



**Jesús Domingo,**  
subdirector general de RRHH de  
**Mahou San Miguel**

# Fomentamos constantemente la cultura preventiva mediante campañas de formación

**Compañía familiar, de capital 100% español, líder del sector cervecero en nuestro país con una cuota de producción de más del 37%. Cuenta con ocho centros de elaboración de cerveza, siete en España y uno en India, dos manantiales de agua con sus plantas de envasado y un equipo de más de 2.500 profesionales. Nace en 2000, cuando Mahou, empresa centenaria, adquiere San Miguel. En 2004, incorpora la marca canaria Reina y en 2007 Cervezas Alhambra. Además, ha diversificado su negocio con la compra en 2011 de Solán de Cabras.**

## ¿Cuál es la filosofía de trabajo del departamento de Recursos Humanos?

Nuestra política de Recursos Humanos se basa en atraer, desarrollar y retener profesionales con talento y que estén comprometidos con la compañía. Nuestra prioridad es asegurar para ellos las mejores condiciones de trabajo posibles, incluyendo el bienestar físico y la salud.

Todo, para conseguir convertirnos en el mejor lugar para trabajar y ser referentes en prevención de riesgos.

## ¿Cuáles son las principales características de la plantilla de Mahou-San Miguel?

Contamos con 2.532 profesionales, de los cuales 1.102 es personal técnico y 1.430 de producción. En lo referente a la distribución por sexos, lo más destacable es la evolución. Nuestras cifras están mejorando mucho, a pesar de que formamos parte de un sector mayoritariamente masculino y con una baja rotación. De hecho, en los últimos diez años, hemos triplicado el número de mujeres en plantilla en puestos de todo nivel, desde directivos hasta operarios.

Actualmente, la representación femenina en nuestra compañía es de un 15% en el cómputo global. Somos conscientes de que todavía son tímidos porcentajes, pero es una tendencia de mejora continua y un cambio cultural para todos, ya que incluso para determinados puestos, a pesar de anunciarlo expresamente en las convocatorias, no se presenten candidaturas femeninas.

## ¿Qué valores buscan en los profesionales que forman parte de su plantilla?

Buscamos a personas con motivación, optimismo, con ideas innovadoras, que sean constantes y, sobre todo, con ilusión para contribuir con su esfuerzo y trabajo al desarrollo de la compañía.

## ¿Cuál es la estrategia a la hora de nuevas contrataciones? ¿Qué peso tienen las redes sociales en la selección de empleados?

Las redes sociales han pasado a formar parte de la vida cotidiana de las personas, transformando su

modo de comunicarse, de disfrutar del ocio... y, cómo no, se han convertido en una excelente herramienta de reclutamiento para las empresas.

En Mahou San Miguel, somos conscientes de las posibilidades que ofrece la Red para interactuar con nuestros públicos, apostando desde hace años por una manera distinta de hacer las cosas y lide-

## Contamos con la Universidad Corporativa e.studia, donde se combinan distintas metodologías de aprendizaje con formadores externos e internos

rando el discurso en el ámbito *online*. Asumimos este fenómeno como un factor estratégico, no como una moda pasajera. Por ello, no hemos querido limitar nuestra actuación en este campo a una mera inversión tecnológica, sino que trabajamos día a día para promover un verdadero cambio de actitud basado en una comunicación más abierta, colaborativa y transparente.

Los pasos que hemos dado hasta ahora nos van a permitir prepararnos para un futuro en el que las comunicaciones *online* con nuestros colaboradores y profesionales sean un barómetro imprescindible para mantener el contacto con los jóvenes y poder atraer el talento a nuestra empresa.

## ¿Cómo trabajan el desarrollo de carrera de sus empleados? ¿Qué planes tienen en este sentido?

Nuestros trabajadores son nuestro principal valor, por lo que queremos retener su talento, estímulo y compromiso creando el mejor entorno de trabajo. Por ello, contamos con diferentes programas de desarrollo y potencial dentro de la compañía, lo que nos permite programar itinerarios formativos y desarrollar procesos para la sucesión interna.

Trabajar por el desarrollo de nuestras personas nos permite contar cada día con mejores profesionales, al tiempo que supone una importante fuente de motivación. De hecho, en 2012 destinamos

1.230.000 euros a formación entre nuestros profesionales, que se traducen en más 48.700 horas. Además, contamos desde 2009 con la Universidad Corporativa e.studia, un concepto donde se combinan distintas metodologías de aprendizaje con formadores externos e internos.

## ¿Cuál cree que es la imagen de Mahou San Miguel como empleador?

Nuestra imagen se basa en el compromiso total con nuestros profesionales lo que marca la diferencia respecto a otra compañía. Somos una empresa líder en nuestro sector, que piensa en las personas y que en áreas claves como la Formación, Igualdad, Seguridad en el trabajo o Prevención desarrolla una gran actividad. Es una estrategia que cree-

mos está favoreciendo la imagen de Mahou San Miguel como empleador. De hecho, distintos rankings independientes nos sitúan entre las 100 mejores empresas para trabajar en nuestro país.

## ¿Qué canales usan para comunicarse con sus empleados? ¿Qué peso tienen sus trabajadores en la línea estratégica de la compañía?

Intentamos mantener una relación directa, abierta y constante con nuestros profesionales. Contamos con distintos canales *online* y *offline* que nos permiten transmitirles las acciones que se llevan a cabo, pero también conocer directamente sus opiniones, sin intermediarios.

El primero de ellos es el portal *online* e-ntra, una intranet en la que se puede encontrar información actualizada sobre la compañía y sus acciones y contribuir con sus propias opiniones. Además, para que todo el mundo tenga acceso a esta información, hemos habilitado 18 áreas de comunicación.com en nuestros centros de producción para acercar los canales corporativos a los profesionales que no disponen de ordenador en su puesto de trabajo. Asimismo, disponemos de la revista On, una publicación que se distribuye en todos nuestros centros y que goza de gran aceptación. Por supuesto, también realizamos encuentros de los trabajadores con la dirección general, microconfe-

rencias internas y desayunos con los consejeros, para conocer de primera mano todas las opiniones y enriquecernos de las mismas.

**Recientemente, la compañía ha llevado a cabo una revitalización estratégica y visual de su marca corporativa. ¿A qué responde esta nueva imagen?**

Queremos transmitir la realidad de una empresa en expansión, que se ha convertido en una de las mejores embajadoras de nuestro país en el mundo a través de su intensa actividad internacional, y que al mismo tiempo ha emprendido un camino de diversificación para satisfacer las necesidades y gustos de cada vez más consumidores

**Desde 1996, Mahou San Miguel ha conseguido, en el marco de su objetivo CERO ACCIDENTES, una reducción superior al 80% en sus índices de accidentalidad. ¿Qué papel juega la formación en esta cultura de prevención de riesgos?**

Es fundamental, ya que pretendemos fomentar constantemente la cultura preventiva mediante campañas informativas y formación. Éste es uno de los pilares de nuestra Política de Prevención de Riesgos Laborales.

**En esta misma línea, la compañía cuenta con el programa "A tu salud", creado hace más de una década para el beneficio directo de los trabajadores. ¿En qué consiste? ¿Cómo se ha ido adaptando a las nuevas necesidades tras tantos años diseñado?**

Se trata de un programa pionero, diseñado y creado hace más de una década, que tiene como objetivo mejorar la calidad de vida de nuestros profesionales, identificando y evaluando factores de riesgo que puedan afectar a la salud del individuo, no sólo en su entorno de trabajo sino también considerando sus actividades extra laborales.

Las actividades pioneras de este programa, además de ser muy beneficiosas para los empleados al contribuir a mejorar su salud, autoestima, satisfacción personal, conciliación y ahorro económico, son muy rentables para la empresa pues implican una disminución de bajas laborales,

un incremento de la productividad y una mejora de la reputación. Por ello, mantenemos nuestro compromiso con esta estrategia. De hecho, en 2012 hemos aumentado nuestra inversión en este campo en casi un 74% respecto al año anterior.

Todo este esfuerzo nos ha permitido, además, conseguir importantes reconocimientos, como el I Premio Internacional de Recursos Humanos Responsables, que otorgan el Club de Excelencia en Sostenibilidad y la Fundación Adecco; el premio Estrategia Naos, que concede el Ministerio de Sanidad, Política Social e Igualdad; y la certificación en Empresa Saludable otorgada por AENOR, que acredita que la compañía promueve y protege la salud, bienestar y seguridad de su equipo humano, siendo la primera empresa de alimentación y bebidas en conseguir dicho reconocimiento.

**Recientemente, Mahou San Miguel fue premiada con el distintivo "Empresa más Igual". ¿Qué ha significado para la compañía recibir este reconocimiento?**

Recibir este distintivo es una recompensa enorme al trabajo que estamos desarrollando en el campo de la igualdad. Para Mahou San Miguel,

la cabeza del sector, aunque de momento, no puedo avanzarle más detalles.

**Mahou San Miguel ha elaborado un Plan Estratégico de Responsabilidad Social Corporativa 2013-2017, bajo el claim "Un compromiso activo". ¿En torno a qué ejes gira esta estrategia de RSE?**

Nuestra línea de actuación en Responsabilidad Social Corporativa se basa en seis ejes clave, que demuestran nuestro compromiso social y con el entorno. Nuestro objetivo es proteger y hacer sostenibles las fuentes de agua, así como contribuir a frenar el cambio climático; garantizar una comercialización responsable; promover una gestión ética de nuestro negocio; fomentar el consumo responsable, y poner de manifiesto nuestro compromiso con los lugares en los que estamos presentes y con las personas a las que nos dirigimos.

**¿Podría destacar un proyecto de responsabilidad social en el que los empleados tengan un papel decisivo y del que se muestre especialmente orgulloso?**

Uno de nuestros objetivos fundamentales en Responsabilidad Social Corporativa es involucrar a nuestros profesionales en las actividades que

## Uno de nuestros objetivos fundamentales en RSE es involucrar a nuestros profesionales en las actividades que llevamos a cabo

que todos los profesionales tengan las mismas oportunidades significa crecer como organización desde el punto de vista cultural, avanzar con la sociedad y sus nuevas necesidades, mejorar y ser más eficientes y productivos al incorporar equipos de trabajo multidisciplinares con amplia diversidad... Por ello, forma parte de nuestra misión y está presente en todas las áreas y procesos de nuestra compañía.

**Su compañía fue pionera en la firma de un plan de igualdad para sus empleados y en obtener el certificado como Empresa Familiarmente Responsable. ¿Qué retos se marcan, ahora, en esta línea?**

Queremos seguir avanzando en esta vía, con nuevos proyectos que nos permitan mantenernos a

llevamos a cabo y desarrollar nuestra política de voluntariado corporativo. De hecho, ya hemos puesto en marcha distintas herramientas, como un portal *online* de voluntariado, donde aportamos información sobre las distintas iniciativas en las que pueden colaborar.

Entre ellas me gustaría destacar especialmente dos, que demuestran el compromiso de nuestros profesionales: Navidades Compartidas, en la que en 2012 donaron más de 3.000 kilos de alimentos y juguetes para 60 niños de familias desfavorecidas, y Fútbol para Todos, un proyecto de integración sociolaboral para personas con discapacidad intelectual en el que han colaborado más de 160 voluntarios de nuestra compañía ■

[angelazorrilla@equiposytalento.com](mailto:angelazorrilla@equiposytalento.com)

al detalle

### Mahou San Miguel en cifras

- La plantilla de Mahou San Miguel está formada por 2.532 profesionales, de los cuales 1.102 es personal técnico y 1.430 de producción.
- En los últimos diez años, han triplicado el número de mujeres en plantilla en puestos de todo nivel, desde directivos hasta operarios.
- En 2012 se destinaron 1.230.000 euros a formación entre sus profesionales, que se traducen en más 48.700 horas.

