federal, entre otros, impactando a más de 7,000 estudiantes de 28 estados del país.

 www.diamodelo.com.mx





“Beertual Challenge”

Más de 68 mil
estudiantes inscritos
desde inicio
del programa

“Beertual Challenge”, es un simulador de negocios dirigido a estudiantes universitarios de México y el extranjero, su objetivo es impulsar la educación y la formación de nuevos empresarios a través de la gestión de una compañía cervecera virtual.

En la quinta edición, se amplió el alcance a un tercer país: Argentina, donde se inscribieron 1,664 estudiantes de licenciatura y maestría. Al igual que en ediciones anteriores, se visitaron diversos planteles públicos y privados en México y España, donde se inscribieron 18,790 y 3,428 jóvenes, respectivamente.



País / Año	“Beertual Challenge”				
	2007	2008	2009	2010	2011
México	7,445	5,723	11,883	14,233	18,790
España	N/A	1,042	1,937	2,761	3,428
Argentina	N/A	N/A	N/A	N/A	1,664
Total de estudiantes inscritos	7,445	6,765	13,820	16,994	23,882



www.beertualchallenge.com

“Explora Modelo”



Concurso dirigido a universitarios con el fin de incentivar su creatividad en diferentes iniciativas del sector, reforzando la responsabilidad y compromiso de la empresa para impulsar el talento mexicano.

Durante 2011, se llevó a cabo la tercera convocatoria, cuyo objetivo fue realizar aplicaciones tecnológicas para dispositivos móviles que facilitaran la interacción de la industria con los consumidores. En esta ocasión, participaron 60 planteles universitarios a nivel nacional.

La cuarta convocatoria se enfocó en la responsabilidad social, al fomentar la creatividad y el compromiso ambiental en los jóvenes, invitándolos a diseñar, crear y dar nuevos usos a partir de desechos o materiales reciclados, para que puedan ser reutilizados como artículos decorativos y/o promocionales de bajo costo, dentro de un marco ecológico. En esta edición se contó con la participación de 209 estudiantes de 21 estados del país.



www.exploramodelo.com

Museo Modelo de Ciencias e Industria

El Museo Modelo de Ciencias e Industria, A.C. (MUMCI), fue creado como una iniciativa para promover el desarrollo social del país, y con el objetivo de fomentar el interés en los ciudadanos por temas relacionados con la industria, además de ser un complemento a la educación formal de los jóvenes.



Entre sus retos se encuentran conservar el patrimonio y memoria histórica, captar recursos para ser enfocados en el desarrollo de programas sociales, promover la investigación en ciencias y nuevas tecnologías aplicadas a la industria, y cubrir las expectativas de los perfiles de sus visitantes, entre ellos, el público en general, el estudiante, la comunidad científica, el sector productivo y autoridades de gobierno.



www.mumci.org

El “Modelo educativo” de Fundación Grupo Modelo

Por medio de este modelo de intervención, la Fundación Grupo Modelo apoya a escuelas públicas de nivel básico para fortalecer su modelo de enseñanza y mejorar la calidad educativa, y facilitar así, un aprendizaje exitoso y un entorno estimulante que enriquezca la experiencia en el aula a través de programas dirigidos a la comunidad escolar: maestros, alumnos y padres de familia, en alianza con instituciones especializadas.



El programa aplicado en escuelas públicas primarias del país es denominado “Escuela Modelo” y busca ofrecer un modelo de formación complementario a la enseñanza recibida por los estudiantes en su ciclo escolar básico, por medio de una serie de programas encaminados a contribuir a la formación integral del niño, padres de familia y docentes y a la cohesión de la comunidad escolar.

Los componentes del programa son:

- Prevención de abuso infantil y educación sexual.
- Educación ambiental.
- Educación en valores.
- Inclusión digital.
- Herramientas pedagógicas y directivas.
- Investigación educativa.

Durante 2011 se dio continuidad por tercer año consecutivo al programa piloto denominado “Modelo enseña” en cuatro escuelas de Zacatecas.



www.fundaciongrupomodelo.com

08 Compromiso con la sociedad

Desempeño social
Apoyo a agricultores
“Voluntario Modelo” – “Banco de tiempo”
Desastres naturales
Promoción del deporte
Iniciativas a favor de la sociedad
Responsabilidad sobre productos



Desempeño social

Grupo Modelo mantiene un compromiso con el desarrollo sustentable de la empresa y de las comunidades en donde opera, mediante la realización de actividades productivas con visión de largo plazo, que impacten de manera positiva a la sociedad y con apego a los principios que dieron origen a la empresa.

Se promueven e impulsan programas enfocados al mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades y en cada uno de los eslabones de la cadena de valor para promover prácticas responsables.

Apoyo a agricultores

Grupo Modelo, a través de Rancho Cermo y Cebadas y Maltas, ha realizado investigaciones, desde 1998, en sus campos experimentales, para transferir a los agricultores, resultados de experimentos e investigaciones hechos en los campos, que tienen como uno de sus principales objetivos, hacer más eficientes los costos de producción de la cebada maltera, logrando con ello, una utilidad neta mayor para los propios productores. Los experimentos principales están encaminados al uso eficiente de los fertilizantes, agroquímicos, semilla y, principalmente, el agua.

Se ha logrado que la cebada maltera entre en el programa de coberturas de la Secretaría de Agricultura, con lo que se da certidumbre tanto a los agricultores como a la industria de la malta, sobre el precio que se pagará por cada cosecha.

La transferencia de tecnología y asesoría permiten mejores rendimientos en las cosechas, alcanzando hasta 4.8 toneladas por hectárea en parcelas demostrativas. Este logro se ha replicado con los agricultores de Zacatecas, que están sembrando con la metodología de surcos a doble hilera, la cual muestra ventajas pues se requiere 40% menos de semilla, 75% menos de agroquímicos y se obtiene 40% más de toneladas por hectárea y una mejor calidad de grano.

Grupo Modelo, a través de Cebadas y Maltas y Rancho Cermo, continúa fortaleciendo su compromiso con los agricultores mexicanos.





“Voluntario Modelo” – “Banco de tiempo”



Como parte importante de su responsabilidad social, Grupo Modelo implementa acciones de voluntariado con colaboradores y sus familiares, como un mecanismo de involucramiento y participación activa en las problemáticas sociales y ambientales de interés general en nuestro país.

Fundación Grupo Modelo y las diferentes empresas del Grupo han realizado esfuerzos con los colaboradores en solidaridad de distintas causas y de comunidades que lo necesitan.

Con la intención de contribuir a la sistematización, contabilidad y registro de las acciones de voluntariado, Sistema Desem, A.C. con apoyo y colaboración de Fundación Grupo Modelo, creó un portal llamado “Banco de tiempo”, a través del cual se gestionan las acciones de voluntariado que realizan empresas como Grupo Modelo. En el portal se encuentran diversas actividades, así como noticias y casos destacados de voluntariado en distintas causas.

Se busca que a partir de esta herramienta, sea posible para las empresas y organizaciones de la sociedad civil (OSC) que participen, dar seguimiento a la contribución de los voluntarios con distintas OSC's que promueven causas sociales, en beneficio de distintos grupos sociales y que se puedan consultar los registros del tiempo dedicado a esas tareas.

Actividades de voluntariado en 2011

- Los colaboradores de Cervecería Modelo, tiendas Extra, el corporativo de Grupo Modelo y Cinia de México, uno de los proveedores del Grupo, participaron en la cuarta Jornada de reforestación en el Parque Nacional Iztaccíhuatl-Popocatepetl, con la asistencia de 578 voluntarios.
- Cebadas y Maltas realizó nuevamente el "Plan de verano", en el cual los hijos de los colaboradores aprenden el arte de la reforestación dentro de las instalaciones de la empresa.
- Las Cervezas Modelo del Estado de México realizó una jornada de reforestación, en el municipio de Lerma, Estado de México, con más de 26,600 árboles plantados, mientras que la Distribuidora de Cervezas Modelo en el Norte, inició una campaña de reforestación plantando más de 600 árboles en su primera edición.
- Cervezas Modelo del Occidente regaló 500 árboles a los colaboradores como parte de la iniciativa "Planta un arbolito con tu familia", fomentando así la responsabilidad social y la integración familiar.
- Cervezas Modelo en el Sureste y sus colaboradores se sumaron a los trabajos de conmemoración del "Día internacional de la limpieza de playas". Con el apoyo de los colaboradores y estudiantes de distintas universidades locales, se lograron limpiar los desechos en más de 12 kilómetros de costa: entre bolsas de plástico, botellas de vidrio y PET como los desechos más comunes.
- Cervezas Modelo en Hidalgo arrancó la iniciativa "Lazos Modelo", cuya finalidad es generar una cultura ecológica a través del reciclaje. Los fondos recaudados por la venta de los desechos de PET, papel y latas, se canalizaron para ayudar a los hijos de los colaboradores con capacidades diferentes.
- Las Cervezas Modelo en Baja California participaron en el programa "Salvemos la playa", convocado por instituciones ambientalistas y con la participación de más de 5,000 voluntarios para limpiar las playas de Tijuana, Rosarito y Ensenada, recolectando cerca de 33 toneladas de desechos.
- Tiendas Extra y el corporativo de Grupo Modelo realizaron la segunda "Jornada de apoyo a la educación" con la entrega de mochilas y útiles escolares a niños de escuelas rurales del Estado de México, donde los voluntarios participaron en una tarde de recreación con los niños.
- Cervecería Modelo y el corporativo, realizaron la visita al festival navideño en la comunidad indígena "El May", ubicada en el municipio de Tlanlajas, San Luis Potosí con la finalidad de que los voluntarios participantes llevaran alegría y regalos en épocas navideñas a los niños de esta comunidad indígena marginada.
- Colaboradores del corporativo y tiendas Extra realizaron por cuarto año consecutivo el programa "Esferas Modelo". El donativo se destinó a programas de prevención a la violencia, salud y nutrición y a la compra de útiles escolares para los niños del Centro comunitario infantil Ollín Tonatiuh.
- Como cada año, los colaboradores de Cervecería del Pacífico participaron en la recolección y entrega de aguinaldos a los niños de las instituciones: Una luz hacia el mundo para ciegos y débiles visuales y La misión.
- Los colaboradores de Compañía Cervecería de Zacatecas y FLEZA entregaron donativos en especie al asilo de ancianos La divina providencia.

Desastres naturales

Los fenómenos naturales representan un riesgo para las poblaciones asentadas en zonas expuestas a este tipo de eventos. También para las empresas representan un riesgo ya que pueden sufrir afectaciones en su patrimonio (activos), en sus potenciales consumidores y en la infraestructura del entorno en que operan.

Las crecientes afectaciones surgidas por fenómenos naturales, hacen evidente la importancia de promover una cultura de prevención de riesgos y contar con una adecuada estrategia en coberturas de seguros. Es por ello que Grupo Modelo, a través de su área de Administración de Riesgos, diseña y mantiene un programa integral de coberturas de seguros apropiadas para sus plantas, agencias y otros activos, con el fin de hacer frente a los riesgos financieros y operativos que pudieran surgir como consecuencia de la ocurrencia de desastres naturales.

Adicionalmente, Grupo Modelo cuenta con un procedimiento para la gestión de apoyo a las comunidades afectadas por desastres naturales, con la finalidad de atender las necesidades de las poblaciones afectadas por este tipo de eventos en las diferentes fases de un desastre natural.

Promoción del deporte

Procurar el bienestar de un país implica muchas cosas, entre ellas la promoción de actividades sanas y de convivencia, como lo es el deporte. Debido a ello, se realizan varias acciones para su promoción y difusión en un esquema ganar-ganar, donde por un lado, a través de los apoyos y patrocinios a eventos y equipos deportivos que realizan las marcas de Grupo Modelo, se logra hacer viable económicamente la práctica profesional de los deportes, y se posicionan las marcas de la empresa ante sus consumidores; lo anterior, siempre respetando los valores y principios institucionales.



Grupo Modelo a través de Maratón Pacífico, A.C. y los esquemas de patrocinio de sus marcas, organiza y promueve eventos deportivos, con el apoyo de otros patrocinadores. Uno de los más importantes del mundo es el "Gran Maratón Pacífico". Asimismo, participa en la coordinación de otras acciones como son: la primera "Carrera Corona" en Querétaro, la "Carrera de la alegría", la carrera "10K Victoria", donde el Grupo promueve la participación de corredores que apoyan distintas causas sociales.

Eventos y patrocinios relevantes

A través de patrocinios a la Asociación de Tenistas Profesionales (ATP), "Triatlón Pacífico", "10K Victoria" y "Maratón Querétaro", Grupo Modelo pretende orientar a sus consumidores a realizar deporte y tener un estilo de vida sano en compañía de la familia.

La plataforma "Quien pinta para la Corona", está diseñada también para que en el marco de la convivencia familiar, se facilite el descubrimiento y apoyo de nuevos valores deportivos que puedan tener éxito futuro.



Iniciativas a favor de la sociedad

Grupo Modelo impulsa el desarrollo de las comunidades marginadas cercanas a sus empresas, con el fin de incrementar el bienestar social y su calidad de vida.

Las diferentes acciones que realizan las empresas del Grupo, se enfocan en la promoción del acceso a bienes y servicios, mecanismos de organización comunitaria, programas asistenciales, generación y desarrollo de capacidades, proyectos productivos y la sensibilización y cuidado ambiental, responsabilidad que asume Grupo Modelo como parte de su estrategia de sustentabilidad.

El "Modelo social" de Fundación Grupo Modelo

A través de esta línea de acción de la Fundación Grupo Modelo, se impulsa el desarrollo de comunidades marginadas con el fin de incrementar el bienestar social, promover el acceso a bienes y servicios a través de la promoción de mecanismos de organización comunitaria y la generación de capacidades para la vida.

Además de esto, se brinda atención a grupos vulnerables de la sociedad que necesitan ser atendidos de una forma permanente como es el caso de niños y ancianos, desarrollando proyectos dedicados a atender las necesidades básicas de estos grupos en altas condiciones de vulnerabilidad.

El modelo tiene tres componentes:

- Desarrollo de base en comunidades rurales indígenas en condiciones de pobreza extrema.
- Desarrollo de capacidades.
- Atención a grupos vulnerables (niños y ancianos).



www.fundaciongrupomodelo.com

Programa de "Redondeo de tiendas Extra"

Gracias al apoyo y compromiso de los clientes de tiendas Extra, en 2011 recaudó en su programa de redondeo la cantidad de 1,323,447.92 pesos, los cuales beneficiaron a la institución de Adopta una Escuela, A.C. para el programa de mejoramiento de infraestructura con pintura e impermeabilización en escuelas públicas cercanas a las tiendas.

- Se beneficiaron 51 escuelas con más de 17,124 alumnos en los estados de Tabasco, Zacatecas, Sonora, Durango, Distrito Federal, Chihuahua, Coahuila, Chiapas, Baja California y Guanajuato.

Iniciativas globales

Grupo Modelo a través de sus oficinas de representación ubicadas en España, Japón, Estados Unidos y Canadá realizan diversos programas e iniciativas como son:

España

- Con el fin de impulsar proyectos conjuntos entre empresas españolas y mexicanas en materia de RSE y sumar esfuerzos, recursos y acciones entre los dos gobiernos, la Embajada de México, la Secretaría General Iberoamericana y Grupo Modelo a través de sus oficinas de representación en España, organizaron el Foro de Responsabilidad Social Empresarial España – México (FORESME), que se celebró en septiembre del 2011, en el auditorio de Casa de América, con el apoyo de la Fundación Carolina, la Fundación Euroamérica y Aeroméxico. El intercambio de experiencias y diálogo permitió abordar la RSE como estrategia de innovación y cohesión social en los procesos de internacionalización de las empresas españolas, de acuerdo con los Objetivos del Milenio y la cooperación entre México y España.

Japón

- *Tip of Simile*, Co-promoción con propietarios de comercios mediante la donación de 100 yenes (1 dólar) en la compra de una botella de Corona para las zonas afectadas por el Tsunami.

Estados Unidos

- *Crown Imports*, se asoció con el Hospital de Oncología de la Universidad de Carolina del Norte, así como con sus distribuidores para beneficiar a pacientes y familias mediante el programa "Corona cares", recaudando cerca de 120,000 dólares. Asimismo, continuó con el programa en Chicago recaudando cerca de 24,000 dólares a través de distribuidores y minoristas ese año. Desde el inicio del programa se han recaudado 125,000 dólares para el *Children's Memorial Hospital*.

- Durante el mes de marzo, *Crown Imports* llevó a cabo su campaña “*Find A Cure*” coincidiendo con el Torneo 2011 de Basquetbol de la NCAA. Más de 4,000 minoristas participaron en este programa llevado a cabo por primera ocasión, entregando una combinación de recaudación e inversión de fondos por más de 500,000 dólares para la investigación del cáncer.
- Una vez más, *Crown Imports* patrocinó el “*The Jimmy V Classic*” en Madison Square Garden en la ciudad de Nueva York. Corona se presentó como el patrocinador oficial de este 17° evento anual de basquetbol, donando 110,000 dólares para *The V Foundation*.
- El 22 de mayo, la Ciudad de Joplin, Missouri fue golpeada por un tornado categoría EF-5, por lo cual *Crown Imports* proporcionó apoyo económico a las familias de su distribuidor en esta ciudad.
- Colaboradores de *Crown Imports*, apoyaron para recaudar 16,555 toneladas de alimentos y un total de 13,244 comidas individuales para el *Capitol Area Food Bank* – Austin, Texas.
- *Crown Imports* se asoció con la organización *Care and Share*, un banco de alimentos que ayuda a los necesitados de múltiples condados en el sur del estado de Colorado. El grupo de voluntarios preparó cajas de alimentos para los desamparados.
- Se realizó la iniciativa de escalar los 103 pisos de la *Willis Tower Stair Climb* en el Chicago’s Skyrise 2011, patrocinado por Corona Light en apoyo al Instituto de Rehabilitación de Chicago.
- Sensibilización y financiamiento para apoyar al *The Rehabilitation Institute of Chicago*, considerado el hospital de rehabilitación número uno en los Estados Unidos por el *U.S. News and World Report* desde 1991.
- *Chicago Cares* proporcionó a los empleados de *Crown Imports* Chicago la oportunidad de participar en un proyecto de servicio, restaurando una escuela hispana de la comunidad, denominada *Pilsen Community Academy*.
- Beca *Crown Imports* y Corona Extra desde el 2000, anualmente becan a un estudiante de buen desempeño académico en la Escuela de Medicina de la Universidad de Illinois en Chicago.
- Programa de “Estudio y trabajo corporativo” con la escuelas preparatorias Cristo Rey y *Christ the King*. A través de este programa *Crown Imports* proporciona a los estudiantes los medios para financiar su educación permitiéndoles ganar el 65% del costo de su educación trabajando cinco días completos cada mes en puestos de nivel básico en compañías del centro de Chicago.
- *Crown Imports* distribuyó 2,500 tarjetas de transporte público para un pasaje de ida en las ciudades de Chicago y Washington D.C. Este programa de regreso seguro está dirigido a promover un consumo responsable de los productos.
- Cerca de 200 empleados de *Crown Imports* ayudaron en la limpieza de una playa en *Huntington Beach*, en California y recogieron más de 2,500 libras de basura en apoyo a la Fundación para la Fibrosis Quística.
- *Crown Imports* promovió en la ciudad de Chicago el mensaje ¡No servimos a adolescentes!, *We Don’t Serve Teens*, mediante anuncios de servicio público de Corona Extra y Modelo Especial en estaciones de radio hispanas y reclutó el apoyo de funcionarios electos locales, estatales y federales.

Adicionalmente a las acciones realizadas por las oficinas de representación, los distribuidores e importadores designados por Grupo Modelo realizan distintas actividades que van acorde con los valores de Grupo Modelo. A manera de ejemplo se mencionan las siguientes:

Corea

- *Oriental Breweries* (OB), realiza acciones de consumo responsable, plantación de árboles e implementación de equipos eco-amigables.

Nueva Zelanda

- Apoyo para jóvenes en situación de riesgo a través de la *Foundation for Youth Development*; acciones de protección y preservación del entorno natural; recolección y reciclaje de residuos; programas de consumo responsable, entre otros.

India

- *Brindco Limited* continuó realizando donaciones al orfanato *Arshray Bhawan*, que proporciona refugio y educación a niños marginados para prepararlos para una vida útil.

Singapur

- Carlsberg Singapur ha llevado a cabo importantes esfuerzos en la difusión de las consecuencias de conducir bajo los efectos del alcohol, a través de una campaña en radio y ha adoptado el compromiso de limpiar el Everest, en conjunto con la Cervecería Gorkha, en Nepal.

Responsabilidad sobre productos

La calidad de los productos, su imagen, disponibilidad, manejo y el servicio que se ofrece a los clientes y consumidores, son fundamentales para mantener su preferencia y conquistar nuevos paladares.

Por esta razón, Grupo Modelo establece y reafirma que la calidad es compromiso de todos, indistintamente del área en la que colaboren, bajo el principio "Productos de calidad con gente de calidad".

La organización establece especificaciones para la adquisición de la materia prima, de los materiales y equipos involucrados directamente con el producto, para el control y desarrollo de los procesos, tales como el suministro de agua, la operación de malterías y cervecerías.

Los productos cumplen consistentemente con la calidad definida y bajo una perspectiva de respeto al medio ambiente y de seguridad para sus colaboradores evitando así la existencia de incidentes y multas derivados del incumplimiento de la regulación legal relativos a los impactos de los productos en la salud y seguridad durante su ciclo de vida, relacionados con el suministro y uso de productos y aquéllos referentes a prácticas monopólicas y contra la libre competencia.

De igual manera, el Grupo participa en la definición de las configuraciones de carga, de embalaje y de los procesos asociados al resguardo e integridad de los productos.

Publicidad responsable

Grupo Modelo se apega al cumplimiento de todas las normativas aplicables de los países donde tiene operaciones en todas sus actividades. Asimismo, es miembro de la Asociación A Favor de lo Mejor, A.C. y sigue sus recomendaciones con respecto a la comunicación y publicidad.

Las estrategias de publicidad y comunicación realizadas por el Grupo, parten siempre del respeto a los valores institucionales, de los lineamientos de la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios (COFEPRIS) y las diferentes disposiciones legales aplicables a sus productos y publicidad y se someten a la aplicación de estrictos mecanismos de autocontrol, pasando por continuas investigaciones de mercado que orienten a una mejor oferta.

Grupo Modelo no ha recibido sanciones significativas por incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing ni ha sido acreedor de multas o sanciones derivadas del incumplimiento de leyes y regulaciones de la materia.

Algunos de los principales lineamientos y guías de la publicidad de Grupo Modelo son:

- Evitar presencia en programas vinculados a conductas amorales o destructivas.
- Salvaguardar el respeto y los valores sociales.
- No favorecer ni antagonizar a partidos, candidatos e ideologías políticas.
- Respetar las diferentes creencias religiosas.
- Fomentar una conciencia donde el crear, mantener y acrecentar la integración familiar sea trascendental.

El Grupo se distingue por implementar medidas acordes con la publicidad responsable y la difusión de mensajes benéficos para sus consumidores, entre las que se encuentran:

- No anunciarse en programas donde predominen menores de edad como audiencia.
- Evitar programación que atente contra valores familiares y promuevan violencia en su contenido, de acuerdo con lo que marca la Asociación A Favor de lo Mejor, de la que Grupo Modelo forma parte activa.
- No encontrarse presentes en salas de cine cuando la clasificación de la película sea "A".
- Promover el aprecio y el cuidado de nuestras bellezas naturales y la promoción de limpieza de playas.

Etiquetado y nuevos productos y/o servicios

Grupo Modelo cuenta con el Comité de Nuevos Productos que analiza todos los productos antes de su lanzamiento para asegurar que cumplan con la normatividad aplicable. En cuanto al etiquetado de los productos, se cumple con los ordenamientos en materia de identificación adecuada del producto sobre características, sabores y tipos.

Grupo Modelo no ha sido acreedor a sanciones o multas significativas derivadas de incumplimiento a las normas aplicables en materia de etiquetado o de suministro y uso de productos y servicios de la organización.



09 Consumo responsable

"Consumidor Modelo"
"Conductor Modelo"
"Establecimiento Modelo"
"Padres Modelo"

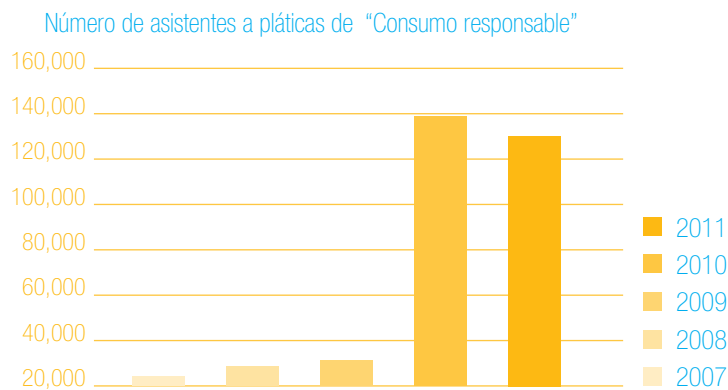


Consumo responsable

El programa de "Consumo responsable" se ha dedicado a difundir mensajes que promueven un estilo de vida saludable y el consumo moderado y responsable de las bebidas alcohólicas en personas mayores de edad. Cuenta con cuatro programas: "Consumidor Modelo", "Conductor Modelo", "Establecimiento Modelo" y "Padres Modelo".

Durante 2011, se realizaron diversas acciones en todo el país, logrando impactar a distintas audiencias con mensajes de consumo responsable a través de pláticas, distribución de materiales informativos, campañas en espectaculares, promociones en cruces peatonales, concursos a través de las redes sociales, distribución de materiales en casetas de peaje en carreteras, entre otras acciones.

Dentro de las actividades, las pláticas que se imparten para niños de primaria, secundaria, preparatoria, universitarios, para padres de familia y personas que trabajan en establecimientos donde se vende alcohol, son de gran importancia, ya que Grupo Modelo tiene la oportunidad de proporcionarles toda la información que necesitan para tomar una buena decisión y resolver sus dudas.



En 2011, se realizó el primer concurso de cartel a través de la página de Facebook de Grupo Modelo, para que los jóvenes hablaran entre ellos del consumo responsable de alcohol, con más de 13,000 seguidores y 110 carteles inscritos y a través del cual se logró una comunicación más directa con ellos.

Con el fin de combatir frontalmente la venta de alcohol a menores, la Asociación Convivencia sin Violencia, A.C., convocó a la firma de un Pacto Nacional para la cero tolerancia en cuanto a la venta y facilitación de alcohol a menores. El objetivo del pacto es reducir el consumo en los menores de edad, por medio de la aplicación correcta de la ley, así como evitar los accidentes que esto ocasiona. La presidente del DIF, autoridades del Gobierno del Distrito Federal, la Comisión de Derechos Humanos del Distrito Federal, la Asociación Nacional de Padres de Familia, cámaras empresariales, así como empresas productoras y distribuidoras de alcohol, firmaron este pacto, siendo Grupo Modelo una de las principales.

Para apoyar este pacto, el Grupo ha continuado con la difusión del Curso "Establecimiento Modelo", así como con la implementación de un canal de comunicación para los colaboradores de la empresa para que puedan denunciar con las autoridades correspondientes si saben de algún establecimiento que venda alcohol a menores.

En algunas ciudades del país, se ha replicado el mensaje de un consumo responsable, utilizando nuestras unidades de reparto y de transporte de personal.

En asociación con algunos estadios, Grupo Modelo se ha unido para regular los horarios de inicio y fin para servir el producto al consumidor en la tribuna. De esta forma, el Grupo contribuye a mantener y promover la seguridad de los asistentes.

En espectáculos deportivos en los que se vende cerveza, en algunos casos se evita el manejo de botellas o botes que pudieran lastimar a los asistentes, despachando la cerveza con una mochila diseñada para este fin.

En los eventos musicales que se llevan a cabo, el Grupo, difunde de manera periódica mensajes en pantallas a consumidores dirigidos a lograr conciencia en los asistentes para un consumo moderado.



“Consumidor Modelo”

Asistencia de
45,854 alumnos



Grupo Modelo continúa trabajando con Fundación Nemi, A.C., con quien desarrolla una plática dirigida a niños de secundaria de escuelas públicas, para alertarlos sobre los efectos negativos que tiene el alcohol cuando se consume por menores de edad. En 2011 se impartieron 350 pláticas con una asistencia de 45,854 alumnos en diversos estados del país.

Al promover el consumo responsable de alcohol, se vuelve indispensable que todos los colaboradores conozcan los programas y se vuelvan voceros de los mismos al consumir alcohol de manera moderada frente a su familia y amigos. Es por eso que este año se lanzó una campaña interna: “Soy consumidor Modelo”, para que los colaboradores actúen de acuerdo con los valores dentro y fuera de la organización.

En conjunto con la Asociación Convivencia sin Violencia, A.C., se mantiene una campaña para promover el consumo responsable de alcohol. En 2011 se dio continuidad a la campaña “Reviéntate pero no en pedazos”, en distintos establecimientos y bares de la ciudad de México, la cual invita a los jóvenes a divertirse de forma sana y sin excesos.

Como parte de las acciones de difusión en medios electrónicos, con el fin de crear conciencia, se mantiene la página de niños y adultos en constante actualización, con temas recientes, novedosos y artículos de interés que lleve a una buena toma de decisiones y a conocer las consecuencias de consumir alcohol cuando se es menor de edad. También se actualizan las redes sociales, para generar mayor interés sobre estos temas y estar en constante comunicación con los jóvenes.

“Conductor Modelo”

Grupo Modelo ha trabajado estrechamente con la Secretaría de Seguridad Pública del Distrito Federal, promoviendo el programa “Conductor Modelo”, que ha contribuido a reducir en más de un 30% los accidentes automovilísticos relacionados con el consumo excesivo de alcohol en la capital de la república mexicana. El mensaje es promovido a través de dos programas: “Conduce sin alcohol” y el “Alcoholímetro informativo”. En este último, se proporciona información sobre el alcohol y los efectos que éste tiene dentro del cuerpo, al mismo tiempo que enseña cómo se mide el nivel de alcohol en la sangre.



“Establecimiento Modelo”

En conjunto con la Secretaría de Turismo, Secretaría de Seguridad Pública, la Confederación Revolucionaria de Obreros y Campesinos (CROC) y la Asociación Convivencia sin Violencia A.C., Grupo Modelo ha continuado con la difusión del programa “Establecimiento Modelo” a través del curso para meseros, cantineros y gerentes que trabajan en establecimientos que venden bebidas alcohólicas, impartiendo pláticas sobre las consecuencias de vender alcohol a menores y los efectos de consumir alcohol en exceso, entre otros temas.

Con tiendas Extra, se implementó una campaña nacional en todas las tiendas, cuyo lema es “No vendemos alcohol a menores”.

“ID check” es una iniciativa que se implementó en diversos eventos para la revisión de identificación a todos los jóvenes para demostrar su mayoría de edad. En caso de serlo, se les coloca un sello para distinguirlos y permitirles consumir alcohol en caso de desearlo.



“Padres Modelo”

Este programa proporciona información oportuna a los padres de familia sobre las consecuencias físicas que tiene un menor de edad al consumir alcohol y cómo poder hablar con ellos respecto a este tema.

Las pláticas se imparten gracias al apoyo de escuelas y asociaciones de padres de familia, quienes buscan contar con herramientas para educar mejor a sus hijos. Debido a ello se diseñó un e-Learning para poder difundir la información y se distribuyeron, en conjunto con la Cámara Nacional de la Cerveza y la Malta, historietas desarrolladas sobre el tema “Cómo hablar con sus hijos sobre el consumo de alcohol”.



www.consumoresponsable.com.mx



10 GRI

Acerca de nuestro Informe
Índice GRI

Acerca de nuestro Informe

Grupo Modelo está comprometido con los principios de responsabilidad social, transparencia y rendición de cuentas, mejora continua y, con el desarrollo sustentable, por lo que ha decidido reportar año con año su desempeño en los ámbitos económico, social y ambiental. El periodo que cubre este informe, es el correspondiente a enero-diciembre de 2011.

En 2006, fue presentado el primer Informe de Responsabilidad Social de Grupo Modelo. Para los años subsecuentes los informes se elaboraron de acuerdo con la metodología establecida en la Guía G3 del Global Reporting Initiative (GRI) hasta la versión 2010 y en la Guía G3.1 del GRI, a partir de la versión 2011. El GRI es la organización que establece los principios e indicadores para que las organizaciones midan y reporten su desempeño y promueve la relevancia, comparabilidad y calidad de la información presentada.

Para facilitar la comparación y apreciar el desarrollo de la estrategia económica, social y ambiental, el informe contiene datos cualitativos y cuantitativos, y en algunos casos, datos de años anteriores para expresar la evolución y desarrollo de la misma, así como las tendencias de ciertos indicadores.

El informe cubre las actividades de las empresas donde Grupo Modelo tiene el 50% o más de las acciones con derecho a voto, además de que muestra los cambios significativos en el tamaño, estructura y propiedad de la empresa.

El alcance y cobertura de la información en algunas secciones, puede variar en relación con los criterios antes indicados, según se especifica en cada caso. Las cantidades reportadas en este informe se expresan en pesos mexicanos, en el caso de inversiones realizadas por las oficinas de representación o empresas extranjeras se mencionan en dólares.

El Informe de sustentabilidad 2011 de Grupo Modelo cuenta con el nivel de aplicación B GRI Check, prescindiendo de verificación externa.

Para mayor información y para contar con su retroalimentación sobre nuestro reporte, favor de escribir a: responsabilidad.social@gmodelo.com.mx

Índice GRI

		Nivel de Reporte	Página
Estrategia y análisis			
1.1	Declaración del máximo responsable, estrategia.	Sí. Completo	8
1.2	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	Sí. Completo	8
Perfil de la organización			
2.1	Nombre de la organización.	Sí. Completo	2a. forros
2.2	Principales marcas, productos y/o servicios.	Sí. Completo	2a. forros
2.3	Estructura operativa de la organización.	Sí. Completo	10
2.4	Localización de la sede principal de la organización.	Sí. Completo	2a. forros
2.5	Número de países en los que opera y nombre en los que desarrolla actividades significativas.	Sí. Completo	2a. forros, 10
2.6	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	Sí. Completo	2a. forros
2.7	Mercados servidos (desglose geográfico, sectores abastecidos y tipología de clientes).	Sí. Completo	10
2.8	Dimensiones de la organización (Empleados, ventas netas, capitalización total, etc.).	Sí. Parcial	2a. forros
2.9	Cambios significativos, estructura y propiedad de la organización.	Sí. Completo	2a. forros, 10, 16
2.10	Premios y distinciones.	Sí. Completo	14
Parámetros de la memoria			
Perfil de la memoria			
3.1	Periodo que cubre la memoria.	Sí. Completo	74
3.2	Fecha de la memoria anterior más reciente.	Sí. Completo	74
3.3	Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.).	Sí. Completo	74
3.4	Punto de contacto.	Sí. Completo	3a. forros
Alcance y cobertura de la memoria			
3.5	Proceso de definición del contenido de la memoria (determinación de la materialidad, prioridad de los aspectos, identificación de los grupos de interés).	Sí. Completo	12
3.6	Cobertura de la memoria.	Sí. Completo	2a. forros, 10, 74
3.7	Limitaciones del alcance o cobertura de la memoria.	Sí. Completo	74
3.8	Base para incluir información en el caso de negocios conjuntos, filiales, instalaciones arrendadas, actividades subcontratadas y otras entidades que puedan afectar negativamente a la comparabilidad entre periodos y/o entre organizaciones.	Sí. Completo	74
3.9	Técnicas de medición de datos, bases de cálculo, hipótesis y estimaciones aplicadas en la recopilación de indicadores y demás información de la memoria. Motivos para no aplicar los Protocolos de Indicadores GRI, o las discrepancias con respecto a los mismos.	Sí. Completo	26, 74
3.10	Descripción del efecto que pueda tener la re-expresión de información perteneciente a memorias anteriores.	Sí. Completo	74
3.11	Cambios significativos en el alcance, la cobertura o los métodos de cálculo.	Sí. Completo	74
Índice de contenido del GRI			
3.12	Tabla que indica la localización de los contenidos básicos de la memoria.	Sí. Completo	74
Verificación			
3.13	Política y práctica actual en relación con la solicitud de verificación externa de la memoria.	Sí. Completo	74
Gobierno, compromisos y participación de los grupos de interés			
Gobierno			
4.1	Estructura de gobierno de la organización.	Sí. Completo	16
4.2	Indicar si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo.	Sí. Completo	16
4.3	En aquellas organizaciones que tengan estructura directiva unitaria se indicará el número de miembros del máximo gobierno que sean independientes o no ejecutivos.	Sí. Completo	16
4.4	Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.	Sí. Completo	12, 16
4.5	Vínculo entre la retribución de los miembros del máximo órgano y el desempeño de la organización.	Sí. Completo	16
4.6	Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.	Sí. Completo	16

		Nivel de Reporte	Página
4.7	Procedimiento para determinar la capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano de gobierno, para poder guiar la estrategia de la organización en los aspectos sociales, ambientales y económicos.	Sí. Completo	16
4.8	Declaración de misión y valores desarrollada internamente, códigos de conducta y principios relevantes para el desempeño económico, ambiental y social, y el estado de su implementación.	Sí. Completo	10, 18
4.9	Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión, por parte de la organización, del desempeño económico, social y ambiental, así como la adherencia o cumplimiento de los estándares acordados a nivel internacional, códigos de conducta y principios.	Sí. Completo	16
4.10	Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial el desarrollo económico, ambiental y social.	Sí. Completo	16
Compromisos con iniciativas externas			
4.11	Descripción de cómo la organización ha adoptado un principio de precaución.	Sí. Completo	28, 64
4.12	Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe.	Sí. Completo	44, 58, 62, 64, 66, 68
4.13	Principales asociaciones a las que pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o antes nacionales e internacionales a las que la organización apoya y esté presente en los órganos de gobierno; participe en proyectos o comités; proporcione una financiación importante que exceda las obligaciones de los socios o tenga consideraciones estratégicas.	Sí. Completo	14
Participación de los grupos de interés			
4.14	Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.	Sí. Completo	12
4.15	Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.	Sí. Completo	12
4.16	Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés, incluidas la frecuencia de su participación por tipos y categoría de grupos de interés.	Sí. Completo	12
4.17	Principales preocupaciones y aspectos de interés que hayan surgido a través de la participación de los grupos de interés y la forma en la que ha respondido la organización a los mismos en la elaboración de la memoria.	Sí. Completo	12
Indicadores del desempeño económico			
Aspecto: Desempeño económico			
EC1	Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costos de explotación, retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos.	Sí. Parcial	22
EC2	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	Sí. Parcial	42
EC3	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	Sí. Parcial	22, 58, 62
EC4	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.	ND	
Aspecto: Presencia en el mercado			
EC5	Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	ND	
EC6	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	Sí. Parcial	24
EC7	Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de las comunidades donde se desarrollan operaciones significativas.	Sí. Parcial	20, 48, 54
Aspecto: Impactos económicos indirectos			
EC8	Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono, o en especie.	Sí. Completo	24, 62, 64, 66
EC9	Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos.	Sí. Completo	24, 58, 60, 62, 64, 66
Indicadores del desempeño ambiental			
Aspecto: Materiales			
EN1	Materiales utilizados por peso o volumen.	ND	
EN2	Porcentaje de los materiales que han sido valorizados.	Sí. Completo	30
Aspecto: Energía			
EN3	Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	Sí. Parcial	36, 38
EN4	Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.	Sí. Parcial	36, 38
EN5	Ahorro de energía debido a la conservación y mejoras en la eficiencia.	Sí. Parcial	36, 38
EN6	Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables y las reducciones en el consumo de energía resultado de las mismas.	Sí. Completo	34, 36, 38
EN7	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas.	Sí. Parcial	38

		Nivel de Reporte	Página
Aspecto: Agua			
EN8	Captación de agua por fuentes.	Sí. Parcial	34
EN9	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	Sí. Completo	34
EN10	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	Sí. Parcial	32, 34
Aspecto: Biodiversidad			
EN11	Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas. Indíquese la localización y el tamaño de terrenos en propiedad, arrendados o que son gestionados de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a áreas protegidas.	Sí. Completo	46
EN12	Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivados de las actividades, productos y servicios en áreas protegidas y en áreas de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a las áreas protegidas.	Sí. Completo	46
EN13	Hábitats protegidos o restaurados.	Sí. Completo	44
EN14	Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.	Sí. Completo	44
EN15	Número de especies en extinción incluidas en la lista Roja de la IUCN y en listados nacionales y cuyos hábitats se encuentran en áreas afectadas por las operaciones de la empresa.	Sí. Completo	46
Aspecto: Emisiones, vertidos y residuos			
EN16	Emisiones totales directas e indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.	Sí. Parcial	38, 40
EN17	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero.	Sí. Parcial	38, 40
EN18	Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.	Sí. Completo	40, 42
EN19	Emisiones de sustancias destructoras de la capa de ozono, en peso.	Sí. Parcial	38, 40
EN20	NOx, SOx y otras emisiones significativas en el aire, por tipo y peso.	Sí. Parcial	38, 40
EN21	Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.	Sí. Parcial	32, 34
EN22	Peso total de los residuos generados según tipo y método de tratamiento.	Sí. Completo	30
EN23	Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	Sí. Completo	32
EN24	Peso total de residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos según la clasificación del Convenio de Basilea, anexos I, II y III.	Sí. Completo	30
EN25	Identificación, tamaño, estado de protección y valor de la biodiversidad de recursos hídricos y hábitats relacionados, afectados significativamente por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización informante.	Sí. Completo	34
Aspecto: Productos y servicios			
EN26	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios y grado de reducción de ese impacto.	Sí. Completo	68
EN27	Porcentaje de productos vendidos y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos.	Sí. Completo	30
Aspecto: Cumplimiento normativo			
EN28	Costo de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	Sí. Parcial	28
Aspecto: Transporte			
EN29	Impactos ambientales significativos del transporte de producto y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal.	Sí. Completo	40, 42
Aspecto: General			
EN30	Desglose por tipo total de gastos e inversiones ambientales.	Sí. Completo	32
Indicadores del desempeño de prácticas laborales y ética del trabajo			
Aspecto: Empleo			
LA1	Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región.	Sí. Parcial	48
LA2	Número total de empleados y rotación media, desglosados por grupo de edad, sexo y región.	ND	
LA3	Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por actividad principal.	Sí. Completo	48, 54
LA15	Tasas de reincorporación al trabajo y retenciones después de período maternidad/paternidad, por género.	ND	
Aspecto: Relaciones empresa/trabajadores			
LA4	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	Sí. Completo	48
LA5	Período mínimo de preaviso a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.	ND	

		Nivel de Reporte	Página
Aspecto: Salud y seguridad en el trabajo			
LA6	Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de salud y seguridad en el trabajo.	Sí. Completo	50
LA7	Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región.	Sí. Parcial	52
LA8	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves.	Sí. Completo	50
LA9	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	Sí. Completo	52
Aspecto: Formación y educación			
LA10	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.	Sí. Completo	54
LA11	Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que les apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales.	Sí. Completo	54, 56
LA12	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.	Sí. Completo	56
Aspecto: Diversidad e igualdad de oportunidades			
LA13	Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	Sí. Completo	48
LA14	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	ND	
Indicadores del desempeño de derechos humanos			
Aspecto: Prácticas de inversión y abastecimiento			
HR1	Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	ND	
HR2	Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas como consecuencia.	ND	
HR3	Total de horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluyendo el porcentaje de empleados formados.	Sí. Completo	18
Aspecto: No discriminación			
HR4	Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.	Sí. Completo	18, 54
Aspecto: Libertad de asociación y convenios colectivos			
HR5	Actividades de la compañía en las que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.	Sí. Completo	48
Aspecto: Explotación infantil			
HR6	Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	Sí. Completo	18
Aspecto: Trabajos forzados			
HR7	Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado o no consentido, y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	Sí. Completo	18
Aspecto: Prácticas de seguridad			
HR8	Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o procedimientos de la organización en aspectos de derechos humanos relevantes para las actividades.	ND	
Aspecto: Derechos de los indígenas			
HR9	Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	Sí. Completo	20
HR10	Porcentaje y número total de operaciones que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos y/o valoración de impactos.	ND	
HR11	Número de quejas relacionadas con los derechos humanos archivadas, direccionadas y resueltas a través de mecanismos formales de quejas.	Sí. Completo	18
Indicadores del desempeño de sociedad			
Aspecto: Comunidad			
SO1	Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades, incluyendo entrada, operación y salida de la empresa.	Sí. Completo	62, 64, 66
SO9	Operaciones con impactos negativos potenciales o reales en comunidades locales.	ND	
SO10	Medidas de prevención y mitigación implementadas en operaciones con impactos negativos potenciales o reales en comunidades locales.	ND	

		Nivel de Reporte	Página
Aspecto: Corrupción			
S02	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	ND	
S03	Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anti-corrupción de la organización.	Sí. Completo	20
S04	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.	Sí. Completo	20
Aspecto: Política pública			
S05	Posición en las políticas públicas y participación en su desarrollo, así como en actividades de "lobbying"	Sí. Completo	20
S06	Valor total, por países, de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas.	ND	
Aspecto: Comportamiento de competencia desleal			
S07	Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados.	Sí. Completo	68
Aspecto: Cumplimiento normativo			
S08	Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.	Sí. Completo	68
Indicadores del desempeño de la responsabilidad sobre productos			
Aspecto: Salud y seguridad del cliente			
PR1	Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación.	Sí. Completo	28, 30, 44, 70
PR2	Número total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	Sí. Completo	68
Aspecto: Etiquetado de productos y servicios			
PR3	Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos.	Sí. Parcial	68
PR4	Número total de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	Sí. Completo	68
PR5	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.	Sí. Parcial	26
Aspecto: Comunicaciones de marketing			
PR6	Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios.	Sí. Parcial	68
PR7	Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	Sí. Completo	68
Aspecto: Privacidad del cliente			
PR8	Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y fuga de datos personales de clientes.	Sí. Completo	26
Aspecto: Cumplimiento normativo			
PR9	Costo de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.	Sí. Completo	68



Declaración de Control del Nivel de Aplicación de GRI

Por la presente GRI declara que **Grupo Modelo, S.A.B. de C.V.** ha presentado su memoria "Informe de sustentabilidad 2011" a los Servicios de GRI quienes han concluido que la memoria cumple con los requisitos del Nivel de Aplicación B.

Los Niveles de Aplicación de GRI expresan la medida en que se ha empleado el contenido de la Guía G3 en la elaboración de la memoria de sostenibilidad presentada. El Control confirma que la memoria ha presentado el conjunto y el número de contenidos que se exigen para dicho Nivel de Aplicación y que en el Índice de Contenidos de GRI figura una representación válida de los contenidos exigidos, de conformidad con lo que describe la Guía G3 de GRI.

Los Niveles de Aplicación no manifiestan opinión alguna sobre el desempeño de sostenibilidad de la organización que ha realizado la memoria ni sobre la calidad de su información.

Amsterdam, 04 de abril 2012

Nelmara Arbex
Subdirectora Ejecutiva
Global Reporting Initiative



Global Reporting Initiative (GRI) es una organización que trabaja en red, y que ha promovido el desarrollo del marco para la elaboración de memorias de sostenibilidad más utilizado en el mundo y sigue mejorándola y promoviendo su aplicación a escala mundial. La Guía de GRI estableció los principios e indicadores que pueden emplear las organizaciones para medir y dar razón de su desempeño económico, medioambiental y social. www.globalreporting.org

Descargo de responsabilidad: En los casos en los que la memoria de sostenibilidad en cuestión contenga enlaces externos, incluidos los que remiten a material audiovisual, el presente certificado sólo es aplicable al material presentado a GRI en el momento del Control, en fecha 27 de marzo 2012. GRI excluye explícitamente la aplicación de este certificado a cualquier cambio introducido posteriormente en dicho material.



Índice **IPC**
Sustentable



EMPRESA
SOCIALMENTE
RESPONSABLE

Grupo Modelo, S.A.B. de C.V.

Javier Barros Sierra #555
Col. Zedec Santa Fe
C.P. 01210, México, D.F.
Teléfono: (52-55) 2266-0000

www.gmodelo.com

www.gmodelo.com

