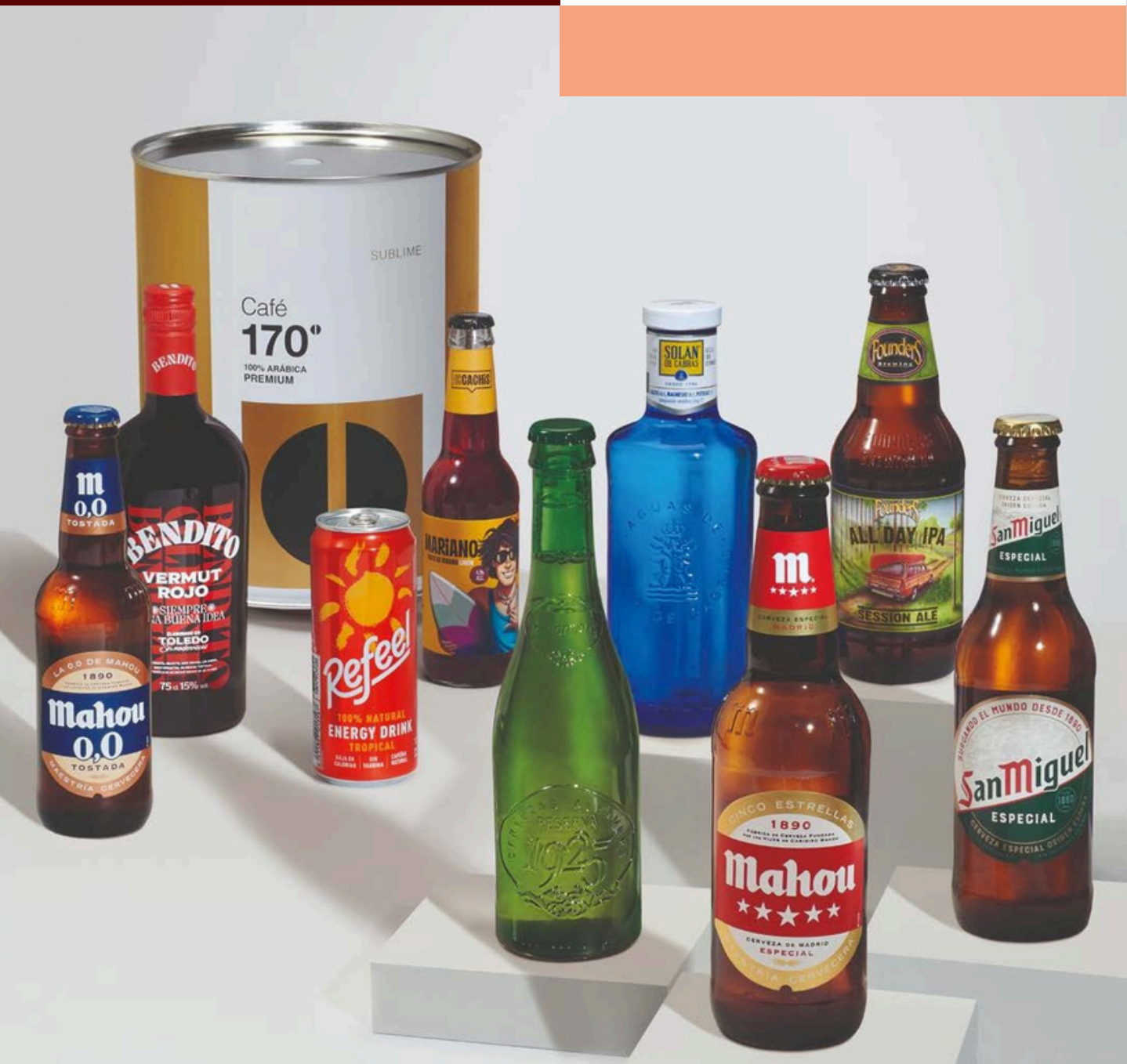
Memoria Anual 2025

MAHOU SANMIGUEL



Memoria Anual 2025

Transformamos el presente para **compartir el futuro**



Índice

Cartas Presidente y Director General 4

01 De un vistazo 8
1.1. 2025encifras 10
1.2. Principales hitos 12
1.3. Reconocimientos 14

02 Somos Mahou San Miguel 16
2.1. Por una vida compartida 18
2.2. Historia 19
2.3. Estructura societaria 20
2.4. Órganos de gobierno 22
2.5. Modelo de negocio y portafolio 24
2.6. Presencia geográfica 28

03 Estrategia y evolución 30
3.1. Contexto 2025: retos y oportunidades 32
3.2. Plan estratégico: Mejorar, Crecer, Hacer Crecer y Generar Valor 34
3.3. Estrategia de Sostenibilidad: Compartimos Futuro 35
3.4. Análisis de riesgos 36
3.5. Alianzas estratégicas 41

04 Innovación y transformación 42
4.1. Estrategia de innovación 44
4.2. Lanzamiento de nuevos productos 45
4.3. Diversificación: más allá de la cerveza 47
4.4. Transformación de la Hostelería 49
4.5. Innovación abierta e IA 50

05 Conexión local y huella industrial 52
5.1. Contribución socioeconómica 54
5.2. Marcas que conectan 58

06 Medio ambiente 64
6.1. Cambio climático 66
6.2. Economía circular 73
6.3. Biodiversidad 76

07 Personas 78
7.1. Nuestro equipo 80
7.2. Clientes y distribuidores 89
7.3. Proveedores locales 91
7.4. Consumidores 94
7.5. Fundación Mahou San Miguel 97

08 Gobernanza
8.1. Cultura corporativa 100
8.2. Políticas de conducta 102
empresarial 104

09 Anexos 106
9.1. Análisis de materialidad 107
9.2. Criterios de *reporting* 108

Legado y futuro que se comparten

"Somos una compañía con alma, arraigada en una tradición de más de 135 años, pero siempre en evolución."

José Antonio Mahou Herráiz,

Presidente

Quizá parezca difícil resumir en una sola frase toda una historia, pero la de Mahou San Miguel podría definirse así: ***somos un sueño cumplido.*** **Y, al mismo tiempo, muchos sueños por cumplir.**

Somos el sueño hecho realidad de un emprendedor alsaciano, Casimiro Mahou, que vio la luz de la mano de su viuda y sus hijos, quienes, tras décadas de esfuerzo y dedicación, pusieron en marcha nuestra primera fábrica de cerveza en el Madrid de 1890. Un sueño que ha perdurado gracias a nuestra capacidad para hacer crecer ese legado y transmitirlo de gene- ración en generación, hoy ya con la séptima en los órganos de gobierno, y a que seguimos manteniendo la ilusión del primer día.

Nos sentimos orgullosos de ser una empresa familiar con el 100 % de capital español; **una familia cada vez más numerosa, formada por más de 4.400 profesionales,** presentes en 12 centros de elaboración de cerveza, cuatro manantiales de agua y una amplia red de distribución que nos permite mantener una conexión local única allí donde estamos.

Desde nuestro liderazgo en el mercado cervecero nacional, proyectamos nuestra **expansión internacional, con presencia en más de 70 países.** Y, como maestros de nuestro oficio, exportamos no solo marcas de referencia, sino una manera de entender la vida: el valor de la socialización y del disfrute compartido, tan propio de nuestra cultura.



Hoy, además, somos eminentemente cerveza, pero también somos agua, bebidas con base de vino, ener- géticas e incluso café, porque nuestra vocación es estar presentes en cada ocasión y compartir más momentos con nuestros consumidores. Somos tam- bién una compañía de servicios y, sobre todo, un socio de valor para nuestros clientes y distribuidores, con un papel relevante en la transformación de la Hostelería. Porque **ningún sueño se construye en solitario: se hace realidad compartiendo, creciendo juntos y haciendo crecer a quienes nos rodean.**

Por todo ello, queremos seguir generando riqueza en lo económico, lo social y lo medioambiental, conven- cidos de que el impacto positivo se multiplica cuando se comparte, como una cerveza entre amigos. Contri- buimos con 8.529 millones de euros al PIB nacional y generamos más de 183.000 empleos entre directos, indirectos y relacionados con nuestra actividad. Esta aportación refleja el papel que desempeñamos como compañía en la creación de riqueza en nuestro país.

Somos conscientes del año tan retador que ha sido 2025 tanto para el sector como para nuestra compañía, que nos han exigido **una capacidad de adap- tación extraordinaria.** Pero, precisamente, este espíritu resiliente, unido al compromiso de nuestros profesionales, es el que nos ha exigido transformar- nos para seguir liderando y construyendo un futuro sólido y competitivo.

Somos una compañía con alma, arraigada en una tra- dición de más de 135 años, pero siempre en evolución. Una compañía que innova desde su conexión perma- nente con la sociedad y desde una identidad singular: la de **una empresa centenaria que sigue siendo joven en su forma de transformarse.** Esa tradición renovada es la que nos ha traído hasta aquí y la que necesitaremos para llegar mucho más lejos.

Por una vida compartida.

Evolucionar reforzando nuestra esencia

"Complementamos nuestro negocio principal, la cerveza, con una firme apuesta por la diversificación, respondiendo a las nuevas tendencias."

Alberto Rodríguez-Toquero,
Director General

2025 ha sido muy desafiante. Nos movimos en un entorno global volátil y lleno de incertidumbre que nos exigió anticiparnos, adaptar nuestros planes y dar en todo momento lo mejor de nosotros mismos. Combinamos la agilidad para responder a las necesidades inmediatas derivadas de este complicado contexto con **la mirada de largo plazo que siempre nos ha caracterizado, una visión que nos permitirá seguir generando valor compartido.**

Si el año estuvo lleno de retos también lo estuvo de grandes oportunidades. Renovamos nuestro propósito como compañía: enriquecer las relaciones para disfrutar de una vida compartida, y avanzamos firmemente para hacerlo realidad. Nos marcamos el objetivo de estar presentes en más momentos y ocasiones de consumo del día a día y complementamos nuestro negocio principal, la cerveza, con una **firme apuesta por la diversificación, respondiendo a las nuevas tendencias.** Entramos en nuevas categorías con Refeel, nuestra bebida energética 100 % natural y baja en calorías; Los Cachis, bebidas con base de vino pensadas para encuentros en eventos populares, y Café 170º, que supone nuestra entrada en un segmento en crecimiento que nos va a permitir reforzar nuestra relación con la Hostelería. Una relación que también potenciamos cada día gracias a los servicios que ofrecemos a los hosteleros para ayudarles en la gestión de sus negocios y para contribuir a su digitalización y evolución futura.



Nuestras marcas también vivieron momentos memo- rables, como la celebración del **centenario de Cerve- zas Alhambra,** inspirada en su Granada natal y donde el arte y la música fueron los grandes protagonistas. **Mahou** lanzó una de sus campañas más innovadoras hasta la fecha y se consolidó como la marca más fuer- te de nuestro país, según Brand Finance; **San Miguel** incrementó su relevancia en Europa Continental y pasó a comercializarse de la mano de AB InBev en Reino Uni- do. **Solán de Cabras** registró un desempeño especial- mente positivo dentro de su categoría y, actualmen- te, es el agua premium líder del mercado. En paralelo, adquirimos el 100 % de **Founders y Avery Brewing** en Estados Unidos, un mercado muy innovador y compe- titivo que nos está aportando grandes aprendizajes.

Hoy somos líderes del sector en nuestro país y la cer- vecera española más internacional, una posición que afrontamos con responsabilidad en un entorno espe- cialmente exigente. El ejercicio 2025 mostró una evo- lución más contenida de lo previsto, en un mercado de cerveza a la baja y con descensos en volumen, mientras la categoría de agua continuó creciendo. Un contex- to que ha hecho que nuestros resultados financieros se hayan visto impactados. Aunque logramos incre- mentar nuestro EBITDA, situándolo en 306 millones de euros, cerramos el ejercicio con una cifra de negocio de 1.895,6 millones de euros y un beneficio neto de 100,3 millones, con una inversión total de 220,2 millones.

Y es que, en 2025, continuamos invirtiendo de for- ma relevante en nuestros centros de producción con el objetivo de impulsar la innovación y la calidad, aumentar la capacidad y eficiencia operativa y asegu- rar un óptimo comportamiento medioambiental. Con “Compartimos Futuro”, nuestro nuevo marco estra- tégico de sostenibilidad, establecimos también **com- promisos claros y medibles que serán implementa- dos de manera progresiva en 2030, 2040 y 2050:** envases diseñados para la circularidad, electricidad 100% verde, materias primas sostenibles, neutralidad en carbono en toda la cadena de valor y un impacto social positivo que alcance a millones de personas a través de nuestras iniciativas y del consumo conscien- te. Porque nuestra responsabilidad como compañía líder va más allá de los resultados económicos.

Nuestra vocación de generar valor allí donde estamos presentes se tradujo en 2025 en iniciativas concre- tas como “BarLab Rural”, para facilitar la apertura de bares en municipios rurales, o “Compartimos Futuro con la Hostelería”, con el que queremos **acompañar a más de 30.000 locales en su transición hacia modelos de gestión más sostenibles.** A ello se suma la labor de la Fundación Mahou San Miguel, con proyectos como “Creamos Oportunidades en Hostelería” o “Emplea Rural”, que generan oportunidades laborales para 1.100 jóvenes y colectivos vulnerables cada año.

Gracias a nuestro esfuerzo continuo, recibimos importantes reconocimientos, que nos impulsan a seguir mejorando. Somos la cervecera más responsa- ble, la que mejor atrae y cuida el talento y la de mejor reputación en España (según Merco Responsabilidad ESG, Merco Talento y Merco Empresas), además de la más valorada por su nivel de servicio por la Hoste- lería y la Distribución (AECOC). Pero, para nosotros, el mejor premio es estar cada vez **más presentes en los bares, hogares, conciertos, celebraciones y, en definitiva, en los mejores momentos de nuestros consumidores.** Un orgullo y, al mismo tiempo, un estímulo para seguir mirando al futuro con ambición, convencidos de que evolucionar sin perder nuestra esencia es la mejor manera de seguir creando valor y compartiendo el futuro con nuestros profesionales, clientes, proveedores, distribuidores y consumidores, que son quienes lo hacen posible.

Por una vida compartida.

De un vistazo

01



El año en cifras, el año en hechos

2025 fue un año de grandes retos en el que dimos lo mejor de nosotros mismos para **adaptarnos a un entorno exigente y cambiante.** Tuvimos que ser más eficientes y ágiles en nuestra toma de decisiones, centrándonos en el corto plazo sin dejar de lado, en ningún momento, nuestra visión de futuro.



Un ejercicio que, marcado por el estancamiento del consumo de cer- veza, exigió un gran compromiso por parte de todos los que formamos Mahou San Miguel, gracias al que mantuvimos nuestro liderazgo en el sector cervecero español al tiempo que avanzamos en la diversificación como palanca clave de desarrollo.

Iniciamos nuestro **nuevo Plan Estratégico 2025-2027** con el objetivo de ser una Compañía más admirada, competitiva y diversificada. Además, con el lema **“Compartimos Futuro”,** presentamos un nuevo marco de sostenibilidad que refuerza nuestra visión de crecimiento responsable y nuestro compromiso con la genera- ción de impacto positivo en las personas y en el entorno, incorporando criterios de sostenibilidad y responsabilidad en el conjunto de nuestras actividades.

Los hitos y cifras aquí mostrados son el fruto de un propósito: **enriquecer las relaciones para disfrutar de una vida compartida.**



2025 en cifras

Magnitudes Económicas

1.895,6M€

306M€

Ebitda

129,1M€

133,6M€

Beneficios antes de impuestos

220,1M€

Impacto socio-económico

8.529M€
Aportadosalaeconomía española en términos de PIB

202,2M€
Destinadosanuestro Plan GlobaldeTransformación delaHosteleríadesde 2022

183.575
Empleos generadosentre puestos directoseindirectos

94,4%
proveedores locales

3,6M€
Invertidosen Acción Social

74
Países en los que estamos presentes

4.444
profesionales en plantilla

20,2 M_{Hls}
producidos en España

3
nuevasmarcascon10variedades másalládelacervezalanzadas al mercado



Momentos que marcaron el camino

Nuevo Plan Estratégico 25-27

Con la visión de "Mejorar, Crecer, Hacer Crecer y Generar Valor" y la ambición de ser una Compañía más admirada, competitiva y diversificada.

Nuevo marco estratégico de Sostenibilidad

Con el lema "Compartimos futuro" vamos a crecer haciendo crecer, trascender en nuestro entorno local, impulsar el consumo consciente y alcanzar el *nature positive.*

Centenario de Cervezas Alhambra

Celebramos cien años de historia, de saber hacer y de inspiración granadina que siguen vivos en cada sorbo de una de nuestras cervezas más emblemáticas.



Acuerdo con AB InBev en Reino Unido

San Miguel comenzó a distribuirse en Reino Unido a través de AB InBev, que ya comercializaba Mahou en este mercado.

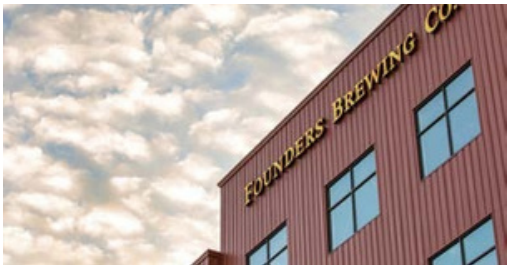


Nuevo propósito corporativo

Enriquecer las relaciones para disfrutar de una vida compartida. Porque, en Mahou San Miguel, sabemos que una vida compartida es una vida bien vivida.



Adquisición del 100% de Founders en EE.UU.



Completamos la adquisición de Founders Brewing Co., la cervecera *craft* de mayor prestigio en Estados Unidos. Entramos en su accionariado en 2014 y contábamos con una participación del 90% desde 2020.



Diversificación

Café 170: anunciamos la entrada en el negocio del café para Hostelería a partir de enero de 2026.

Refeel: bebida energética 100 % natural y baja en calorías. Entramos en un segmento de gran crecimiento en España.

Los Cachis: cuatro bebidas populares con base de vino destinadas al público adulto joven.

Fonteide Service: lanzamos en Canarias un nuevo servicio de dispensadores de agua mineral natural con la aspiración de liderar un mercado que crece anualmente a doble dígito en las Islas.

NewDrinks: *marketplace* de bebidas disruptivas en formato plataforma de innovación abierta.

Apoyo a la Hostelería

BarLab Rural: iniciativa para reabrir bares rurales mediante el apoyo a emprendedores.

Compartimos Futuro con la Hostelería: programa para ayudar a hosteleros en la transformación sostenible de sus negocios.





Segunda vida del bagazo

Lanzamos el primer grifo de cerveza y la primera hamburguesa elaborados a partir de bagazo, un subproducto del proceso de fabricación de la cerveza.

Reconocimientos que nos impulsan



En 2025 recibimos premios y reconocimientos que ponen en valorar nuestro esfuerzo.

A nuestra Compañía

- **Premio Alimentos de España a la Industria Alimentaria.** A la trayectoria empresarial de Mahou San Miguel y nuestro compromiso con la innovación y la sostenibilidad.

- **Merco Empresas y Líderes.** Somos la cervecera líder en reputación en España y 11º en el *ranking* global.

- **XIX Premios Nacionales de Hostelería a Cervezas Alhambra.** Por contribuir al desarrollo del sector hostelero.

- **Benchmarking Supply Chain AECOC.** Mejor nivel de servicio del sector cervecero y uno de los cinco mejores fabricantes en procesos logísticos.

- **SBID International Interior Design Awards a Plaza Mahou.** Regional Winner en la categoría Best Club & Bar Design.

A nuestro talento y conc i l iac i ón

- **Merco Talento.**

  5º año en el top 10 de las empresas con mayor capacidad para atraer y fidelizar talento en España, siendo la única cervecera. Nuestro equipo de Personas, Cultura y Organización es el 5º mejor del país.

- **100 Mejores Empresas para Trabajar de Forbes.** Por el compromiso con las personas y con un entorno laboral positivo y de desarrollo profesional.

- **Certificado efr de Excelencia en conciliación, categoría A.**

Otorgado por la Fundación Másfamilia y el Ministerio de Asuntos Sociales y Agenda 2030. Solo lo poseen 37 entidades a nivel internacional.

- **2º Premio Customer Centric de Lukkap.** Por nuestro compromiso de mejora continua de la experiencia de clientes y empleados.

A nuestra innovación

- **100 Mejores Ideas de Actualidad**

  Económica a Nexho. Por su innovación a la hora de generar riqueza y conocimiento en España.

A nuestro arraigo local

- **Medalla de Oro de la**

  Diputación de Granada a Cervezas Alhambra. Por su centenario y su papel como motor económico, industrial y cultural.

- **Placa al Mérito Regional de Castilla-La Mancha a Solán de Cabras.** Por el equilibrio entre naturaleza, tradición e innovación, llevando el nombre de Beteta por todo el mundo.

- **Premio de Investigación Consejo Social de la Universidad de Valladolid.** Por nuestra implicación en proyectos de investigación e innovación en sostenibilidad y biorrefinería de residuo cero de la industria alimentaria.

A nuestras marcas y campañas

- **Kantar BrandZ.** Mahou, la marca de cerveza más valiosa por 4º año consecutivo.
- **Brand Finance.** Mahou, marca más fuerte de España. El informe "España 100 2025" le otorga una puntuación de 93.2 y calificación AAA+.
- **Premios Eficacia.** Dos oros para "Mahou Especial San Isidro" como Mejor Campaña Integrada y Mejor Campaña Regional/Local.
- **Retail Media Awards.** Premio a la Campaña Multicanal del Año, por su innovación para romper la principal barrera del *e-commerce:* los costes de envío.

A nuestros profesionales

- **FEARLESS Man Awards.** Eduardo Petrossi, consejero delegado de Mahou San Miguel.
- **100 TOP HR Manager de DCH y 100 Mejores Directores de Recursos Humanos de Forbes.** Mercedes Almendro, directora general de Personas, Cultura y Organización de Mahou San Miguel.
- **100 Mejores CMOs de Forbes.** Emmanuel Pouey, director general de Marketing de Mahou San Miguel.
- **Quijote de Honor.** Jesús Núñez, director general de la Unidad de Negocio de Aguas.

A nuestro compromiso con la sostenibilidad

- **Merco Responsabilidad ESG.** 5º año en el top 10 del *ranking* ESG (9ª posición) y 11º año liderando el sector de bebidas.
- **Certificado de Sostenibilidad CHEP a Taisa Logistics.** Por sus avances medioambientales en el uso de palés reutilizables y el transporte colaborativo.
- **Premio 90º Aniversario de la Asociación de Latas de Bebidas a Alhambra Reserva 1925**. Al diseño de la nueva lata de 33 cl por ser sostenible, resistente y fácil de transportar.
- **Premio Regional de Medio Ambiente de la Junta de Castilla-La Mancha.** Por nuestro proyecto de descarbonización con biomasa en Alovera.
- **Premios Dircom Ramón del Corral a la Fundación Mahou San Miguel.** En la categoría "Cuidado de los Empleados" por el programa global de voluntariado "En Buena Compañía".
- **Medalla Bronce de EcoVadis.** A nuestra gestión en sostenibilidad. Nos sitúa entre el 35 % de las empresas mejor valoradas a nivel global.

A nuestras cervezas

London Beer Competition. Uno de los certámenes internacionales más prestigiosos que premia la calidad y el sabor. Categoría Oro: San Miguel 0,0 Radler. Categoría Plata: San Miguel Especial, San Miguel 0,0 Tostada, San Miguel Gluten Free, San Miguel 0,0. Categoría Bronce: San Miguel Magna, San Miguel Yakima Valley, San Miguel Radler.

Diamond Taste Award del International Taste Institute. Mahou Maestra Dunkel, valorada por un jurado de chefs y sommeliers de élite como un alimento y bebida de excelente sabor.

Frankfurt International Trophy. Dos oros en la Tasting Competition a La Salve Lager y La Salve Múnich.

World Beer Cup. Medalla de oro a nuestra lager invernal Avery Cold Front.

Great American Beer Festival. Bronce a NaughTea de Avery en la categoría de cerveza experimental. Primer *hard tea* en recibir un premio en este certamen.

Somos Mahou San Miguel

02



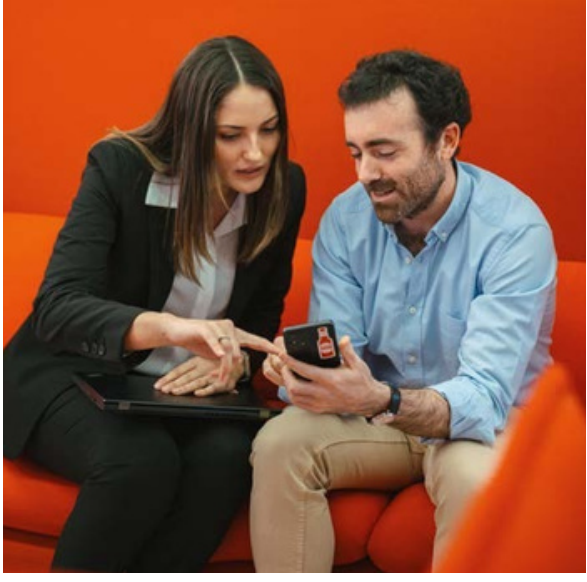
Una Compañía hecha de historia, personas y propósito

Impulsar el presente es nuestra manera de entender el futuro. En un contexto de cambio constante, actuar hoy con responsabilidad, capacidad de adaptación y visión resulta esencial para seguir generando un impacto positivo en los lugares en que operamos.

Esta manera de afrontar los desafíos ha acompañado a **Mahou San Miguel** desde sus orígenes como compañía familiar con vocación de hacer perdurar su legado. Nuestra esencia, nuestro propósito y nuestra forma de hacer las cosas nos ha permitido evolucionar sin perder identidad, reforzando el compromiso con aquello que da sentido a todo lo que hacemos: **construir un futuro compartido.**



El propósito que nos guía: **por una vida compartida**



En Mahou San Miguel, entendemos que nuestro papel va más allá de elaborar y ofrecer productos de alta calidad al mer- cado. Desde el inicio, hemos estado pre- sentes en los momentos cotidianos en los que las personas se relacionan, se reúnen y comparten. En esos instantes, donde la vida sucede, es donde cobra sentido nues-
tro propósito: **enriquecer las relaciones para disfrutar de una vida compartida.**

En 2025, revisamos nuestro propósito cor- porativo para actualizarlo a la nueva reali- dad de una compañía familiar y centenaria, reafirmando nuestra esencia y adaptán- dola a los retos y oportunidades del pre- sente. Porque creemos que el verdadero valor no está solo en lo que hacemos, sino en cómo lo hacemos y en **el impacto que generamos en el día a día.** Compartir tiem-
po, experiencias y conversaciones forma parte de nuestra manera de relacionarnos y contribuir positivamente a la sociedad.

Este propósito forja una identidad única que hoy proyectamos más allá de nuestras fronteras y que se apoya en el valor de **com-
partir como parte esencial de la vida.**

Estamos presentes en momentos únicos, en celebraciones y encuentros. Nuestro verdadero valor está en la vida y el entorno natural que compartimos. **Es nuestra forma de ser y de hacer.**

1890

1890
1ª fábrica en Calle Amaniel (Madrid)

1891
Lanzamiento del **"Botijo"**

1962
2ª fábrica en Paseo Imperial (Madrid)

1969
Lanzamiento de **Mahou Cinco Estrellas**

1979
Entrada de Danone en el accionariado

1993
Inauguración del **centro de producción de Alovera**

2000
Adquisición de San Miguel
Acuerdo con **Calsberg en España**

2001
Lanzamiento de **San Miguel 0,0**

2003
Acuerdo de elaboración de San Miguel en Reino Unido con **Scottish & Newcastle**

2005
Salida de Danone
Compra de **Cervezas Anaga (Reina)**
Lanzamiento de **Mixta**

2007
Incorporación de Cervezas Alhambra

2008
Acuerdo de elaboración de San Miguel en Reino Unido con **Calsberg**

2011
Adquisición de **Solán de Cabras**

Una historia de **transformación**



135 años dan para mucho: logros, aprendizajes, grandes acontecimientos y anécdotas que han escrito la historia de Mahou San Miguel desde su fundación.

La modernización de España a finales del siglo XIX es el contexto en el que **Mahou San Miguel** comenzó su historia. En un entorno de industrialización y crecimiento urbano, la Compañía evolucionó al ritmo de una sociedad en plena transformación, afianzándose como testigo y parte del progreso.

En el Madrid de **1890,** marcado por las nuevas oportunidades, **Brígida Solana y sus hijos fundaron "El Barril"** en la céntri- ca calle Amaniel. Con ello, buscaban continuar el legado empresarial de Casimiro Mahou Bierhans, esposo y padre, quien había llegado desde Alsacia a la capital a mediados de siglo para cumplir un sueño: crear un centro de producción de hielo y cer veza .

"El Barril" **situó a la cerveza en un lugar privilegiado** en un país de amplia tradición vinícola. Gracias a las técnicas y cono- cimientos de elaboración alemanes, esta bebida comenzó a ganar presencia en los espacios de ocio, influyendo en los hábi- tos de consumo de la sociedad española y marcando el inicio de una nueva cultura.

2014
Creación de la **Fundación Mahou San Miguel**

2015
Implantación Internacional en EE.UU. con la adquisición de **Founders Brewery**

2016
Adquisición de **Nómada, La Salve** y **Brutus**

2017
Adquisición de **Avery Brewing**

Lanzamiento de **Mahou 0,0 Tostada,** creando una nueva categoría

2018
Adquisición de **Aguas del Valle de La Orotava** (agua mineral líder en Tenerife)

2019
Creación de la distribuidora **Voldis**

2020
Acuerdo con AB InBev en España

Comercialización de servicios a Hostelería: +Bar, Rentabilibar (ahora Nexho), LaLiga, Servitel, servicios financieros...

2021
Acuerdo con AB InBev en Reino Unido para distribuir Mahou Cinco Estrellas*

2023
Entrada en el negocio de experiencias con **Lassenda**

2024
Apertura de **"Plaza Mahou"** en el Santiago Bernabéu

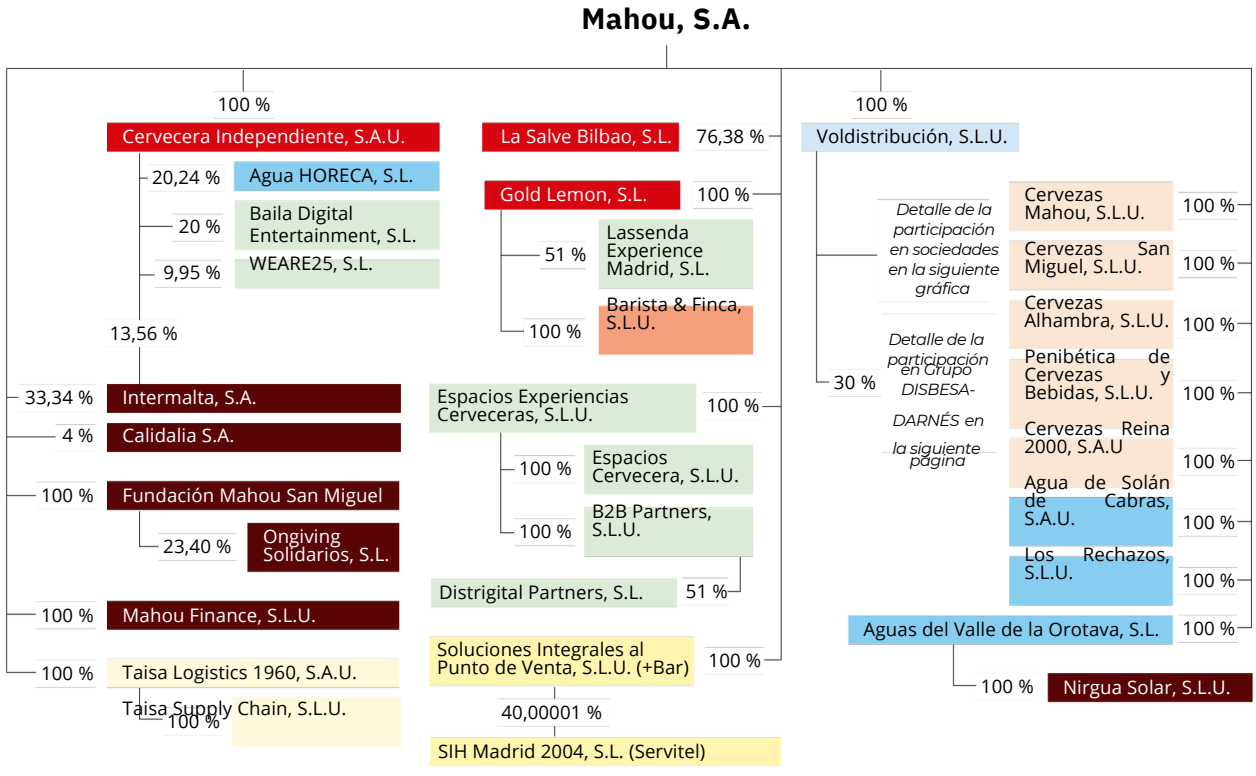
2025
Adquisición del 100 % de **Founders Brewing**

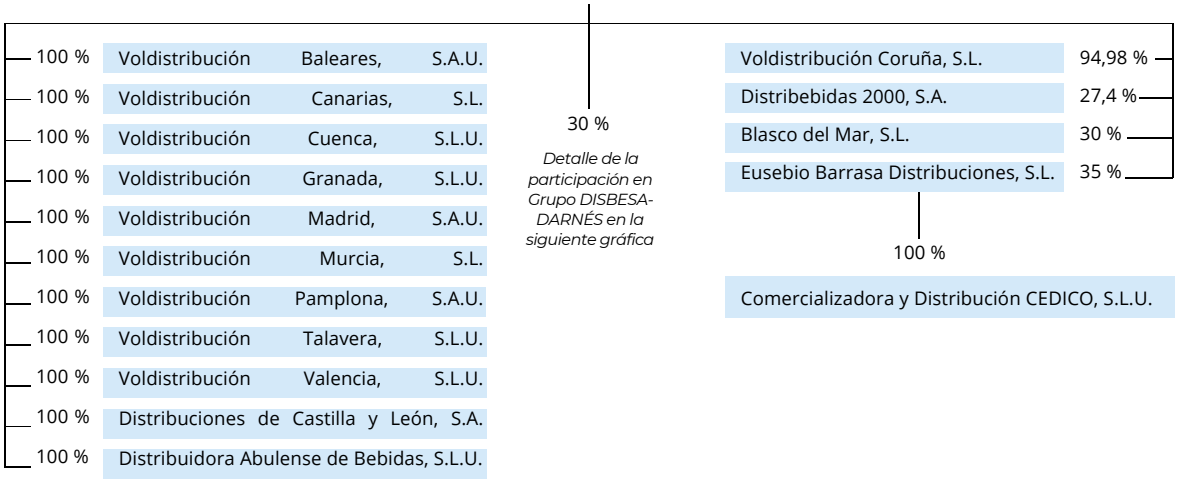
Lanzamiento de **Refeel, Los Cachis, Café 170º, Fonteide Service y NewDrinks**

Ampliación de nuestro **acuerdo con AB InBev en Reino Unido** con la distribución de **San Miguel**

2026

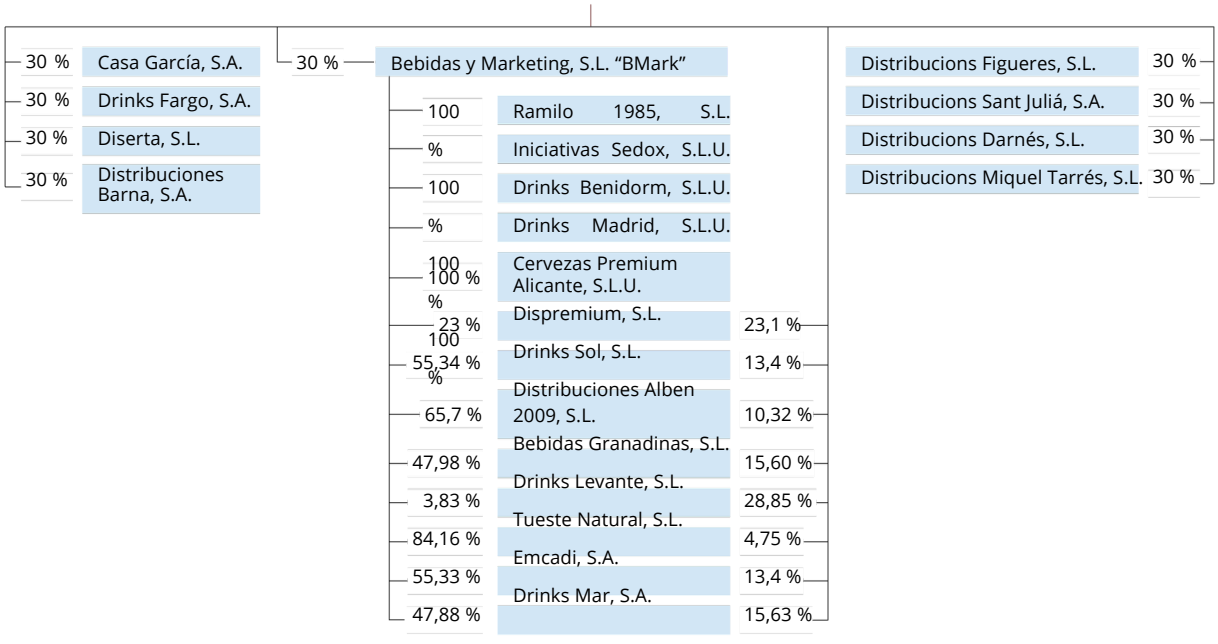
Estructura **societaria**





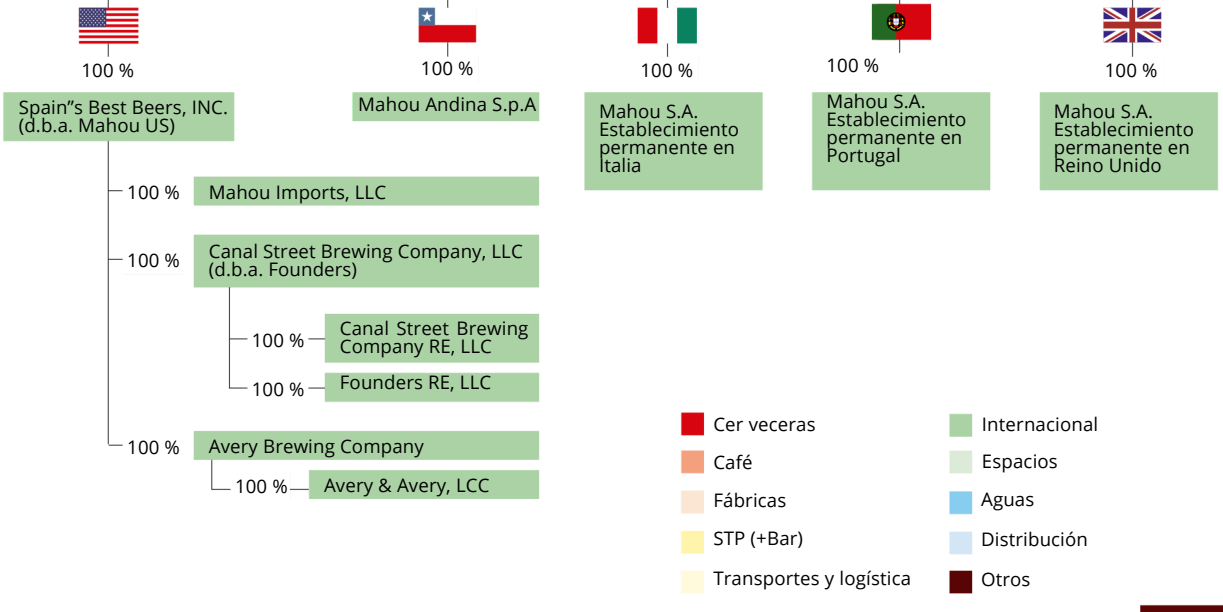
Participación en Grupo DISBESA-DARNÉS

Voldistribución S.L.U.



Participación Internacional

Mahou, S.A.



Órganos de **gobierno**

Contamos conun equipode gobierno orientado a impulsar el proyecto empresarial desde una gestión responsable.

Consejo de Administración: representa el más alto grado de responsabilidad y autoridad en el proceso de toma de decisiones. Destina los recursos y evalúa su rendimiento.

D. José Antonio Mahou Herráiz	Presidente
D. Gerardo Fernández Calvo [1]	Vicepresidente primero
D. José A. Togores Mahou [2]	Vicepresidente segundo
D. Eduardo A. Petrossi Valdés [3]	Consejero delegado
D. Alfredo Mahou Herráiz	Vocal
Dª. Alicia Mahou Parra	Vocal
Dª. Ana Francisca Gervás [4]	Vocal
Dª. Fátima Mahou Herráiz	Vocal
Dª. Germina Christelle Eva Gervás [5]	Vocal
Dª. Mª del Carmen Mahou de la Torre	Vocal
Dª. Mercedes Calvo Caminero [6]	Vocal
D. Pablo Usandizaga Usandizaga [7]	Vocal

(1) En representación de Mosquililla, S.L.U.
(2) En representación de Lindaraja 1929, S.L.
(3) En representación de Tamarinver, S.L.U.
(4) En representación de IPL Gala Internacional, S.L.
(5) En representación de Sociedad Gala de Inversiones, S.L.U.
(6) En representación de Altinver, S.A.U.
(7) En representación de Inversiones Múltiples, S.L.U.

Comisión Ejecutiva: se encarga de adoptar las decisiones relativas a la gestión del negocio.

D. Eduardo A. Petrossi Valdés [1]	Presidente
D. Alfredo Mahou Herráiz	Vicepresidente
Dª. Carmen Mahou de la Torre	Vocal
D. Pablo Usandizaga Usandizaga [2]	Vocal
D. Gerardo Fernández Calvo [3]	Vocal
D. José A. Togores Mahou [4]	Vocal

(1) En representación de Tamarinver, S.L.U.
(2) En representación de Inversiones Múltiples, S.L.U.
(3) En representación de Mosquililla, S.L.U.
(4) En representación de Lindaraja 1929, S.L.

Equipo directivo: se encarga de liderara las diferentes áreas y equipos de Mahou San Miguel.

D. Alberto Rodríguez-Toquero	Director General
D. Peio Arbeloa	Director General de Negocios
D. Miguel Ángel Miguel	Director General de la Unidad de Negocio España
D. Elton Andrés	Chief Executive Officer Mahou USA
D. Jesús Núñez	Director General de la Unidad de Negocio Aguas
D. Guillermo Arrieta	Director General de Transformación y Sistemas de Información
D. Javier Guerrero	Director General de la Unidad de Negocio Distribución Propia
Dª. Elena Reviriego	Directora General de la Unidad de Negocio Internacional
D. Benet Fité	Director General de Calidad, I+D+I y Medio Ambiente
D. Emmanuel Pouey	Director General de Marketing
Dª. Mercedes Almendro	Directora General de Personas, Cultura y Organización
D. Mariano Navarro	Director General de Finanzas, Estrategia, Compras y Patrimonio
D. Nicolás Castrejón	Director General de Operaciones
Dª. Beatriz Martínez-Falero	Directora de Asesoría Jurídica
D. Antonio Jiménez	Director de Auditoría y Control Interno
Dª. Natalia González-Valdés	Directora de Asuntos Corporativos y Sostenibilidad

Comité Ético y de Cumplimiento: se encarga de velar por que la Compañía mantenga un comportamiento adecuado a lo exigido por las normativas vigentes. Entre sus funciones, desarrolla y difunde el Programa de Prevención de Irregularidades y Cumplimiento Normativo, dirige los procedimientos de investigación asociados a denuncias internas y establece mecanismos de control y mitigación de los riesgos penales y reputacionales.

Dª. Beatriz Martínez-Falero	Presidenta
D. Antonio Jiménez	Miembro
D. Benet Fité	Miembro
Dª Edurne Sánchez	Miembro
Dª. Mercedes Almendro	Miembro
Dª. Natalia González-Valdés	Miembro

Modelo de negocio y **portafolio** de marcas

Con una sólida presencia a nivel nacional e internacional, impulsamos nuestras distintas líneas de negocio y servicios con un enfoque en la creación de valor para clientes y consumidores, reforzando nuestra competitividad y liderazgo en el mercado.

Como la Compañía familiar que somos, 100 % española, esta forma de operar se apoya sobre la idea de crecer hacien- do crecer y de generar valor compartido, dando lugar a un modelo integrado en el que las distintas actividades se comple- mentan de manera natural.



Modelo de negocio

Contamoscon un portafoliodiversificado que nos permite atender distintos mercados, categorías y necesidades:

- **Unidad de Negocio España**: venta de cerveza y otras bebidas dentro del territorio nacional.
- **Unidad de Negocio Internacional**: venta de cerveza y otras bebidas fuera de España.
- **Mahou USA**: venta de bebidas en Estados Unidos.
- **Unidad de Negocio Aguas**: venta de agua dentro y fuera de España.
- **Unidad de Negocio Café**: comercialización de café e infusiones.
- **Unidad de Negocio Distribución Propia (Voldis)**: distribuidores propios que sirven al canal de Hostelería.
- **Taisa Logistics**: transporte y operaciones logísticas integrales.

Otros negocios

- **Lassenda** (participación del 51%): sociedad que gestiona el recinto de ocio y entretenimiento en Madrid donde se celebran eventos como el festival Mad Cool.
- **Servitel** (40%): empresa especializada en suministro y equipamiento para Hos- telería, que nos permite integrar nuevas capacidades y aportar más valor en el punto de venta.

La evolución de nuestro modelo de negocio responde a nuestra voluntad de adap- tarnos a los cambios del entorno y de ampliar progresivamente nuestras áreas de actividad con nuevos productos y ser- vicios. En este camino, la innovación, la internacionalización y la sostenibilidad se han consolidado como los ejes que orien- tan nuestra transformación y nuestro propósito de seguir creciendo, generan- do impacto positivo en las comunidades donde estamos presentes a través de la **Fundación Mahou San Miguel.**



Portafolio de marcas

Nuestro portafolio de marcas refleja la diversidad de consumidores en nuestro país. Es nuestro valor diferencial en este mercado tan competitivo.

Estamos presentes en una diversidad de momentos gracias a nuestra extensa ofer- ta de bebidas, con **más de 100 marcas** en diferentes categorías, lo que nos permite adaptarnos a una gran variedad de gus- tos, ocasiones y formas de compartir. Des-
de nuestras **gamas de cervezas nacionales e internacionales más consolidadas** hasta los **productos más innovadores, estamos poniendo un gran foco en la diversificación más allá de la cerveza,** incorporando propuestas en nuevas cate- gorías para responder a las tendencias y necesidades de los consumidores.

Cervezas

- **Cervezas *lager* o las tradicionales "rubias":** Mahou Cinco Estrellas, Mahou Clásica, San Miguel Especial, Magna, Alhambra Especial y Brutus.
- **Cervezas extra:** Alhambra Reserva 1925 y Mahou Reserva.
- **Cervezas tostadas:** Mahou Maestra y San Miguel Selecta.
- **Cervezas locales:** La Salve (Bilbao) y Reina (Canarias).
- **Cervezas *craft:*** las norteamericanas Founders y Avery, y la española Nómada.
- **Cervezas sin alcohol:** Mahou 0,0 Tostada –creadora de la categoría en España y líder del segmento sin alcohol–; San Miguel 0,0 –pionera en el mercado–.
- **Cerveza *radler:*** Mahou Cinco Estrellas Radler.
- **Cervezas sin gluten:** Mahou Cinco Estrellas Sin Gluten, San Miguel Sin Gluten, o Mahou 0,0 Tostada Sin Gluten.
- **Cervezas internacionales (marcas de AB InBev que distribuimos en España):** Corona, Budweiser, Stella Artois, Leffe, Modelo, Beck"s, Pacífico, Cubanisto oy- Franziskaner.

Aguas minerales naturales

También contamos con una selección de **aguas minerales naturales,** con y sin gas: Solán de Cabras, Fonteide, Sierra Natura y Sierras de Jaén.

Diversificación más allá de la cerveza

Completamos nuestro negocio principal, la cerveza, con nuevas bebidas y marcas. Al **Vermú Bendito** se sumaron en 2025:

- **Refeel:** bebida energética con ingredientes 100% naturales.
- **Los Cachis:** gama de bebidas populares con base de vino –tinto de verano, sangría, kalimotxo y rebujito–.
- **Café 170:** marca propia destinada al ca- nal hostelero que comienza a comercia- lizarse en 2026.

Marcas icónicas

Mahou San Miguel es un mosaico compuesto por **marcas icónicas y de alta calidad** que conectan cada día con miles de consumidores dentro y fuera de España.

MAHOU
La marca líder en el mercado español de cerveza que impulsa encuentros y conexiones de calidad. Su inconfundible sabor la convierte, año tras año, en la gama de cerveza española más premiada.

SAN MIGUEL
La referencia de quienes se atreven, reconocida por su calidad y sabor dentro y fuera de nuestras fronteras. Hoy, San Miguel es la marca de cerveza española más vendida en el mundo.

ALHAMBRA
La gama de cervezas más icónica del mercado, hecha sin prisa. Destaca Alhambra Reserva 1925, la cerveza premium de referencia que en 2025 celebró su centenario.

SOLÁN DE CABRAS
La marca líder del segmento de las aguas premium de nuestro país, por su iconicidad, calidad y compromiso con los entornos naturales.

FOUNDERS
La cervecera *craft* de mayor prestigio en el mercado de Estados Unidos, con su referencia All Day IPA como una de las más reconocidas.



Mahou · SanMiguel · Alhambra · SOLAN DE CABRAS · Founders



LA SALVE · NÓMADA BREWING · BRUTUS · REINA · BENDITO



Nuevas marcas lanzadas en 2025

Fonteide · Sierra Natura · SIERRAS DE JAÉN · LOS CACHIS · Café 170° · Refeel

Presencia geográfica: desde cada rincón de España al mundo

Mahou San Miguel cuenta con la huella industrial más extensa del sector en Espa- ña, con nueve centros de elaboración de cerveza en nuestro país, a los que se suman tres en Estados Unidos, y cuatro manantia- les de agua. Esto nos permite generar un impacto positivo único en los entornos en los que operamos.

Internacional

Seis de cada diez cervezas de marca espa- ñola que se consumen fuera de nuestro país han sido producidas por Mahou San Miguel.

El mercado internacional representa en tor- no al 18 % de nuestro negocio de cerveza. A cierre de 2025, nuestros productos esta- ban presentes en **74 países,** con Europa Occidental como nuestro principal vector de crecimiento con marcas de posiciona- miento premium como San Miguel Especial o Mahou Cinco Estrellas.

Además, estamos presentes en Estados Unidos desde hace más de una década con tres centros de producción propios –dos en Grand Rapids, Michigan, y uno en Boulder, Colorado–.

9 Centros de producción de cerveza

4 Manantiales

12 Distribuidores propios

19 Almacenes

2 Centros de I+D+I

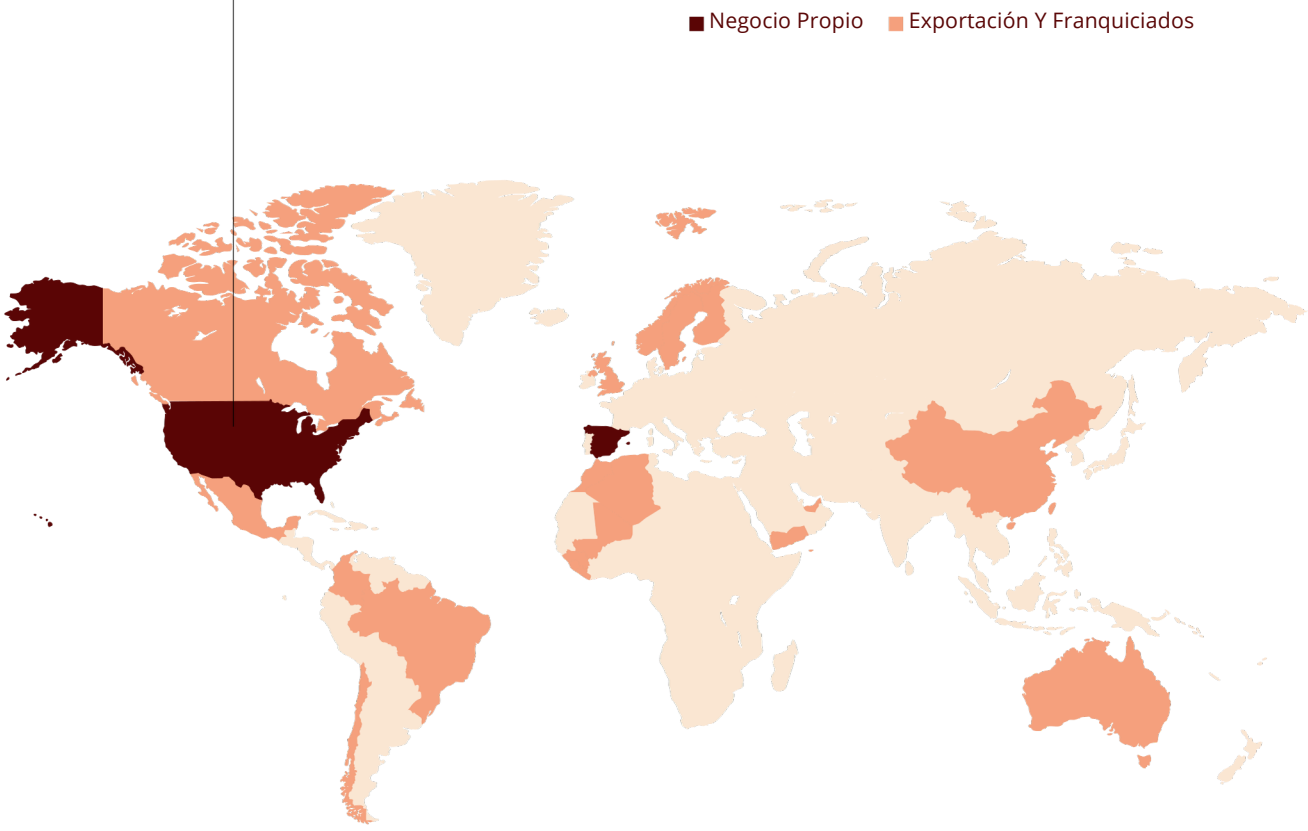


11 años

Presentes en EE. UU.

3 Centros de producción

2 En Gran Rapids (Michigan)
1EnBoulder (Colorado)



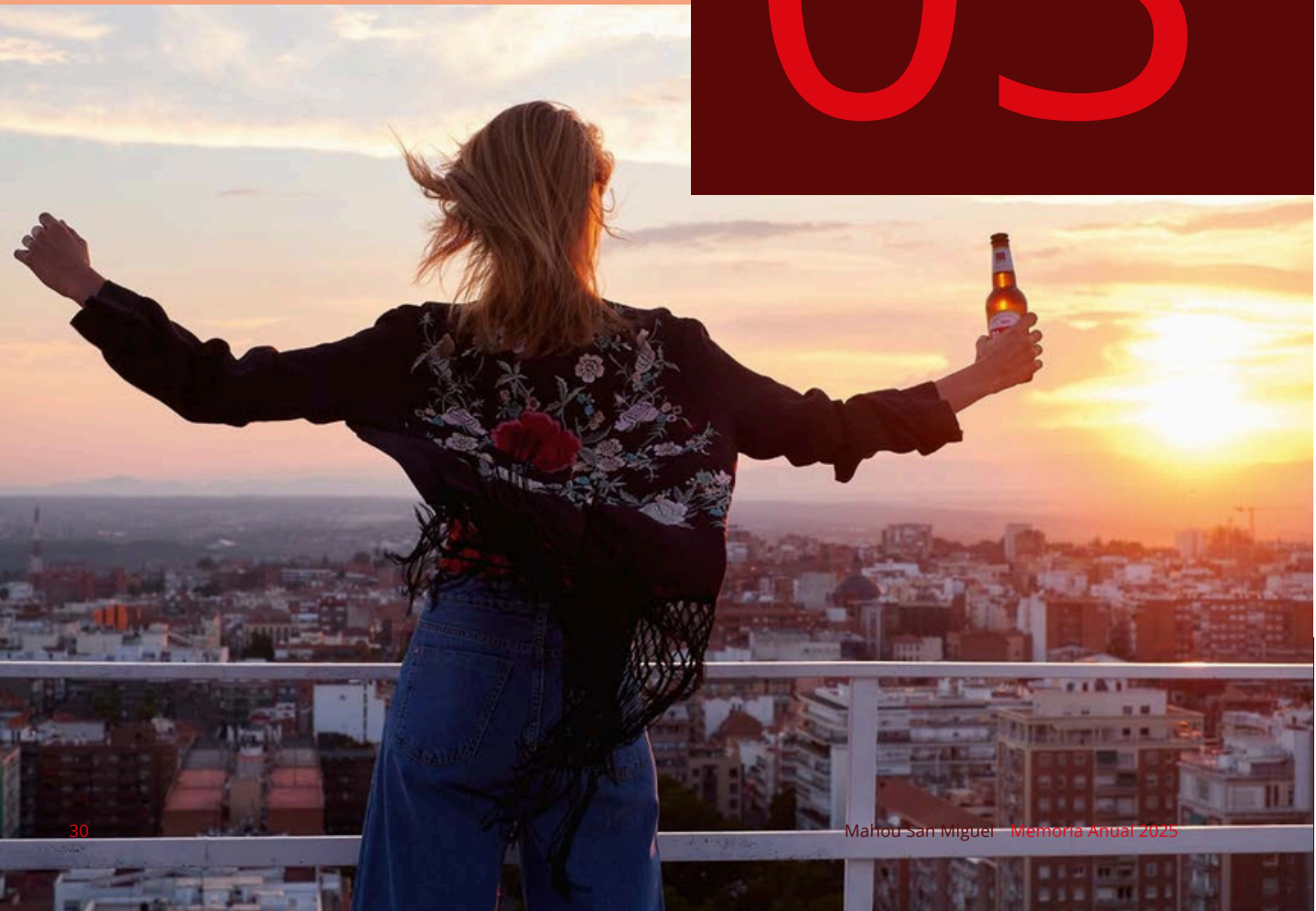
74 Paises

18% de nuestro negocio de cerveza

60% de las cervezas de marca española fuera de

Estrategia y evolución

03



Una manera de avanzar muy nuestra

En un mundo en constante transformación, para Mahou San Miguel perdurar significa adaptarse a los tiempos sin renunciar a su esencia. Por ello, transformamos continuamente nuestro negocio con criterio para seguir generando valor a cada paso, contribuimos a crear una economía más sosteni- ble y aseguramos e impulsamos nuestro propósito: **enriquecer las relaciones para disfrutar de una vida compartida.**

Tras más de 135 años siguiendo este camino, estamos seguros de que nos llevará muy lejos.

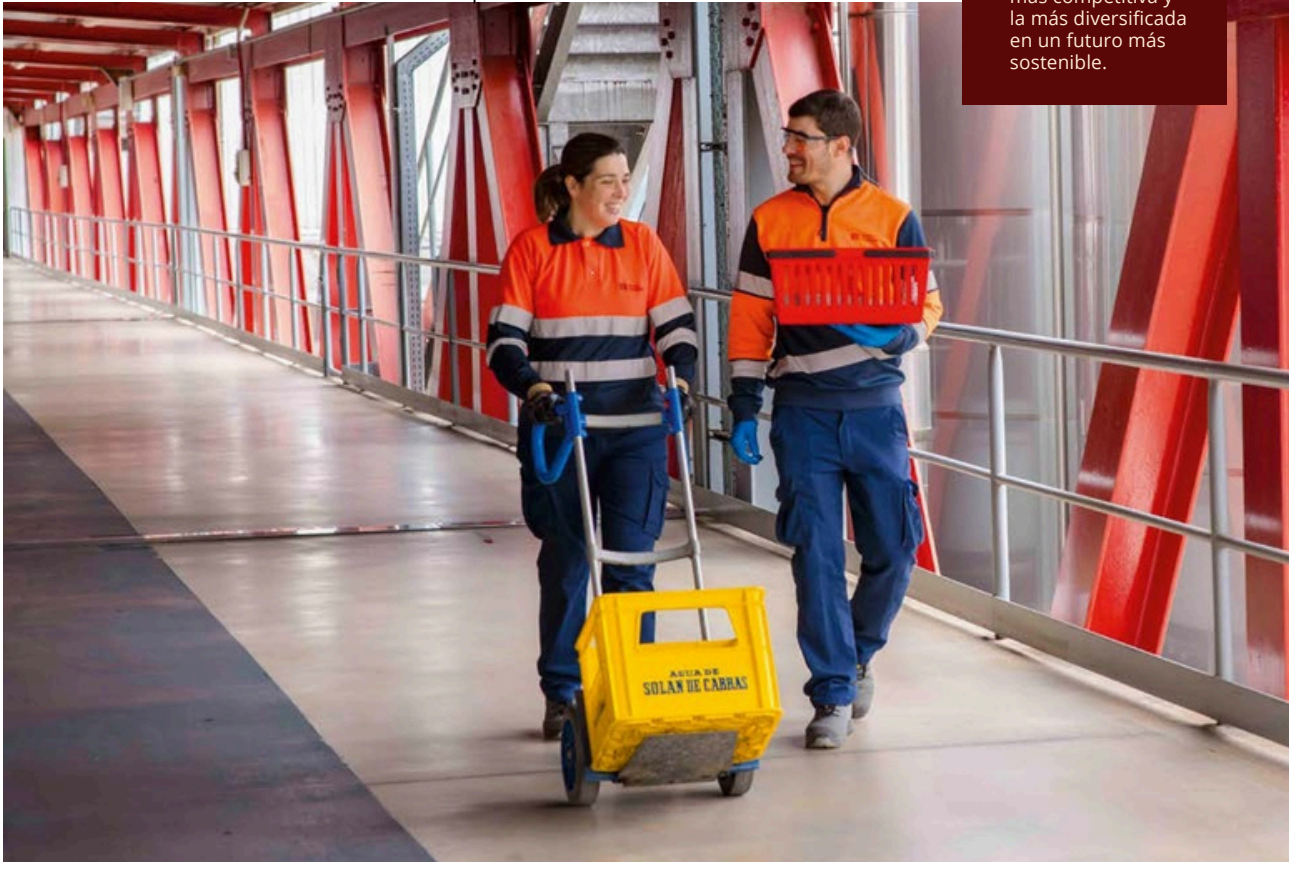


Contexto 2025: retos y oportunidades que definen nuestra visión

En un entorno global, la incertidumbre se ha consolidado como parte del día a día en el que operamos las empresas. Teniendo en cuenta este contexto, en Mahou San Miguel nos enfocamos en combinar la capacidad de responder a los desafíos presentes con una visión sólida a medio y largo plazo.

Nuestro Plan Estratégico 2025–2027 sienta las bases de nuestro crecimiento, reforzado por nuestro nuevo marco es- tratégico de sostenibilidad y por un firme compromiso con el progreso económico, la protección del entorno natural y el bien- estar de las personas.

Queremos mejorar, crecer, hacer crecer y generar valor compartido. Nuestra ambición es ser la Compañía más admirada en nuestros mercados, la más competitiva y la más diversificada en un futuro más sostenible.



El Plan Estratégico 2025-2027 sienta las bases de nuestro crecimiento



En 2025, diversos cambios estructurales reconfiguraron nuestro mercado y condicionaron la forma en la que operamos:

- **Entorno geopolítico y económico incierto**, marcado por conflictos internacionales, la creciente polarización entre potencias y tensiones comerciales y tecnológicas. Este contexto incrementó la complejidad regulatoria, exigió nuevas alianzas estratégicas y tensionó las cadenas de suministro.

- **Mayor presión regulatoria** con la aprobación de normativas que condicionaron la actividad empresarial y la relación con los consumidores.

- **Transformaciones sociales**, donde el aumento de voces influyentes que promovieron el no consumo de alcohol supuso un desafío para reforzar nuestro posicionamiento, fortalecer la conexión emocional con nuestras marcas y diversificar nuestro portafolio.

- **Inflación y aumento de costes en Hostelería**, que impactaron directamente en el tráfico y el gasto medio en bares y restaurantes.

- **Entorno competitivo más intenso**, que requirió mayor agilidad y rapidez en la toma de decisiones y una diferenciación más clara.

- **Impacto del cambio climático y avance de la transición sostenible**, que obligaron a las empresas a acelerar la integración de criterios de sostenibilidad en su estrategia y a evolucionar hacia modelos más resilientes, éticos y responsables.
- **Disrupción tecnológica acelerada**, impulsada por la digitalización, la automatización y la inteligencia artificial, que redefinió nuestras formas de trabajar, los procesos productivos y los canales de interacción con el consumidor.

Plan estratégico: Mejorar, Crecer, Hacer Crecer y Generar Valor

2025 supuso la puesta en marcha de nuestro nuevo Plan Estratégico 2025-2027 **“Mejorar, Crecer, Hacer Crecer y Generar Valor”,** con la ambición de convertirnos en una Compañía **más admirada, competitiva y diversificada.** Para ello, definimos las siguientes prioridades destinadas a que Mahou San Miguel sea una Compañía:



Más admirada en nuestros mercados

- Generando demanda a través del refuerzo del valor de nuestras marcas y la experiencia del cliente.
- Desarrollando una cultura de compañía internacional ganadora y ambiciosa.
- Construyendo un futuro más sostenible, creando valor y protegiéndolo.

Más competitiva

- Ampliando nuestra llegada al mercado.
- Aumentando nuestra productividad, agilidad y eficiencia, apoyándonos en la digitalización.

Más diversificada

- Creciendo gracias a la innovación y la diversificación de los negocios.



Estrategia de sostenibilidad: Compartimos Futuro

En Mahou San Miguel entendemos que **el futuro no se espera, se construye cada día.** Con esta convicción, en 2025 pusimos en marcha nuestra nueva estrategia de sostenibilidad, "**Compartimos Futuro",** un marco que llevó nuestra propuesta anterior un paso más allá y la conectó de forma más estrecha con nuestro propósito y con el negocio. La estrategia se articula en torno a cuatro grandes ejes, desarrollados en distintas áreas de actuación alineadas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas:

"Compartimos futuro" representa nuestro **compromiso a largo plazo** con la autenticidad, la coherencia y los valores propios de la Compañía para dejar un legado a las generaciones futuras

Crecer haciendo crecer: tenemos el compromiso de de formar a nuestros directivos en liderazgo inclusivo. En nuestra cadena de valor, nuestro objetivo es apoyar a proveedores, distribuidores y clientes para avanzar en eficiencia y sostenibilidad y lograr que esta sea 100 % sostenible en 2040. Además, nos comprometemos a que el 90 % de nuestras compras sean a proveedores loca- les para 2030 y a implicar a más de 30.000 puntos de venta en el programa "Compartimos Futuro con la Hostelería", por el que lograrán una certificación en materia social y ambiental.

Trascender en nuestro entorno local: impulsaremos programas de empleo y capaci- tación para generar un impacto positivo en las comunidades en las que operamos, con el objetivo de llegar a ocho millones de per- sonas con iniciativas sociales. También promoveremos que el 100% de nuestros even- tos incorporen criterios de sostenibilidad y reforzaremos los programas sociales de ca- pacitación y empleo.

Impulsar el consumo consciente: queremos favorecer el bienestar de 35 millones de personas para 2030, diversificando ha- cia nuevos productos sin alcohol (0,0) y promoviendo la accesibilidad y la transpa- rencia hacia el consumidor con una infor- mación clara y veraz en el 100 % de nues- tras referencias sobre ingredientes, valo- res nutricionales y sostenibilidad.

Alcanzar el *nature positive*: tenemos la mirada puesta en la descarbonización de nuestros centros, la reducción del consumo de agua, la circularidad de nuestros envases y materiales y la com- pra local de materias primas sostenibles. El objetivo es alcanzar un balance neto positivo de nuestra actividad en el en- torno natural para 2050. También im- pulsaremos la circularidad de nuestros envases y materiales, garantizando que todos sean 100% reciclables o reutiliza- bles y con un creciente uso de materia- les recuperados.

Riesgos y oportunidades del negocio

Hoy en día, la gestión responsable de los riesgos es clave para crear valor no solo en el corto plazo, sino especialmente en un medio y largo horizonte. Por ese motivo, en Mahou San Miguel contamos con un modelo de gestión basado en el marco COSO (Commitee of Sponsoring Organizations) que nos permite:

- Anticipar los potenciales riesgos
- Evaluar su impacto y reaccionar para proteger la estabilidad del negocio
- Cumplir nuestros objetivos estratégicos

Este modelo se aplica de forma homogénea en nuestras principales operaciones y unidades de negocio, integrándose en la toma diaria de decisiones.

La gestión de los riesgos es un **compromiso compartido por toda la plantilla.** Los responsables de las distintas unidades participan siempre en la identificación, evaluación y seguimiento de los riesgos estratégicos y operativos, apoyándose en un marco de gobernanza sólido y en he- rramientas que permiten priorizar accio- nes y responder en tiempo real.

En 2025, reforzamos este modelo mediante la revisión continua de riesgos y controles, la automatización del segui- miento de los Indicadores Clave de Riesgo y la mejora de los procesos de autoeva- luación. Estas medidas han fortalecido nuestra capacidad de anticipación y pre- vención, contribuyendo a un **equilibrio financiero sólido y a una gestión prudente del negocio.** Aunque tenemos capacidad para soportarlos, en Mahou San Miguel no asumimos riesgos críticos.

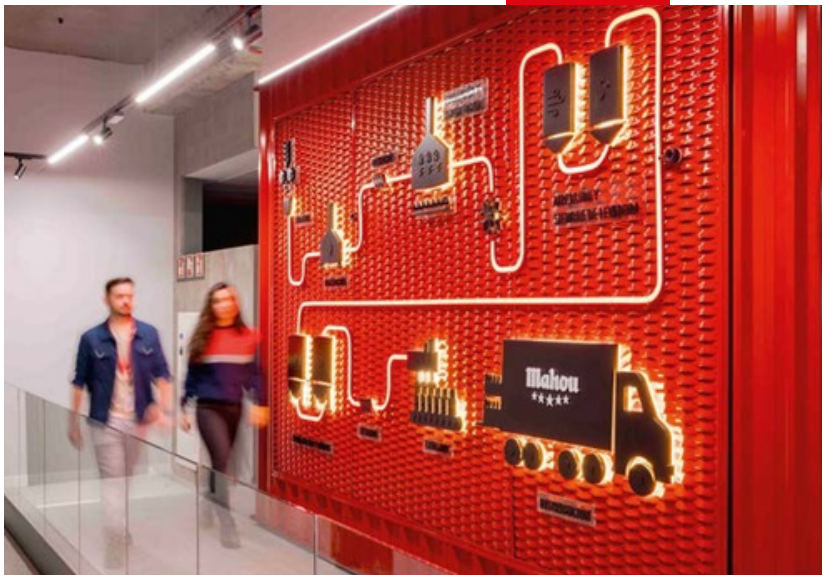


Diagrama del proceso de elaboración de la cerveza en la fábrica de Alovera (Guadalajara).

Durante el pasado ejercicio, definimos 13 categorías de riesgo que ofrecen una visión estructurada de los posibles even- tos que pueden afectar a la Compañía. Como resultado, nuestro Mapa de Ries- gos recoge ahora 49 riesgos identificados a partir del análisis de los procesos clave, cada uno de ellos asociado con eventos que facilitan su seguimiento y gestión. Este enfoque se completa con el refuerzo de los planes de respuesta y del sistema de control interno, revisado periódicamente para garantizar su eficacia y la continui- dad del negocio.

A continuación, se detallan los principales riesgos identificados en 2025 y las medidas de gestión y control implantadas para prevenir y mitigar sus impactos.



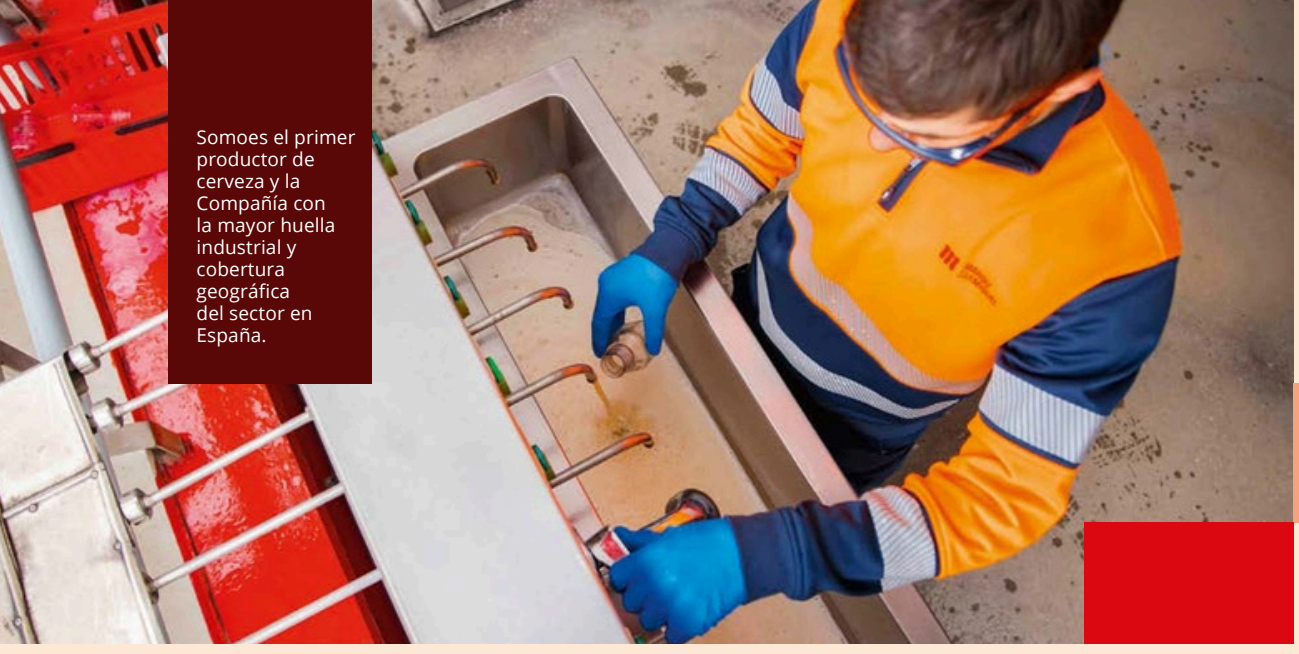
Continuidad de negocio

Tipología de riesgo	Escenario(s) de riesgo identificado	Medidas de gestión y control vigentes durante 2025
Factores externos **Entorno y dinámicas de mercado**	Impactos negativos provocados por factores externos sociopolíticos y macroeconómicos, cambios significativos en la demanda y/o cambios en la estructura o composición del mercado (competidores)	Mahou San Miguel reforzó la gestión de los factores externos intensificando el seguimiento del entorno macroeconómico, geopolítico, regulatorio y social, dada su influencia directa en el consumo, los costes y la ejecución de la estrategia. A lo largo del ejercicio, se mantuvo una monitorización continua de los indicadores clave y señales tempranas, integrando escenarios externos en los procesos de planificación y toma de decisiones. Este enfoque permitió anticipar impactos derivados de la volatilidad macroeconómica, la presión regulatoria creciente y la exposición a eventos disruptivos, inclui- dos los de carácter climático. Asimismo, se reforzó la coordinación entre áreas clave, con el objetivo de preservar la resiliencia del negocio y la continuidad de las operaciones en un entorno de elevada incertidumbre.
Capital humano y gestión del talento	Impactos negativos por no disponer del capital humano y talento necesario para el desarrollo de las actividades de la Compañía	La Compañía continuó reforzando la gestión del ries- go asociado a personas, cultura, estructura organiza- tiva, talento y gestión del cambio. A lo largo del ejercicio, se avanzó en la planificación y el refuerzo de los modelos de desarrollo de capaci- dades, formación y aprendizaje, con especial foco en perfiles para la transformación del negocio. Seguimos incorporando las últimas tendencias en formas de trabajar y selección de talento, con un estilo de lide- razgo basado en el ejemplo. Para ello, contamos con políticas de formación, beneficios sociales y planes de desarrollo personal diseñados para atraer y fidelizar a los mejores profesionales. Asimismo, se intensificó el seguimiento de proyectos transversales con el objeti- vo de asegurar una implantación sostenible. Estas medidas permiten mantener el riesgo en niveles controlados, si bien condicionados por la complejidad del entorno laboral, la escasez de determinados per- files y la necesidad de consolidar los modelos organi- zativos en un contexto de transformación continua.

Tipología de riesgo		Escenario(s) de riesgo Identificado	Medidas de gestión y control vigentes durante 2025
Cadena de suministro y terceras partes	Continuidad de negocio	Tensiones y/o incapacidad para asegurar el correcto desarrollo de la actividad	En 2025, la Compañía mantuvo una gestión activa y con cautela del riesgo de aprovisionamiento y cadena de suministro, en un contexto de mayor estabilidad relativa de los mercados respecto a ejercicios ante- riores, pero con volatilidad estructural persistente en determinadas categorías clave. La gestión del riesgo se apoyó en una gestión de ries- gos de *commodities*, orientados a preservar la conti- nuidad del suministro y mitigar el impacto económi- co de la volatilidad de precios, mediante estrategias de cobertura, análisis de sensibilidad y un marco de toma de decisiones disciplinado. Asimismo, se continuó avanzando en la consolidación del proceso de *supply chain* como palanca clave de coordinación entre demanda, producción y aprovisio- namiento, reforzando la capacidad de anticipación y escenarios de mayor complejidad operativa. En el ámbito logístico, se mantuvo un nivel de servi- cio global robusto, gestionando de forma activa y sin impactos en la continuidad del negocio.
Riesgo de liquidez y crédito		Potencial riesgo de desequilibrio en Tesorería	En 2025, se mantuvo una gestión prudente y anti- cipativa del riesgo de liquidez y crédito, orientada a garantizar nuestra solidez financiera, la continuidad del negocio y el adecuado soporte a la actividad ope- rativa y comercial. A lo largo del ejercicio, se realizó un seguimiento continuo de la posición de tesorería, las necesidades de financiación y las proyecciones de liquidez, inte- grando distintos escenarios de estrés y evolución del entorno económico, en línea con las políticas finan- cieras de la Compañía. En materia de riesgo de crédito, la gestión se apoyó en una evaluación y control de clientes que establece criterios, límites y protocolos de actuación para miti- gar posibles impactos derivados de impagos o dete- rioro de la calidad crediticia. Este enfoque permitió mantener el riesgo de liquidez y crédito en niveles controlados, reforzando la capacidad de anticipación y la resiliencia financiera en un entorno de incerti- dumbre macroeconómica.



Tipología de riesgo		Escenario(s) de riesgo Identificado	Medidas de gestión y control vigentes durante 2025
Riesgo de ventas y medios comerciales (mercado)	Continuidad de negocio	Riesgos derivados de la comercialización de nuestros productos y de las relaciones con nuestros clientes y consumidores	En 2025, continuamos reforzando la gestión de este riesgo en un contexto de transformación de los canales, mayor presión competitiva y evolución de los hábitos de consumo. Avanzamos en la digitalización de la relación con los clientes, el refuerzo de la colaboración con los puntos de venta y la adaptación de las propuestas comercia- les, con el objetivo de mejorar la eficiencia comercial, la calidad del servicio y la fidelización en un entorno cada vez más exigente. Asimismo, se mantuvo un enfoque segmentado por tipología de cliente, desa- rrollando propuestas comerciales ajustadas al tama- ño y modelo de cada operador, orientadas a reforzar el posicionamiento de las marcas y la sostenibilidad del crecimiento.
Riesgo en tecnologías de la información		Gestión de los sistemas de información, desarrollo e implantación de sistemas y seguridad tecnológica	En este ejercicio, se intensificó el enfoque en el riesgo de ciberseguridad, reforzando las medidas de pro- tección de las infraestructuras, la gestión de identi- dades y accesos, y la monitorización de los entornos tecnológicos, con el objetivo de prevenir, detectar y responder de forma eficaz ante posibles incidentes. Asimismo, se avanzó en la implantación y evolución de sistemas de información, incorporan- do criterios de control de riesgos en los proyectos tecnológicos y reforzando la coordinación entre las áreas de negocio y tecnología para asegurar la estabilidad operativa y la continuidad del servicio. De forma transversal, se mantuvieron acciones de formación y concienciación en riesgos digitales, junto con auditorías, revisiones periódicas y simulacros, orientados a fortalecer la cultura de seguridad y la resiliencia tecnológica de Mahou San Miguel.
Riesgos ESG		Modelo de Gobierno, Medioambiente, Sostenibilidad y Responsabilidad Social Corporativa	Mahou San Miguel continuó impulsando la gestión de este riesgo, dada su relevancia estratégica y su impacto transversal en el negocio, la reputación y el cumplimiento normativo. Se apoyó en la integración de la sostenibilidad como eje del Plan Estratégico “Compartimos Futuro”, reforzando el marco de go- bierno, las políticas corporativas y los mecanismos de seguimiento, con el objetivo de asegurar una im- plantación coherente y alineada con las expectativas regulatorias y de los grupos de interés. A lo largo del ejercicio, se mantuvo un seguimiento continuo de los principales compromisos de sosteni- bilidad, incorporando criterios ambientales, sociales y de buen gobierno en los procesos de toma de decisio- nes, así como en la relación con clientes, proveedores y otros *partners*.



Somoes el primer productor de cerveza y la Compañía con la mayor huella industrial y cobertura geográfica del sector en España.

Continuidad de negocio

Tipología de riesgo	Escenario(s) de riesgo identificado	Medidas de gestión y control vigentes durante 2025
Riesgo legal y de cumplimiento	Posibilidad de incurrir en sanciones legales o administrativas, pérdidas financieras significativas o pérdidas de reputación por incumplimiento de leyes, regulaciones, normas internas y códigos de conducta	En 2025, se continuó reforzando la gestión del riesgo legal y de cumplimiento en un contexto de crecien- te complejidad regulatoria y mayores exigencias en materia de control interno, ética y buen gobierno. La mitigación del riesgo se apoyó en un marco norma- tivo corporativo robusto, compuesto por políticas, procedimientos, protocolos y códigos de conducta que se revisaron y actualizaron de forma periódica para asegurar su alineación con la normativa aplica- ble y con las mejores prácticas. La Compañía dispone de un Comité Ético y de Cumplimiento que reforzó las acciones de formación y sensibilización en toda la Compañía, contribuyendo a fortalecer una cultura de cumplimiento.
Imagen de la Compañía	Daños a la imagen o valoración de Mahou San Miguel como organización	La gestión de este riesgo se apoyó en una Política de Comunicación Corporativa, que establece los prin- cipios y el marco de actuación para la comunicación interna y externa, así como en la coordinación con las áreas clave implicadas en la gestión reputacional. La Compañía dispone de una Secretaría de Crisis como órgano de referencia para la evaluación y res- puesta ante situaciones con potencial impacto re- putacional que refuerza la capacidad de reacción y dispone de protocolos de respuesta y actuación para cada caso. Este enfoque permitió gestionar de forma anticipativa los riesgos reputacionales, minimizar el impacto de posibles incidentes y preservar la imagen y credibilidad de Mahou San Miguel en un entorno de elevada exposición mediática y social.

Alianzas estratégicas: juntos somos mejores

En Mahou San Miguel creemos en la colaboración como motor de progreso y de creación de valor compartido. Por ello, impulsamos alianzas con instituciones públicas y privadas que nos permiten avanzar en nuestro propósito de enriquecer las relaciones para disfrutar de una vida compartida al tiempo que fortalecemos nuestro crecimiento, nuestra innovación y la defensa de nuestras marcas.

Este compromiso se vio reforzado en 2025 con la asunción de la **Presidencia de la Asociación para la Defensa de la Marca (ANDEMA),** una responsabilidad que refleja nuestra implicación activa en la protección de la propiedad industrial y en la promoción de una cultura sólida de defensa de marca. Un ámbito clave para asegurar un entorno empresarial más justo, competitivo y preparado para el futuro.

Gracias a este ecosistema de alianzas, Mahou San Miguel continuó avanzando como una Compañía más abierta, innovadora y diversificada, construyendo una marca cada vez más admirada y reconocida por nuestros grupos de interés.



Innovación y transformación

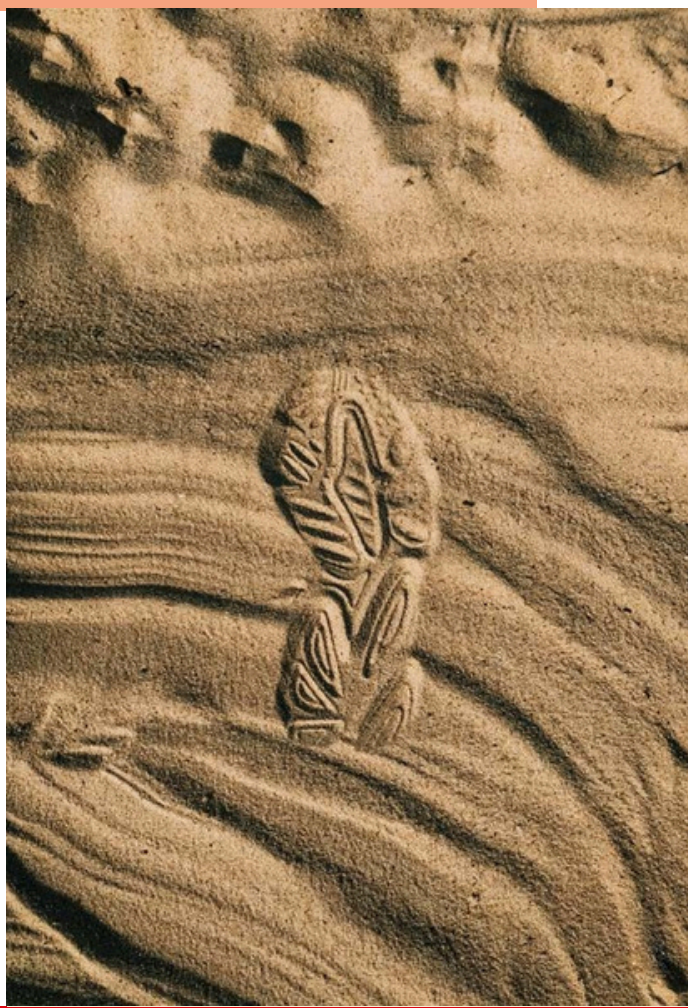
04



Misma esencia, nuevas respuestas

Nuestra historia nos recuerda que **innovar no es solo crear algo nuevo**, sino saber adaptarse y evolucionar en un entorno en cons- tante transformación. La innovación **forma parte de lo que es Mahou San Miguel**; una prueba de nuestro afán por mejorar, aprender y seguir explorando nuevos caminos.

Trabajamos codo con codo con nuestros clientes, distribuidores y el conjunto de la cadena de valor para dar respuesta a los actua- les retos de negocio. Desde el uso de la tecnología y el dato hasta la diversificación con nuevos produc- tos, transformamos la forma en que operamos para **ser útiles hoy y seguir siendo relevantes mañana**.



Estrategia de **innovación**

Mahou San Miguel innova constantemente con foco en:

Consumidor: desarrollamos nuevos productos y formatos que se adapten a las necesidades de los consumidores y a las nuevas tenden- cias. En 2025, pusimos el foco en la diversificación de nuestro portafolio más allá de la cerveza, con la entrada en nuevas categorías como las bebidas energéticas o las bebidas populares con base de vino.

Clientes: aspiramos a ser el socio integral de referencia para el hostelero, contribuyendo a la creación de la Hostelería del futuro. Para ello, ponemos a su disposición soluciones y servicios innovadores, como Nexho, que mejoran la eficiencia y el rendimiento de su negocio. Con este propósito, en 2025 anunciamos también el lanzamiento de una marca de café exclusiva para Hostelería, ampliando nuestra oferta de valor a nuestros clientes.

Transformación e IA: impulsamos la digitalización y el uso de la inteligencia artificial para optimizar procesos, anticipar tendencias y ofrecer experiencias de mayor valor en toda la cadena. El pasado año, desplegamos 300 iniciativas de transformación en la Compañía, consolidando un modelo operativo más ágil, eficiente y orientado al dato.



Grifo y copas diseño especial Centenario Alhambra

Lanzamiento de nuevos productos: conectando presente y futuro

Explorar nuevas formas de disfrutar es parte de nuestra manera de hacer. Inno- vamos para acompañar a las personas en distintos momentos y ocasiones de con- sumo, incorporando nuevas experiencias sin perder nuestra esencia.

En 2025, impulsamos el liderazgo y la sa- lud de nuestras marcas con el lanzamien- to de 19 variedades cerveceras y tres nue- vas marcas más allá de esta categoría:

MAHOU

Mahou 0,0 Tostada (lata 25cl): ampliamos nuestra oferta en el segmento 0,0 con un nuevo formato, pensado para seguir acer- cando la experiencia cervecera a quienes eligen disfrutar sin alcohol. La campaña de lanzamiento promueve el consumo de una 0,0 como una elección de sabor y de disfrute, no como una concesión.

ALHAMBRA

Alhambra Edición Limitada 1964: lanza- mos una cerveza con alma que rinde ho- menaje a la principal inspiración de Alham- bra en sus cien años de historia: Granada. Esta edición limitada de 500 botellas cele- bró la esencia de la ciudad en cada detalle.

Alhambra Reserva 1925 de grifo: con es- te formato introdujimos por primera vez la experiencia de Alhambra Reserva 1925 en copa en el canal de Hostelería, mediante un ritual de servicio específico y una pre- sentación diferenciada que elevó el mo- mento de consumo.

El nuevo grifo de Alhambra es una pieza única ela- borada median- te un proceso ar- tesanal de vidrio soplado, que rinde homenaje a los orígenes de la marca.

FOUNDERS

Nuevas variedades de All Day de Founders: dinamizamos la marca con dos nuevas referencias –West Coast y Day Shandy–, además de dos exclusivas –Gra- pefruit y Twist–, para ofrecer más alterna- tivas a los consumidores fieles a All Day.

Mortal Bloom: tras su exitoso lanzamiento en 2024, ampliamos la gama en 2025 con tres nuevas variedades que re- forzaron la presencia de la marca en su segmento: Sinister Haze, Tropical Fate e Imperial Thorn.

On Cloud Lime: incorporamos una *la- ger* con lima de 5°, desarrollada dentro de la línea de cervezas de temporada de Founders.

KBS Hazelnut Fudge: lanzamos esta edición limitada 2025, caracterizada por notas de café y avellana.





AVERY

NaughTea: introdujimos un té negro con limón y un toque de alcohol, la nueva pro- puesta con la que Avery se adentró en el segmento emergente de los *hard teas*.

Beach Buffalo: presentamos una bebida fresca y cítrica con lima, creada para disfrutarse en momentos de celebración y socialización.

Brightpeak IPA: lanzamos una nueva IPA elaborada con lúpulo *Brightpeak*, reco- nocida por su perfil cítrico y refrescante, perfecta para consumir al aire libre.

CORONA

~~Corona Cero (lata):~~ ~~ampliamos la dispo-~~ nibilidad de esta cerveza icónica con un nuevo formato en lata, que conserva su frescura característica. Esta *pale lager*, elaborada con maltas poco tostadas y una cuidada combinación de lúpulos, mantie- ne su sabor refrescante y su bajo nivel de amargor, ahora con mayor conveniencia.

Diversificación: más allá de la cer veza



Nuestra estrategia de diversificación en 2025 se centró en complementar nuestro negocio principal, la cerveza, con el desarrollo de nuevos productos y la entrada en categorías emergentes como el café, las bebidas energéticas o las bebidas a base de vino. Con ello ampliamos nuestra propuesta de valor en el ámbito de las bebidas y los servicios.

Este avance se complementó con la expansión geográfica hacia nuevos mercados, reforzando nuestra presencia internacional y aprovechando oportunidades en mercados en crecimiento.

LOS CACHIS

Lanzamos **Los Cachis**, una nueva marca formada por cuatro bebidas con base de vino inspiradas en las fiestas populares españolas. Cada referencia celebra una identidad regional distinta mediante propuestas listas para disfrutar:

- **Montxo Kalimotxo**, con la energía fresca y desenfadada del norte.
- **María Sangría**, de espíritu dinámico y cosmopolita.
- **Currito Rebujito**, inspirado en la tradición alegre y festiva del sur.
- **Mariano Tinto de Verano**, que evoca el terraceo y los atardeceres veraniegos.



La diversificación es clave para dar respuesta a **nuevos momentos de consumo** y para nuestra expansión internacional

Los Cachis están disponibles en establecimientos de Hostelería de todo el país en formato barril, y la variedad de tinto de verano también se comercializa en botella de 33 cl.

REFEEL

Presentamos **Refeel**, una bebida energética elaborada exclusivamente con ingredientes 100 % naturales, baja en calorías, con cafeína de origen vegetal y un sabor refrescante a mango y piña.

Está disponible en formato lata en el canal de Alimentación, también en plataformas *delivery* y *online* en la Tienda Mahou San Miguel.

Refeel responde a la creciente demanda de opciones alineadas con estilos de vida más saludables, en un segmento que registra un fuerte crecimiento tanto en España como a nivel internacional.



Fonteide Service

FONTEIDE SERVICE

Entramos en el negocio de los dispensadores de agua a través de **Fonteide Service**, un sector que crece a doble dígito anual en Canarias. Nuestro objetivo es liderarlo en 2030 y multiplicar por cuatro el número de dispensadores en cinco años.

En 2025, ampliamos nuestra distribución a La Gomera y Lanzarote, sumándose a la presencia ya consolidada en Tenerife, Gran Canaria, La Palma, El Hierro y Fuerteventura.

Fonteide Service integra tecnologías inno- vadoras y un alto nivel de digitalización, ofreciendo un servicio de suscripción ges- tionado desde una aplicación móvil con gran flexibilidad horaria y funcionalida- des avanzadas. Además, refuerza nuestro compromiso con la sostenibilidad median- te formatos retornables, el uso de vasos de cartón en lugar de plástico y dispensa- dores libres de BPA disponibles en tama- ños de 20 y 11 litros, que contienen agua mineral natural Fonteide.

CAFÉ 170º

Como parte de esta estrategia, creamos una nueva Unidad de Negocio dedicada a la venta y distribución de café, cuyo pri- mer hito fue el lanzamiento de **Café 170º**, una marca propia diseñada específica- mente para la Hostelería.

Café 170º, cuya comercialización se inició en enero de 2026, se presenta con una gama de cafés 100 % natura- les compuesta por cuatro *blends* prin- cipales, además de un descafeinado. Los productos están disponibles en lata de 3 kg, bolsa de 1 kg y cápsulas tipo dis- co, configurando un portafolio adaptado a las necesidades de los hosteleros, con propuestas de calidad y perfiles sensoria- les diferenciados.

Mahou San Miguel refuerza su posición como socio integral de la Hostelería con la ambición de convertirse en **uno de los operadores líderes del café** para este canal en España



Café 170º

Transformación de la Hostelería: creando el sector del mañana





+Bar en el móvil

Creemos que la Hostelería es el corazón de nuestras ciudades y que su progreso está estrechamente ligado al nuestro. Bajo el principio de *Crecer haciendo crecer*, ponemos a disposición del sector soluciones innovadoras y sostenibles que impulsan su transformación, refuerzan su competitividad y generan valor compartido. El compromiso de Mahou San Miguel es acompañar a los hosteleros en cada etapa, ayudándoles a afrontar los retos actuales y a construir juntos un futuro más sólido y próspero.

Plan de Transformación de la Hostelería

A través de este Plan —al que destinamos 56 millones de euros en 2025 y que suma 202,2 millones desde su lanzamiento en 2022— ofrecemos una propuesta integral de servicios, herramientas y productos diseñada para aportar valor real a los negocios hosteleros.

Entre sus principales iniciativas destacan:

- **Nexho:** plataforma **líder en la digitalización del sector,** con herramientas que permiten mejorar la gestión, la eficien- cia y la rentabilidad del negocio. Más de 135.000 profesionales utilizan ya Nexho para acceder a soporte integral, forma- ción especializada y conexión directa con las principales marcas del sector.

- **+Bar:** ecosistema de servicios integrales y personalizados concebido para acompañar y asesorar a los hosteleros en la gestión diaria de su actividad. Incluye:

  - **+Bar Servitel:** participamos en un **40 %** de esta compañía especializada en soluciones de suministro y equipamiento para Hostelería.

  - **+Bar Sport TV:** comercializamos **LaLigaTV Bar** en el marco de nuestro acuerdo con LaLiga, y **hemos desarrollado la aplicación +Bar Sport TV**, que permite al hostelero personalizar su oferta audiovisual con contenidos de distintas disciplinas deportivas.

- **Servicios financieros**: ofrecemos al hostelero soluciones desde la consultoría o el asesoramiento hasta productos finan- cieros básicos como una cuenta banca- ria, tarjeta de crédito y débito, TPVs sin comisiones de mantenimiento o gestión de efectivo.

Con este plan reforzamos nuestro compromiso con la digitalización, rentabilidad y sostenibilidad de bares y restaurantes.

Innovación abierta e IA: nuevas maneras de innovar

La innovación forma parte de nuestra manera de evolucionar como Compañía y de anticiparnos a los cambios en el entorno. Apostamos por la tecnología y el uso de datos para mejorar la toma de decisiones y avanzar en nuestra forma de hacer, impulsando soluciones más eficientes y sostenibles en el ámbito de la alimentación y las bebidas.

Innovación abierta: el poder de la colaboración

A lo largo de más de 135 años, la transformación ha sido uno de los motores que ha mantenido a Mahou San Miguel en la vanguardia del sector. En 2025, aceleramos una innovación más disruptiva, basada en nuevas tecnologías y en la colaboración con otras compañías y emprendedores, con el objetivo de seguir construyendo una Compañía más competitiva, ágil y flexible.

- **BarLab Ventures:** nuestra plataforma de innovación abierta articula nuestro compromiso con el emprendimiento y la digitalización. El pasado año, consolidamos un ecosistema formado por 380 *startups*, 47 *partners* y 30 mentores, enfocado especialmente en el ámbito *foodtech*. A través de BarLab Ventures impulsamos soluciones que abordan los retos actuales del sector de Alimentación y Bebidas y compartimos conocimiento y buenas prácticas con toda nuestra cadena de valor.

- **BarLab Circular:** en línea con nuestra estrategia de sostenibilidad, avanzamos en la revalorización de los subproductos del proceso cervecero, como el bagazo, para darles una segunda vida como nue- vos ingredientes. Desde BarLab Circular desarrollamos proyectos que abarcan tanto productos alimentarios –como la Beer Burger o los removedores de café comestibles– como soluciones no ali- mentarias –grifos de cerveza o etique- tas para botellines fabricadas con papel elaborado con bagazo–.

- **NewDrinks:** a través de esta plataforma de innovación abierta para bebidas disruptivas, conectamos marcas emergentes con consumidores españoles. NewDrinks contribuye a dinamizar el mercado de bebidas, generando oportunidades para emprendedores externos mediante el testeo de nuevos productos, el análisis de su potencial y la obtención de *insights* relevantes sobre tendencias de consumo.

NewDrinks es una plataforma de innovación abierta enfocada a que los consumidores descubran nuevos productos y participar en el impulso de los mismos.



Marcas emergentes NewDrinks



- **Acuerdo con McWin Capital Partners:** en 2025, reforzamos nuestra colaboración con socios especializados mediante un acuerdo estratégico con McWin Capital Partners, firma internacional referente en *foodtech*. Esta alianza nos permitió impulsar soluciones disruptivas y sostenibles dentro y fuera de España, acelerar la transformación digital de la Hostelería e impulsar nuevas oportu- nidades en innovación alimentaria que mejoran la experiencia del consumidor.

IA y dato: nuestra nueva levadura

Entendemos la transformación como un eje estratégico que nos permite anticiparnos, con mayor agilidad y eficiencia, a los retos del futuro. Por ello, impulsamos la incorporación de la Inteligencia Artificial y del dato como herramientas clave para la toma de decisiones en toda la organización.

Integramos la IA y el dato en la toma de decisiones para anticiparnos, ampliar nuestra ventaja competitiva y personalizar la experiencia de cada usuario

En la actualidad, tenemos **más de 300 iniciativas** relacionadas con la transformación en marcha, que abarcan desde la innovación en productos hasta la digitalización de procesos, pasando por la sostenibilidad y la experiencia de empleado. De ellas, **durante 2025 más de 130 se acompañaron específicamente desde Avanzamos,** la oficina de Transformación de Mahou San Miguel, que tiene como foco impulsar la productividad de la Compañía a través del asesoramiento de proyectos estratégicos.

Ampliamos nuestra capacidad de predicción de la demanda de 6 a 18 meses, alcanzando un nivel de precisión del **95 %**, lo que nos permitió optimizar la planificación y ganar eficiencia. El dato se consolidó como un ingrediente fundamental de nuestra transformación, contribuyendo a **mejorar un 20 % la retención de clientes** y a duplicar el número de nuevos colaboradores en nuestra red.

Conexión local y huella industrial

05



Contribución económica y social en cada rincón

Desde nuestros inicios, hemos crecido ligados a los territorios en los que estamos presentes. Nuestra ac- tividad industrial y nuestras marcas forman parte del tejido productivo y social de cada lugar en el que opera- mos, generando empleo, impulsan- do la economía local y construyendo vínculos sólidos con las comunidades.

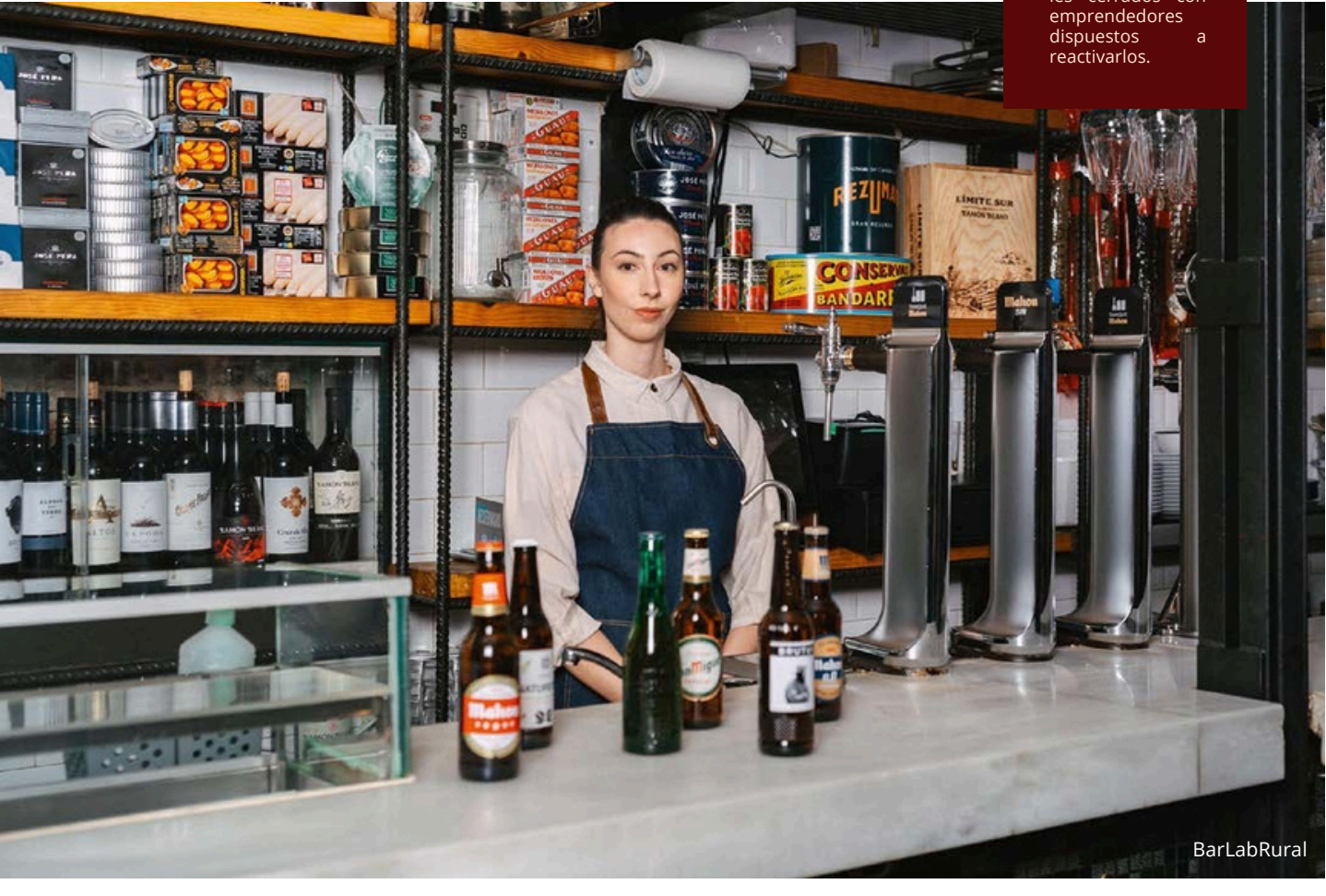
Hoy, transformamos el presente con una **huella industrial única** y una **conexión cercana con el entor-no**, con el propósito de compartir el progreso de Mahou San Miguel en cada rincón del país.



Contribución socioeconómica: una huella industrial con impacto positivo

La**huella industrial de Mahou San Miguel** acompaña el ritmo del negocio y de los te- rritorios en los que está presente. Desde nuestros centros de producción —nueve en España y tres en Estados Unidos— y manantiales, desarrollamosuna**actividad en constante evolución**, orientada a responder las nuevas demandas del mercado, fortalecer las relaciones a largo plazo y aportar valor a nuestro entorno.

BarLab Rural es la iniciativa de Mahou San Miguel que conecta a propietarios de establecimientos hosteleros rurales cerrados con emprendedores dispuestos a reactivarlos.



BarLabRural

1.209
millones de euros aportados al PIB nacional a través de la Hostelería



Camión de Taisa en la fábrica de Alovera

NUESTRA ACTIVIDAD GENERA UN IMPACTO ECONÓMICO Y SOCIAL SIGNIFICATIVO EN TODO EL TERRITORIO NACIONAL*:

8.529
millones de euros de impacto económico equivalente al **0,5 % del PIB nacional**

183.575
empleos generados entre puestos directos, indirectos y vinculados a nuestra cadena de valor y red de clientes

1 euro
de **riqueza** por cada botellín de cerveza producido

(*) Datos del Informe de Impacto Socioeconómico de Mahou San Miguel 2024, elaborado por Valora Consultores

Nuestra huella industrial se traduce en **crecimiento, empleo y riqueza compartida,** contribuyendo significativamente al desarrollo socioeconómico de los territorios en los que estamos presentes

Entre los sectores más beneficiados por nuestra actividad se encuentra la **Hostelería, con una aportación por parte de la Compañía de 1.209 millones de euros en término de PIB nacional**. Este destaca así como un sector estratégico para la Compañía, con el que mantiene una importan- te e histórica vinculación y que supone un motor económico en el país.

Además, este impacto se extiende de forma capilar a regiones y municipios, impulsando a sectores clave como la Hostelería y contribuyendo al equilibrio territorial.

En el entorno rural, estamos presentes en el **71 %** de los mu- nicipios de menos de 5.000 ha- bitantes y en el **62 %** de los que se encuentran en riesgo de des- población, generando **más de 330 millones de euros** y cerca de **6.000 empleos**.

En 2025 nuestra **contribución fiscal fue de 322,8 millones de euros** (341 millones en 2024), de los cuales el 11,3% (36,4 mi- llones) correspondió a los pagos del impuesto de beneficios reali- zados en el ejercicio.

Contribución socioeconómica por región

Esta contribución se distribuye de forma capilar por todo el país, con especial peso en zonas como la Comunidad de Madrid, Cataluña, Castilla-La Mancha o Andalucía, territorios en los que la Compañía cuenta con centros de producción, manantiales, una amplia red de distribución y miles de proveedores locales.

• **Comunidad de Madrid:** es nuestro principal polo económico, donde se encuentra nuestra sede central en C/ Titán, 15 y la primera microcervecería en un estadio de fútbol en España, Plaza Mahou en el Santiago Bernabéu. La región concentra el mayor impacto socioeconómico del país, con **1.043 millones de euros en generación de riqueza por parte de la Compañía** y **34.234 empleos totales**, de los cuales **1.060 son empleos directos**.

• **Cataluña:** es otra de las comunidades con presencia industrial gracias a nuestra planta de Lleida, con casi 70 años de antigüedad. En la comunidad, generamos **326 millones de euros en riqueza** y **21.916 empleos totales**, de los que **294 son directos**.

• **Castilla-La Mancha:** región clave para Mahou San Miguel, donde se ubican nuestro centro de producción en Alovera —la mayor fábrica de cerveza de España y la tercera de Europa— y dos manantiales de agua en Beteta (Cuenca). Castilla-La Mancha recibió **263 millones de euros en riqueza** generada por Mahou San Miguel y **10.216 empleos totales**, de los que **897 son empleos directos**.

• **Andalucía:** somos la Compañía del sector con mayor huella industrial en Andalucía, con tres centros de producción de cerveza –Málaga, Granada y Córdoba–, un manantial de agua mineral natural en Jaén, tres almacenes logísticos en Málaga y un distribuidor propio en Granada. La región registró **255 millones de euros en riqueza** generada por la Compañía y **30.433 empleos totales**, de los que **550 son empleos directos**.

• **País Vasco:** contamos con la marca bilbaína La Salve, que desde 2018 tiene un centro de producción en Bolueta (Bilbao), consolidado como referente cervecero en Euskadi. La Compañía aportó **173 millones de euros en riqueza** y **7.042 empleos totales**, en- tre ellos **28 empleos directos**.

• **Castilla y León:** desde hace más de 50 años, el centro de producción de Burgos refleja nues- tro compromiso con la región. Nuestra actividad generó **149 millones de euros en riqueza** y **11.046 empleos totales**, de los cuales **184 son directos**.

• **Canarias**: disponemos de dos centros de producción en Tenerife: la fábrica de cerveza en Candelaria y el manantial de La Orotava, donde se produce Fon- teide. Nuestra actividad generó **39 millones de euros en riqueza** y **5.797 empleos totales**, de los que **274 son empleos directos**.

Del total de 183.575 empleos generados por la Compañía, **3.729 fueron puestos directos**y 179.846 vinculados a nuestra cadena de valor y a nuestra red de clientes hosteleros. **Supone un crecimiento anual del 2%**

10 = 1€

BOTELLÍN DE CERVEZA

DE RIQUEZA APORTADA A NUESTRO PAÍS

COMUNIDAD DE MADRID
1.043 M€
en riqueza
34.234
EMPLEOS TOTALES

1.060
EMPLEOS DIRECTOS

CASTILLA Y LEÓN
149 M€
en riqueza
11.046
EMPLEOS TOTALES

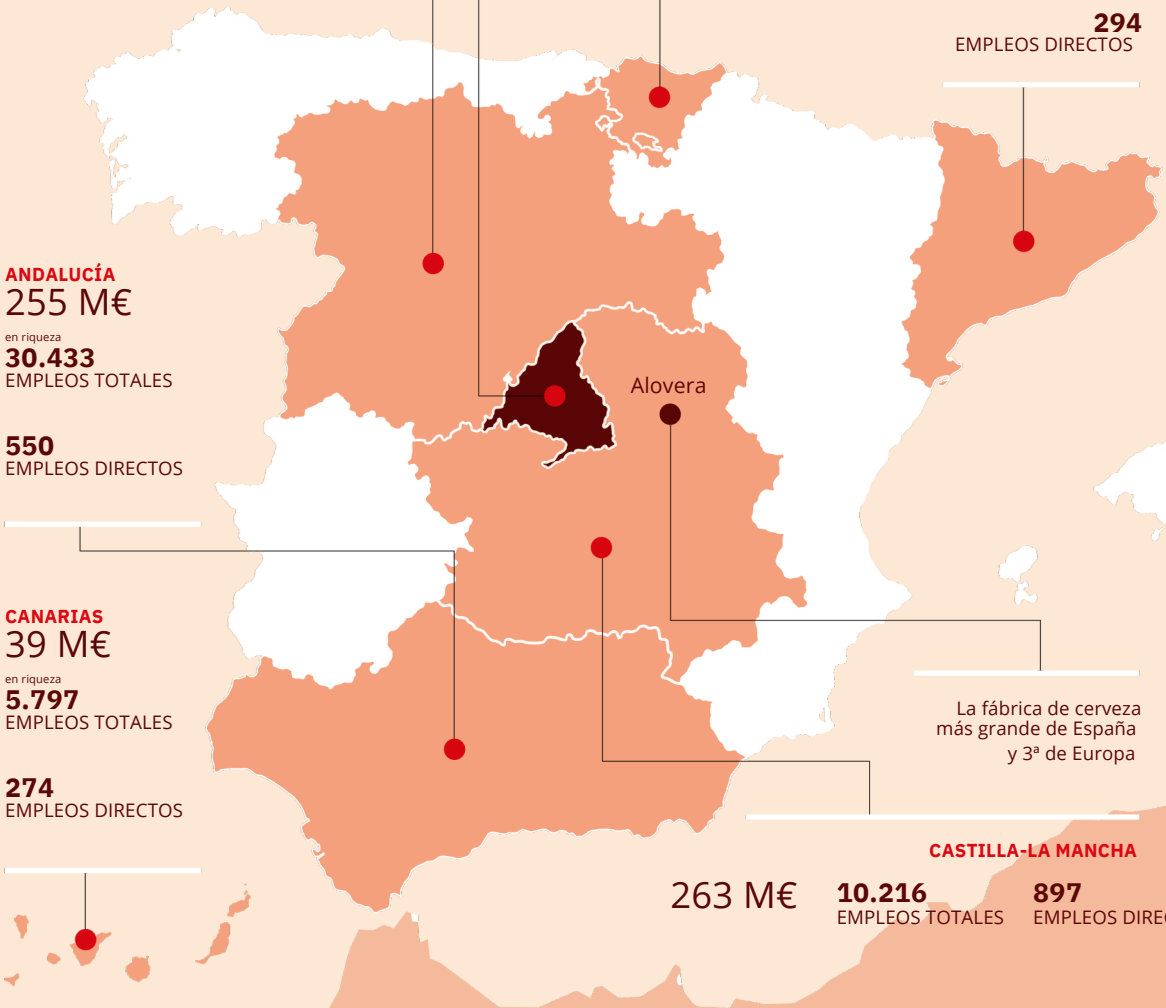
184
EMPLEOS DIRECTOS

PAÍS VASCO
173 M€
en riqueza
7.042
EMPLEOS TOTALES

28
EMPLEOS DIRECTOS

CATALUÑA
326 M€
en riqueza
21.916
EMPLEOS TOTALES

294
EMPLEOS DIRECTOS



ANDALUCÍA
255 M€
en riqueza
30.433
EMPLEOS TOTALES

550
EMPLEOS DIRECTOS

CANARIAS
39 M€
en riqueza
5.797
EMPLEOS TOTALES

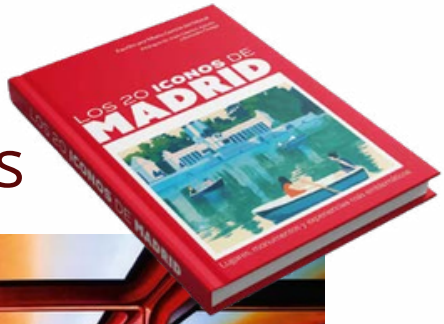
274
EMPLEOS DIRECTOS

La fábrica de cerveza más grande de España y 3ª de Europa

CASTILLA-LA MANCHA
263 M€
10.216 EMPLEOS TOTALES
897 EMPLEOS DIRECTOS

Indicamos nuestra contribución en las Comunidades Autónomas donde tenemos centros de producción o manantiales.

Marcas que conectan: cerca de los consumidores

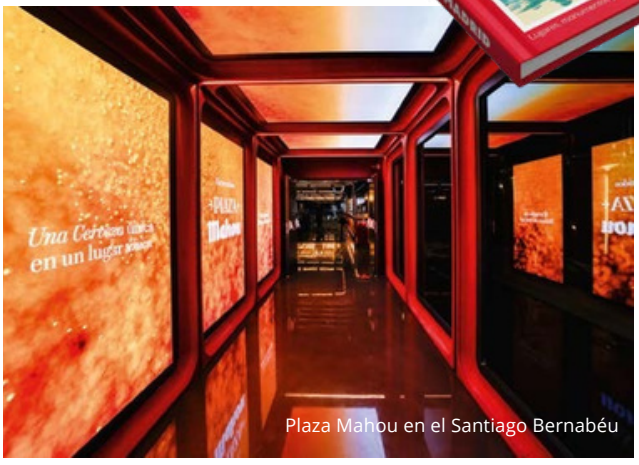


A través de nuestras marcas, estamos presentes de forma activa en la vida social y cultural de las comunidades de todo el país, acompañando a los consumidores en los momentos que comparten y disfrutan juntos. Nuestro compromiso con el deporte, la cultura y el ocio se materializa en una amplia oferta de patrocinios y colaboraciones que impulsan experiencias auténticas, fomentan la conexión entre personas y fortalecen el tejido social local.

MAHOU

- **1º aniversario de Plaza Mahou.** Nuestro espacio gastronómico, ubicado en el Estadio Santiago Bernabéu, cumplió su primer aniversario consolidándose como un punto de encuentro diferencial. El primer y único espacio de España donde se elabora cerveza dentro de un esta- dio ya ha recibido más de 800.000 visi- tantes que han disfrutado de 560.000 cañas de las diferentes variedades de Mahou.

- **Lanzamiento del libro "Los 20 iconos de Madrid".** Publicamos este libro como homenaje a la esencia de la ciudad a través de símbolos que forman parte del imaginario colectivo madrileño, entre los que se encuentra la caña de Mahou. La obra, escrita por Manuel García del Moral e ilustrada por David de las Heras, Jesús Aguado Gutiérrez, Rut Pedreño y Gianluca Folì, refuerza el vínculo histórico de Mahou con Madrid.



Plaza Mahou en el Santiago Bernabéu

Nuestras marcas forman parte de la vida social y cultural de las comunidades de todo el país, **creando experiencias que conectan con las personas y fortalecen los vínculos** del tejido local



El mural más grande de Madrid



Promoción *El juego del calamar*

Mahou y Netflix se unieron con motivo del estreno de la nueva y última temporada de la serie más vista de la plataforma: El juego del calamar

• **El mural más grande de Madrid, en el Palacio de Vistalegre.** Con motivo del 25º aniversario del Palacio de Vistalegre, impulsamos la creación del mural "La musa de Vistalegre", una obra de 1.100 m² realizada por el artista urbano Shafir. La iniciativa homenajea al espíritu del madrileño barrio de Carabanchel y continúa el compromiso de Mahou con la revitalización urbana y la dinamización hostelera local.

• **Feria del Libro de Madrid.** Mahou Cinco Estrellas participó como colaborador oficial de este evento cultural referente, que reúne cada año a más de un millón de asistentes. La marca organizó un encuentro literario con Juan Tallón, Manuel Jabois y Marta Fernández, en el marco de su apoyo a la cultura madrileña.

• **Vibra Mahou.** En 2025, consolidó su papel como plataforma musical de Mahou Cinco Estrellas con una intensa actividad centrada en la música en directo y las experiencias. A lo largo del año, promo- vió giras propias con artistas nacionales por salas de toda España, patrocinó festivales como el Mad Cool, Sonorama Ribera o Jardín de las Delicias, y consolidó el Vibra Mahou Fest como su gran formato experiencial, con paradas en varias ciudades y una edición destacada en Valencia que combinó conciertos, DJs, gastronomía, diseño local y talleres de cultura cervecera.



• **Desafío Mahou Cinco Estrellas.** Lanzamos nuestro primer campeonato *amateur* de pádel, que recorrió siete ciudades españolas –Madrid, Córdoba, Valencia, Barcelona, Santander, Alicante y Palencia–. La iniciativa potencia nues- tra apuesta por un deporte en plena ex- pansión y por la creación de experiencias compartidas.

• **Colaboración con "El Juego del Calamar".** Mahou Cinco Estrellas y Mahou Clásica lanzaron una edición especial inspirada en la serie coreana más vista en la historia de Netflix. Además, Vibra Mahou llevó al festival Mad Cool un espacio inmersivo temático, convirtiéndose en uno de los más visitados del recinto.

• **MahouLab 2025.** Celebramos la primera edición de este laboratorio de ideas impulsado por Mahou y Excellence Lab, con la participación de más de 700 jó- venes de distintas universidades. El equipo ganador —dos alumnas de la Universidad San Jorge, Zaragoza— re- cibió una beca Impulsa para integrarse temporalmente en el equipo de Marke- ting de Mahou.

SAN MIGUEL

- **Colaboración con Shorlin.** Como una muestra más de su gran arraigo en Málaga, donde está presente su fábrica desde 1966, San Miguel se convirtió en patrocinador oficial de Sohrlin Andalucía —el espacio de artes escénicas impulsado por Antonio Banderas y Domingo Merlín— y del Teatro Soho CaixaBank, apoyando el desarrollo cultural, gastronómico y hostelero de la provincia.

- **Campaña "Sentir Málaga".** Como homenaje a su vínculo con la ciudad, la marca lanzó una edición especial personalizando su logotipo con "Sentir Málaga" y presentó siete etiquetas en sus botellines con frases que evocan su estilo de vida único.

- **Campaña internacional *"Spanish Summer – No Matter When, Where or How".*** San Miguel lanzó una campaña que celebra el estilo de vida español. El *spot* se emitió simultáneamente en siete países, con especial relevancia en Reino Unido y Alemania, dos mercados clave para la marca.



Campaña "Sentir Málaga"



Antonio Banderas en nuestra fábrica de Málaga

ALHAMBRA

Cervezas Alhambra celebró su centenario. En 2025, celebramos los cien años de una de nuestras marcas más emblemáticas mediante un programa de actividades culturales y artísticas.

- **Acto institucional del Centenario.** El encuentro tuvo lugar en nuestra fábrica de Granada, con presencia de instituciones y medios nacionales y locales, y se extendió también a nuestra planta de Córdoba .



Centenario Alhambra


Instalación artística de Spencer Tunick

- **Creación de un nuevo palo flamenco: "Sosegá".** Creado por Cervezas Alhambra como homenaje a Granada y su esencia pausada, Sosegá ha sido amplia- mente reconocida por su aportación cul- tural y creativa, convirtiéndose en una de las iniciativas más premiadas del año:
  - Premios BCMA 2025 (Mejor *Branded Content* del Año, Mejor *Branded Content* Audiovisual y Mejor Proyecto de Innovación).
  - Premios W!N (Plata).
  - Cuatro candidaturas en los Latin Grammy 2025.

- **Instalación artística de Spencer Tunick.** Colaboramos con el artista estadounidense para una instalación artística de gran formato en un olivar granadino. Con el título "Retrato Alhambra 1925", reunió a cientos de personas voluntarias desnudas y cubiertas de pintura verde. Todas ellas formaron una imagen con- cebida por el artista como homenaje a Andalucía, al entorno natural y a la esté- tica de la marca, que presenta su botella "desnuda", sin etiqueta.

- **Nueva columna de Alhambra Reserva 1925.** Una auténtica creación de autor desarrollada por el diseñador Andreu Carulla en vidrio soplado, inspirándose en el imaginario de la marca y su botella icónica, trasladando su sensorialidad a través de los suaves relieves de su reconocida celosía arabesca. Además de la creación de este grifo, se diseñó en exclusiva una nueva copa.

- **Colaboración especial con María Monasterio.** Tres piezas de vajilla diseñadas en exclusiva por María Monasterio, artesana y ceramista, e inspiradas en cada una de las cervezas de la edición limitada "Las Numeradas" y sus momentos de consumo**: Azahar, Salicornia y Matalahúva.**

"Sosegá" es una creación inédita en el flamenco y **un regalo de Alhambra a su origen y a la cultura** que ha reunido a artistas de todas las generaciones bajo la dirección musical del prestigioso compositor y productor Javier Limón

- **Sello y matasellos de Cervezas Alhambra.** Lanzamos dos sellos de colección y un matasellos conmemorativo junto con la Sociedad Filatélica y Numismática Granadina.

- **Homenaje del Ayuntamiento de Granada a la fábrica por su centenario.** En un acto presidido por la alcaldesa de Granada y numerosas autoridades de la provincia, tuvo lugar la entrega de una placa con- memorativa en reconocimiento a los cien años de trayectoria de Cerve- zas Alhambra. Esta placa, que ya luce en nuestra emblemática fábrica de la cuesta de la Avenida de Mur- cia, simboliza no solo cien años de tradición cervecera, sino también el cariño y el compromiso compartido entre Granada y nuestra Compañía.

- **Edición especial de la camiseta del Granada FC.** Recuperamos nuestra presencia en la equipación oficial del primer equipo del club durante dos jornadas para rendir homenaje a nuestra marca en su centenario.



Botella rosa Solán de Cabras

SOLÁN DE CABRAS

• **12 años de compromiso con la lucha contra el cáncer de mama.** En 2025, Solán de Cabras reafirmó de nuevo su compromiso con la AECC, una alianza que dura ya doce años. Este esfuerzo se materializó en la publicación del libro ilustrado *Reflejo de un compromiso*, un homenaje a todas las personas y entidades que contribuyen a la lucha contra el cáncer de mama.

Como cada año, la marca lanzó su emblemática botella rosa, destinando el 100 % de los beneficios de su venta a la asociación, consolidándose como un símbolo de apoyo, cercanía y sensibiliza- ción social.

• **Impulso al diseño, la moda y la creatividad.** Como agua oficial de la **Mercedes-Benz Fashion Week Madrid** y patrocinadora de Madrid es Moda, la marca acompaña a diseñadores y *ateliers*, confirmando su vínculo con la creación contemporánea. Este compromiso se amplía en **Madrid Design Festival**, donde participó con "El viaje del agua" de Mut Design, una obra que reflexiona sobre el ciclo del agua y su valor esencial en nuestro día a día.

Desde el inicio de la colaboración, Solán de Cabras ha destinado más de 597.000 minutos de atención psicológica a pacientes y familiares junto a la Asociación Española contra el Cáncer, AECC.



FOUNDERS

• **Instalación de nueva pasteurizadora y desalcoholizadora en la planta de Grand Rapids.** El pasado año comenzó la instalación de equipamien- to industrial específico para la pro- ducción de cervezas sin alcohol, lo que refuerza la capacidad futura de innovación, permite ampliar el por- tafolio y mejora la competitividad en un segmento en fuerte crecimiento. Esta inversión permite a Founders res- ponder a las nuevas preferencias del consumidor local, cada vez más intere- sado en opciones de consumo modera- do sin renunciar al sabor *craft* característico de Michigan.

• **Nueva campaña "Born and Brewed in Michigan" de All Day IPA.** Orientada a reforzar el posicionamiento local de la marca, poniendo en valor su arraigo en Michigan, estado donde Founders es un referente cultural.

• **Patrocinio de la Universidad de Michigan.** La renovación del patrocinio con una de las instituciones deportivas uni- versitarias más influyentes refuerza su cercanía con una comunidad clave en su mercado local.

Apoyo al deporte regional

FÚTBOL

La Compañía reafirmó en 2025 su compro- miso con el deporte regional y con los va- lores que el fútbol representa —esfuerzo, compañerismo, respeto y arraigo local— mediante alianzas que abarcan desde los grandes equipos hasta las categorías base. Esta disciplina sigue siendo un elemento clave de cohesión social y un punto de co- nexión entre Mahou San Miguel y las co- munidades en las que estamos presentes.

- **Renovación del acuerdo con el Atlético de Madrid.** Mahou y Solán de Cabras re- novaron su acuerdo de patrocinio con el Atlético de Madrid hasta 2035. Mahou San Miguel se convirtió, además, en el **primer socio oficial de la nueva Ciudad del Deporte** que se construirá en el en- torno del Riyadh Air Metropolitano, con- solidando así una relación histórica con el club y su afición.
- **Impulso al fútbol regional.** Actualmen- te, patrocinamos a 19 clubes de fútbol de nuestro país, entre los que se encuen- tran el **Real Madrid**, el **Athletic de Bil- bao**, el **Rayo Vallecano**, el **CA Osasuna**, el **Getafe CF** o el **Real Oviedo**.

Renovamos nuestra alianza con el Atlético de Madrid tras más de 50 años de relación histórica basada en la confianza y en el respeto mutuos.



Patrocinio Atlético de Madrid

- **Patrocinio oficial de competiciones na- cionales.** Continuamos como **patrocina- dores oficiales de LaLiga y de la Liga F**, consolidando nuestra presencia en las principales competiciones del país y nues- tro compromiso con el deporte profesio- nal y la igualdad en el deporte femenino.
- **Primer patrocinio internacional:** San Miguel firmó su **primer acuerdo de pa- trocinio de un equipo fuera de España** con el **Rio Ave FC**, perteneciente a la primera división portuguesa y con pre- sencia en competiciones europeas. Esta alianza supone un paso relevante en la proyección internacional de la marca.

BALONCESTO

Nuestro apoyo al baloncesto forma par- te del compromiso de Mahou San Miguel con los valores de esfuerzo, superación, disciplina y trabajo en equipo. A través de la colaboración con clubes de distintas co- munidades autónomas, contribuimos a destacar el papel del deporte como motor de unión, desarrollo comunitario y crea- ción de experiencias compartidas.

- En 2025, patrocinamos **siete clubes de baloncesto regionales**, entre ellos el **Re- al Madrid**, el **Movistar Estudiantes**, el **Unicaja Málaga**, el **CB Granada** y el **San Pablo Burgos**, consolidando así nuestro vínculo histórico con este deporte y con su afición.
- **La Salve** renovó su patrocinio con el Bilbao Basket para la temporada 2025- 2026, convirtiéndose de nuevo en su cerveza oficial tras seis años de colabo- ración conjunta.

Medioambiente

06



Cuidamos el hoy para preservar el mañana



Mahou San Miguel nace de cuatro ingre- dientes —agua, malta, lúpulo y levadu- ra—, pero es mucho más que la suma de todos ellos. Late en el agua que fluye, en la tierra que nutre el cereal y en el tiem- po paciente que hace posible la fermen- tación. Vive también en cada decisión orientada a reducir nuestra huella, en cada envase diseñado para minimizar su impacto y en cada kilómetro recorrido de manera más eficiente. Porque nada de lo que creamos existe de forma aislada:
solo prosperamos si también lo hace el entorno que nos sostiene.

Vivimos en un mundo que empieza a sen- tir con fuerza los efectos del cambio cli- mático y nos corresponde asumir un papel activo y avanzar hacia formas de producir y consumir que respeten los límites del planeta. Para nosotros, reinventar la in- dustria significa regresar al origen: prote- ger los recursos, optimizar los procesos, recorrer los caminos con mayor eficiencia y cerrar los ciclos para evitar el desperdi- cio. Solo así podremos construir un futuro que merezca ser compartido.



Cambio climático: innovación para frenar el calentamiento global

Losúltimos diez años han sido los máscálidos desde que existen registros instrumentales —176 años— y los tres últimos, los más cálidos de toda la serie. Según la Organización Meteorológica Mundial, la temperatura media global entre enero y agosto de 2025 se situó 1,42 °C ± 0,12 °C por encima de los niveles preindustriales, confirmando una aceleración preocupante del calentamiento global.

A ello se suma un aumento continuado de los gases de efecto invernadero y del conte- nido calórico de los océanos, ambos alcan- zando nuevos máximos históricos. En 2025, la extensión del hielo marino en el Ártico registró su mínimo tras la helada invernal, mientras que la Antártida se mantuvo de forma persistente por debajo de la media. El nivel del mar continuó su tendencia ascendente, sin verse afectado más que por variaciones temporales de corto alcance.

Mahou San Miguel cuenta con una hoja de ruta para avanzar hacia la descarbonización en toda su cadena de valor con la **reducción de emisiones** porque nuestro objetivo es alcanzar la neutralidad climática en el nuestra cadena de valor en 2050

En esteescenario,nuestraresponsabilidad como **compañía de bebidas** líder **del sector cervecero en España** adquiere una mayor relevancia. Contamos con una **estrategia de descarbonización sólida y de largo plazo** alineada con el Acuerdo de París, que tiene como objetivo limitar el aumento de la temperatura global a 1,5 °C. En consecuencia, asumimos el compromiso de reducir de manera significativa las emisiones asociadas a la producción y comercialización de agua y cerveza, así como a nuestras operaciones logísticas, de aquí a 2030, y de alcanzar la neutralidad climática en el conjunto de nuestra cadena de valor en 2050.



En 2025, Mahou San Miguel recibió 2,04 millones de euros en subvenciones

Nuestro Centro de Producción de Alovera (Guadalajara), **la mayor fábrica de cerveza de España** y una de las tres mayores de Europa por volumen de producción, continúa siendo un referente en innovación y eficiencia industrial. Desde su apertura en 1993, la planta —con 430.000 m² y una capacidad de producción anual de 7 millones de hectolitros— ha sido objeto de importantes mejoras orientadas a su automatización, eficiencia energética y digitalización, convirtiéndose en un referente de **industria 4.0** en el sector.

- **Inicio de las obras de la planta de biomasa:** en colaboración con **Magnon**, filial del Grupo Ence, iniciamos la construcción de una planta de biomasa que suministrará **85 GWht anuales de energía térmica renovable** durante los próximos 15 años. Con una inversión de **16 millones de euros, nuestro objetivo es reducir hasta en un 95% las emisiones directas de CO_2** del centro y sustituir prácticamente por completo el uso de gas natural, que quedará relegado a funciones de respaldo. La nueva instalación entrará en funcionamiento en la primera mitad de 2026 y ha recibido una subvención del **PERTE de Descarbonización Industrial**, potenciando su papel como proyecto estratégico de transformación del sector. Para alcanzar nuestras metas, en 2025 seguimos invirtiendo y promoviendo proyectos innovadores detallados en las siguientes páginas.

19,4M€

Emisiones

Mantenemos nuestro compromiso con la reducción de emisiones y la descarboniza- ción, alineando nuestros objetivos climá- ticos con el Acuerdo de París, la Agenda 2030 de las Naciones Unidas y la neutra- lidad climática para 2050. En este marco, trabajamos en la reducción de las emisiones derivadas tanto de nuestras operaciones (alcances 1 y 2) como de nuestra cadena de valor (alcance 3), siguiendo criterios reco- nocidos internacionalmente en materia de acción climática. Por ello, **publicamos cada año con total transparencia las emisiones registradas durante el ejercicio** y com- pletamos nuestra huella en el registro del Ministerio de Transición Ecológica, lo que contribuye al cumplimiento de los requisi- tos europeos por parte de las instituciones nacionales y a la reducción de emisiones.

El plan de descarbonización se apoya en varias líneas de actuación, entre las que destacan:

- La incorporación progresiva de energías renovables
- La electrificación de procesos
- El uso de combustibles alternativos con menor impacto ambiental
- La colaboración con proveedores para reducir emisiones en la cadena de valor
- El impulso a materias primas y prácticas agrícolas de menor huella ambiental

Revisaremos periódicamente el grado de avance de estas medidas y actualizare- mos el plan conforme avance la verifica- ción y mejora de la información relaciona- da con nuestra huella de carbono.

Construimos un ecosistema de innovación basado en la tecnología, el talento y la co- laboración para generar nuevas oportunidades de crecimiento.



En 2025, el dato de emisiones reportado incluye los de nuestros centros de produc- ción en Estados Unidos. Si tenemos solo en cuenta el alcance de nuestra actividad en España, la variación es del **-1,7 % para las emisiones totales y del -3,8 % para las emisiones por tonelada producida.**

tCO_2 emisiones totales (directas+indirectas)

2025
44.744
2024
44.732
Variación0 %

$KgCO_2$ por tonelada producida

2025
24
2024
25
Variación

-2,2 %

NOTA. Cálculo en proceso de verificación; se publicará en tiempo y forma en la web corporativa (www.mahou-sanmiguel.com) el informe que de cumplimiento a los requisitos de la nueva norma relativa a este aspecto.



Transporte y logística

Gracias al impulso de la producción de proximidad, el fomento de soluciones de movilidad más sostenibles y la optimización de los procesos operativos, en 2025 logramos reducir en un -3,3 % las emisiones de CO_2 vinculadas al transporte terrestre nacional de nuestros productos —2.614 toneladas menos— en comparación con 2024. Estas medidas se engloban dentro de la ambición de **alcanzar el neto positivo en las emisiones GEI de nuestra actividad de cara a 2050,** siguiendo la nueva estrategia de sostenibilidad "Compartimos futuro", que incluye el impul- so de la eficiencia y la sostenibilidad del 100% de nuestra flota.

Hacia el transporte 100 % "verde"

Mantenemos nuestro compromiso con una flota más limpia y eficiente, avanzando en la electrificación y el uso de combustibles sostenibles.

- En 2025, nuestra flota sostenible alcanzó el 92% de vehículos híbridos o eléctricos.
- Taisa Logistics, nuestro operador logístico integral, recibió en 2025 el certificado de sostenibilidad de CHEP que supone un reconocimiento al compromiso man- tenido con prácticas responsables y a la mejora continua en la gestión de nues- tros impactos ambientales.

Logística digital y eficiente

Seguimos impulsando la digitalización yla optimización de rutas para mejorar laeficiencia de nuestra cadena de sumi- nistro. A lo largo de 2025, impulsamos el uso de herramientas de digitalización y transporte colaborativo para optimizar rutas logísticas y operaciones.

Durante el pasado año, Taisa Logistics avanzó en otros ámbitos clave de la sos- tenibilidad mediante el desarrollo de un proyecto que ha permitido certificar el uso en nuestros vehículos de combustible
renovable HVO, **garantizando la traza- bilidad y la fiabilidad de la información aportada.** Para ello, se ha diseñado una herramienta propia que facilita el cálcu- lo, seguimiento y emisión de certificados personalizados a los clientes. Todo este proceso ha sido verificado por una empre- sa externa independiente, conforme a la norma ISO 14064-2.

- Voldis, nuestro negocio de distribución propia, sigue electrificando su flota y ex- pandiendo su modelo de hub urbano en más ciudades, optimizando la distribu- ción y mejorando la respuesta al cliente de forma más sostenible.



48%

de reducción del consumo
al año 2000

tCO_2 transporte productos

2025
75.540
2024
78.154
Variación-3,3 %

$KgCO_2$ por tonelada de producto transportada

2025
17
2024
18
Variación
-5,1 %



Energía

•Respecto a la energía consumida, en 2025 supuso un total de 1.384.175 GJ, de los cuales 889.810 GJ (64,3%) corresponden al consumo directo, y 495.038 GJ (35,8 %) al consumo indirecto.

• En cuanto al tipo de combustible consumido de forma directa, el 78 % corresponde a gas natural, el 9 % a biogás, el 3 % a gasóleo, y el 10 % restante a otro tipo de combustible.

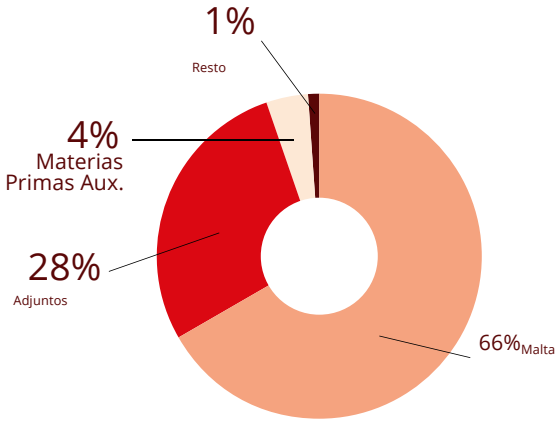
• En el marco de nuestro compromiso con la lucha contra el cambio climático, renova- mos progresivamente nuestros contratos con las suministradoras eléctricas para consumir energía proveniente de fuen- tes renovables. Gracias a esto, **en 2025, el 91,5 % de la energía eléctrica** empleada en nuestra actividad fue “verde”, es decir, **procedente de fuentes renovables**.

Entre las medidas adoptadas para mejorar la eficiencia en el uso de la energía, se encuentran las mejoras llevadas a cabo en la gestión en los centros de producción y manantiales, así como la integración en el Plan General de Inversiones de las mejoras definidas por las Auditorias Energéticas realizadas.

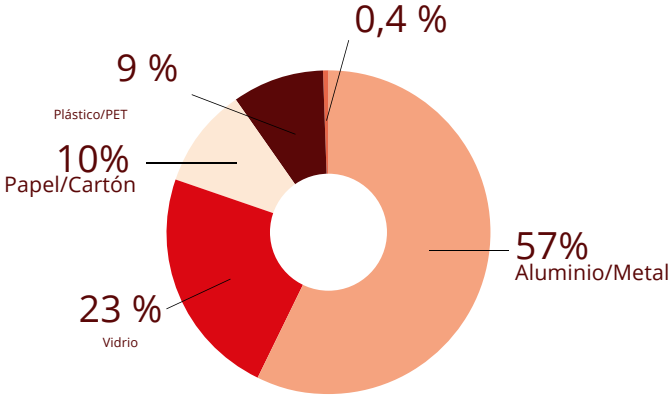
Agua

En 2025, consumimos un total de 5.900.658 m3 de agua (+1,42 % con respecto a 2024), de los cuales un 74,2 % procedía de fuentes municipales, un 13,9 % de pozos y un 11,9 % de aguas superficiales.

Materias primas: ingredientes



Distribución de envases y embalajes



Mitigación y gestión ambiental

Identificamos los impactos ambientales de nuestra actividad para optimizar el uso de los recursos. Apostamos por el uso de plástico reciclado y la minimización de residuos.



- Nuestra gestión ambiental se apoya en estándares de referencia, como la certificación ISO 14001 y el sistema europeo EMAS *(Eco-Management and Audit Scheme),* que nos permiten **identificar y gestionar los impactos ambientales de nuestra actividad, optimizar el uso de los recursos y establecer métricas de seguimiento** orientadas a la reducción de riesgos y al impulso de soluciones innovadoras.

- Asimismo, disponemos de una póliza específica para la cobertura de posibles contingencias ambientales, dotada con un capital de 15 millones de euros. Durante el ejercicio 2025, no fue necesario recurrir a este mecanismo.

Economía circular: transformamos residuos en recursos

En uncontextomarcado porla escasez de recursos resulta imprescindible aplicar modelos circulares a lo largo de todo el ciclo productivo. Esto implica **optimizar el consumo de materiales desde el origen** y transformar los subproductos finales en elementos que aporten nuevo valor al sistema.

Ecodiseño de envases

Nuestro compromiso pasa por avanzar en el ecodiseño y mejora continua de nuestros envases y embalajes para que, en 2030, ninguno de ellos utilice plástico virgen y to- dos puedan reincorporarse al ciclo produc- tivo mediante su reciclaje o reutilización. Este avance se apoya en el ecodiseño, la optimización de materiales y la minimiza- ción de residuos, junto con una apuesta firme por el uso de plástico reciclado.

A día de hoy, nuestros envases cumplen con criterios técnicos de reciclabilidad en los procesos de reciclado actualmente dis- ponibles. Paralelamente, estamos traba- jando conforme al nuevo marco legal nacional y europeo, que establece requisitos más exigentes de reciclabilidad a escala.



EN HOSTELERÍA:

- Alrededor del **80 % de nuestros envases en Hostelería son retornables:** esto hace que la botella vuelva a los centros de producción, evitando así desperdicios en los puntos de venta.

- **La caña es un formato circular:** viaja en barriles cuya vida media mínima son 20 años.

EN ALIMENTACIÓN:

- Todas nuestras **latas** contienen un 62 % de aluminio reciclado y son reciclables de forma ilimitada.

- Las **botellas** contienen, al menos, un 55 % de vidrio reciclado y el papel de las etiquetas es 100 % reciclado.

- Todas nuestras **agrupaciones de cerveza están hechas con cartón reciclado** y procedente de bosques sostenibles. Gracias a una **inversión de más de 40 millones de euros,** instalamos maquinaria en todos nuestros centros para sustituir de forma integral el plástico por cartón en el embalaje, convirtiéndonos en la **primera empresa del sector en ofrecer esta alternativa** de manera completa y multimarca en Alimentación. Esta medida ha permitido evitar más de 600 toneladas de plástico.

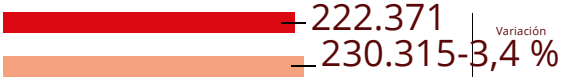
Tratamiento y valorización

Como parte de nuestra gestión de residuos, todos nuestros centros de producción cuentan con un **sistema de segregación implantado**, que garantiza una correcta clasificación desde el origen. Además, reforzamos la prevención mediante la disponibilidad de puntos limpios internos en centros de producción y manantiales, la segregación de residuos en origen para maximizar su valorización y la internalización de la destrucción del producto no conforme, asegurando una gestión más eficiente y controlada.

Residuos generados

Peso total en toneladas

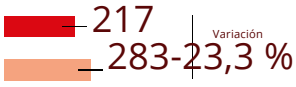
Subproductos destino alimentaciónanimal



Residuos nopeligrososdestino reciclaje



Residuos no peligrosos a vertedero

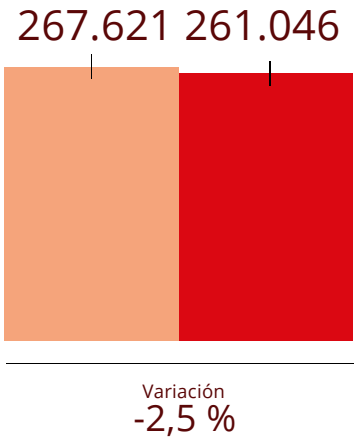


Residuos peligrosos



2025 2024

Total residuos y subproductos generados



Valorizamos el mayor porcentaje posible de nuestros residuos a través de proyectos de recuperación de envases y embalajes para su reutilización y mayor vida útil.

En 2025 logramos **valorizar** un

99,4 %

Tasa de Valorización 2024
de los residuos generados

+99,2 %

Variación +0,2 %



Este pionero grifo de cerveza, elaborado con bagazo, refleja nuestro compromiso con la innovación aplicada a la sostenibilidad utilizando tecnología 3D y fabricación digital.

Las infinitas vidas del bagazo

En nuestro compromiso por reducir el impacto ambiental, trabajamos para dar una segunda vida a las materias primas empleadas en nuestros procesos de fabricación, como es el caso del **bagazo**, el componente orgánico resultante de la tri- turación y prensado de la malta. Cada año generamos **191.000 toneladas** de este subproducto y exploramos de forma con- tinua nuevas aplicaciones que permitan
seguir valorizándolo a lo largo de toda la cadena de valor.

Un ejemplo de este avance es nuestra capacidad para **transformar el bagazo en nuevos productos y soluciones**, contribuyendo no solo a su reutilización, sino también a la creación de procesos más eficientes y sostenibles para toda la Compañía y nuestro entorno.

- **Primer grifo de cerveza elaborado con bagazo.** En 2025, lanzamos el primer grifo de cerveza en España fabricado con harina de bagazo y lo presentamos en HIP *(Hospitality Innovation Planet)*. Tras su instalación en nuestro espacio del Santiago Bernabéu, Plaza Mahou, el objetivo es extenderlo a nuestras **cerca de 150.000 instalaciones** en toda España.

- **La Castiza: innovación culinaria.** Desarrollamos esta hamburguesa elaborada con harina de bagazo, tanto en el pan como en la mezcla de carne, aportando jugosidad, textura y un sabor diferencial. Actualmente, puede disfrutarse en Plaza Mahou y otros establecimientos de Madrid.

- **Proyecto Cheers.** Lideramos este proyecto europeo financiado por la Unión Europea *(Horizon Europe)*, que desarrolla un modelo de biorrefinería integrada y circular para revalorizar subproductos cerveceros como el bagazo y emisiones industriales como el CO_2 y el biogás, transformándolos en materias primas y bioproductos de alto valor añadido. En 2025, avanzamos en la puesta en marcha de unidades demostrativas en entorno real y consolidamos hitos como la producción de biomasa de Tenebrio molitor (gusano de la harina) alimentado con subproductos cerveceros, demostrando la viabilidad de generar nuevas fuentes de proteína alternativa. Asimismo, con- tinuamos desarrollando tecnologías de conversión biotecnológica de CO_2 y CH_4 en compuestos de valor añadido, contri- buyendo a la descarbonización industrial.

Biodiversidad: protegemos la naturaleza para compartir el futuro



España alberga uno de los patrimonios naturales más diversos de Europa, tal y como recoge la Plataforma Intergubernamental IPBES, difundida por el Ministerio para la Transición Ecológica. Según esta evaluación, factores como la pérdida y fragmentación de hábitats, el uso intensivo del suelo, los incendios forestales y los efectos del cambio climático constituyen hoy los principales impulsores de la pérdida de biodiversidad en el país. Estos impactos se reflejan también en los datos de WWF, que muestran que entre el 40 % y el 60 % de las especies analizadas presentan un estado de conservación desfavorable o alguna categoría de amenaza. Este contexto evidencia la **necesidad de redoblar los esfuerzos de conservación para proteger la biodiversidad** que sostiene nuestros ecosistemas.

En Mahou San Miguel, reforzamos nuestro compromiso en este ámbito y, por cuarto año consecutivo, participamos junto a **Carrefour** y **FSC** en una nueva edición de la iniciativa **“Comprometidos con Nuestros Bosques”.** Este proyecto nació con la vocación de **recuperar terrenos forestales dañados por incendios y eventos climáticos extremos**, pero también con el propósito de **acercarnos a las comunidades locales**, promoviendo su implicación directa en la protección y cuidado de estos

Nuestras iniciativas medioambientales dejan una huella positiva en las comunidades donde estamos presentes, generando empleo e involucrando a sus habitantes

paisajes. Porque proteger la naturaleza significa tanto restaurar lo perdido como aprender a preservarlo para garantizar que los bosques sigan siendo parte de nuestro futuro.

En la jornada celebrada el 1 de julio de 2025, las tres entidades presentamos los avances en la restauración de la zona de
Las Piñas de Tarifa (Cádiz), un enclave ecológico estratégico que conecta los parques naturales de **Los Alcornocales** y **El Estrecho**. Esta área sufrió en 2024 un incendio que arrasó **575 hectáreas** y quemó el **60 % del bosque**, dejando una profunda huella ambiental y social en la región.

Gracias al proyecto conjunto, se han **restaurado ya 25 hectáreas** mediante la plantación de **6.500 árboles de especies**
autóctonas —principalmente robles y en- cinas— que favorecerán la recuperación del ecosistema. Con el tiempo, estos nue- vos bosques servirán de refugio para **al-**
rededor de 250 especies animales (aves, mamíferos, reptiles y anfibios), además de
captar más de **6.000 toneladas de CO_2**, contribuyendo a mejorar la calidad del ai- re y a reforzar la resiliencia del territorio frente al cambio climático.

Análisis de riesgos ambientales

En nuestras instalaciones de envasado de agua utilizamos únicamente una par- te reducida de los volúmenes de uso que tenemos concedido para el desarrollo de nuestras actividades. En 2025 el aprove- chamiento se situó en torno al 16% de los volúmenes de uso en nuestro manantial de Solán de Cabras. Estos centros son los más expuestos a generar impacto sobre la biodiversidad, debido a su ubicación en entornos naturales, en ocasiones protegi- dos. Por ello, prestamos especial atención a la identificación y análisis de los elemen- tos naturales y ecosistemas asociados a nuestras operaciones, con el fin de deter- minar con mayor precisión los riesgos a los que estamos expuestos.

Asimismo, ninguno de nuestros centros de producción se encuentra ubicado den- tro de un espacio declarado Parque Na- cional o Parque Natural por la presencia de especies en peligro de extinción. No obstante, algunos de nuestros plantas de envasado se sitúan en entornos naturales de alto valor ecológico, incluyendo áreas integradas en la Red Natura 2000 o próxi- mas a ellas.

Por ello, aplicamos análisis específicos de riesgos ambientales y estudios de entor- no para identificar posibles afecciones a la biodiversidad y establecer medidas de prevención y control adecuadas.

Personas

07



Los que transforman el presente

Creemos que nuestro progreso solo es posible si **avanzamos junto a las personas que integran nuestra cadena de valor.** Por eso cuidamos y fortalecemos nuestra relación con equi- pos internos, distribuidores, clientes, proveedores y comuni- dades en las que estamos presentes, desde un enfoque basa- do en el respeto, la escucha y la colaboración. **Impulsamos un modelo de relación responsable y transparente que genera valor compartido** y nos permite seguir construyendo una compañía más humana, sostenible y preparada para el futuro.





Nuestro equipo: talento que crea el futuro

En Mahou San Miguel situamos a las personas en el centro de todo lo que hacemos. Creemos firmemente que la diversidad de perfiles, conocimientos y experiencias es la fuerza que impulsa nuestra Compañía y nos permite afrontar con soli- dez los retos presentes y futuros.

Durante 2025, continuamos avanzando en uno de los pilares de nuestra estrategia de sostenibilidad: **'Crecer haciendo crecer'**. Este eje refuerza nuestro compro- miso con el empleo estable y de calidad, promoviendo el desarrollo, el bienestar y la salud de quienes formamos parte de la Compañía, dentro de un entorno laboral inclusivo, participativo y seguro.

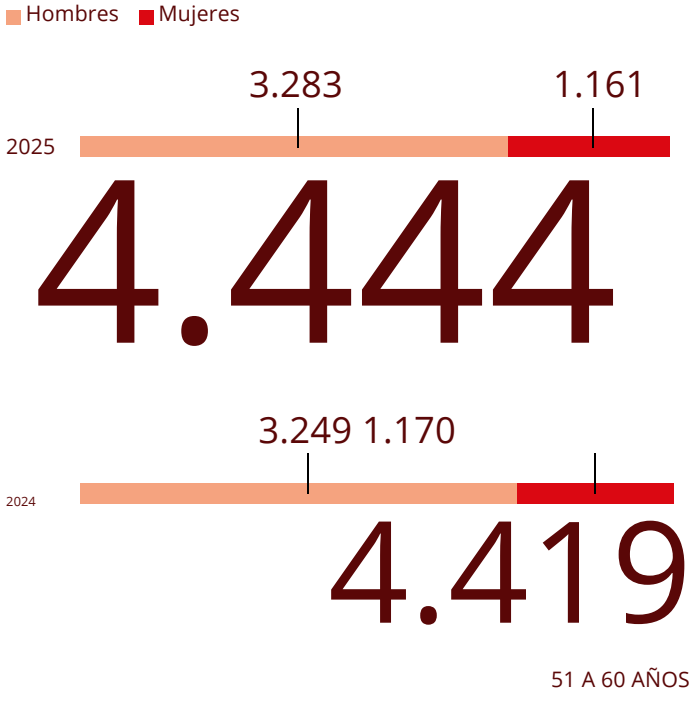
Nuestro modelo de gestión de personas se apoya en la colaboración, la escucha activa y el progreso compartido. Apostamos por el desarrollo del talento como palanca de evolución, fomentando una cultura creativa, plural y cercana, orientada a generar valor sostenible para nuestros profesionales y para Mahou San Miguel.

Trabajar en Mahou San Miguel es pertenecer a una comunidad global comprometida con la evolución y el crecimiento futuro de nuestro equipo. **Nuestra visión pone a las personas en el centro** de todo lo que hacemos

Se trata de un modelo flexible y personalizado, capaz de generar una experiencia de empleado 360º que integra dimensiones físicas, emocionales, sociales, financieras y profesionales. En línea con este compromiso, cerramos 2025 con una plantilla compuesta por **4.444 profesionales,** lo que supone un incremento del 0,6 % respecto al ejercicio anterior. A lo largo del año, se incorporaron además 376 nuevos profesionales, reforzando nuestras capacidades y el crecimiento sostenible de la compañía.

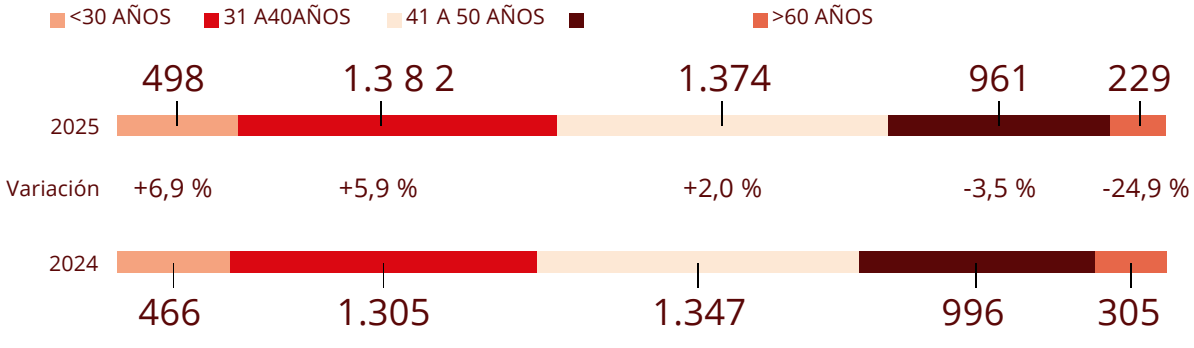
Nuestro talento en números

Plantilla Total



+0,6 %
que el año anterior

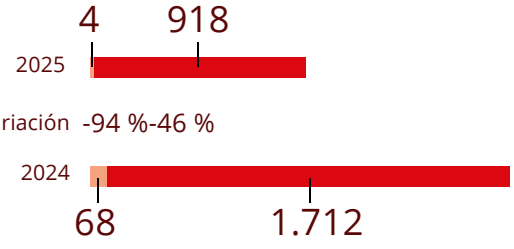
Plantilla por edad



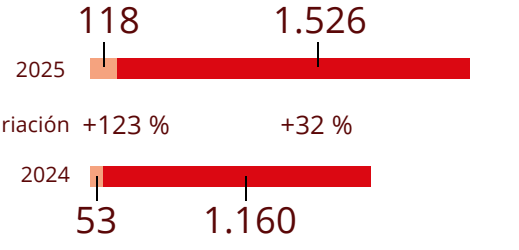
Plantilla por categoría y tipo de contrato

Temporal Fijo

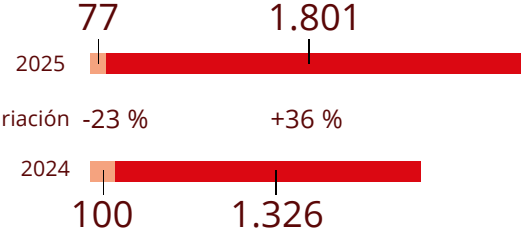
DIRECTIVOS Y MANDOS INTERMEDIOS



PERSONAL TÉCNICO, ADMINISTRATIVO Y COMERCIAL



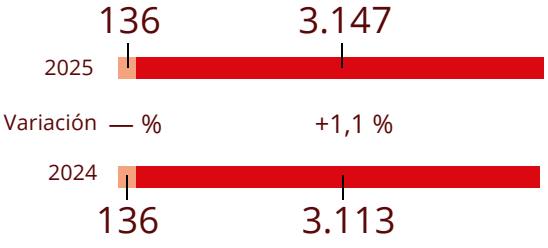
OPERARIOS



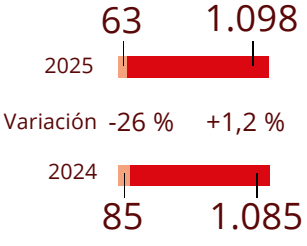
Plantilla por género y tipo de contrato

Temporal Fijo

HOMBRES



MUJERES



Profesionales por país

	2025	2024
España	3.981	3.880
Estados Unidos	425	496
Chile	27	27
Portugal	6	5
Italia	1	5
Reino Unido	4	6

Promedio anual por edad y tipo de contrato

	2025		2024	
	Fijos	**Temporales**	**Fijos**	**Temporales**
Menos de 20 años	4	6	6	1
De 20 a 30 años	422	76	368	21
De 31 a 40 años	1.324	63	1.209	136
De 41 a 50 años	1.327	45	1.278	115
De 51 a 60 años	952	13	980	52
Más de 60 años	158	2	228	17

Promedio anual por categoría, tipo de contrato y género

	2025				2024			
	Fijos		Temporales		Fijos		Temporales	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Alta Dirección	5	17	0	0	20	30	0	0
Administrativos y comerciales	317	576	3	2	366	813	21	32
Operarios	195	1.297	19	104	181	1.118	50	168
Técnicos y mandos intermedios	573	1.208	40	36	701	842	41	28

El mejor talento

El crecimiento de Mahou San Miguel es inseparable del crecimiento de sus profe- sionales. Por ello, continuamos ofreciendo oportunidades de desarrollo tanto para el talento que incorporamos como para quie- nes ya forman parte de nuestra Compañía. En 2025, **184 profesionales** asumieron nuevas responsabilidades y retos de mayor alcance, reflejo de una cultura basada en la promoción interna y la evolución continua.

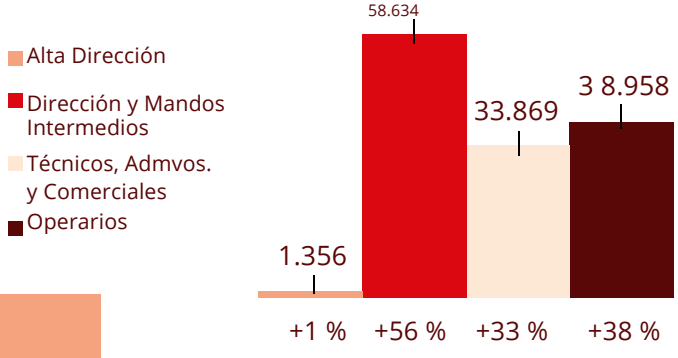
La **movilidad interna** volvió a ser un pilar clave. A través del programa 'Talento en Movimiento', **63 profesionales** desempe- ñaron temporalmente funciones diferen- tes a las habituales, ampliando su visión del negocio y fortaleciendo sus capacidades.

Además, contamos con programas como *Crecemos* e *Impulso*, orientados al talento joven y a perfiles en inicio de carrera, fomentando una cantera de profesionales alineados con nuestro propósito y con las nuevas capacidades que exige el mercado.

También impulsamos nuestra apuesta por la **formación continua**. En 2025 destinamos **2 millones de euros** a capacitación, impartiendo **132.817 horas de formación** a **3.883 profesionales**. Entre los programas más relevantes, destaca **Líder 360**, orientado a nuevos mandos, que acompañó a **75 *managers*** en sus primeros pasos como líderes de equipo.

Número de horas de formación acumuladas en el año 2025

132.817 +128



Esta apuesta se enmarca en nuestro **Procedimiento de Gestión de la Formación**, que estructura el aprendizaje a partir de la identificación de necesidades, el diseño e implantación de acciones formativas y la evaluación de su impacto, integrando formación corporativa obligatoria, desa- rrollo de habilidades y formación técnica para seguir fortaleciendo las capacidades de nuestros profesionales. El proceso es- tá coordinado por el Centro de Excelencia de Aprendizaje y Formación en colaboración con las distintas áreas de negocio.

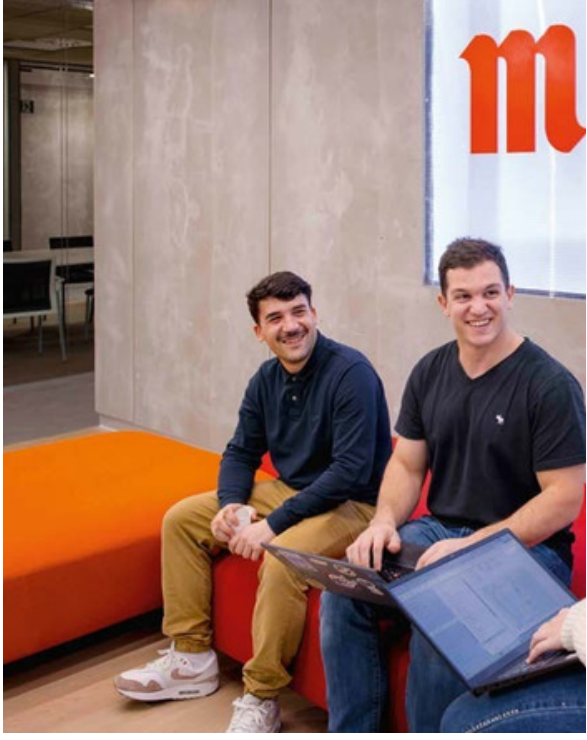
'Aceleramos'forma a nuestrosprofesionales en **habilidadesdigitales y nuevas tecnologías**através de nuevos conocimientos, experiencias enelpuestode trabajo y la colaboracióncon *partners*

Asimismo, potenciamos la innovación y el pensamiento disruptivo a través de nuevas ediciones del programa **'Aceleramos'**, centrado en tecnologías emergentes, intraemprendimiento y metodologías de trabajo estratégicas para la transforma- ción del negocio.

En un contexto en el que la inteligencia artificial está redefiniendo los roles profesionales, impulsamos también nuevos itinerarios digitales que permiten a nuestros equipos adquirir capacidades clave en analítica, automatización y nuevas metodologías de trabajo.

Este compromiso con el desarrollo profesional se vio reconocido un año más por entidades de referencia. En 2025, renovamos nuestra posición en el **top 10 de**

1ª cervecera



Merco Talento, donde fuimos la única cervecera entre las empresas líderes en atracción y fidelización de talento. Ade- más, nuestro equipo de Personas, Cul- tura y Organización fue distinguido como el **quinto mejor de España**. También formamos parte del *ranking* de **las 100 mejores empresas para trabajar 2025** según Forbes.

Diversidad e inclusión

Entendemos la diversidad como un motor esencial de innovación, progreso y del tra- bajo del mañana. Por ello, en 2025 reforza- mos nuestras políticas de equidad para se- guir construyendo un entorno donde todas las personas tengan igualdad de oportuni- dades, independientemente de su función o nivel dentro de la organización. Con este objetivo, formamos a los más de 4.400 profesionales de Mahou San Miguel en liderazgo inclusivo e incentivamos activamente la presencia y el liderazgo femenino.

Fuimos la **primera cervecera en contar con Planes de Igualdad** y la primera compañía



Nuestro equipo de Personas, Cultura y Organización es el

5º

mejor del país

del sector reconocida con el **Distintivo de Igualdad en la Empresa del Ministerio de Igualdad**, reconocimiento que seguimos manteniendo y que avala más de una década de compromiso. Además, continuamos impulsando nuestro papel en foros de referencia como **Closingap** y la **Red Empresarial por la Diversidad e Inclusión LGTBI**, y desde 2023 estamos adheridos a la **RED ECDI**, red de empresas comprometidas con la diversidad e igualdad.

A través de nuestras políticas, procedimientos internos y colaboraciones, promovemos también la integración de personas con discapacidad, contando en 2025 con 44 personas en plantilla. Entre las iniciativas desarrolladas se incluyen nuestro Código de Conducta, el Código de Diversidad e Inclusión y el convenio de colaboración con Adecco, a través del Plan Familias Ayudas Adecco. En 2025 donamos **226.800 € a la Fundación Adecco** para el cumplimiento de estas medidas y los Planes de Igualdad. Además, nos sumamos al **Día Internacional de las Personas con Discapacidad** y ofrecimos ayudas económicas a nuestros trabajadores con discapacidad.

Con el objetivo de impulsar la integración real de este colectivo, hemos adaptado nuestros espacios laborales para que sean accesibles y trabajamos con organizacio- nes expertas que nos ayudan a generar oportunidades de empleo. Paralelamente, reforzamos las iniciativas de conciencia- ción mediante acciones internas orienta- das a consolidar un entorno más abierto y respetuoso.

Entre las principales medidas adoptadas destacan:

- Referencia, en la publicación de las vacantes, al compromiso de la Compañía con la igualdad de oportunidades y la diversidad
- Promoción de la presencia de candidatos de ambos sexos en todos los procesos de selección, favoreciendo la igualdad
- Aplicación de procedimientos de selección basados en criterios objetivos
- Formación específica en igualdad de oportunidades y sesgos inconscientes para las personas del área de selección
- Protocolo específico de prevención del acoso laboral y sexual
- Realización de estudios de accesibilidad en nuestros centros de trabajo
- Desarrollo de acciones de sensibilización internas

Todas estas medidas se han comunicado durante 2025, tanto a nivel interno como externo, y se encuentran recogidas en los Planes de Igualdad.



Además, contamos con una **política de diversidad e inclusión** y con un protocolo específico de prevención del acoso laboral y por razón de sexo, con el firme compromiso de prevenir, evitar y resolver cualquier supuesto de acoso que pueda producirse, garantizando la dignidad, integridad e igualdad de trato y oportunidades. Asimismo, disponemos de un conjunto planificado de medidas y recursos para alcanzar la igualdad real y efectiva y la no discriminación de las personas LGTBI.

Seguimos avanzando para eliminar cualquier obstáculo que impida a las personas desarrollar todo su talento en igualdad de condiciones, convencidos de que solo desde la diversidad construiremos una organización más innovadora, competitiva y sostenible.

Bienestar de nuestros profesionales

Prevención de riesgos laborales

Nuestro enfoque de bienestar es holístico e integra salud física, mental, emocional y relacional, especialmente en colectivos industriales y de distribución, donde este acompañamiento es clave para reforzar compromiso y disminución del absentismo.

En lo que respecta a la prevención de riesgos laborales, a continuación, presentamos los datos más destacados de 2025:

- Índice de absentismo: 5,3 %, que corresponde a 358.960 horas. En referencia a este índice, un 4,8 % está asociado a bajas por enfermedad y el 0,5 % restante a accidentes laborales. El 4,9 % se corresponde con bajas solicitadas por hombres y el 6,3 % restante a mujeres.
- Durante 2025 ha habido una baja por enfermedad profesional.

- Accidentes laborales: 203, de los cuales
  - el 67% (135) han sido accidentes con baja (111 hombres y 24 mujeres)
  - y el 33% (68) restante accidentes sin baja (54 hombres y 14 mujeres)

- Índice de frecuencia de accidentalidad: 19,93

- Índice de gravedad: 0,67

Entre los avances más destacados se encuentra el Programa de Retorno al Trabajo (RT), que ha permitido reducir en 2025 el absentismo por enfermedad común en un punto y las jornadas perdidas en un 17 % en el periodo enero–julio.

Bienestar emocional

En 2025 impulsamos nuestro compromiso con el bienestar integral de las personas con la puesta en marcha de **'Brigadas emocionales'**, una iniciativa destinada a ofrecer un apoyo cercano y accesible ante situaciones de malestar emocional en el entorno laboral. El programa está formado por cerca de **50 profesionales voluntarios**, previamente formados en primeros auxilios emocionales y escucha activa, capaces de detectar necesidades tempranas y ofrecer un acompañamiento inicial con total confidencialidad.

Este equipo actúa como un recurso complementario a los servicios de atención psicológica disponibles, facilitando una respuesta temprana y humana que contribuye a prevenir riesgos psicosociales. Además, las brigadas impulsan la sensibilización interna, promoviendo una cultura basada en el respeto, la empatía y el cuidado mutuo, consolidando así nuestro compromiso con un entorno de trabajo sostenible y centrado en las personas. Es- tas brigadas complementan iniciativas ya consolidadas como el 'Gimnasio Emocional' o el 'Club del Ikigai', que desde hace años nos sitúan como una empresa referente en bienestar corporativo a nivel nacional.

Convenios colectivos y normativa legal

Todos los profesionales de Mahou San Miguel están sujetos a los convenios colectivos aplicables y a la normativa legal vigente, lo que garantiza cobertura al 100 % de la plantilla, incluyendo aspectos como la or- ganización del tiempo de trabajo y la polí- tica de trabajo a distancia.

Seguimos contando con ocho convenios colectivos de empresa, negociados con la representación legal de los trabajadores. Además, aplicamos convenios sectoriales en algunas de nuestras compañías.

Garantizamos el cumplimiento de las políticas de prevención, salud y bienestar, manteniendo los más altos estándares de seguridad y salud, avalados por la certifi- cación ISO 45001:2018.

Promovemos la salud de las personas mediante iniciativas de apoyo psicológico y con productos saludables e inclusivos para **garantizar la salud física y emocional de nuestros profesionales** y la sociedad en general





Flexibilidad y conciliación

Hemos implementado políticas internas que promueven la flexibilidad y la conciliación entre la vida personal y profesional, llegando a invertir un 11 % del coste total de la masa salarial en beneficios so- ciales. En 2025 obtuvimos nuevamente el certificado efr en conciliación –fuimos la primera cervecera en obtenerlo en el 2009– con un nivel de excelencia, cate- goría A. Se trata de **una distinción que solo poseen 37 entidades a nivel internacional** y que avala la madurez de nues- tras políticas de flexibilidad, bienestar y corresponsabilidad.

Nuestras iniciativas incluyen horarios flexibles de entrada y salida, la **política de no convocar reuniones más allá de las 17:30 h y la desconexión digital fue- ra del horario laboral.** Ésta última está incluida en los planes de igualdad negociados y firmados con la representación legal de los trabajadores. En las firmas de correo de los empleados se incluye un mensaje que promueve la flexibilidad y los momentos de desconexión, recor- dando que no es necesario responder correos fuera del horario laboral, salvo urgencias. Además, se ha implementado un sistema para programar correos fuera del horario laboral.

Mahou San Miguel revalidael nivel de Excelencia en materia de conciliación en el certificado efr gracias a **políticas internas que favorecen la flexibilidad y el correcto equilibrio** entre la vida personal y laboralde nuestros profesionales

Comunicación y relaciones laborales

Mantenemos una comunicación cons- tante y fluida con nuestros Comités de Empresa y realizamos reuniones periódicas sobre temas de empleo, seguridad y salud, conciliación, igualdad y otros asuntos relevantes. También dispone- mos de canales de comunicación para interactuar con todos los empleados de forma constante.

Clientes y distribuidores: impulsamos el presente juntos

Compromiso con la Hostelería



La Hostelería forma parteesencial de nuestro ADN. Nuestra Compañía crece al ritmo de los bares y restaurantes, con quienes compartimos una relación que va más allá de lo comercial: compartimos historias, esfuerzo y la pasión por crear momentos que se disfrutan alrededor de una mesa.

Acompañamos a los hosteleros en su día a día, escuchamos sus necesidades y apo- yamos su talento y su capacidad de rein- vención. Para nosotros, cada bar y cada restaurante es un espacio de encuentro y cultura, y un aliado imprescindible para construir experiencias auténticas que co- nectan a las personas.

En 2025, continuamos fortaleciendo nuestro **Plan Global de Transformación de la Hostelería con una inversión de 56 millones de euros.** Un proyecto clave para impulsar el crecimiento sostenible del sec- tor, que suma una inversión acumulada de **202,2 millones de euros** desde su puesta en marcha en 2022.

En el ámbito de la digitalización, acele- ramos la modernización del sector con **Nexho**, una plataforma digital que faci- lita la gestión operativa de los negocios hosteleros. Asimismo, ampliamos la ofer- ta de **+Bar**, nuestra plataforma integral de servicios a la Hostelería, incorporando **+Bar Sport TV** y **LaLigaTV Bar** para ayudar a los establecimientos a atraer

PLAN GLOBAL DE TRANSFORMACIÓN DE LA HOSTELERÍA

56 M€

2025

202,2 M€

2022-2025



clientes con una oferta deportiva de primer nivel. También ofrecemos **servicios financieros**, con asesoramiento especiali- zado y soluciones como TPVs y tarjetas de crédito para optimizar la gestión diaria de los bares y restaurantes.

Además, como parte de nuestra visión de futuro compartido, en 2025 impulsamos la iniciativa **'Compartimos Futuro con la Hostelería'**, un programa desarrollado a partir del diálogo continuo con los hosteleros con el objetivo de transformar a más de 30.000 bares y restaurantes en mode- los más sostenibles, rentables y digitales para 2030. A través de herramientas, for- mación y recursos prácticos, ayudamos a los negocios a evaluar su situación, identi- ficar oportunidades y avanzar en ámbitos como eficiencia energética, gestión de re- siduos o consumo responsable, con el apo- yo de expertos y *partners* especializados.

También afianzamos nuestro compromiso con el desarrollo local con el lanzamiento de **Barlab Rural**, un proyecto creado jun- to a **AlmaNatura** para reactivar bares ce- rrados en municipios de menos de 5.000 habitantes de Castilla y León y Castilla-La Mancha. La iniciativa conecta a propietarios con emprendedores interesados en reabrir estos locales, devolviéndoles su papel como espacios de encuentro y motores sociales y económicos en el entorno rural.

Sabemos que la sostenibilidad no es un destino, sino un camino. Por eso **colaboramos con hosteleros para entender los retos que enfrentan** y cómo podemos abordarlos en el marco de 'Compartimos Futuro con la Hostelería'

Consumo en el hogar

Los hogares también son escenarios de experiencias y cada uno de nuestros pro- ductos que llega a la mesa es una oportu- nidad para crear momentos especiales.

Colaboramos estrechamente con super- mercados y grandes superficies para ase- gurar que el consumidor disfruta de nues- tras marcas con la calidad, innovación y eficiencia que nos caracteriza.

Esta apuesta por la excelencia nos ha lle- vado, un año más, a ser reconocidos por

las principales compañías de distribución de gran consumo como **la cervecera española más eficiente en sus procesos logísticos**, según el estudio **Benchmarking Supply Chain 2025 de AECOC**. Este resultado refuerza nuestro papel como un socio fiable, innovador y sostenible pa- ra la distribución y como garante de una experiencia óptima para el consumidor final. Además, a través de **formatos innovadores como Mahou Grifo**, acercamos la experiencia del bar a casa, ofreciendo una manera única de consumir nuestras cervezas favoritas.

Nuestra red de distribución

Mantenemos una relación estrecha y cola- borativa con nuestros distribuidores inde- pendientes, trabajando para responder con agilidad a sus necesidades y garantizando un servicio de la máxima calidad gracias a nuestra capacidad de planificación, coordi- nación y entrega. Esta cercanía nos permite anticiparnos a los retos logísticos y ofrecer soluciones adaptadas a cada territorio.

En este contexto, **Voldis, nuestro negocio de distribución propia,** continúa desempeñando un papel fundamental en la optimización de la logística de última milla a través de flotas eléctricas, *micro-hubs* urbanos y diversas iniciativas orientadas a mejorar la experiencia y fidelización de nuestros clientes. Este modelo, basado en la eficiencia, la sostenibilidad y la ex- celencia operativa, se está extendiendo progresivamente a nuestra red de distri- buidores independientes, reforzando su competitividad y consolidando un estándar homogéneo de calidad en toda la cadena de distribución.

Proveedores locales: generación de valor compartido

En Mahou San Miguel, mantenemos un fir- me compromiso con el desarrollo econó- mico y social de los territorios en los que operamos. Por ello trabajamos de manera cercana, responsable y continuada con nuestra red de proveedores, priorizando siempre a las empresas locales y nacio- nales. En el marco de nuestra estrategia de sostenibilidad *'Compartimos Futuro'*, **impulsamos relaciones que fortalecen la eficiencia y la sostenibilidad de toda nuestra cadena de valor** y que contribuyen al progreso de las comunidades en las que estamos presentes. Con este obje- tivo, nos hemos comprometido a que el 90 % de nuestras compras procedan de proveedores locales.

Este modelo nos permite dinamizar la economía de proximidad, reducir el im- pacto ambiental asociado al transporte y construir relaciones duraderas basa- das en la transparencia y la responsabilidad. A través de distintas iniciativas fomentamos procesos de compra responsables y competitivos y acompañamos a nuestros socios en la mejora continua de sus estándares de calidad, innovación, sostenibilidad y seguridad.

1ª

cervecera españolaen cuanto a eficienciade sus procesos logísticos, según el estudio *Benchmarking Supply Chain* 2025 deAECOC

En 2025, el porcentaje de proveedores locales fue:

ESPAÑA

92,2 % proveedores de origen nacional

94,4 % de compras realizadas en España

ESTADOS UNIDOS

99,5 % proveedores de origen nacional

95,1 % de compras realizadas en Estados Unidos

Para acompañarles en su transición hacia un modelo más sostenible, ofrecemos for- mación y pautas específicas que les ayudan a integrar buenas prácticas en sus opera- ciones. De esta manera, contribuimos al de- sarrollo del tejido empresarial y reforzamos sectores clave como la agricultura, asegu- rando que la mayor parte de nuestras mate- rias primas sea de origen local:

ESPAÑA

94,0 % materia prima de procedencia nacional (proveedorescon CIF español más proveedores con CIF extranjeroquecuentan con producción española)

ESTADOS UNIDOS

100,0 % materia prima de procedencia nacional

Selección y homologación de proveedores

Contamos con un proceso riguroso de se- lección y homologación diseñado para ga- rantizar relaciones basadas en la calidad, la transparencia y la responsabilidad. A través de nuestro **Portal de Proveedores**, centralizamos la incorporación, evaluación y seguimiento de cada proveedor, facilitando una comunicación fluida y una gestión alineada con nuestros estándares corporativos.

Todos los proveedores deben cumplir con los requisitos establecidos y adherirse a nuestro **Código de Conducta de Proveedores**, que recoge los principios éticos, sociales, laborales y medioambientales que rigen la colaboración. Este marco ase- gura comportamientos responsables en toda la cadena de suministro y refuerza nuestro compromiso con una gestión sostenible e íntegra.

A lo largo del año, realizamos auditorías periódicas para evaluar el desempeño de nuestros socios e impulsar su mejora con- tinua. En 2025, efectuamos **21 auditorías** a proveedores de materias primas y enva- ses, con los siguientes resultados:

- **18** proveedores sin no conformidades
- **3** con no conformidades menores
- **0** con no conformidades mayores

Adicionalmente, formalizamos **9 acuerdos de calidad,** reforzando nuestro com- promiso con la excelencia y las relaciones a largo plazo.



En Mahou San Miguel tenemos el compromiso de impulsar una **cadena de valor responsable,** manteniendo el apoyo a los proveedores locales y distribuidores, y acompañándoles en la integración de la sostenibilidad en sus negocios.

Como parte de este compromiso con una gestión responsable y transparente, hemos superado con éxito la auditoría **SMETA (Sedex Members Ethical Trade Audit)** en nuestros centros de producción de Candelaria y Burgos. Esta evaluación independiente, una de las más reconocidas a nivel internacional en materia de comercio ético, verifica el cumplimiento de estándares estrictos en ámbitos como prácticas laborales, seguridad y salud, ética empresarial y desempeño ambiental. Su resultado refuerza la solidez de nuestro sistema de homologación y garantiza que nuestra cadena de suministro opera bajo los criterios de integridad, sostenibilidad y respeto a las personas que marca nuestra estrategia 'Compartimos Futuro'.

Diligencia debida

En todos nuestros procesos de evaluación y validación de colaboradores, velamos por el respeto a los marcos regulatorios fundamentales, con especial atención a la protección de los Derechos Humanos, el bienestar laboral, la inocuidad alimentaria y los principios de sostenibilidad integrados en nuestra hoja de ruta **'Compartimos Futuro'.**

Hemos aprobado el **protocolo de Debida Diligencia** en nuestra cadena de suministro, asegurándonos de que esté alineado con los principios de la **Ethical Trade Initiative**. Este paso forma parte de nuestro compromiso con el modelo de sostenibilidad para proveedores, el cual busca garantizar que nuestras prácticas comerciales sean éticas y responsables. A través de este programa, nos aseguramos de que nuestros proveedores cumplan con los estándares de sostenibilidad y responsabilidad social, promoviendo una cadena de suministro más transparente y justa.

Nuestra Política General de Compras da cobertura así a cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales, promoviendo y velando por el cumplimiento de los criterios de sostenibilidad definidos en nuestra cadena de suministro y a lo largo de todo el proceso de Compras. Impulsamos actividades de innovación y desarrollo que posibilitan la existencia de espacios de colaboración con nuestros proveedores en los que poder maximizar los resultados de la relación mediante el apoyo continuo y el acompañamiento en el desarrollo mutuo.



Consumidores: nuestra fuente de inspiración

Nuestro compromiso con las personas está en el centro de cada decisión que toma- mos. En los últimos años, hemos observa- do cómo evolucionan los hábitos, expecta- tivas y estilos de vida de quienes disfrutan nuestros productos, y este aprendizaje nos impulsa a diversificar, innovar y transfor- mar nuestro portafolio. Nuestro objetivo es ofrecer propuestas de la máxima calidad que respondan a distintos momentos de consumo y a nuevas necesidades.

En un entorno en constante cambio, tra- bajamos para anticiparnos a las tenden- cias y mantener una relación basada en la confianza, la transparencia y la cercanía. Este enfoque forma parte de nuestra es- trategia 'Compartimos Futuro', que incor- pora el propósito de impulsar un consumo más consciente, responsable y alineado con el bienestar de las personas.

Nuestras marcasrevalidaronsu posición como lasmáselegidas por los consumidoresespañoles. Somos **la cerveceramásvendida en Alimentación,**dando respuesta a nuevastendencias de consumo

Desde la mejora con- tinua de nuestros pro- cesos y la calidad de nuestros productos, hasta el desarrollo de soluciones inclusivas y la garantía de infor- mación accesible, entendemos la relación con nuestros consumidores como un ca- mino de escucha activa, evolución cons- tante y responsabilidad compartida.

Seguridad y excelencia en cada producto

La confianza del consumidor se construye con rigor y excelencia. Por ello aplicamos un modelo de control transversal que ga- rantiza el cumplimiento de estándares in- ternacionales de primer nivel —incluidas certificaciones alineadas con GFSI— en toda nuestra cadena de producción. Este sistema nos permite intensificar la fiabili- dad de nuestros productos, anticipar ries- gos y adaptarnos a las expectativas de un entorno cambiante.

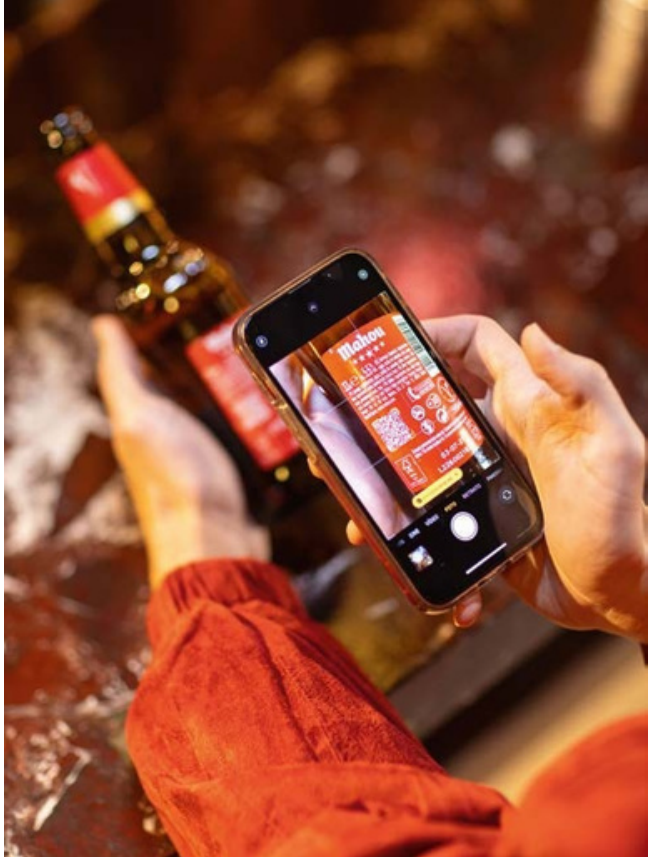
Nuestra apuesta por la calidad se traduce en certificaciones como **ISO 9001, FSSC e ISO 22000**, además del estándar **Espiga Barrada *(Gluten-Free)***, garantizando la se- guridad y confianza en nuestros productos.

Transparencia al alcance de todos

La confianza se construye con informa- ción clara y accesible. Por eso, hemos im- plementado el **QR AECOC** en el etiqueta- do de nuestros productos, permitiendo que, con un solo escaneo, los consumido- res accedan a detalles como valores nu- tricionales, ingredientes y contenido pro- mocional. Actualmente, esta tecnología está disponible en **toda la gama Mahou** y pronto se ampliará a **Solán de Cabras, San Miguel y Alhambra**.

Promoción de un consumo responsable

Nuestro compromiso va más allá de ofrecer productos de calidad: queremos acompañar a nuestros consumidores en una experiencia de consumo consciente y responsable. Por ello, todas nuestras campañas cumplen con el **Código de Autorregulación Publicitaria de Cerveceros de España** y promovemos mensajes ali- neados con nuestros valores de responsa- bilidad y bienestar.



Los QR nos permiten conectar la marca con los consumidores de manera más efec- tiva, optimizando la experiencia y el uso de la tecnolo- gía en el proceso de compra.

Dentro de nuestra estrategia de soste- nibilidad hemos definido como prioridad **impulsar un consumo consciente**, con el objetivo de favorecer el bienestar de **35 millones de personas de aquí a 2030**. Para ello, estamos desarrollando inicia- tivas que aseguran información accesi- ble en el 100 % de nuestras referencias y fomentan elecciones más saludables, inclusivas y adaptadas a los distintos es- tilos de vida.

Esta transformación se refleja también en un portafolio cada vez más diverso, que incluye opciones **0,0 y Sin** y nuevas pro- puestas en bebidas no alcohólicas. Con ello buscamos responder a una sociedad más diversa y exigente, ampliando alter- nativas y fortaleciendo la flexibilidad de nuestra oferta.



Productos inclusivos y accesibles

Queremos que todos los consumidores puedan disfrutar de nuestros productos sin limitaciones. Por eso, ofrecemos opciones **sin alcohol, sin gluten y con certificación vegana**, asegurando que cada persona en- cuentre la mejor alternativa para su estilo de vida. Además, apostamos por la accesibili- dad con iniciativas como la incorporación de **lenguaje braille en la botella de Solán de Cabras**, facilitando la experiencia de consumo a personas con discapacidad visual.

Nuestra apuesta por la innovación y diversificación en categorías con productos más inclusivos y accesibles reflejan la evolución natural de las tendencias de consumo.

Cercanía, escucha activa y atención personalizada

Estar cerca de nuestros consumidores signi- fica comprender sus inquietudes y atender sus necesidades de forma ágil y personali- zada. Nuestro Servicio de Atención al Clien- te, disponible mediante web y teléfono, es una pieza fundamental de esta relación.

En 2025 gestionamos 43.081 contactos, un 22 % más que en el año anterior, gracias al cambio del modelo de atención, que ha favorecido la gestión y solución de peticiones de forma más ágil. Esta cifra refleja tanto el elevado nivel de interacción como la importancia que damos a convertir cada consulta en una oportunidad de mejora.

La escucha activa forma parte de nuestra cultura y nos permite evolucionar de la mano de quienes disfrutan nuestros productos, encontrando nuevas maneras de ofrecer experiencias memorables.

Nuevas formas de conectar: compra *online* y conveniencia

Para facilitar aún más el acceso a nuestras bebidas, continuamos desarrollando soluciones digitales que acercan nuestros productos al consumidor cuando y donde los necesite. Nuestra **tienda *online*** permite adquirir nuestro portafolio completo, incluyendo ediciones especiales, con total comodidad.

Asimismo, colaboramos con plataformas como **Amazon** o **Glovo**, garantizando disponibilidad inmediata y ampliando las opciones de compra a través de servicios de entrega rápida y flexible.

Fundación Mahou San Miguel: nuestro compromiso social

La Fundación Mahou San Miguel trabaja para generar un impacto positivo y duradero en la sociedad, impulsando iniciativas que fomentan la empleabilidad, la formación, la inclusión social y el acompa- ñamiento a colectivos en situación de vul- nerabilidad. Su propósito es crear oportu- nidades reales de desarrollo y contribuir activamente al progreso de las comunida- des en las que estamos presentes.

Durante más de 10 años, la Fundación ha impulsado proyectos que reflejan la parte más humana de Mahou San Miguel. A través de programas de formación, empleo y voluntariado, fortalecemos nuestro compromiso social y ampliamos nuestro impacto cada año.



Creamos oportunidades en Hostelería y Turismo

En 2025 celebramos la clausura de la 11ª edición de 'Creamos Oportunidades', nuestro programa de formación de referencia en Hostelería y Turismo. Desde su puesta en marcha, la iniciativa ha acompañado a **más de 3.200 jóvenes** en su acceso al mercado laboral, consolidándose como un proyecto clave para la mejora de la empleabilidad juvenil en el sector.

En esta última edición, participaron **más de 650 jóvenes** procedentes de **nueve Comunidades Autónomas**, que completaron su itinerario formativo y celebraron el cierre del curso en una jornada marcada por la emoción y los testimonios de alum- nos y *alumni*, quienes compartieron cómo el programa ha transformado sus vidas.

La Fundación Mahou San Miguel fomenta la inclusión sociolaboral a través de iniciativas que ofrecen herramientas efectivas para superar barreras y acceder a puestos laborales de calidad



En el marco de este compromiso con la cualificación, lanzamos, junto a Hostelería de España, la **Identificación Profesional en Hostelería (IPH)**, una acreditación que reconoce el talento y la capacitación de los profesionales del sector. Antiguos alumnos de 'Creamos Oportunidades' fueron los primeros en recibir este reconocimiento, en un acto que contó con la asistencia de autoridades como la directora general de Planificación, Innovación y Gestión de la Formación Profesional del Ministerio de Educación, y la subdirectora general de Desarrollo y Sostenibilidad Turística.

El programa mantiene cifras que reflejan su impacto:

- 11ª y 12ª ediciones (2025)
- **Más de 3.200 participantes** desde su origen
- **90 %** de inserción laboral
- Más de 700 establecimientos hosteleros colaboradores

Además, acompañamos a los jóvenes en su desarrollo profesional a través de **Linkados**, nuestra comunidad de *alumni*, desde la que seguimos apoyando su creci- miento personal y laboral.

Con nuestros programas abrimos la puerta del mercado laboral a jóvenes a través de la formación en Hostelería y el acompañamiento hasta que enciuentran un trabajo de calidad.

Emplea Rural

Iniciativa creada para mejorar la formación y la empleabilidad de colectivos vulnera- bles en zonas rurales, especialmente jóve- nes. Se desarrolla con la colaboración de **Accem**, ayuntamientos y hosteleros loca- les que son clientes de Mahou San Miguel.

El programa persigue abrir oportunidades en el sector de la Hostelería y el Turismo, contribuyendo a dinamizar el entorno ru- ral, mejorar la calidad de vida de sus habi- tantes, atraer nuevos visitantes y fortale- cer el tejido socioeconómico local. A través de un enfoque teórico-práctico, conecta formación, empleo y arraigo territorial.

En 2025, tras el éxito de su primera edición, el programa estuvo presente en **cinco municipios**: Sigüenza (Guadalajara), Daimiel (Ciudad Real), Cebolla (Toledo), Lerma (Burgos) y Valencia de Don Juan (León).

Durante el primer semestre del año, se realizaron **5 acciones formativas**, alcanzando a **75 participantes**.



Los voluntarios de este programa solidario acompañan a diversos colectivos como personas mayores, jóvenes o personas con discapacidad, entre otros.

Voluntariado corporativo: En Buena Compañía

Además delosprogramas deformacióny empleo, impulsamos iniciativas que gene- ran un impacto directo en los colectivos más vulnerables. En 2025, desarrollamos la **2ª edición del programa de voluntaria- do 'En Buena Compañía'**, dirigido a enti- dades sin ánimo de lucro que presentan proyectos de impacto local o nacional en las provincias donde la Fundación Mahou San Miguel desarrolla sus actividades.

Este programa está orientado al acompañamiento de **personas mayores, jóvenes, personas con discapacidad, cuidadores, migrantes y retornados**, entre otros colectivos. Las entidades seleccionadas reciben una ayuda de **hasta 5.000 euros**, además del apoyo de los voluntarios de Mahou San Miguel.

Durante 2025, 'En Buena Compañía' movilizó a:

- **1.374 voluntarios**
- Que acompañaron a **8.200 personas** en situación de vulnerabilidad
- A través de **120 acciones** desarrolladas junto a **42 organizaciones sociales** en toda España

Contigo Sumamos

Nuestro compromiso con la solidaridad tam- bién se refleja en '**Contigo Sumamos'**, la ini- ciativa de redondeo de nómina en la que los empleados realizan donaciones mensuales a causas sociales que seleccionan personal- mente. La Fundación duplica cada euro do- nado, multiplicando su impacto.

Desde su creación en 2019, se han recaudado **295.000 euros**, destinados a **23 proyectos solidarios** en España.

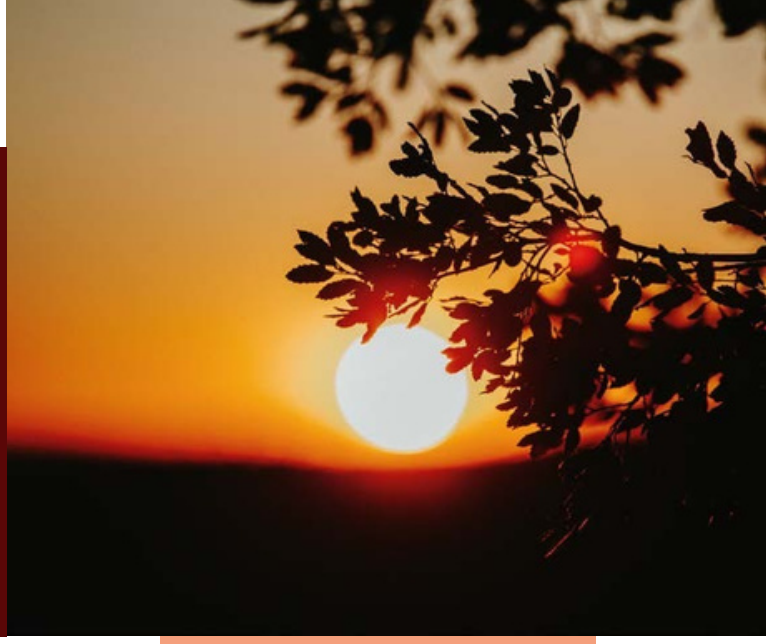
Apoyo en situaciones de emergencia

La Fundación también presta apoyo en momentos críticos. En 2025, colaboramos activamente con el envío de **23.000 litros de agua** a bomberos profesionales y vo- luntarios que trabajaron en la extinción de incendios, así como a Cruz Roja, que dis- tribuyó el agua entre las personas evacua- das de las zonas afectadas. Esta actuación permitió atender necesidades básicas ge- neradas por la emergencia y respaldar el trabajo de los equipos sobre el terreno.

Gobernanza



08



En Mahou San Miguel impulsamos cada día la transformación de la Compañía construyendo confianza a través de una gestión responsable y una sólida cultura ética que nos inspira y nos hace avanzar. Nuestra forma de hacer las cosas se apoya en una cultura corporativa basada en la coherencia, la transparencia y la res- ponsabilidad, principios que no solo orientan nuestras decisiones, sino que también fortalecen nuestras re- laciones y se reflejan en toda nuestra cadena de valor. **Concebimos la go- bernanza como un modelo de lide- razgo responsable y transformador,** diseñado para crear impacto positivo y consolidar relaciones sólidas y sos- tenibles con todas las personas y co- munidades con las que crecemos.



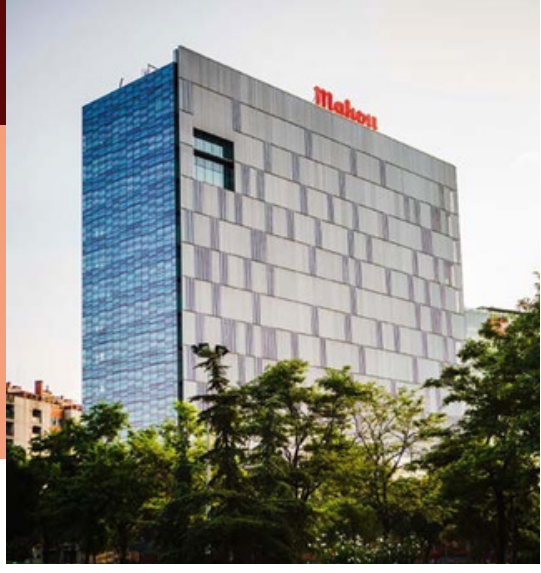
Cultura **corporativa**

En MahouSan Miguelentendemosla ética como el pilar fundamental de nuestra forma de actuar. **El respeto, la honestidad y la integridad forman parte de nuestro día a día** y orientan cada una de nuestras decisiones. Para hacerlo posible, contamos con un conjunto de políticas y herramientas que traducen nuestros valores y compromisos en prácticas concretas y coherentes.

Este **Código de Conducta** actúa como una auténtica brújula que guía el comportamiento de todas las personas que formamos parte de Mahou San Miguel, dentro y fuera de la organización. A través de él se reflejan los valores que definen nuestra manera de hacer las cosas: la integridad en cada decisión, una ética laboral sólida y un compromiso firme con la honestidad y la transparencia. Estos principios no solo inspiran nuestra actividad diaria, sino que también refuerzan nuestro respeto absoluto por los derechos humanos y por los estándares laborales promovidos por la Organización Internacional del Trabajo, que asumimos como propios.

El Código de Conductaactúa como una brújulaqueguíael comportamiento de **todas las personas que formamosparte de Mahou San Miguel,**dentro y fuera de la organización.

Esta forma de entender la responsabilidad se ve reforzada por nuestra participación en el **Comité Ejecutivo de la Red Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas,** un espacio desde el que contribuimos a impulsar prácticas empresariales responsables y sostenibles. Con ello, **reafirmamos nuestra vocación de generar un impacto positivo y de avanzar,** junto a otros actores, hacia un modelo de desarrollo más ético, justo y comprometido con la sociedad.



Código de Conducta para terceros

Nuestro compromiso con la ética trascien- de el ámbito interno de la Compañía y se proyecta a lo largo de toda nuestra cade- na de valor. Por ello, colaboramos con em- presas y socios que comparten nuestros principios y nuestra forma responsable de hacer las cosas. Para asegurar esta alinea- ción, contamos con una **Política General de Compras** y un Código de Conducta para Proveedores que establecen **un marco co-**
mún basado en la transparencia, la igual- dad de trato y el estricto cumplimiento de la normativa vigente. A través de estos
instrumentos impulsamos relaciones sóli- das, duraderas y de calidad, orientadas al beneficio mutuo y al fomento de la innova- ción y el desarrollo conjunto.

Plan de Prevención de Delitos

La integridad es un pilar irrenunciable en la forma en que construimos y cuidamos nuestras relaciones comerciales. Cons- cientes de esta responsabilidad, dispone- mos de un Plan de Prevención de Delitos, que se integra de manera coherente con las políticas anticorrupción y de lucha con- tra el soborno y el blanqueo de capitales y constituye la base de nuestro sistema de cumplimiento normativo, reforzando una cultura de actuación responsable en toda la organización. **Este marco, se revi-**
sa y actualiza anualmente, impulsando además campañas periódicas de control
interno encaminadas a validar la eficacia de las medidas implantadas y a reforzar nuestra capacidad para prevenir, detec- tar y reaccionar ante posibles incumpli- mientos. En 2025, este compromiso se vio impulsado con iniciativas formativas co- mo “Podrías ser tú”, diseñadas para sen- sibilizar y empoderar a nuestros equipos, invitándolos a asumir un papel activo en la prevención, identificación y comunicación de posibles conductas indebidas.

Canal Ético

Queremos que todas las voces sean es- cuchadas. Por eso, ponemos a disposi- ción de todos un Canal Ético, accesible tanto internamente como a través de www.mahou-sanmiguel.com, que per- mite a cualquier miembro de nuestra co- munidad reportar, de manera anónima y confidencial, cualquier inquietud o denun- cia relacionada con la gestión ética y el cumplimiento normativo. **La supervisión de este canal está en manos de nuestro Comité Ético y de Cumplimiento,** que se encarga de evaluar y resolver cada caso con la seriedad que merece.

En Mahou San Miguel mantenemos un fuerte compromiso con el respeto y la pro- moción de los derechos humanos, inclu- yendo la prevención del trabajo infantil y del trabajo forzoso en nuestras operacio- nes y cadena de valor. Estos principios se recogen en tanto en el Código Ético, como en nuestras políticas corporativas, aplica- bles a empleados, proveedores y colabo- radores. Promovemos su cumplimiento mediante procesos de diligencia debida, cláusulas contractuales con terceros y me- canismos de control orientados a prevenir, identificar y mitigar posibles riesgos, en lí- nea con la normativa vigente y los estánda- res internacionales de derechos humanos.

En 2025, no se registró ninguna denuncia por vulneración de Derechos Humanos en nuestro Canal de denuncias.

Promover el bien- estar de cada una de las personas que trabajan y colaboran con la Compañía es una de las palancas clave en las que Mahou San Miguel trabaja en su día a día.

Políticas de **conducta empresarial**

Políticas Corporativas

Nuestros principios se materializan en un conjunto de Políticas Corporativas de obligado cumplimiento, que definen las pautas de conducta para toda la organi- zación. Estas políticas, elaboradas por los distintos departamentos y aprobadas por el Consejo de Administración incorpo- ran de forma transversal criterios de sos- tenibilidad para asegurar su vigencia en un entorno en constante cambio y están publicadas tanto en la web corporativa como en NORIN, aplicación de normati- va interna ubicada en nuestra intranet.

En 2025, aprobamos un nuevo modelo de gobernanza de sostenibilidad refor- zando el rol de supervisión del Consejo de Administración con una visión más regular e integrada del avance de la es- trategia. Además, creamos la Comuni- dad de Impacto ESG, formada por más de 100 líderes clave de distintas áreas y unidades de negocio encargados de traccionar el plan en la organización y garantizar un despliegue eficaz y efi- ciente de la nueva estrategia “Compar- timos Futuro”.

NEGOCIO

- Propósito, Misión, Visión y Valores
- Política General de Negocio
- Política General de Transformación y Tecnología • Política General de Marketing e Innovación
- Política General de Compras
- Política General de Finanzas
- Política General de Operaciones

AMBIENTAL

- Política General Ambiental
- Política General de ESG
- Política General de Calidad y Seguridad Alimentaria

SOCIAL

- Política General de La Fundación Mahou San Miguel
- Política General de Prevención, Salud y Bienestar
- Política General Derechos Humanos
- Política General de Diversidad e Inclusión
- Política General de Personas, Cultura y Organización

GOBERNANZA

- Política General de Control y Gestión de Riesgos
- Política General de Comunicación Corporativa
- Política General de Reputación y Relación con Grupos de Interés
- Política del Sistema Interno de Información. Canal ético
- Política de Protección de Datos
- Política de Due Diligence
- Política General de Prevención de Riesgos Penales
- Política General Anticorrupción
- Código de Conducta
- Política General de Organización y Coordinación Societaria
- Política General de Dividendos y Autocartera
- Política General de Inteligencia Artificial
- Política General de Aseguramiento





En 2025, aprobamos nuestra **Política General de Inteligencia Artificial,** que establece el marco de actuación para garantizar un uso adecuado, responsable y ético de la IA en la Compañía. Esta política refuerza nuestro compromiso con la inno- vación y la transformación tecnológica, asegurando al mismo tiempo el pleno cum- plimiento normativo, la protección de los derechos fundamentales, la privacidad y la seguridad de la información. A través de un enfoque integrado y de la supervisión del Comité de Inteligencia Artificial, **pro- movemos la transparencia, la supervisión humana, la gestión de riesgos y la forma- ción continua de nuestros profesionales,** garantizando que el desarrollo y aplicación de la IA se alineen con nuestros valores cor- porativos y los más altos estándares éticos.

Anexos

09

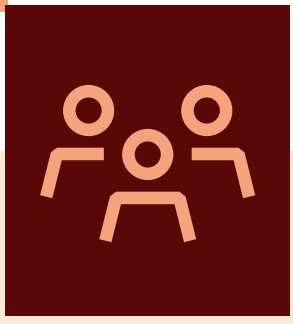


Análisis de **materialidad**

Conelfinde que este informe sea un instrumento de consulta útil, tanto para nuestros grupos de interés como para la sociedad en general, en 2025 realizamos el correspondiente análisis de doble mate- rialidad sobre temas ambientales, de buen gobierno, sociales y económicos que esti- mamos relevantes.

En la identificación de los aspectos cla- ve para la Compañía y la realización del Análisis de Materialidad, tomamos como referencia la participación colaborativa y opinión transversal de todos nuestros grupos de interés.

Además, la matriz de Materialidad se ha alimentado de fuentes secundarias refe- rentes en sostenibilidad como: análisis de la regulación global para identificar temas clave, estudio de mercado para conocer las grandes tendencias en Sostenibilidad e identificación de *insights* por parte del estudio de AECOC "Impacto de la Soste- nibilidad en la cesta de la compra".



Grupos de interés de Mahou San Miguel:

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

Criterios de ***reporting***



En este Estado de Información No Financiera, compartimos con nuestros grupos de interés toda la información relativa a nuestro desempeño ambiental, social y económico, que ha tenido lugar entre el 1 de enero y el 31 de diciembre del 2025.

Con este ejercicio de transparencia también damos cumplimiento a la Ley 11/2018, de 28 de diciembre, de información no fi- nanciera y diversidad aprobada el 13 de diciembre del 2018 por el Congreso de los Diputados.

Este informe ha sido elaborado siguiendo los requisitos de la mencionada ley, así como tomando como referencia los estándares del Global Reporting Initiative (GRI).

Hemos preparado esta información siguiendo los criterios de materialidad, ex- haustividad, comparabilidad, precisión, claridad y fiabilidad.

Tal como especifica la ley, este informe ha sido verificado por un tercero independiente, como garantía de fiabilidad de la información reportada.


MAGNA


MAHOU
SANMIGUEL

Mahou
DESDE 1890

CERVEZAS
SanMiguel
SINCE 1890

Alhambra

SOLAN
DE CABRAS

FounderS
Brewing