

# Reporte de DESARROLLO SOSTENIBLE

AÑO FISCAL 2011





# Reporte de **DESARROLLO SOSTENIBLE** AÑO FISCAL 11









Diez Prioridades. Un Futuro.



*Haciendo diferencia a través de la cerveza*

# CONTENIDO

## ¿QUIENES SOMOS?

Mensaje del Presidente Ejecutivo	4
Nuestra historia	6
Portafolio de marcas	14
Misión, visión y valores	16
Pilares estratégicos del negocio	17
Grupos de interés	18
Presencia en el ámbito nacional	19
Contribución a la economía panameña	20

## NUESTRO COMPROMISO

El Desarrollo sostenible como pilar estratégico de nuestro negocio	22
--	----

## DIEZ PRIORIDADES, UN FUTURO

1. Desincentivar el consumo irresponsable de ALCOHOL	28
2. Elaborar más bebidas, utilizando MENOS AGUA	34
3. Reducir nuestra huella ENERGÉTICA y de CARBÓN	40
4. Fomentar la reutilización de EMPAQUES y RECICLAJE	46
5. Trabajar para que las operaciones tengan CERO DESPERDICIOS	52
6. Tener una cadena de suministros que refleje el compromiso con el DESARROLLO SOSTENIBLE	58
7. Respetar los DERECHOS HUMANOS	64
8. Aportar beneficios a las COMUNIDADES a quienes servimos	70
9. Contribuir a la reducción del VIH/SIDA dentro de nuestra esfera de influencia	78
10. ÉTICA y TRANSPARENCIA	84

## CERTIFICACIÓN DE NUESTRO TRABAJO

Verificación independiente del Reporte de Desarrollo Sostenible F11, realizado por Deloitte	88
---	----





## MENSAJE DEL PRESIDENTE EJECUTIVO

*Cervecería Nacional, S.A. tiene 102 años en el mercado, y como ejemplo de empresa responsable y garante de la transparencia en sus actividades presenta su reporte anual de Desarrollo Sostenible.*

Consideramos nuestra reputación como indivisible, y como parte de una sociedad que demanda transparencia y rendición de cuentas estamos presentando el segundo reporte de avances en la implementación de nuestras 10 Prioridades de Desarrollo Sostenible. Este reporte busca comunicar a nuestros grupos de interés los logros que hemos obtenido en el cuarto año de implementación de programas y proyectos en beneficio de la calidad de vida de nuestras comunidades y la protección del medio ambiente.

Como subsidiaria de SABMiller Plc orientamos nuestros esfuerzos a la implementación de [10 Prioridades de Desarrollo Sostenible](#), cada una de las cuales contiene lineamientos claramente definidos que se enfocan en apoyar el desarrollo social, económico y ambiental del país, aportando de esta manera al fortalecimiento de nuestra reputación para ser la compañía de cervezas y bebidas más admirada de Panamá. Somos conscientes de que no es una tarea fácil, ni un trabajo a corto plazo, por esa razón buscamos que cada día nuestras actividades se conviertan en un reto, no solo para el negocio, sino para la convivencia armónica con el medio ambiente y la sociedad.

En Cervecería Nacional, S.A. generamos 1,753 empleos directos y más de 70 mil empleos indirectos, a través de 7 mil proveedores de materias primas y servicios y de 15 mil puntos de ventas en el país.

Somos uno de los principales contribuyentes de impuestos al fisco, con aportes directos de más de 65 millones anuales. Estos impuestos representan un monto más alto al que reciben en pago de dividendos nuestros accionistas, siendo el estado el principal beneficiario de nuestro negocio.

Cervecería Nacional, S.A ha estado presente en la comunidad con el primer programa nacional de apoyo social al turismo llamado Sabor Nacional. Este programa busca ayudar a potenciar el turismo como uno de los pilares fundamentales para el crecimiento económico y social de nuestro país. Para llevarlo a cabo establecimos una alianza con la Autoridad de Turismo de Panamá, La oficina de Participación Ciudadana del Ministerio de la Presidencia y el Ministerio de Desarrollo Social. Sabor Nacional está compuesto por un Diplomado en



Servicio al Turismo ejecutado por la Universidad de Panamá, mediante el cual hemos becado a 1,100 personas en todo el país, y un programa de apoyo técnico y administrativo ejecutado por la Fundación para el Desarrollo Sostenible (FUNDES), que ha beneficiado a 10 emprendedores y a 60 negocios que giran en torno al turismo.

El exceso de velocidad y el uso de celular son las dos primeras causas de accidentes e infracciones de tránsito en el país, siendo el consumo de bebidas con contenido de alcohol la tercera. Por lo tanto, en Cervecería Nacional, S.A., como empresa responsable que produce bebidas con contenido de alcohol, desarrollamos el programa Respeta la vía, Respeta la vida, en alianza con la Policía Nacional y la Autoridad de Tránsito y Transporte Terrestre. Este programa es nuestra respuesta para mitigar las tres principales causas de accidentalidad mediante la educación de conductores y peatones.

Otro de nuestros compromisos con el país es la protección de nuestro medio ambiente, siendo uno de nuestros principales focos la conservación de fuentes de agua. Este año, iniciamos y culminamos dos proyectos muy ambiciosos, en alianza con la Asociación Panamá Verde y la Fundación Natura, orientados a la preservación de la cuenca hidrográfica del Canal de Panamá, con sede en los alrededores de los lagos Alajuela y Gatún, por ser estos las dos principales fuentes de abastecimiento para las potabilizadoras que proveen de agua a la ciudad capital. Hemos estado trabajando hombro a hombro en la siembra de 18 mil plantones, la construcción de sistemas de tratamiento de aguas residuales domésticas para 17 familias y una escuela con 300 estudiantes, y la orientación y desarrollo autosostenible de las comunidades adyacentes a los lagos, lo cual nos asegurará la preservación de las fuentes de agua para las futuras generaciones.

Todo lo anterior no podría ser posible sin nuestra gente, que es nuestra ventaja más duradera, quienes con su dedicación, pasión y compromiso con la empresa nos han convertido en uno de los empleadores preferidos en el país. A todos nuestros colaboradores, muchas gracias por ser parte de esta gran familia.

Esperamos seguir siendo parte de la historia de este país mediante nuestro aporte a su progreso, porque creemos en el Desarrollo Sostenible como herramienta fundamental para el crecimiento económico, social y ambiental de una nación.



FERNANDO ZAVALA LOMBARDI  
Presidente de Cervecería Nacional, S.A.  
Subsidiaria de SABMiller plc



# NUESTRA HISTORIA

En **1909**, cuando la República de Panamá cumplía apenas seis años y el país fundamentaba su economía en la agricultura, ganadería y un incipiente comercio, surge una nueva perspectiva de progreso en el país con la apertura de *Panama Brewing and Refrigerating Company*. Inicialmente dedicada a la fabricación de hielo, su buena acogida incentivó el apoyo y participación de inversionistas que confiaron en el proyecto y, tan sólo un año después, se lanzó al mercado la **PRIMERA CERVEZA PANAMEÑA: BALBOA**.







El istmo seguía creciendo y, con él, la industria cervecera. El **30 DE JULIO DE 1926** surge en Colón la segunda ciudad más importante del país, la fábrica *Atlantic Brewing and Refrigerating Company*, que dos años después lanza con éxito la cerveza Atlas. Con el tiempo, Atlas se convertiría en la cerveza número uno de Panamá, manteniéndose en esa privilegiada posición hasta el día de hoy.

En **1927**, el empresario alemán Florencio Herbruger promueve la creación de una tercera fábrica, la *Cervecería Alemana del Pacífico*, cuya primera cerveza sale al mercado en **1929**, bajo el nombre de Milwaukee.

Con la finalidad de posicionar con fuerza a la industria nacional frente a la cada vez más firme competencia, **A FINALES DE LOS AÑOS 30**, las tres compañías deciden unirse para formar la empresa que, **80 AÑOS DESPUÉS, TODAVÍA OPERA EN NUESTRO PAÍS: CERVECERÍA NACIONAL, S.A.**







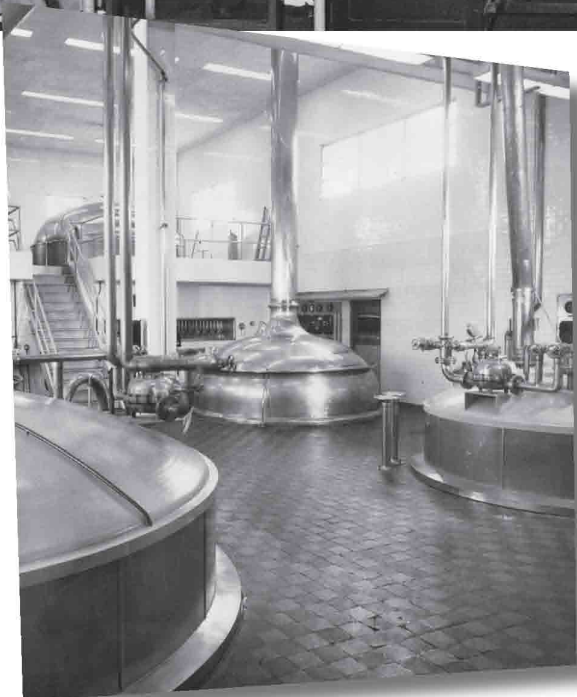
Pero el foco de negocio de Cervecería Nacional, S.A no se quedó en la industria cervecera. En la **DÉCADA DE LOS 30**, cuando en Panamá se abre un período de relativo crecimiento y estabilidad económica, Cervecería Nacional, S.A. inicia el negocio de las gaseosas con la marca Canada Dry. Hoy en día, ya es **DUEÑA DE VARIAS FRANQUICIAS DE PRESTIGIO INTERNACIONAL**, como lo es Pepsi Cola y Schweppes (Crush, Canada Dry y Squirt).





# La CERVECERIA NACIONAL S.A.

SALUDA A LA "Sociedad  
de Propietarios de CANTINAS Y  
BODEGAS" FUNDADA EL 14 DE ENERO DE 1958.



La expansión continuó su rumbo cuando el grupo empresarial adquirió también la fábrica Nevada. Fue entonces cuando **AGRUPÓ TODO EL NEGOCIO DE BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS BAJO REFRESCOS NACIONALES, S.A.** Esta adquisición representó un nuevo rumbo para la industria láctea en Panamá que, gracias a Cervecería Nacional, S.A. ha logrado incrementar su volumen de negocio y la calidad de sus productos. De hecho, hoy en día, la compañía **CONTROLA EL 77% DE LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LAS LECHES FLUIDAS EN UHT** (Envases Tetra Brick, Ultrapasteurizada), a través de las marcas La Chiricana y Nevada.



La modernización y crecimiento del país y de Cervecería Nacional, S.A han ido siempre de la mano; en sus **102 años de experiencia y tradición**, la empresa ha pasado a convertirse en parte de la cultura y esencia del país acompañando a los panameños en los momentos más importantes de su historia: brindamos con Balboa en la inauguración del Canal de Panamá y estuvimos presentes cuando, 85 años después, este pasó a ser propiedad del país.

Desde sus inicios, el compromiso de Cervecería Nacional, S.A se ha visto reflejado en todo el apoyo incondicional que la empresa brinda en actividades tanto deportivas como culturales y de concienciación social.

**Es así como Cervecería Nacional, S.A ha estado siempre donde están los panameños, formando parte de sus vidas y tradiciones.**



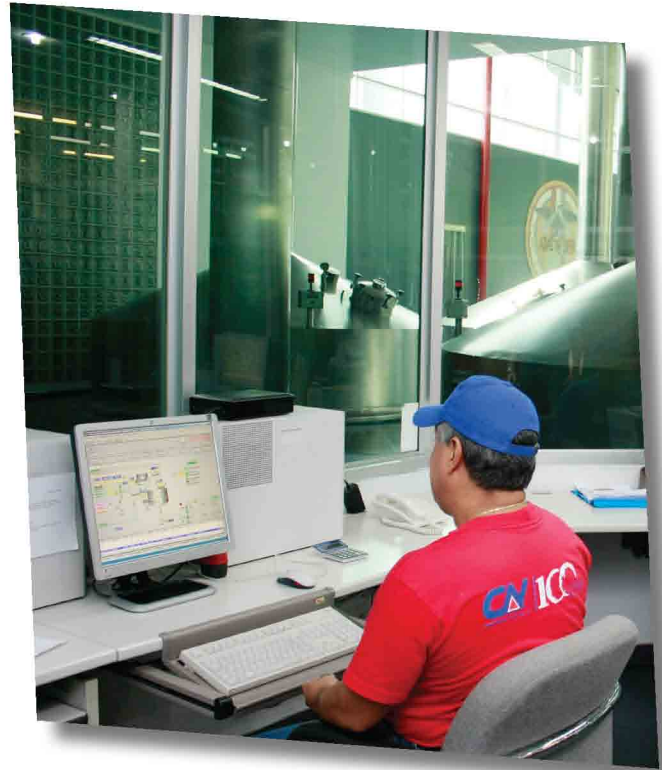




La excelente reputación de sus marcas, el crecimiento de la compañía y su solidez financiera posicionaron a Cervecería Nacional, S.A. como la líder indiscutible de la industria manufacturera panameña y una empresa codiciada durante la ola de consolidación de la industria cervecera del mundo. Es así como a principios del año 2002, Cervecería Nacional, S.A. pasa a formar parte del Grupo Empresarial Bavaria, que cuatro años después se fusiona con el Grupo SABMiller. Desde entonces, Cervecería Nacional, S.A. forma parte de SABMiller, la segunda cervecera mundial en volumen, con operaciones en seis continentes y una producción que supera los **200 MILLONES DE HECTOLITROS DE CERVEZA ANUALES, CON MÁS DE 70 MIL EMPLEADOS EN 75 PAÍSES.**



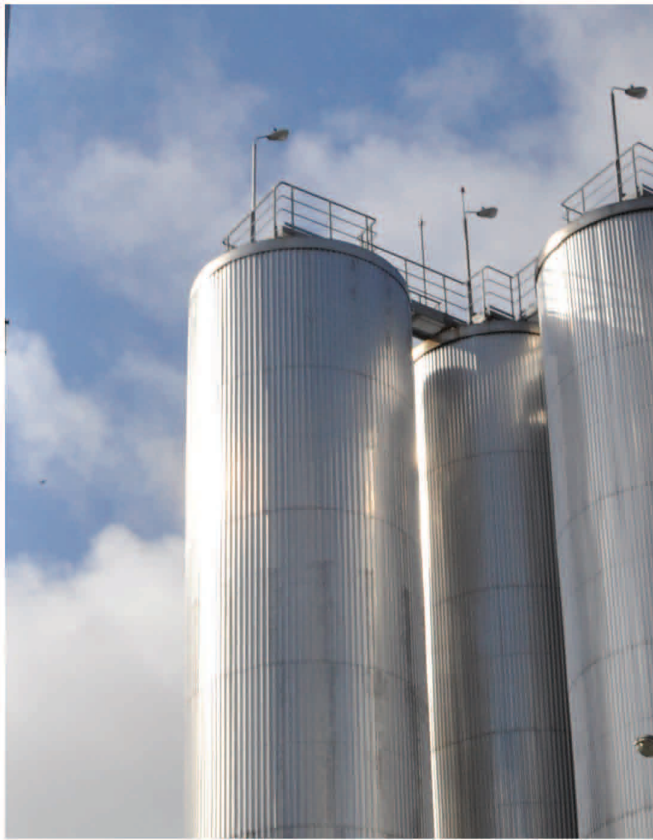




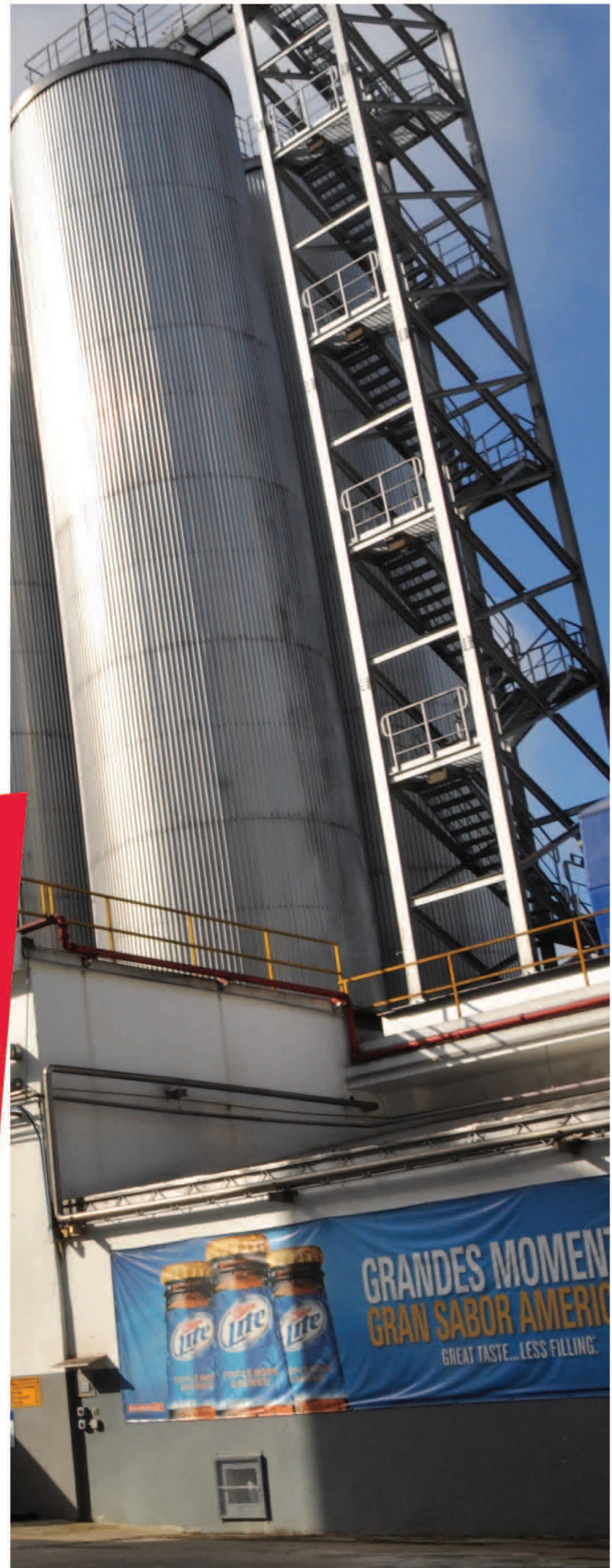
Este nuevo rumbo vino acompañado de cambios y mejoras en el desempeño de la empresa manteniendo su identidad y compromiso con el pueblo panameño, fortaleciendo sus procesos bajo el concepto de Manufactura de Clase Mundial y asegurando los más altos estándares de calidad en sus productos mediante sistemas de gestión certificados en Calidad bajo la **NORMA ISO 9001:2008** otorgado por SGS, y su sistema de gestión en Inocuidad de los productos HACCP certificado por el Ministerio de Salud, así como también el sistema de gestión para la protección ambiental bajo la **NORMA ISO 14001:2004** otorgado por SGS.







Cervecería Nacional, S.A quiere seguir siendo parte importante de la historia y cultura de Panamá, manteniendo y fortaleciendo el legado de calidad en sus productos, impulsando el **DESARROLLO SOSTENIBLE DE LA ECONOMÍA**, contribuyendo al **BIENESTAR DE LOS PANAMEÑOS** y **PROTEGIENDO EL MEDIO AMBIENTE**, como lo ha hecho desde el inicio de sus operaciones.





# PORTAFOLIO DE MARCAS

## CERVEZAS

**68%** de participación de mercado



**Atlas:** Es la cerveza líder en Panamá desde hace cinco décadas, más de la mitad de los panameños que consumen cerveza la prefieren.



**Balboa:** La primera cerveza que se elaboró en Panamá y que ya cumplió 101 años de existencia.



**Corona:** La marca más importante de Grupo Modelo y es la cerveza mexicana más vendida en el mundo. Se distribuye en más de 150 países en el mundo.



**MGD (Miller Genuine Draft):** Cerveza 100% americana con una personalidad totalmente cosmopolita. Es la cerveza del segmento súper-premium más vendida en Panamá.



**Miller Lite:** Fue lanzada en 1975 en el mercado norteamericano creando la categoría de cervezas de bajas calorías en la industria cervecera sin comprometer su gran sabor a cerveza. En 2009 fue fabricada y lanzada al mercado panameño.

## GASEOSAS

**33%** de participación de mercado



**7-up:** Es una bebida burbujeante con sabor a limón que se posiciona como una bebida con personalidad clara y transparente, disponible también en versión "light".



**Canada Dry:** La primera bebida gaseosa que fabricó y comercializó la empresa. Conocida por ser una buena acompañante de las comidas por su único y suave sabor a jengibre.



**Orange Crush:** esta bebida gaseosa con gran sabor y color naranja es elaborada por la empresa desde el año 1928.



**Mirinda:** Es la soda que con sus diferentes sabores despierta diversión y fantasía en sus consumidores. Tienen colores vibrantes y sabores frutales, pero el sabor clave en Panamá es "Fresa Extrema".



**Squirt:** Bebida gaseosa con sabor a toronja famosa por su slogan "quita tu sed". Fue la primera gaseosa de toronja en Panamá.





**Pepsi:** Disponible en versión regular y "light" es una marca mundialmente reconocida, con presencia en los cinco continentes conectando con millones de consumidores y mostrando siempre una propuesta innovadora.



**H2OH:** Agua ligeramente gasificada con un toque refrescante de lima limón. Este producto busca captar consumidores jóvenes preocupados por su salud, ya que no contiene azúcar y está enriquecido con vitamina C.

## MALTA

90% de participación de mercado



**Malta Vigor,** con 90% de participación de mercado. Es una bebida carbonatada a base de malta con un perfecto balance entre dulce y amargo, única por sus propiedades nutritivas y refrescantes.

## LECHE

39% de participación de mercado



**Nevada:** La primera fábrica de leche adquirida por la Cervecería Nacional, S.A, que hoy tiene una variedad de productos para toda la familia: leche entera, semidescremada, descremada, deslactosada y leches saborizadas.



**La Chiricana:** Es la marca de leche fluida entera más reconocida en el mercado por su pureza y preferida diariamente en todos los hogares panameños. La marca es fabricada por Planta Nevada.

## AGUA

19% de participación de mercado



**Brisa** es la marca líder en Panamá y producida por Cervecería Nacional, S.A. en su Planta Pasadena.

## JUGOS

5% de participación de mercado



La marca Tutti Frutti es una marca divertida, producida en Planta Nevada.



# MISIÓN, VISIÓN Y VALORES



## VISIÓN

Ser la empresa más admirada en Panamá por:

- Ser la empresa líder en el mercado de bebidas.
- Tener el portafolio de marcas de mayor crecimiento y rentabilidad.
- Ser una organización orientada al mercado y a la pasión por sus marcas.
- Tener el mejor talento con cultura de alto desempeño.



## MISIÓN

- Poseer y potenciar las marcas locales e internacionales preferidas por el consumidor.

## VALORES



- Nuestra gente es nuestra ventaja más duradera.
- La responsabilidad es clara e individual.
- Trabajamos y ganamos en equipo.
- Entendemos y respetamos a nuestros clientes y consumidores.
- Nuestra reputación es indivisible.







## PILARES ESTRATÉGICOS DEL NEGOCIO

Cervecería Nacional, S.A. basa su estrategia en cuatro pilares fundamentales para el desarrollo del negocio, estos pilares son:

- 1. CREAR UNA EXTENSIÓN GLOBAL EQUILIBRADA Y ATRACTIVA DEL NEGOCIO:** La amplia extensión geográfica de nuestras operaciones permite que nos beneficiemos del crecimiento en volúmenes y valor de los mercados en la categoría cerveza, en todo el mundo. Continuamos buscando oportunidades de consolidar nuestra huella geográfica tanto en mercados en desarrollo como desarrollados, a través de nuevas operaciones, alianzas, fusiones y adquisiciones.
- 2. DESARROLLAR UN PORTAFOLIO DE MARCAS FUERTES Y RELEVANTES QUE GANEN EN LOS MERCADOS LOCALES:** intentamos desarrollar atractivos portafolios de marcas que satisfagan las necesidades de nuestros consumidores en cada uno de los mercados. Esto incluye expandir nuestra oferta a nuevos segmentos de consumidores y ocasiones de consumo, consolidando nuestras marcas populares, construyendo un portafolio diferenciado de marcas "Premium" locales y globales y canalizando las marcas correctas a los clientes correctos, en el momento y precio correcto.

- 3. MEJORAR CONSTANTEMENTE LA RENTABILIDAD DE LAS EMPRESAS LOCALES, DE MANERA SOSTENIBLE:** NUESTRO OBJETIVO ES CONTINUAR MEJORANDO NUESTRO DESEMPEÑO OPERATIVO A TRAVÉS DEL INCREMENTO DE LOS INGRESOS Y LA MEJORA CONTINUA DE LOS COSTOS Y LA PRODUCTIVIDAD. TAMBIÉN ES IMPORTANTE MANTENER Y FORTALECER NUESTRA REPUTACIÓN, PROTEGER NUESTRA LICENCIA PARA COMERCIALIZAR Y **DESARROLLAR LOS NEGOCIOS DE MANERA SOSTENIBLE PARA BENEFICIO DE NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS.**

- 4. APALANCARNOS EN NUESTRAS HABILIDADES Y EN LA ESCALA GLOBAL DEL NEGOCIO:** Nuestra expansión global presenta cada vez más oportunidades para obtener valor de escala y de las habilidades del grupo, con la normalización de nuestras funciones de gestión interna de todo el mundo y la integración regional de nuestros sistemas y procesos de gestión externa. Estamos también beneficiándonos de la colaboración continua y del intercambio de conocimientos entre nuestras empresas.



# GRUPOS DE INTERÉS



- Accionistas
- Clientes
- Colaboradores
- Comunidades vecinas
- Consumidores
- Distribuidores
- Instituciones del Estado
- Medios de comunicación
- Organizaciones no gubernamentales
- Proveedores



## PRESENCIA EN EL ÁMBITO NACIONAL



Centro de Distribución Changuinola

Centro de Distribución Majagua

Planta Nevada - Bugaba

Centro de Distribución Chitré

Centro de Distribución Santiago

Centro de Distribución Penonomé

Centro de Distribución Chorrera

Centro de Distribución Las Sabanas

Centro de Distribución San Cristóbal

Planta Pasadena Panamá

Oficinas Costa del Este Panamá

Centro de Distribución Colón

Centro de Distribución Darién





# CONTRIBUCIÓN A LA ECONOMÍA PANAMEÑA

Gracias a la confianza que los panameños han depositado en nosotros, Cervecería Nacional, S.A. es la empresa más admirada en la industria de bebidas de Panamá, por la calidad de sus productos, su aporte en inversión social, su confiabilidad y su aporte al desarrollo económico del país, según reporte de GlobeScan de Julio de 2011.



Entre marzo de 2010 y marzo de 2011, Cervecería Nacional, S.A. contribuyó con **68.9 millones de dólares** en impuestos directos e indirectos.

Los ingresos que el Estado percibe directamente por la actividad de Cervecería Nacional, S.A. alcanzan el

## 51%

del PIB generado por la Empresa.

## TOTAL IMPUESTOS PAGADOS POR CNSA

2011
65,993,609
2010
62,811,259
2009
62,239,686
2008
55,578,125
2007
50,358,548
2006
42,117,744



El Estado el principal beneficiario económico de la actividad de nuestra empresa, de hecho, por cada

## US\$ 1.00

que recibe uno de nuestros accionistas el Estado recibe

## US\$ 3.00





Cervecería Nacional, S.A. genera

**1.753**

empleos directos

**70.322**

empleos indirectos.

El impacto directo en remuneraciones es de

**32.7 millones;**

además de un impacto indirecto de

**311.2 millones,**

producto de las relaciones intersectoriales  
en la economía.

El total de remuneraciones directas e indirectas  
representan el

**3.0%**

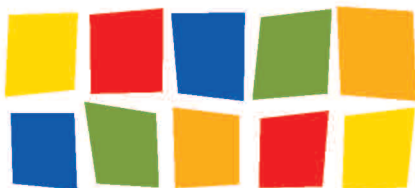
de todos los sueldos y salarios pagados  
en la economía nacional.

Todo esto convierte a Cervecería Nacional, S.A. en uno de los mayores contribuyentes a la agenda social del Estado, no solo por su aporte tributario, sino también por el volumen de empleo generado a través de sus actividades comerciales y su aporte en inversión social que detallamos a lo largo del presente reporte de Desarrollo Sostenible.



# NUESTRO COMPROMISO

Diez Prioridades. Un Futuro.



*Haciendo diferencia a través de la cerveza*

## EL DESARROLLO SOSTENIBLE COMO PILAR FUNDAMENTAL DE NUESTRA ESTRATEGIA DE NEGOCIOS

En Cervecería Nacional, S.A., como subsidiaria de SABMiller Plc, consideramos el **Desarrollo Sostenible** de nuestras operaciones como un pilar fundamental en la estrategia de negocios, porque entendemos como principio inequívoco que el crecimiento de nuestro negocio depende del crecimiento económico, social y ambiental de las comunidades en donde operamos.



Es así como en Cervecería Nacional, S.A. desde 2007 hemos venido invirtiendo recursos en la implementación nuestras

### 10 Prioridades de Desarrollo Sostenible,

las cuales fueron creadas por SABMiller tomando como base el análisis de oportunidades y riesgos presentes en sus operaciones en diferentes países, los

**Objetivos de Desarrollo del Milenio,**  
y los

**10 principios del Pacto Global de Naciones Unidas.**

Cada una de nuestras 10 Prioridades tiene lineamientos claros que orientan su implementación hacia la realización de un aporte significativo al mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades y a la protección del medio ambiente, en los países donde SABMiller tiene operaciones.



Nuestro enfoque de sostenibilidad va más allá de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), y nos orienta hacia la implementación de programas y proyectos que provean de conocimientos y herramientas a las personas para que logren desarrollarse, crecer y sostenerse por sí mismas en materia social y económica, asegurando respeto y armonía con el medio ambiente; por tal razón la filantropía no está dentro de nuestro esquema de trabajo.



Durante el  
**Año Fiscal 11 (FY11)**

cuyos programas se describen en el presente  
Reporte de Desarrollo Sostenible,  
y que comprende los meses de

**abril de 2010 a marzo de 2011,**

invertimos cerca de

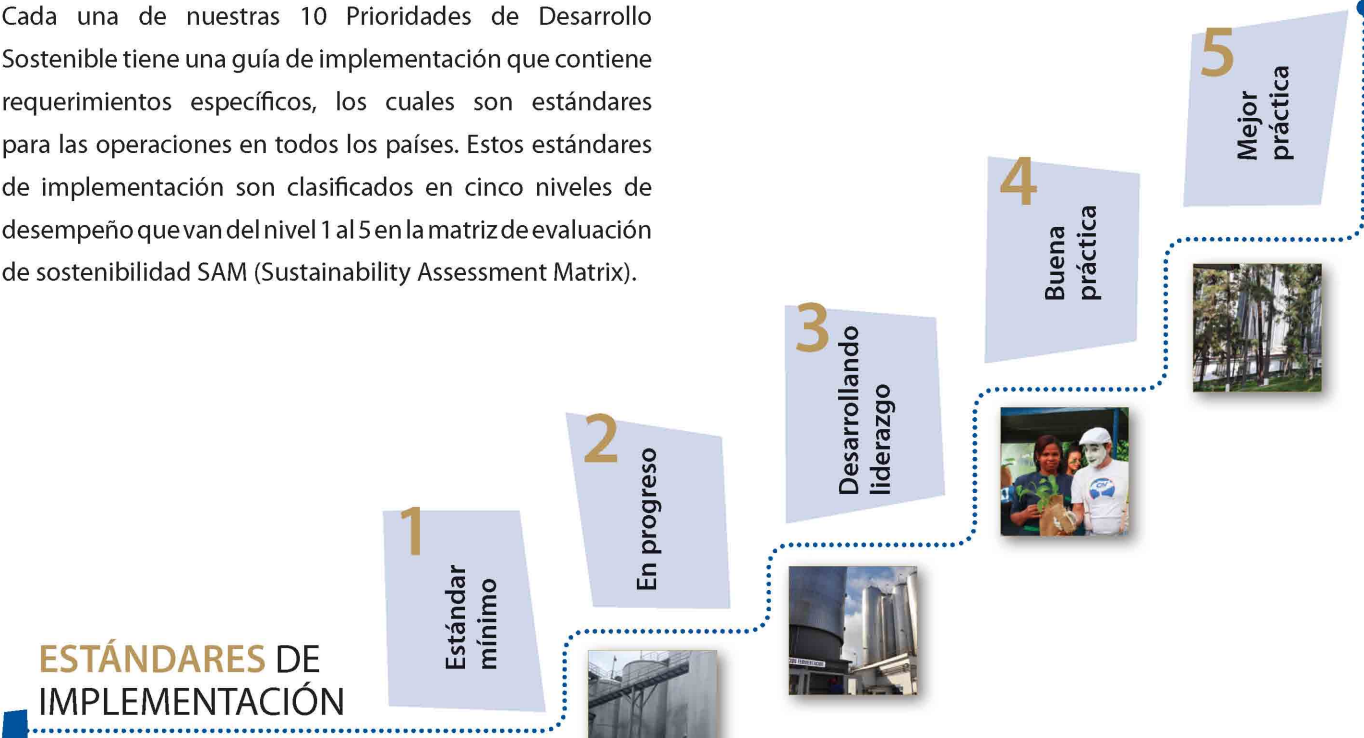
**600 mil dólares**

en programas y proyectos  
enfocados en mejorar la calidad de vida de  
nuestras comunidades, proteger nuestro medio  
ambiente e impulsar el desarrollo económico  
y social de nuestro país.





Cada una de nuestras 10 Prioridades de Desarrollo Sostenible tiene una guía de implementación que contiene requerimientos específicos, los cuales son estándares para las operaciones en todos los países. Estos estándares de implementación son clasificados en cinco niveles de desempeño que van del nivel 1 al 5 en la matriz de evaluación de sostenibilidad SAM (Sustainability Assessment Matrix).





Durante la evaluación realizada para el Año Fiscal 11 (FY11) que corresponde a lo informado en el presente Reporte de Desarrollo Sostenible, que va de abril de 2010 a marzo de 2011, Cervecería Nacional, S.A. obtuvo una calificación de 3.2 como resultado de la evaluación de implementación de las 10 Prioridades de Desarrollo Sostenible.

La calificación obtenida nos ubica en el  
**nivel 3,**  
 que corresponde a desarrollo de liderazgo regional,  
 y nos coloca dentro del ranking de las  
**15 mejores plantas**  
 de SABMiller en el ámbito mundial en implementación  
 de las 10 Prioridades de Desarrollo Sostenible,  
 con el puesto  
**número 11.**



En la tabla presentamos los resultados para cada prioridad en el año fiscal 11 (FY11), la meta para el año fiscal 12 (FY12) y el plan a tres años para mejorar el desempeño en la implementación de nuestras 10 Prioridades de Desarrollo Sostenible.

#### SUSTAINABILITY ASSESSMENT MATRIX (SAM)

Prioridades	FY11	FY12	FY13	FY14	FY15
1. Desincentivar el consumo irresponsable de alcohol	2.4	3.0	3.7	4.4	5.0
2. Elaborar más bebidas, utilizando menos agua	2.6	2.6	3.0	4.2	4.6
3. Reducir nuestra huella energética y carbón	3.1	3.1	3.4	3.4	4.1
4. Fomentar la reutilización de empaques y el reciclaje	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0
5. Trabajar para que las operaciones tengan cero desperdicios	4.3	4.3	4.3	4.6	4.6
6. Tener una cadena de suministros que reflejen el compromiso con el desarrollo sostenible	2.6	2.6	3.2	3.8	4.4
7. Respetar los derechos humanos	3.0	3.8	3.8	4.0	4.0
8. Aportar beneficios a las comunidades a quienes servimos	3.3	4.0	4.2	5.0	5.0
9. Contribuir a la reducción del VIH/SIDA dentro de nuestra esfera de influencia	4.0	5.0	5.0	5.0	5.0
10. Ser transparente al informar sobre nuestro progreso con estas prioridades de desarrollo sostenible, sociales y ambientales	3.6	4.0	4.7	5.0	5.0
<b>SAM Total</b>	<b>3.2</b>	<b>3.5</b>	<b>3.8</b>	<b>4.2</b>	<b>4.5</b>



Diez Prioridades. Un Futuro.



*Haciendo diferencia a través de la cerveza*

# DIEZ PRIORIDADES,



**DESINCENTIVAR**  
el consumo  
irresponsable de  
**ALCOHOL**



Elaborar  
más bebidas,  
utilizando  
**MENOS AGUA**



Tener una cadena  
de suministros  
que reflejen el  
compromiso con el  
**DESARROLLO  
SOSTENIBLE**



Respetar los  
**DERECHOS  
HUMANOS**



# UN FUTURO

**CO<sub>2</sub>**

Reducir nuestra  
**HUELLA  
ENERGÉTICA**  
y de carbón



Fomentar la  
reutilización de  
**EMPAQUES y  
RECICLAJE**



Trabajar para que las  
operaciones tengan  
**CERO  
DESPERDICIOS**



Aportar  
beneficios a las  
**COMUNIDADES**  
a quienes servimos



Contribuir a la  
reducción del  
**VIH/SIDA**  
dentro de nuestra  
esfera de influencia



**TRANSPARENCIA  
y ÉTICA**







## DESINCENTIVAR EL CONSUMO IRRESPONSABLE DE ALCOHOL





## 1. AUTORREGULACIÓN MEDIANTE UNA POLÍTICA DE COMUNICACIONES COMERCIALES

## 2. PRINCIPIOS FUNDAMENTALES SOBRE EL CONSUMO REFLEJADOS EN NUESTRO MANIFIESTO SOBRE EL ALCOHOL

## 3. PROMOVEMOS EL CONSUMO RESPONSABLE

### COMUNICACIONES COMERCIALES

Más allá de cumplir con las regulaciones nacionales, Cervecería Nacional, S.A., como subsidiaria de SABMiller Plc, ha adoptado el código de autorregulación de su casa matriz, el cual orienta el proceso de creación y difusión de todas las comunicaciones comerciales para las bebidas con contenido de alcohol.

Con la ayuda de un software se realiza el proceso de revisión y aprobación de las comunicaciones comerciales, la cual es realizada por directivos de la empresa que han sido previamente entrenados sobre el código de comunicaciones comerciales.

El proceso de revisión inicia desde la concepción de la idea publicitaria hasta el diseño final de la misma y tiene en cuenta principios tales como:

- Ética, veracidad y cumplimiento de las regulaciones locales.
- No debe ser atractiva a menores de edad.
- Enfocada en el consumo responsable.
- El consumo no debe estar asociado a comportamientos violentos o antisociales, así como tampoco debe asociarse al éxito social, en los negocios, el estudio o los deportes.
- Los modelos y artistas deben usar ropa apropiada para el contexto y se prohíbe cualquier postura abiertamente sexual.



Para obtener retroalimentación del público sobre las comunicaciones comerciales se cuenta con un sistema formal de recepción y respuesta mediante dos canales: la página Web: [www.cerveceria-nacional.com](http://www.cerveceria-nacional.com) y el call center 800-0009, desde celular 217-5088.





Promovemos la autorregulación a través de la implementación de nuestra Política de Comunicaciones Comerciales en el resto de la industria mediante el liderazgo de un grupo de trabajo denominado Saber Beber, conformado por ejecutivos de las empresas productoras e importadoras de bebidas.



## MANIFIESTO SOBRE ALCOHOL

Cervecería Nacional, S.A. ha adoptado el Manifiesto sobre Alcohol que SABMiller estableció en sus operaciones en el ámbito mundial, y que refleja nuestros principios fundamentales sobre alcohol y salud.

1. Nuestras cervezas contribuyen al disfrute de la vida para la gran mayoría de nuestros consumidores,
2. Nos preocupamos por los efectos dañinos del consumo irresponsable de alcohol, por lo que promovemos que nuestros consumidores se informen a través de nuestra página [www.hablemosdealcohol.com](http://www.hablemosdealcohol.com).
3. Comprometemos a los grupos de interés y trabajamos con ellos para abordar temas sobre el consumo irresponsable.
4. El consumo de alcohol es para adultos, es un tema de juicio individual y de responsabilidad.
5. La información divulgada a los consumidores debe ser precisa y equilibrada.
6. Esperamos que nuestros empleados tengan altos niveles de conducta en lo que se refiere a consumo de alcohol.

La conducta de los colaboradores respecto al consumo de alcohol es regulada mediante una Política de Alcohol para empleados que es de obligatorio cumplimiento, esta política asegura el ejemplar comportamiento de nuestros colaboradores dentro o fuera de su horario laboral, así como también orienta para que las prácticas de venta y mercadeo sean implementadas de manera ejemplar. Para mantenerlos al día, les ofrecemos formación periódica en cuanto a la implementación de las políticas y sus responsabilidades.





## CONSUMO RESPONSABLE

Nuestras cervezas son un valor agregado para el disfrute de la vida de muchos de nuestros consumidores, por ello promovemos el consumo responsable y moderado; a la vez que buscamos que las personas tomen decisiones basadas en información veraz sobre el consumo de alcohol, de modo que puedan evaluar los riesgos y beneficios de la ingesta de alcohol.

Nuestra página web [www.hablemosdealcohol.com](http://www.hablemosdealcohol.com) ofrece información sobre los riesgos y beneficios del consumo de alcohol, además de foros abiertos de discusión y también proporciona enlaces a otros recursos de información valiosa relacionada con el tema.

### Campaña "Respeto la vía, respeta la vida"

Las estadísticas demuestran que son varios los factores implicados en la ocurrencia de accidentes de tránsito, destacándose en orden de prioridad: el exceso de velocidad, conducir mientras se habla o se chatea por celular, y en tercer lugar conducir bajo los efectos del alcohol.



Partiendo de este entorno, entendemos que la seguridad vial no es un tema de responsabilidad exclusiva de la Autoridad Nacional de Tránsito y Transporte Terrestre (ATTT), si no un tema que nos compete a todos como miembros de una sociedad.

Es por esto que hemos dado un primer gran paso sumando a autoridades gubernamentales y empresas privadas a nuestro programa de seguridad vial denominado "Respeto la vía, respeta la vida" enfocado en la educación para la prevención.





El programa busca sensibilizar a los panameños y cambiar sus hábitos de manejo, mediante una campaña comunicacional que consta de tres fases: la primera dirigida al conductor, la segunda dirigida al peatón y la tercera etapa tiene que ver con el conocimiento de las señales de tránsito y similares.

A finales de 2010 y principios de 2011, lanzamos la primera fase que está dirigida a los conductores, con una campaña que incentiva el “conductor designado” (CoD).

Específicamente, quisimos promover en los jóvenes, que asisten a actividades nocturnas en bares o discotecas, que designen a una persona para conducir el vehículo de vuelta a casa y evitar, así, accidentes de tránsito con consecuencias fatales o situaciones desafortunadas.



Para la firma del convenio de cooperación para el lanzamiento de esta etapa, contamos con la participación especial del alcalde de Panamá, Bosco Vallarino; Gustavo Pérez, director general de la Policía Nacional; Jorge Ricardo Fábrega, director de la ATTT; Mario Luis González, presidente de la Asociación de Bares, Discotecas y Clubes de Panamá y Juan Antonio Fábrega, vicepresidente de Asuntos Corporativos de Cervecería Nacional, entre otras personalidades, que se sumaron a esta campaña.







## Proyectos a futuro

### ¿Adónde queremos llegar?

Nuestro plan a tres años se orienta a elevar nuestro desempeño hasta el nivel de mejores prácticas globales, ubicándonos entre los niveles **cuatro** y **cinco** de la escala de Evaluación de Prácticas de Desarrollo Sostenible.

F11: 2.4



F12: 3.0



F13: 3.7



F14: 4.4



F15: 5.0

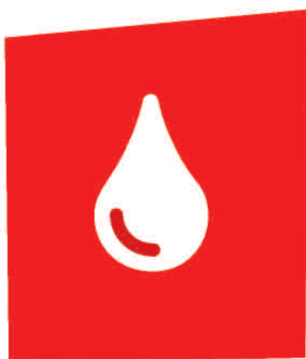


### ¿CÓMO VAMOS A LOGRARLO?

- Se desarrollará e implementará un plan estratégico a tres años con indicadores claves para los programas de consumo responsable de alcohol.
- Integramos un evaluador de tercera parte al comité de evaluación de las comunicaciones comerciales con voz y voto.
- Someteremos nuestros programas a evaluación por terceras partes independientes para valorar su impacto.
- Compartiremos nuestras mejores y prácticas de consumo responsable con otros integrantes de la industria.







ELABORAR MÁS BEBIDAS,  
UTILIZANDO MENOS AGUA





### 1. PROTEGEMOS NUESTRAS FUENTES DE ABASTECIMIENTO

### 2. HACEMOS USO EFICIENTE DEL AGUA

### 3. TRATAMOS NUESTRAS AGUAS RESIDUALES QUE GENERAN NUESTROS PROCESOS

## PROTEGEMOS NUESTRAS FUENTES DE ABASTECIMIENTO

■  
Proyecto de protección de la fuente de abastecimiento de la planta potabilizadora de Chilibre, enfocado en el cuidado de la calidad del agua

Con Fundación Natura, como aliado estratégico, hemos desarrollado un proyecto para la protección, saneamiento y

reforestación en el lago Alajuela, el cual se ubica dentro de la cuenca hidrográfica del Canal de Panamá que abastece a la planta potabilizadora de Chilibre.

*La planta potabilizadora Federico Guardia Conte de Chilibre toma sus aguas del lago Alajuela y abastece a cerca de **un millón de personas** en la ciudad capital.*

El proyecto se enfoca en el diseño e instalación de sistemas de tratamiento de aguas residuales para 17 familias y una escuela con 300 estudiantes asentados en la orilla del lago Alajuela y que descargan sus aguas residuales directamente al mismo. Adicionalmente, se capacitará a los habitantes de la comunidad para fortalecer la gestión comunitaria en el cuidado del agua y se incrementará la cobertura boscosa del área.

Entre enero y marzo de 2011, se realizaron los trabajos de inspección del área y los primeros análisis para la selección del sitio, estudiando la condición del suelo e identificando las necesidades de mejoramiento de los factores limitantes para asegurar el éxito en la implementación de los sistemas de tratamiento de aguas residuales.







Para avanzar con el proyecto, ha sido necesaria una labor de sensibilización tanto en la comunidad como con las entidades involucradas; por ejemplo, la jefatura del Parque Nacional Chagres y la Autoridad Nacional del Ambiente (ANAM). Una vez los miembros de la comunidad estuvieron sensibilizados, firmaron acuerdos para el mantenimiento y protección de la reforestación realizada. Mediante este convenio, la Fundación Natura se compromete por un período de tres años a dar mantenimiento a los árboles sembrados y ofrecer seguimiento técnico de soporte. El área donde se está ejecutando la reforestación es el nacimiento de la toma de agua de la comunidad donde predomina la paja canalera.



### Proyecto de protección de la fuente de abastecimiento de la planta potabilizadora de Miraflores, enfocado en la reforestación de áreas en vía de desertificación

De los tres lagos principales que conforman la cuenca hidrográfica del Canal de Panamá, el que presenta más riesgo de afectación de su ecosistema por su cercanía a poblados y comunidades es el lago Gatún, el cual abastece a la planta potabilizadora de Miraflores que suministra agua potable a las poblaciones que habitan las áreas canaleras y el área metropolitana de Panamá.

Es por ello que Cervecería Nacional, S.A., en alianza con la Asociación Panamá Verde, ha desarrollado un programa de protección enfocado en la toma de conciencia y desarrollo de capacidades de protección de la cuenca en los habitantes de las comunidades aledañas al lago Gatún y en la reforestación de áreas de baja densidad boscosa que lo circundan. Esto es con el objetivo de amortiguar las zonas desprovistas de vegetación y evitar así la erosión y sedimentación que afecta la calidad del agua de la cuenca.

Con esta orientación nos propusimos la siembra de

**18,000 árboles**

nativos y frutales en las zonas críticas o vecinas de influencia de las subcuencas del río Gatuncillo y áreas aledañas. Para ello desarrollamos capacidades en la población tanto con formación en protección como con la construcción de viveros para la provisión de los plantones.

Hasta el 28 de febrero de 2011 se han sembrado

**7, 800 plantones,**

y uno de los viveros construidos ha logrado desarrollarse sosteniblemente de manera que hoy provee plantones a otros proyectos en el área.



## ENTREVISTA

**ELVIS RODRÍGUEZ,**

Presidente Ejecutivo de la Asociación Panamá Verde

*¿De dónde nace la iniciativa de proponer este proyecto a Cervecería Nacional, S.A.?*

► El crecimiento de la población dentro de las zonas urbanas y rurales en la provincia de Panamá, así como la demanda de servicios básicos, tales como acceso al agua potable y saneamiento demuestran que las fuentes de agua son un valor importante, ya que sus recursos son limitados. De no existir planes de manejo adecuado, se puede ver amenazado el aseguramiento de su disponibilidad en cantidad y calidad, tanto para la presente como para las futuras generaciones.

*¿En qué contribuyen exactamente los 18 mil plantones que se están sembrando?*

► Permitirán amortiguar las zonas desprovistas de vegetación y zonas deforestadas, brindando alimentos y sombra a las especies de fauna que habitan a su alrededor. Igualmente, sirven de medio para que el agua se infiltre en el subsuelo y se recarguen los mantos acuíferos. Esto también nos ayuda a evitar grandes avenidas, azolves y otro tipo de problemas que nos ocasione el arrastre de las aguas de manera descontrolada o a altas velocidades. Entonces, las reforestaciones retienen el agua, la infiltran al suelo y hace que ésta escurra más despacio. Los plantones contribuyen también a incrementar la belleza escénica del lugar.

*¿Qué otras acciones componen este proyecto?*

► Otros de los componentes del proyecto es el de promover el fortalecimiento, organización y participación de la comunidad en general beneficiaria en la implementación, así como a las Juntas Locales para la Defensa del Agua o Micro Cuencas. Además, el desarrollo de iniciativas que garanticen la protección de estos recursos hídricos, así como la realización de jornadas y campañas de sensibilización para construir una cultura de protección y respeto por nuestros recursos naturales.



## HACEMOS USO EFICIENTE DEL AGUA

Enfocados en la mejora continua, en el último año hemos realizado diversas actividades encaminadas a optimizar y reducir el consumo de agua en la elaboración de nuestros productos. Entre ellas podemos destacar:

- Sistema de circuito cerrado del agua de las pasteurizadoras.
- Automatización del lavado externo de los barriles Kegs.
- Reducción de los volúmenes de agua de empuje del mosto frío.
- Optimización del sistema de recuperación de condensado.
- Sistema de recolección de agua de lluvia para su utilización en el aseo de las instalaciones del centro de acopio de materiales reciclables.



Con el desarrollo de estas acciones, hemos reducido

**705,662 hectolitros de agua**

en el último semestre del F11 (2011) con relación al año pasado, con lo que se podría abastecer a

**118 familias**

por todo un año.



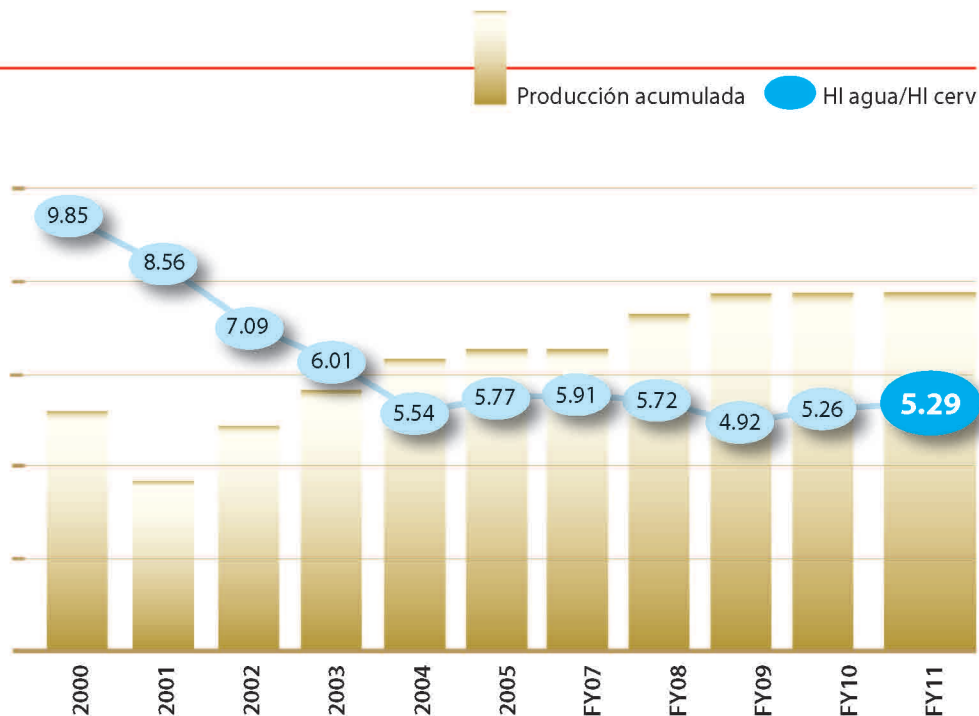


De la misma manera como nos preocupamos por optimizar el consumo de agua en nuestros procesos, así mismo apoyamos a nuestra cadena de proveedores para conocer su huella de agua a través de la entrega de una herramienta que mide su consumo de agua, les permite monitorearlo periódicamente y fijarse metas de ahorro.



## COMPARATIVO ANUAL DE INDICADOR DE AGUA

Podemos ver cómo hemos reducido el consumo de agua en la última década, pasando de **9.85** a **5.29** hectolitros de agua por cada hectolitro de cerveza producida, lo que representa haber disminuido en **46%** el consumo de agua en una década.



## TRATAMOS LAS AGUAS RESIDUALES QUE GENERAN NUESTROS PROCESOS

Contamos con **2 plantas** de tratamiento de aguas residuales de última tecnología, en las que se invirtieron aproximadamente **4.5 millones de dólares**.

Una de ellas trata las aguas residuales generadas en la planta de producción de **cervezas y sodas**, y la segunda las de la planta de producción de **leche y jugos**.





Además de la excelente calidad del agua residual tratada, podemos destacar que durante el año fiscal F11 recibimos el

## **PREMIO DE PRODUCCIÓN MÁS LIMPIA**

que otorga la Comisión Centroamericana de Ambiente y Desarrollo, por el proyecto de recuperación y uso del biogás que genera la planta de tratamiento de aguas residuales de Cervecería Nacional, S.A.

El biogás recuperado es usado en las calderas de generación de vapor, logrando con esto un impacto ambiental significativo por las

**415 toneladas anuales de CO<sub>2</sub>**  
que se dejan de emitir al ambiente.

# Proyectos a futuro

## ¿Adónde queremos llegar?

Nuestro plan a tres años se orienta a elevar nuestro desempeño hasta el nivel de mejores prácticas globales, ubicándonos entre los niveles **cuatro** y **cinco** de la escala de Evaluación de Prácticas de Desarrollo Sostenible.

F11: 2.6

F12: 2.6

F13: 3.0

F14: 4.2

F15: 4.6



## ¿CÓMO VAMOS A LOGRARLO?

- Continuar la búsqueda y el aprovechamiento de oportunidades para la optimización del manejo y consumo de agua en todos los procesos.
- Implementar un programa de apoyo técnico a nuestros proveedores para ayudarlos a optimizar su consumo de agua.
- Continuar realizando proyectos de protección en las fuentes de abastecimiento de agua para la población.
- Brindar apoyo técnico a proveedores para elaboración de plan a cinco años que los ayude a reducir su huella de agua.
- Realizar una evaluación de los riesgos en materia de abastecimiento de agua potable, con miras a desarrollar otros programas de protección de fuentes de agua.



CO<sub>2</sub>

## REDUCIR NUESTRA HUELLA ENERGÉTICA Y DE CARBÓN





## 1. REDUCCIÓN DE LA HUELLA DE CARBÓN

## 2. OPTIMIZACIÓN DEL CONSUMO ENERGÉTICO



Cervecería Nacional, S.A., consciente de la necesidad de tomar acciones encaminadas a la mitigación del cambio climático, ha venido realizando aportes importantes en materia de reforestación para fijar emisiones de CO<sub>2</sub>, uso de energías alternativas que reemplacen el consumo de hidrocarburos, y optimización de sus procesos para reducir el consumo de energía eléctrica y combustibles.

### REDUCCIÓN DE LA HUELLA DE CARBÓN

#### Usando energías alternativas

Durante los primeros tres años de operación de la Planta de Tratamiento de Aguas Residuales, el biogás producido era quemado a través de una antorcha tipo llama abierta para reducir el impacto de la emisión del gas metano al medio ambiente, sin embargo, conociendo el potencial energético del biogás, trabajamos por varios meses en el desarrollo de un proyecto de uso de éste para generar energía, proyecto que nos hizo merecedores del Premio Centroamericano a la Producción más Limpia, otorgado por la Comisión Centroamericana de Ambiente y Desarrollo.

El proyecto implicó la limpieza del biogás, la presurización del mismo y la modificación de la caldera para que pudiera quemar simultáneamente combustibles líquidos y gaseosos, de esta manera pudimos usarlo en nuestra caldera número tres para generar vapor.

#### IMPACTO AMBIENTAL:

Con este proyecto dejamos de quemar anualmente  
**36,648 galones de búnker C,**  
con lo que dejamos de emitir al ambiente  
**415 toneladas**  
anuales de CO<sub>2</sub>.

#### IMPACTO SOCIAL:

Involucramiento de actores importantes en el área de la educación, como las universidades, logrando que el conocimiento adquirido en este proceso de implementación de nueva tecnología sea transmitido y aprovechado por otros en favor de la  
**protección del ambiente.**

#### IMPACTO ECONÓMICO:

Ahorro de cerca de  
**73,000 dólares**  
anuales por combustible no consumido, debido a la utilización de biogás en reemplazo del búnker C, logrando así un retorno sobre la inversión en  
**14 meses,**  
habiéndose invertido  
**85,826 dólares**  
en la implementación del proyecto.



Juan Antonio Fábrega, vicepresidente de Asuntos Corporativos de Cervecería Nacional, S.A. afirma:

*"El desarrollo de este proyecto es uno de los aportes que Cervecería Nacional, S.A. hace a Panamá, que no sólo impacta positivamente al ambiente sino que también sienta un precedente para otras industrias que tienen el mismo sistema de tratamiento anaerobio para sus aguas residuales y que no han desarrollado sistemas de aprovechamiento energético para el uso del biogás generado. Con este proyecto queremos ser el ejemplo de buen ciudadano corporativo para el sector industrial y para la comunidad en general de nuestro país".*



## Usando tecnologías limpias



### En el transporte de nuestros productos:

En el marco de nuestro continuo plan de mejoramiento, realizamos una inversión de más de

**1.5 millones de dólares**

para adquirir una nueva flota de

**15 camiones**

que fueron distribuidos en todo el país. Entre las características más sobresalientes de esta moderna flota destaca su certificación en la

**norma de EPA 98**

que regula las emisiones en motores de combustión interna, reduciendo al mínimo las emisiones de gases contaminantes.

### En la refrigeración de nuestros productos:

Los equipos de refrigeración (neveras) empleados por Cervecería Nacional, S.A y distribuidos a los establecimientos son

**ecoeficientes,**

es decir, son ahorradores de energía y no utilizan gases refrigerantes agotadores de la capa de ozono (CFC), ayudando de esta manera a la preservación del medio ambiente.





## Reforestando para fijar emisiones de CO2

Dentro del marco de la protección de fuentes de agua, durante el F11 hemos sembrado un total de

**7,800 árboles**

en las áreas aledañas al lago Gatún en alianza con la Asociación Panamá Verde, de los

**18,000**

que se tienen planeados sembrar.



### Apoyando a nuestros proveedores en la reducción de su huella de carbón

En agosto de 2010, se realizó el Primer Encuentro de Proveedores, "Mejorando Juntos", donde se compartió con 25 empresas proveedoras las prioridades de Desarrollo Sostenible de Cervecería Nacional mediante el taller titulado "Cómo medir la huella de agua y de carbono". Durante esta formación, hicimos entrega y explicación de la herramien-

ta que cada proveedor debe utilizar en su empresa para la medición de sus acciones en temas de sostenibilidad, mediante el ahorro energía, el ahorro y reciclaje del agua y el manejo de sus residuos sólidos.

El objetivo de la herramienta es que cada proveedor pueda medir su huella de agua y de carbón y determinar que acciones debe tomar para reducirla. Actualmente, la mayoría de las empresas ha comenzado a calcular, reportar y tomar control sobre sus huellas de agua y carbón.



## OPTIMIZACIÓN DEL CONSUMO DE ENERGÍA

Durante el último año, se han implementado acciones importantes para la reducción del consumo de energía eléctrica y térmica, entre las que se destacan desarrollos tecnológicos, mejores prácticas y fortalecimiento de la cultura de ahorro energético.

Entre los cambios realizados podemos resaltar:

- Uso de biogás en caldera N°3.
- Compra e instalación de economizador en caldera N°1.
- Mejoras al sistema de retorno de condensado.
- Optimización del sistema de recuperación de energía en la sala de cocimiento.
- Mejoras en los "Clean in Place" de envase y elaboración.
- Mejoras al sistema de purgas continuas de las calderas.



COMPARATIVO  
ANUAL DE  
CONSUMO DE ENERGÍA ELÉCTRICA

Producción acumulada kWh/Hl cerv

Todas las acciones tomadas en el último año y en la última década han llevado a obtener ahorros importantes, tales como la reducción en el

**27%**

del consumo de energía eléctrica, pasando de

**14.31 a 10.5**

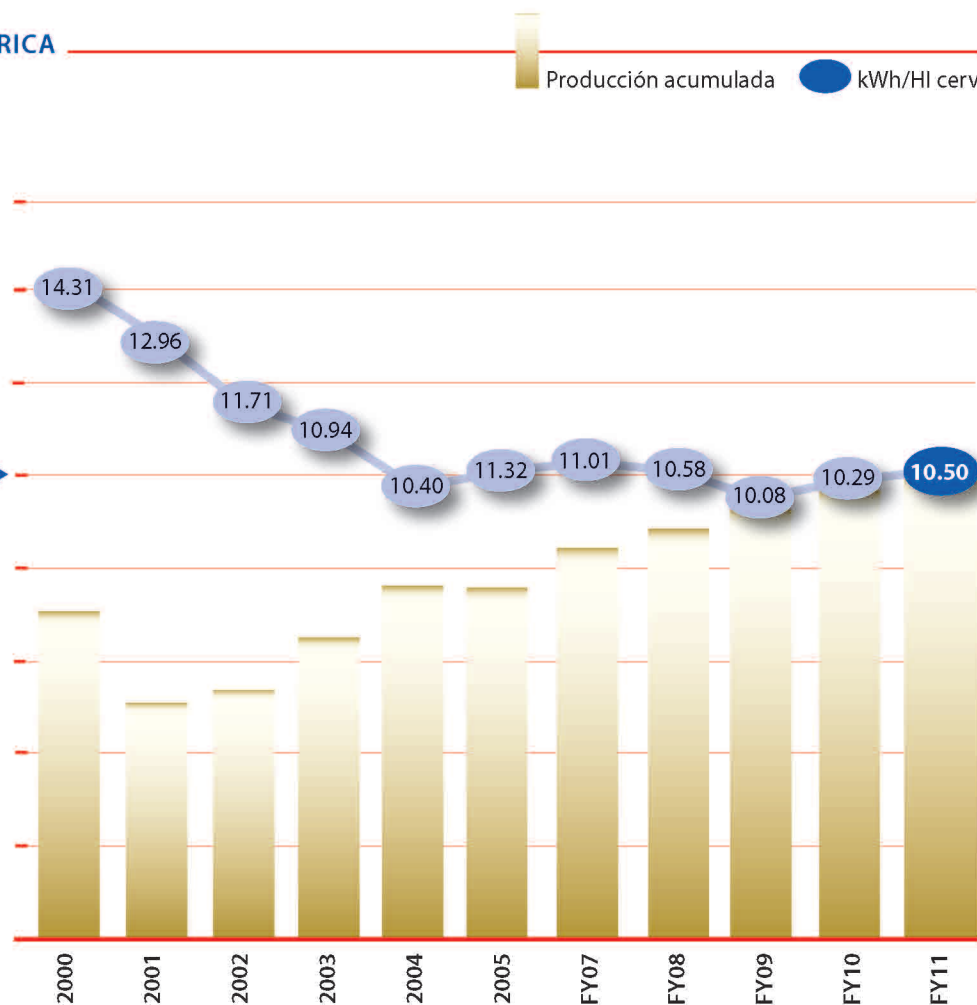
kWh/hectolitro envasado,

y **39%**

en el consumo de energía térmica pasando de

**147.24 a 89.53**

Mjoule por hectolitro envasado.



Para dimensionar de una manera simple este ahorro, podemos decir que con el

**ahorro energético**

de los últimos cinco años puede abastecerse a

**15,974 familias por un mes.**







## Proyectos a futuro

### ¿Adónde queremos llegar?

Nuestro plan a tres años se orienta a elevar nuestro desempeño hasta el nivel de mejores prácticas globales, ubicándonos entre los niveles **tres** y **cuatro** de la escala de Evaluación de Prácticas de Desarrollo Sostenible.

F11: 3.1



F12: 3.1



F13: 3.4



F14: 3.4



F15: 4.1



### ¿CÓMO VAMOS A LOGRARLO?

- Incrementando el consumo de energía renovable mediante el aprovechamiento del biogás recuperado en la Planta de Tratamiento de Aguas Residuales, pasando de 65% a 100% de uso (referido al biogás que hoy no se puede utilizar por falta de capacidad de almacenamiento en horas en que la caldera N° 3 no está en funcionamiento).
- Mejorando el plan de apoyo para reducción de la huella de energía en la cadena de proveedores.
- Apoyo técnico a suplidores para realizar plan a cinco años de reducción de huella de carbono.
- Cambio de luminarias de HID a súper LED.
- Implementando otros proyectos de reforestación.
- Continuando con la optimización del consumo de energía eléctrica y térmica en los procesos productivos.
- Optimizando las rutas de distribución de nuestros productos para reducir el consumo de combustible.





## FOMENTAR LA REUTILIZACIÓN DE EMPAQUES Y EL RECICLAJE





## 1. REDUCIENDO, REUTILIZANDO Y RECICLANDO PARA DISMINUIR LA PRESIÓN SOBRE LOS RECURSOS NATURALES

## 2. RECICLAJE POSCONSUMO

### REDUCIENDO, REUTILIZANDO Y RECICLANDO

Los materiales de empaque protegen y aseguran la calidad de nuestros productos para el disfrute de los consumidores. Por ello, nos aseguramos de que posean características que, además de preservar la calidad de los productos, los hagan amigables con nuestro medio ambiente.

En este orden de ideas y buscando una herramienta que nos permitiera tomar decisiones que incluyeran la variable ambiental al momento de diseñar y adquirir nuevos materiales de empaque, contratamos una empresa consultora que realizó un estudio de ciclo de vida de los empaques. El estudio analizó los impactos ambientales desde la “cuna a la tumba”, lo que implica analizar todo el proceso de producción de los empaques, desde la obtención de las materias primas, pasando por el proceso de producción hasta su disposición final. Además, se identificaron los procesos que generan mayor impacto ambiental para poder actuar sobre ellos.



Para llevar a la práctica los resultados de este estudio, se realizaron dos acciones importantes:

- Creación de una herramienta informática que permite simular potenciales impactos ambientales de los nuevos diseños de empaque y del rediseño de los actuales. También, cuantificar los impactos de los programas de reciclaje y reutilización.
- Sensibilización y entrenamiento al personal relacionado con el proceso de diseño y adquisición de nuevos materiales de empaque, para asegurar que se use la herramienta y se tengan en cuenta los resultados como una variable importante al momento de tomar decisiones de compra de los mismos.

La herramienta que resultó de este estudio es utilizada hoy en nuestro proceso de diseño, evaluación y compra de nuevos materiales de empaque, asegurando que las decisiones que se adopten con relación a los mismos incluyan una perspectiva ambientalmente sostenible.





### Reduciendo: se aligeraron los empaques para reducir el consumo de los recursos naturales

El aligeramiento de los empaques consiste en reducir la cantidad de materia prima utilizada para fabricarlos, asegurando que conservan sus características de preservación y la calidad de nuestros productos, al igual que su robustez para soportar el transporte y manejo de los mismos. De esta manera reducimos el impacto ambiental por consumo de materias primas vírgenes para producirlos y también reducimos el peso de los residuos generados post consumo de los productos.

#### Aligeramiento en botellas plásticas PET:

Mediante este aligeramiento, se dejan de consumir

**68 toneladas**

de resinas vírgenes de hidrocarburos anualmente, y se evita que esta misma cantidad de residuos vaya a los vertederos.

Esta reducción se logró mediante la disminución de espesor de pared o aligeramiento de las siguientes botellas:

Botellas de 600 ml: aligeradas en 3 y 6 gramos.

Botella de 1.5 litro: aligerada en 3 gramos.

#### Aligeramiento en botellas de vidrio:

Mediante este aligeramiento se dejan de consumir

**355 toneladas**

de Sílice anualmente y se evita que esta misma cantidad de residuos vaya a los vertederos.

Esta reducción se logró mediante la disminución de espesor de pared o aligeramiento de las siguientes botellas:

Botella de 330 ml: aligerada en 25 gramos.

Botella de 590 ml: aligerada en 50 gramos.

#### Aligeramiento en plástico termoencogible:

Mediante este aligeramiento

se dejan de consumir

**146.4 toneladas anuales**

de resinas vírgenes de hidrocarburos y se deja de enviar la misma cantidad de residuos a los vertederos.

Esto se logró reduciendo el espesor de las láminas de plástico termoencogible en dos micras; este plástico es usado para empaque externo de los productos envasados en botellas PET.



*Este proceso de reducción en el consumo de la materia prima, usada para fabricar nuestros empaques, representa no solamente una reducción del impacto ambiental por la disminución en la presión sobre los recursos naturales, sino que también representa un ahorro anual de*

**471,000 dólares.**







**Reutilizando:** usando envases retornables para reducir la presión sobre los recursos naturales

**68%**

de nuestros productos llega a los consumidores en botellas de vidrio retornables. Luego de su uso, estos envases regresan a nuestra planta para ser lavados, esterilizados y usados nuevamente.

Cada botella puede llegar a usarse hasta

**21 veces**

dependiendo del buen trato que se le dé a la misma en la cadena de transporte, manejo y uso. Al finalizar este ciclo, son enviadas a reciclaje para producir nuevas botellas.

Con este proceso de reutilización de envases se deja de consumir anualmente

**6,369 toneladas de Sílice**

y se deja de generar la misma cantidad de residuos sólidos post consumo, que de otra manera serían enviados al vertedero.

**Reciclando:** usando materia prima reciclada para fabricar nuestros empaques disminuimos el impacto sobre el ambiente

#### **Latas de aluminio:**

Nuestros envases de aluminio contienen

**80% de material reciclado.**

Gracias a este material reciclado en las latas, se dejan de consumir anualmente

**7,988 toneladas de Bauxita**

como recurso natural.

#### **Botellas de vidrio ámbar:**

Nuestras botellas retornables son fabricadas usando

**43% de materia prima reciclada,**

lo que reduce el consumo anual de Sílice en

**1,813 toneladas**

para su fabricación.

El vidrio reciclado con el que se fabrican las botellas proviene de nuestro proceso de envasado, donde los inspectores electrónicos rechazan las botellas con defectos antes de ser utilizadas para envasar nuestros productos, y estas son enviadas a nuestro proveedor para que sean recicladas.

#### **Cajas plásticas:**

Las canastas azules usadas para el almacenamiento y transporte de nuestros productos son fabricadas con

**40% de materia prima reciclada,**

que proviene de la molienda de las cajas azules que por su uso se han deteriorado.

El reciclaje de cajas plásticas reduce el consumo de resinas de hidrocarburos para su fabricación en

**380.5 toneladas anuales,**

lo que implica que además de dejar de presionar el consumo de los recursos naturales, también se deja de enviar esta misma cantidad de residuos al vertedero.





## RECICLAJE POSTCONSUMO

Los residuos generados luego del consumo de nuestros productos tienen 100% de potencial para ser reciclados. Sin embargo, ha habido poco desarrollo de habilidades en la población para aprovecharlo; es por esta razón que implementamos el programa “Esposas Artesanas”, cuyo enfoque está dirigido a enseñar y a aprovechar los materiales reciclables para reducir el impacto sobre el medio ambiente y generar ingresos para mejorar la calidad de vida de las personas.

Las Esposas Artesanas son esposas desempleadas de nuestros colaboradores, que mediante capacitación dictada por profesionales han adquirido habilidades y desarrollado su creatividad para aprovechar el potencial de los materiales reciclables. Esto les ha permitido integrarse a la vida productiva y convertirse en multiplicadoras del mensaje de cuidado del ambiente mediante el reciclaje.







Con el reciclaje de latas, botellas plásticas PET, cartones de leche, etiquetas de papel y otros residuos, producto del consumo de nuestras bebidas, las Esposas Artesanas confeccionan adornos para el hogar, bisutería, tarjetas de Navidad y un sinnúmero de artículos que venden en las ferias artesanales y con los que han generado ingresos para el sustento de sus hogares.

Con el material que enviamos a terceros para reciclaje durante el FY11, dejamos de enviar 140 camiones de basura al vertedero.

## Proyectos a futuro

### ¿Adónde queremos llegar?

Nuestro plan a tres años se orienta a fortalecer nuestro desempeño para mantener el nivel de desarrollo de liderazgo, lo que equivale a estar en el nivel **tres** de la escala de Evaluación de Prácticas de Desarrollo Sostenible.

F11: 3.0

F12: 3.0

F13: 3.0

F14: 3.0

F15: 3.0



### ¿CÓMO VAMOS A LOGRARLO?

- Continuar el rediseño para aligeramiento de los envases de vidrio y PET.
- Analizar las innovaciones en empaques con la herramienta de ciclo de vida, para asegurar que cada nuevo tipo de empaque tiene una huella ambiental menor.
- Fomentar el reciclaje de los envases postconsumo, para disminuir la presión sobre los vertederos.
- Fomentar el cambio de actitud y toma de conciencia en la población sobre el aprovechamiento de los materiales reciclables.





TRABAJAR PARA QUE LAS OPERACIONES  
TENGAN CERO DESPERDICIOS





## 1. HACIA "CERO DESPERDICIOS" EN LOS PROCESOS PRODUCTIVOS.

## 2. TRABAJANDO CON NUESTROS PROVEEDORES PARA REDUCIR LA GENERACIÓN DE RESIDUOS DESDE SUS PROCESOS DE PRODUCCIÓN DE INSUMOS Y MATERIA PRIMA



### HACIA "CERO DESPERDICIOS": UN CAMBIO CULTURAL EN BENEFICIO DEL MEDIO AMBIENTE

#### Programa de manejo de residuos en la planta de producción de cervezas y sodas:

Cada vez se hace más real y alcanzable la meta de generar "Cero desperdicios" dentro de nuestras operaciones.

Hoy, el **99.2%** de los residuos generados es enviado a procesos externos de reutilización y reciclaje. Solamente el

**0.8%** es enviado al vertedero, teniendo este último potencial para ser reciclado en procesos externos.

Este importante logro ha sido posible mediante la implementación de un programa de manejo de residuos sólidos, basado en un cambio de percepción respecto al valor de los residuos sólidos que se generan en los procesos. Además, la ejecución de medidas tendientes a minimizar la generación de desechos mediante la optimización del consumo de materias primas e insumos.

El reto fue lograr encontrar un mercado para los residuos menores y que los mismos se pudieran separar en la fuente de generación antes de que se mezclaran y se convirtieran en basura.

Se inicia entonces la implementación de un programa auditable de manejo que solo empieza a dar resultados importantes en

**F8**

cuando se pasa del

**16.4%** al **0.9%**

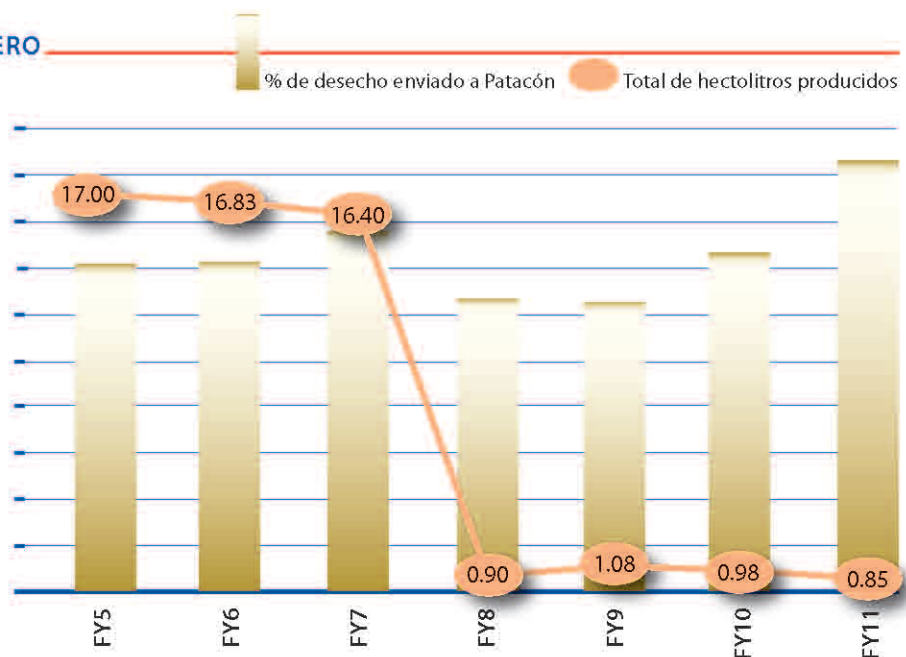
de residuos enviados al vertedero. El plan de trabajo para la implementación comprendió:

- Talleres continuos de sensibilización a los empleados para el buen manejo de los residuos, con lo que se logró separar los mismos en la fuente, antes de que se mezclen y se conviertan en basura.
- Construcción y mejora continua de un centro de acopio, donde el establecimiento de un orden de almacenamiento fue la clave para tener un sitio de trabajo saludable, seguro y con uso eficiente del tiempo para manejo y transporte de los residuos.
- Instalación de módulos de reciclaje en sitios estratégicos de la planta para recolectar de manera separada los residuos, con lo que se evita que se mezclen y se conviertan en basura.
- Establecimiento de alianzas con empresas que podían reutilizar, reciclar o exportar los residuos.
- Establecimiento de objetivos y metas, para mantener un monitoreo constante del desempeño del sistema.
- Auditoría interna y externa del sistema de manejo de residuos, para asegurar que se tomen acciones para el mantenimiento del sistema.
- La toma de acciones para asegurar la mejora continua del sistema.



## VOLUMEN TOTAL PRODUCIDO (HL) VS. DESECHOS ENVIADOS A VERTEDERO

Se observa que a marzo de 2005  
(FY5)  
ya se había logrado reducir el envío  
de residuos al vertedero hasta un  
**17%.**  
Esto, básicamente, se hizo  
estableciendo alianzas con empresas  
que podían reutilizar o reciclar los  
residuos de mayor generación en el  
proceso productivo, tales como:  
**afrecho, levadura, botellas de vidrio  
y cajas plásticas deterioradas.**



Una vez implementado el programa auditable de  
manejo de residuos, puede notarse en la gráfica que  
durante los tres años siguientes el porcentaje de  
residuos enviados al vertedero  
se mantiene casi estable y disminuye en el  
**FY11** hasta **0.8%**,  
las ligeras variaciones fueron producto del  
**32%**  
en la producción, que en la gráfica  
se representa con barras.

El mayor logro obtenido, que evidencia que el sistema de  
manejo de residuos funciona de manera excepcional, es  
haber mantenido y reducido levemente el porcentaje de re-  
siduos enviados al vertedero durante los últimos cuatro  
años, mientras que la producción se incrementó en un 32%.

Esto fue un gran desafío, puesto que el incremento de  
producción es directamente proporcional al incremento  
de residuos, por tanto el reto que enfrentó el sistema pa-  
ra mantener su desempeño fue lograr manejar esta mayor  
cantidad de residuos generados, sin incrementar el envío  
de desechos al vertedero.

La meta es llegar a  
**0%**  
de residuos enviados al vertedero, encontrando  
opciones para que el  
**0.8%**  
que hoy se envía al vertedero pueda ser reciclado o  
reutilizado en otros procesos externos.  
Es importante tener en cuenta que  
aproximadamente el  
**87%**  
de nuestros residuos es orgánico, producto del  
proceso de elaboración de cerveza, y el mismo es  
usado para la alimentación de ganado,  
logrando con esto un incremento importante en la  
producción de leche.

**9%**  
de los residuos está constituido por vidrio y cajas  
plásticas provenientes del rechazo que realizan los  
inspectores electrónicos al detectar defectos en las  
botellas ocasionados por el deterioro de las mismas,  
o defectos en las cajas por el mismo motivo.



Este vidrio es enviado a la empresa productora de botellas para su reciclaje y producción de nuevas botellas para nuestro uso.

Al igual que las cajas plásticas deterioradas, las cuales son enviadas a la empresa productora de las cajas plásticas para su reciclaje y producción de nuevas cajas para nuestro uso.

El restante

**3.2%**

de los residuos que es reciclado o reutilizado, está constituido por cartón, latas, PET, madera, chatarra, plásticos varios y papel, entre otros, que son comprados por una empresa dedicada a la exportación de residuos reciclables.

Con el ingreso proveniente de la venta de este último 3.2%, es posible cubrir el pago del servicio de disposición de basura en el vertedero, el pago por la disposición adecuada de los aceites usados, el mantenimiento del centro de acopio y la compra de herramientas y materiales para el mantenimiento del sistema de manejo de residuos.



*Estos resultados demuestran que el manejo adecuado de los residuos no solamente impacta positivamente al medio ambiente, sino que también genera ingresos importantes para la empresa.*







## Programa de reciclaje de la planta de producción de leche Nevada y Chiricana

Siguiendo la misma estrategia de Planta Pasadena, se establece un programa de manejo de residuos reciclables en Planta Nevada, logrando importantes resultados que impactan positivamente al medio ambiente, y, además, generan bienestar económico para la empresa.

### TRABAJANDO CON NUESTROS PROVEEDORES PARA REDUCIR LA GENERACIÓN DE RESIDUOS DESDE SUS PROCESOS DE PRODUCCIÓN DE INSUMOS Y MATERIA PRIMA

En búsqueda de nuevas oportunidades de mejora para continuar encaminados hacia “cero desperdicios”, no sólo hemos implementado programas internos basados en las “3R” (reducir, reciclar, reutilizar), sino que además hemos impactado positivamente a nuestros proveedores ayudándolos a implementar medidas que logran reducir la cantidad de residuos que generan los productos que nos proveen durante su ciclo de vida.

Es así como se han implementado medidas tales como: aligeramiento o disminución de espesor de pared de envases de vidrio y PET, disminución de espesor de películas plásticas para empaque, y cambio de cajas de cartón por cajas plásticas retornables, las cuales constituyen el empaque externo de los platillos o tapas corona.



## E N T R E V I S T A

**HEDILBERTO TORRES,**  
Gerente de Mantenimiento de Planta Nevada

### ¿Cómo se ha implementado el programa de reciclaje de Planta Nevada?

- ▶ Para llevar a cabo la iniciativa, se crearon tres estaciones de reciclaje en la planta donde se recolectan todos los residuos reciclables. Además, se adecuó un centro de acopio de materiales y se realizaron charlas de sensibilización.
- ▶ Uno de los principales residuos es el cartón Tetra pack, usado para envasar leche. Este residuo debe ser lavado y secado antes de almacenarlo para enviarlo al reciclador. Para ello, se usa una lavadora que fue construida por personal de planta y en el proceso de lavado se utiliza agua tratada proveniente de la Planta de Tratamiento de Aguas Residuales (PTAR), finalmente es secado y enviado al reciclador. De una manera similar se procede con los otros materiales reciclables, tales como cartón, papel, plásticos y materiales ferrosos.

### ¿Cómo están involucrados los empleados en este programa?

- ▶ Los colaboradores se han involucrado de una manera muy activa con el programa. Ellos han sido muy receptivos en las charlas de sensibilización y se han comprometido con el programa por el impacto ambiental que implica. El año pasado se nombró un padrino por estación de reciclaje que da seguimiento a los resultados y toma acciones inmediatas para corregir desviaciones. El personal de planta también construyó una máquina compactadora de envases de modo que se pueda reducir el espacio de almacenamiento.

### ¿Qué beneficios tiene para el ambiente?

- ▶ Con la implementación de este programa, se dejan de enviar residuos al vertedero y los mismos son reciclados por terceros. Del mismo modo, al reducir los desechos sólidos que entran a los vertederos, contribuimos a la reducción de la contaminación de los suelos.

### ¿Cómo impacta económicamente a la empresa?

- ▶ Antes gastábamos 800 dólares en la recolección de los desechos de la planta, más 120 dólares para el alquiler mensual de contenedores de almacenamiento y realizábamos dos viajes diarios al vertedero. Ahora, los gastos de recolección se han reducido en 30% quedando en 600 dólares, se eliminó totalmente el uso de contenedores de almacenamiento y se realiza únicamente un viaje diario al vertedero.



Así mismo hemos trabajado con nuestro productor de envases de vidrio para incrementar el porcentaje de material reciclado usado para producir nuestros envases, pasando del **15% al 43%.**

De igual manera se ha trabajado con el proveedor de latas de aluminio, con en que se ha logrado un incremento de **10%** más de material reciclado pasando del **70% al 80%.**



*Los resultados obtenidos en esta prioridad de **Desarrollo Sostenible** nos colocan en el nivel de buenas prácticas, como líderes regionales de SABMiller.*

## Proyectos a futuro

¿Adónde queremos llegar?

Nuestro plan a tres años se orienta a elevar nuestro desempeño hasta el nivel de mejores prácticas globales, ubicándonos entre los niveles **cuatro** y **cinco** de la escala de Evaluación de Prácticas de Desarrollo Sostenible.

F11: 4.3



F12: 4.3



F13: 4.3



F14: 4.6



F15: 4.6



### ¿CÓMO VAMOS A LOGRARLO?

- Identificar e implementar medidas que permitan que terceros puedan reciclar el 0.8% de residuos que aún estamos enviando al vertedero.
- Continuar implementando medidas para reducir el espesor de materiales tales como plástico termoencogible y botellas.
- Identificar otros materiales sobre los que se puedan tomar medidas de aligeramiento y reducción de tamaño.
- Identificar e implementar oportunidades de reducción de empaques secundarios tales como bandejas de cartón.





TENER UNA CADENA DE SUMINISTROS  
QUE REFLEJE NUESTRO COMPROMISO  
CON EL DESARROLLO SOSTENIBLE





## 1. APOYAMOS EL DESARROLLO SOSTENIBLE DE NUESTROS PROVEEDORES.

## 2. CONTRIBUIAMOS AL DESARROLLO EMPRESARIAL LOCAL.

Entendemos que el desarrollo empresarial local es fundamental para el crecimiento sostenible de nuestras operaciones, por esta razón es una prioridad apoyar el fortalecimiento empresarial de nuestra cadena de valor.

### **PROGRAMA “MEJORANDO JUNTOS”: DESARROLLANDO CAPACIDAD DE GESTIÓN Y APOYANDO EL ENTENDIMIENTO DE LOS PROBLEMAS ÉTICOS, AMBIENTALES Y SOCIALES**

Mejorando Juntos es un programa de fomento empresarial dirigido a nuestros proveedores, que se orienta a apoyar su desarrollo y fortalecimiento empresarial, social y ambiental.

Este programa es realizado en alianza con SUMARSE e implementado a través del Centro Nacional de Competitividad (CNC). Durante el año 2010, se impactó a 35 proveedores con el programa, 10 de los cuales cumplieron todas sus metas y recibieron certificados como Proveedores Socialmente Responsables.

El programa tiene como objetivo apoyar a las empresas proveedoras con asesoría técnica especializada, para identificar oportunidades de mejora y proveer el soporte necesario para su fortalecimiento, mediante el desarrollo de herramientas administrativas y técnicas que les permitan mejorar su desempeño y competitividad. Para tal efecto, se ha desarrollado una guía de trabajo basada en los principios de Abastecimiento Responsable de SABMiller, que contiene los siguientes temas:

- Manejo del negocio
- Condiciones laborales apropiadas
- Empleo y adherencia a la legislación laboral
- Trabajo infantil
- Horas de trabajo y salarios
- Diversidad e igualdad de oportunidades
- Libertad de afiliación
- Respeto y protección del medio ambiente
- Calidad de productos y servicios
- Competitividad
- Sistemas de gestión







### Características del programa:

#### **De impacto:**

en el corto plazo, los resultados son medibles.

#### **Sostenible en el tiempo:**

herramientas simples y efectivas replicables en áreas diferentes de la empresa, lo que permite la mejora continua y sostenible del negocio.

#### **Motivador/Inspirador:**

afianza los valores y le permite evolucionar en la implementación de prácticas de responsabilidad social y modelos que se centren en interacciones y alianzas con diferentes sectores de la sociedad.

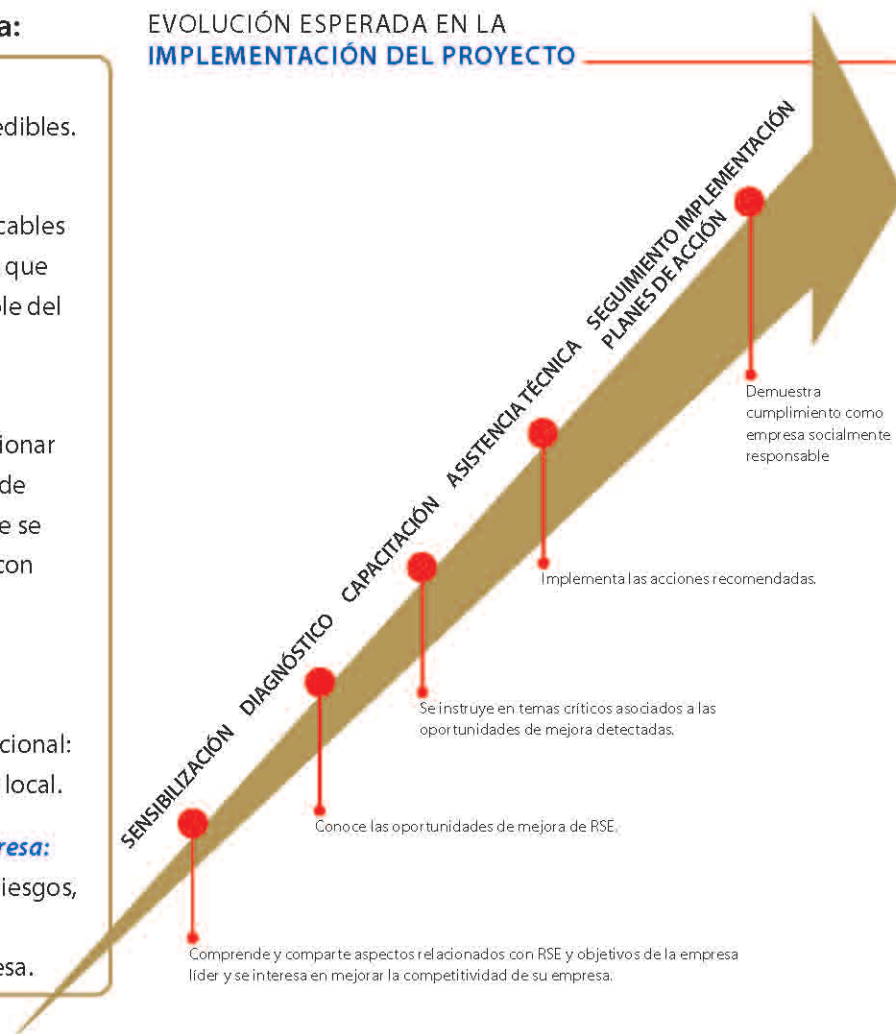
#### **Retador:**

contribuye a los objetivos de interés nacional: formalidad, competitividad, desarrollo local.

#### **Alineado con la estrategia de la empresa:**

ayuda a identificar, controlar y mitigar riesgos, contribuyendo de esta manera al desarrollo sostenible de la empresa.

### EVOLUCIÓN ESPERADA EN LA IMPLEMENTACIÓN DEL PROYECTO



### DESARROLLO EMPRESARIAL LOCAL: TRABAJANDO DE LA MANO CON NUESTROS CLIENTES Y PROVEEDORES PARA INCREMENTAR SU PRODUCTIVIDAD Y SUS VENTAS

#### Programa de apoyo a productores de leche:

Desde el año 2008, hemos venido apoyando a nuestros proveedores de leche brindándoles soporte económico y técnico para llevarlos de productores de leche grado C y B a grado A. Esto no solo ha permitido el crecimiento y fortalecimiento de sus negocios y el mejoramiento de la calidad de vida de sus familias y colaboradores, sino que ha elevado su nivel de competitividad poniéndolos a la vanguardia frente a una economía globalizada.

El programa de apoyo a productores de leche está compuesto por:

- Asesoría para la adecuación de las fincas y mejorar el aspecto nutricional del hato lechero.
- Asesoría para el cumplimiento de los requisitos sanitarios del hato lechero.
- Apoyo para obtener la Certificación, como instalación productora de leche grado A por el Ministerio de Salud.
- Capacitaciones con especialistas nacionales e internacionales.
- Préstamos para compra de equipos.



Durante FY11, beneficiamos a  
**44 productores de leche**  
en las provincias de Chiriquí, Veraguas y Herrera,  
con una inversión de  
**37,000 dólares.**

11 de ellos pasaron de un nivel inicial de  
**leche grado B a leche grado A**

23 de ellos pasaron de nivel inicial de  
**leche grado C a leche grado A**  
10 de ellos no producían y ahora nos suministran  
**leche grado A**

Durante este año también realizamos la primera Convención Nacional de Productores Nevada donde se conformó El Club de Productores Nevada; este club nos permite mantener una comunicación fluida con los productores y sus familias por medio de:

- Boletín informativo bimensual.
- Participación en actividades anuales para celebrar logros.
- Descuentos en diferentes tipos de comercio, por medio de una tarjeta que lo acredita como miembro del club.
- Descuentos en nuestros productos.







## T E S T I M O N I O S

### LEANDRO DE GRACIA, Provincia de Chiriquí

*"La Cervecería Nacional me apoyó con el financiamiento, compra e instalación del equipo de ordeño y el tanque de enfriamiento de leche. Gracias a ellos puedo producir leche de mejor calidad, y con esto mi negocio se ha visto beneficiado".*

### ELVINS PASTOR PEÑA, Provincia de Veraguas

*"Además de proporcionarme el financiamiento para la compra de equipos, me asesoraron en las mejores formas de manejo del pasto, del corte, el ordeño y otros aspectos que contribuyen al aspecto nutricional del hato lechero y, con esto, la calidad del producto".*

### DOROTHY NAIR PINILLA, Provincia de Herrera

*"Es interesante formar parte de las capacitaciones que brinda la Cervecería Nacional a través de expertos nacionales e internacionales que comparten con nosotros sus experiencias y que contribuye a la mejora de la calidad de la leche que producimos y la prosperidad de nuestra industria".*



### Programa de apoyo a clientes:

En alianza con el Ministerio de la Presidencia, el Ministerio de Trabajo, la Autoridad de Turismo de Panamá y el Ministerio de Desarrollo Social, desarrollamos e iniciamos la implementación del programa Sabor Nacional, el cual responde a las necesidades evidenciadas en el Plan Maestro de Turismo de la ATP, donde el fortalecimiento y la formalización de los negocios que giran en torno al turismo es fundamental para el crecimiento económico del país.

Es así como uno de los tres componentes del programa Sabor Nacional está orientado hacia el fortalecimiento de 60 negocios que giran en torno al turismo. Estos negocios reciben formación y asistencia técnica en temas logísticos, financieros y de calidad de servicio durante un año, el cual es proporcionado por FUNDES.

El desarrollo de este programa de fortalecimiento de clientes tiene tres fases, de las cuales se llevó a cabo la primera durante FY11, la cual consistió en la planificación del programa, las fases siguientes corresponden al reclutamiento, diagnóstico, formación, asistencia técnica y evaluación de logro de objetivos.





## Proyectos a futuro

### ¿Adónde queremos llegar?

Nuestro plan a tres años se orienta a elevar nuestro desempeño hasta el nivel de mejores prácticas globales, ubicándonos entre los niveles **tres** y **cuatro** de la escala de Evaluación de Prácticas de Desarrollo Sostenible.

F11: 2.6



F12: 2.6



F13: 3.2



F14: 3.8



F15: 4.4



### ¿CÓMO VAMOS A LOGRARLO?

- Continuar sumando proveedores al programa Mejorando Juntos.
- Finalizar el componente de fortalecimiento de clientes del programa Sabor Nacional.
- Ejecutar iniciativas de programas de fortalecimiento a clientes.
- Generar negocios en las comunidades vecinas para suplir servicios contratados por la empresa.
- Manteniendo liderazgo en la implementación de programas de apoyo a la cadena de valor.







## RESPETAR LOS DERECHOS HUMANOS





## 1. DERECHOS HUMANOS

## 2. DESARROLLO DEL TALENTO

## 3. SALUD Y SEGURIDAD OCUPACIONAL



## RESPETAMOS LOS DERECHOS HUMANOS

Son nueve los principios de derechos humanos de SABMiller que orientan las acciones de cumplimiento que evidencian nuestro compromiso de respeto por los derechos humanos de nuestros colaboradores en el lugar de trabajo, y en las comunidades donde operamos.

- Libertad de asociación o no asociación y reconocimiento de los sindicatos colectivos.
- Prohibición del trabajo forzado.
- Prohibición y abolición del trabajo infantil tanto en nuestras operaciones como en aquellas de la cadena de abastecimiento.
- Intolerancia a cualquier tipo de discriminación.
- Establecer salarios y beneficios justos y competitivos.
- Proveer un ambiente de trabajo seguro y saludable a todos nuestros empleados.
- Seguridad laboral.
- Reconocer el impacto en comunidades locales donde Cervecería Nacional, S.A. tiene operaciones.
- Desarrollar relaciones con los proveedores que compartan conductas, valores y prácticas laborales en línea con las leyes laborales.

## NUESTRA VENTAJA ESTA EN EL TALENTO DE NUESTRA GENTE

Tenemos una estrategia clara para gestionar el talento de nuestra gente. La misma se fundamenta en los valores corporativos e incluye la manera como se selecciona, desarrolla, evalúa y promueven las personas. De esta manera moldeamos una cultura de compromiso, retos, pasión, diversión y excelentes resultados.





Invertimos durante el FY11

**B/. 590,000**

en más de

**40,000 horas**

de entrenamiento de nuestros colaboradores.

En el FY12 estaremos invirtiendo más de

**US\$ 680,000**

en desarrollo de personal con programas internos y externos, con renombradas instituciones educativas.

Esto representa un incremento de

**15%**

en este rubro y evidencia el compromiso con nuestro talento interno.

Entre las iniciativas de desarrollo de personal en que hemos invertido se encuentran: los programas de desarrollo gerencial y técnico a través de academias propias de entrenamiento, el fortalecimiento de la gestión comercial y de servicio, el programa de Management Trainees para jóvenes con potencial gerencial, el programa de desarrollo de líderes, la construcción de mecanismos innovadores de comunicación para los colaboradores, que incluyen revistas, noticieros, intranet y eventos con los líderes de la empresa, así como el Programa "Disfrutamos Junto a Ti".

■ **Propuesta de Valor para los Empleados:** se

compone de elementos críticos para atraer, motivar y fidelizar al talento humano y lograr las metas propuestas por el negocio. Estos elementos incluyen paquetes atractivos de compensación y beneficios, el programa de Balance de Vida, reconocimiento por desempeño y gestión de carrera y desarrollo.

■ **Programa de Management Trainees:** Único en la región, que busca atraer a jóvenes talentosos que quieran desarrollar una carrera progresiva en nuestra empresa. Tiene una duración de 18 a 24 meses en los cuales los trainees seleccionados tienen la oportunidad de rotar por diferentes áreas de la empresa y participar en proyectos estratégicos de la compañía. Al finalizar el programa los trainees son ubicados en posiciones gerenciales de acuerdo con su desempeño, habilidades y con las necesidades del negocio.

■ **Programa de Balance de Vida:** incluye iniciativas para fortalecer las comunicaciones, mejorar la salud, mejorar la efectividad de equipos e individuos, proporcionar servicios a las familias de los colaboradores y facilitar la compra de nuestros productos, entre muchos otros. Desde que comenzó la implementación de este programa, hemos ofrecido a nuestros colaboradores atractivos beneficios como son los seguros de vida y médicos, descuentos corporativos y eventos familiares.



Tenemos claro que nuestra gente es nuestra ventaja más duradera, por eso tenemos un fuerte compromiso con el capital humano que se hace tangible a través de los múltiples proyectos, iniciativas y recursos invertidos cada año.

En junio del 2010 realizamos una auditoría de percepción interna cuyos resultados nos hicieron acreedores de una “Certificación Básica” de Work Life Balance.



SALUD, SEGURIDAD OCUPACIONAL Y RESPUESTA ANTE EMERGENCIAS

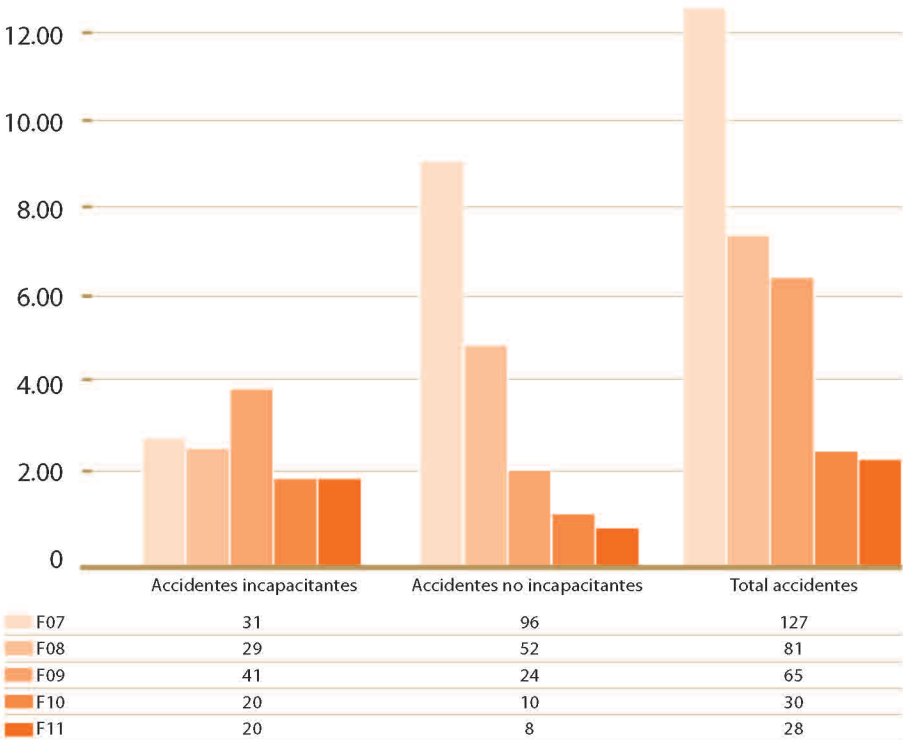
La seguridad ocupacional y la salud de nuestros colaboradores es nuestra prioridad, por ello implementamos las mejores prácticas en nuestras operaciones, analizando continuamente los riesgos a los que están expuestos y tomando acción sobre los mismos para controlarlos y minimizarlos.

Con este objetivo en mente, realizamos un programa anual de entrenamientos avanzados en manejo y control de riesgos, análisis de causa raíz, primeros auxilios, combate de incendios, manejo de sustancias químicas, así como uso de equipos de protección personal, los cuales son entregados a nuestros colaboradores de acuerdo al análisis de riesgo de su puesto de trabajo.

El resultado de nuestras acciones se ve reflejado en la continua reducción de los accidentes, como puede verse en el gráfico adjunto.

CANTIDAD DE ACCIDENTES POR AÑO  
F07-F011

Durante el último año se redujo en un 7% en comparación con el año anterior, y comparado con el año 2007 la reducción es del 78%.







Tenemos una brigada de atención a emergencias la cual está integrada por un equipo interdisciplinario de voluntarios, y realizamos un simulacro anual de emergencias con el objetivo de evaluar el nivel de respuesta de nuestra brigada y de los colaboradores.





Este año, durante el simulacro, contamos con la participación del Cuerpo de Bomberos, SINAPROC, ANAM, Ocean Pollution Control y Grupo VIVE, a quienes invitamos como observadores externos, con la finalidad de que evaluaran nuestra respuesta ante emergencias y nos dieran su retroalimentación para tomar acciones correctivas y lograr la mejora continua de nuestra respuesta.

*Los resultados del simulacro realizado en FY 11 permitieron que mejoráramos algunos aspectos de nuestros procedimientos de emergencias.*

*La principal mejora fue la*

***accesibilidad a los equipos de protección***

*para atención de emergencias, los cuales hemos relocalizado y se encuentran más cerca de las áreas de riesgo, facilitando el alcance a los mismos y mejorando el rendimiento del personal.*

## Proyectos a futuro

### ¿Adónde queremos llegar?

Nuestro plan a tres años se orienta a elevar nuestro desempeño hasta el nivel de mejores prácticas globales, ubicándonos entre los niveles **tres** y **cuatro** de la escala de Evaluación de Prácticas de Desarrollo Sostenible.

F11: 3.0



F12: 3.8



F13: 3.8



F14: 4.0



F15: 4.0



### ¿CÓMO VAMOS A LOGRARLO?

- Continuar la implementación de programas de gestión del talento.
- Continuar la implementación del programa Balance de Vida.
- Trabajar de forma conjunta con entidades como la CSS (Caja de Seguro Social) para la elaboración de estadísticas de accidentalidad en el sector industrial y compartir nuestras prácticas de seguridad ocupacional y salud.
- Mantener el Sistema de Gestión de Seguridad Ocupacional y Salud con mejora continua.





## APORTAR BENEFICIOS A LAS COMUNIDADES A QUIENES SERVIMOS





## 1. MEJORANDO LA CALIDAD DE VIDA DE NUESTRAS COMUNIDADES.

## 2. EL VOLUNTARIADO CORPORATIVO, LA FUERZA QUE MUEVE NUESTROS PROGRAMAS DE INVERSIÓN SOCIAL CORPORATIVA.

### APORTAR PARA EL MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD DE VIDA DE NUESTRAS COMUNIDADES VECINAS EN MATERIA SOCIAL, AMBIENTAL Y ECONÓMICA

Cada uno de nuestros programas de Inversión Social Corporativa tiene una orientación clara y precisa hacia el mejoramiento de la calidad de vida de nuestras comunidades, y procuramos que siempre tengan como componentes principales:

- El fortalecimiento social
- La protección ambiental
- Y, el apoyo para generación de empleo y/o el emprendimiento.

Año tras año, mediante un proceso de maduración hemos mejorado en la forma cómo abordamos la problemática de nuestras comunidades, y la manera como atendemos el sinnúmero de peticiones que recibimos en cada contacto con ellas. Uno de los aprendizajes más importantes ha sido encontrar caminos viables para alejarnos de la filantropía, con la que sólo estábamos mitigando de manera cortoplacista las necesidades inmediatas de nuestras comunidades; para orientarnos hacia la generación de programas y proyectos a largo plazo, con enfoque en la sostenibilidad.

El enfoque tradicional de la filantropía como caridad, que aún es necesario en algunos casos, no garantiza la supervivencia a largo plazo de los beneficiados, y tiene un alto

riesgo de dependencia que puede conllevar a la anulación de la capacidad de persistencia humana para mejorar la calidad de vida, marginando a algunas personas al conformismo y aceptación de su situación de desventaja social y económica. Entendiendo esta problemática y orientados por nuestros lineamientos de sostenibilidad, hemos ido migrando hacia la implementación de programas que provean conocimientos y recursos, para dotar a las personas herramientas que les permitan usar sus capacidades humanas para generar su propia sostenibilidad y la de sus comunidades a largo plazo.

Durante el FY11, desarrollamos cuatro programas de Inversión Social Corporativa que atendieron tanto nuestra orientación hacia el fortalecimiento social, la protección ambiental y el fortalecimiento económico, al igual que las peticiones de nuestras comunidades, y los lineamientos estratégicos del Plan de Gobierno.







## 1. Sabor Nacional: Programa social de apoyo al turismo

Sabor Nacional es una plataforma que impulsa el turismo como una herramienta de desarrollo sostenible en lo social, ambiental y económico para Panamá. Además de apoyar el crecimiento y profesionalización de este sector, se potencia la generación de empleo de calidad.

Este programa nace como respuesta a las necesidades evidenciadas en el **Plan Maestro de Turismo Sostenible de Panamá 2007 – 2020**, donde la formación para la atención al turismo y la formalización de los negocios que giran en torno a este sector son fundamentales para lograr el desarrollo sostenible del mismo.

Sabor Nacional fue desarrollado mediante la alianza de Cervecería Nacional, S.A. con el Ministerio de la Presidencia, el Ministerio de Desarrollo Social, el Ministerio de Trabajo y Desarrollo Laboral y la Autoridad de Turismo de Panamá, con una inversión de 1 millón de dólares por parte de Cervecería Nacional, S.A.



La implementación de los tres componentes de Sabor Nacional tendrá una duración de dos años:



■ **Diplomado en Servicio al Turismo:** Diploma de 160 horas certificado por la Universidad de Panamá, para mil 100 becarios panameños. La implementación de este componente terminará en 2011.

■ **Fortalecimiento a 60 negocios en el sector turismo:** Un año de asesoría técnica especializada para el fortalecimiento de cada negocio, basada en un diagnóstico de sus oportunidades de mejora, el desarrollo de un plan de negocios con indicadores de sostenibilidad, y el apoyo para la consecución de financiamiento de interés cómodo para mejorar facilidades. Asesoría que será brindada por FUNDES (Fundación Para el Desarrollo Empresarial Sostenible). La implementación de este componente terminará en 2012.

■ **Apoyo a 10 emprendedores:** Un año de asesoría técnica especializada para la implementación de las ideas de negocio de 10 artesanos desplazados del área de Farallón, basada en el desarrollo de un plan de negocios con indicadores de sostenibilidad, y el apoyo para la consecución de financiamiento de interés cómodo para construir facilidades. Asesoría que será brindada por FUNDES (Fundación Para el Desarrollo Empresarial Sostenible). La implementación de este componente terminará en 2012.



## 2. Comunidades Vecinas: apoyando a nuestros vecinos

Las comunidades que habitan cerca de nuestros centros de operación son muy importantes para nosotros, pues en muchas de ellas viven nuestros colaboradores, y en todas se consumen nuestros productos, por tanto el desarrollo social, económico y ambiental de estas comunidades es primordial para nosotros.

Durante el FY11, buscando mejorar la orientación de nuestros programas de apoyo, contratamos un grupo de expertos sociólogos quienes llevaron a cabo un análisis socio demográfico para entender la problemática de cada una de nuestras comunidades vecinas, y poder tomar acciones más orientadas a atender sus necesidades.

Basados en este diagnóstico y con el apoyo de nuestros Voluntarios Corporativos, se llevó a cabo el proceso de planificación de programas, junto con los habitantes de cada comunidad.



Es así como al finalizar el programa impactamos positivamente a

**500 vecinos de manera directa  
y 1,500 de manera indirecta,**  
con una inversión de  
**85,000 dólares.**

Estos beneficiarios son habitantes de las comunidades de Brooklincito, Viejo Veranillo, San Cristóbal, Chitré, Penonomé, Colón y Tortí (Darién).

Entre las actividades realizadas en estas comunidades podemos señalar:

- 35 becas para programas enfocados en el apoyo para la generación de empleo, consistentes en cursos de cocina y belleza para mujeres cabeza de familia desempleadas, en Viejo Veranillo y San Cristóbal.
- Inversión en infraestructura para creación y adecuación de áreas para el sano esparcimiento, al igual que apoyo con implementos deportivos y conformación de equipos deportivos, en Chitré, San Cristóbal, Brooklincito y Tortí.
- Inversión en adecuación locativa y dotación de una biblioteca y una casa comunal en Brooklincito y Colón.
- Construcción de aceras en las comunidades vecinas de Penonomé y Colón.

*La respuesta de las comunidades ha sido positiva, evidenciándose mediante el involucramiento directo en la ejecución de las actividades en cada comunidad.*





### 3. Esposas Artesanas: apoyando el fortalecimiento económico de las familias de nuestros colaboradores y su aporte a la protección de nuestro medio ambiente

Esposas Artesanas nace como respuesta a dos necesidades puntuales:

- Fomentar el reciclaje, despertando en la comunidad un cambio conciencia respecto al potencial aprovechamiento de residuos generados por el consumo de nuestras bebidas, que hoy se están convirtiendo en basura con afectación directa al ambiente.
- Apoyar el emprendimiento como medio para mejorar la calidad de vida, vinculando mujeres desempleadas a un programa de aprendizaje de habilidades para creación de negocios en torno al reciclaje.

El programa de habilidades para transformar residuos reciclables en artesanías se centró en el manejo de

latas de aluminio,  
botellas PET,  
etiquetas de papel  
y Tetra pack,

lo que se logró con una inversión de

15,000 dólares y  
250 horas

de formación con artesanos calificados.

Las Esposas Artesanas son amas de casa y esposas de nuestros colaboradores, quienes durante el programa recibieron talleres de formación y todas las herramientas necesarias para fabricar con residuos reciclables productos tales como: bisutería, adornos para paredes y mesas y tarjetas.





Productos de excelente calidad que fueron vendidos en ferias y eventos de medio ambiente, y que generaron en el término de

**8 meses**  
ingresos hasta por  
**1,200 dólares**

para una de las artesanas más destacadas.

El resultado directo del proyecto ha sido la mejora en la calidad de vida de las familias de **14 mujeres**, antes desempleadas, que hoy son artesanas profesionales **certificadas por el Ministerio de Industria y Comercio**, quienes generan ingresos propios, se sienten profundamente comprometidas con la protección del medio ambiente, y son llamadas continuamente a participar en ferias artesanales y de medio ambiente en el país.

#### **4. Proyecto de apoyo agrícola Panayuca: del cultivo doméstico a la industrialización de la yuca, para mejorar la calidad de vida de nuestras comunidades**

En Panamá, igual que en casi toda América, la yuca siempre fue considerada como el cultivo de los pobres, para subsistencia o consumo familiar, y ha sido muy poco apreciada como un cultivo comercial para generar ingresos, sin embargo, existen variedades de yuca de alto contenido de almidón que son fuertemente energéticas y compiten a la par con el maíz.

Entendiendo que existía una excelente oportunidad para apoyar el sector agrícola del país, y buscando crear un impacto positivo que potencie la industrialización del cultivo de yuca, para que de esta manera se logre mejorar la calidad de vida de los cultivadores y sus familias, Cervecería Nacional, S.A. decide invertir 40 mil dólares para sentar las bases fundamentales del proyecto Panayuca, y firma un convenio para ese propósito con la Asociación de Pequeños y Medianos Productores de Panamá (APEMEP).

La primera fase del proyecto Panayuca, patrocinado por Cervecería Nacional, S.A., comprendió la introducción al país de 13 nuevas variedades de yuca con alto contenido de almidón, la reproducción, aclimatación y macropropagación en los laboratorios y terrenos del Instituto de Investigación Agropecuaria de Panamá (IDIAP).







Durante la implementación de esta primera fase del proyecto se logró:

- La importación de 13 variedades de yuca de alto contenido de almidón y la incorporación de los mismos al banco de semillas del IDIAP, el cual está a disposición de todos los panameños.
- La participación activa de los colaboradores del IDIAP en el desarrollo e implementación del proyecto debido a que sus laboratorios son la base de ejecución del proyecto.
- La formación de dos funcionarios del IDIAP, quienes fueron enviados a los laboratorios del Centro Internacional de Agricultura Tropical (CIAT) en Cali Colombia, de donde se importaron los clones élite de yuca, allí tomaron los cursos de formación para transferir la tecnología necesaria para la ejecución del proyecto.
- La reproducción, aclimatación y macropropagación de las 13 nuevas variedades de yuca.
- La producción de semillas para los agricultores agremiados a APEMEP.

Una vez finalizadas todas las etapas del proyecto Panayuca, se beneficiarán con la entrega de semillas para la mejora y valorización de sus cultivos de yuca, aproximadamente

**2,832 personas**

directa e indirectamente.

Para la realización de este cálculo, se tomó como base que cada hectárea sembrada de yuca que genera

**0.22 empleos directos**

y **0.37 empleos indirectos,**

sobre una base pronosticada de

**4, 800 hectáreas** a sembrar.



### **VOLUNTARIADO CORPORATIVO: LA FUERZA QUE MUEVE NUESTROS PROGRAMAS DE INVERSIÓN SOCIAL CORPORATIVA**

Llevamos cuatro años implementando programas de apoyo a nuestras comunidades con resultados muy alentadores, en los que el aporte de nuestro Voluntariado Corporativo, conformado por el 6% de nuestra población laboral, ha sido fundamental.

Todo el trabajo realizado en nuestras comunidades vecinas ha sido liderado, planificado y ejecutado por nuestros Voluntarios Corporativos, que son personas altruistas y de excelentes calidades humanas, que generan valor agregado a nuestras comunidades, y quienes con su excelente labor nos fortalecen y nos hacen una empresa que la gente aprecia, y de la que se quiere ser parte.



## T E S T I M O N I O S

### NICOLE HO SIERRA - Voluntaria Costa del Este

*"Cada vez que culmino algún proyecto comunitario como voluntaria de Cervecería Nacional, S.A. se genera en mí un sentimiento de satisfacción. Ver las caras de las personas a las cuales estamos impactando positivamente con nuestros pequeño granito de arena no tiene precio".*

### EILEEN DÍAZ – Centro de Distribución de Chitré

*"Tome la decisión de ser voluntaria no porque sea un pasatiempo sino porque es una manera desinteresada, intencionada y justificada para atender a las necesidades que afectan nuestras comunidades vecinas. Este trabajo redunda en beneficio de nuestro planeta, nuestra sociedad, nuestra empresa, nuestras familias y el nuestro propio".*

### WILLIAM SAMANIEGO – Centro de Distribución de Darién

*"Es muy gratificante poder ayudar a las personas sabiendo que tienes el respaldo de tu empresa y más gratificante aún cuando puedes involucrar a tu familia. Lo considero especial. Mi hijo de 11 años solo espera la mínima oportunidad para ayudarme como voluntario".*

## Proyectos a futuro

### ¿Adónde queremos llegar?

Nuestro plan a tres años se orienta a elevar nuestro desempeño hasta el nivel de mejores prácticas globales, ubicándonos entre los niveles **cuatro** y **cinco** de la escala de Evaluación de Prácticas de Desarrollo Sostenible.

F11:3.3

F12:4.0

F13:4.2

F14:5.0

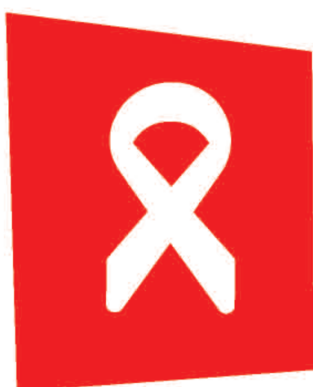
F15:5.0



### ¿CÓMO VAMOS A LOGRARLO?

- Establecer un mecanismo de medición de los beneficios y el impacto financiero, económico y ambiental de la implementación de proyectos y programas de Inversión Social Corporativa (ISC) implementados, que serán definidos como el Retorno Social de Inversión (SROI).
- Evaluación a los proyectos y programas de ISC, realizada por una tercera parte para determinar efectividad en el logro de las metas.
- Ser reconocida por todas las partes interesadas como líder nacional de ISC





## CONTRIBUIR A LA REDUCCIÓN DEL VIH/SIDA DENTRO DE NUESTRA ESFERA DE INFLUENCIA





## 1. PROVEEMOS RECURSOS Y CAPACITACIÓN A NUESTROS COLABORADORES PARA QUE TOMEN ACCIONES FRENTE A LA EPIDEMIA DEL VIH/SIDA

Según el Informe Mundial de la Epidemia de SIDA 2010, ONUSIDA, la tasa de prevalencia de VIH/sida en Panamá entre adultos de

**15 a 49 años**  
es de  
**0.9%.**

Este resultado ubica a Panamá como el  
**2o. país de Centroamérica más afectado,**  
quedando entre los cinco países latinos con más alta prevalencia; situación que contrasta con el creciente desarrollo económico de nuestro país.



La economía de servicios presente en Panamá implica afluencia constante de personas de muchos países, y provee las condiciones propicias para un crecimiento acelerado de la prevalencia si no se toman medidas de prevención y control inmediatas. Por ello es importante fortalecer la educación en prevención, el acceso a los recursos para la detección a tiempo y el tratamiento adecuado.

Es por esta razón que hemos realizado una alianza de trabajo con la Fundación Probidsida desde el año 2008, mediante la cual implementamos un programa de prevención y protección para nuestros colaboradores y el cual consta de:

- Sensibilización respecto a la prevención, detección y tratamiento del VIH/Sida.
- Realización de pruebas voluntarias y confidenciales sin costo para el colaborador.
- Atención en salud a través de las entidades gubernamentales y cubrimiento mediante un seguro privado de salud sin costo para el colaborador.
- Formación de pares en prevención.

Desde el FY9 hasta el FY11 han sido sensibilizados en prevención de VIH/Sida a

**1,279 colaboradores,**  
lo que constituye aproximadamente el  
**75% de nuestra población laboral;**  
de este total de personas sensibilizadas, el

**49%**  
se realizó la prueba voluntaria y confidencial de detección de VIH/Sida encontrándose una prevalencia del  
**0.48%**  
entre el personal que tomó la prueba.





Los resultados son confidenciales y solamente Probid sida tiene conocimiento de los nombres de las personas que obtuvieron resultados positivos, con el fin de darle el soporte, consejería, remitirlo para atención en salud y darle seguimiento a cada caso.

Durante el FY11, desarrollamos el componente de formación de pares en prevención, y fue así como 15 colaboradores recibieron formación por parte de Probid sida como VIH Champions. Estos Voluntarios Corporativos han asumido su rol como agentes de apoyo dentro de la organización en la tarea de sensibilizar y transmitir información relacionada con la prevención del VIH/Sida, buscando motivar al resto de los colaboradores a ser partícipes del programa median-

te su sensibilización y realización de pruebas voluntarias y confidenciales.

Otra de las acciones importantes desarrolladas durante este año fue la definición de la política, para lo cual recibimos apoyo técnico del CONEP (Consejo Nacional de la Empresa Privada) y del Proyecto Regional USAID/PASCA.

Nuestra política contiene los lineamientos bajo los cuales orientamos el programa de prevención de VIH/Sida para colaboradores. La misma fue comunicada a nuestros colaboradores usando los medios internos, buscando orientarlos y motivarlos a participar en el programa de prevención de VIH/Sida.

*En Agosto del 2010 recibimos una*  
**Mención Honorífica**  
*de la Cámara Americana de Comercio*  
*(AMCHAM) al*  
**Buen Ciudadano Corporativo**  
*por el programa de prevención de VIH/Sida*  
*que desarrollamos con nuestros colaboradores.*







Nuestra gerente de Recursos Humanos, como VIH Champions, organizó una actividad formativa el 1° de diciembre de 2010 Día Mundial del Sida, en la que participaron los colaboradores, y en la que se entregó material didáctico informativo y preservativos, en cada uno de los centros de operación en todo el país.







## NUESTROS COLABORADORES, NUESTRA VOZ

Testimonio anónimo facilitado por Probidsida de un colaborador VIH positivo, con su autorización:

*"El realizarme la prueba me dio la oportunidad de darme cuenta que soy una persona que vivo con el VIH, y de esta manera tener la ayuda para seguir adelante, y a la vez me ayudó a que mi familia esté bien. Hoy en día estoy trabajando, me cuido, voy al médico y llevo mi control. Gracias a este proyecto que me dio las luces para saber que puedo llevar una vida sana y productiva, porque si no me hubiera realizado la prueba a tiempo, quizás no estuviera dando este testimonio.*

*Ojalá todas las empresas realizaran actividades como esta.  
A ustedes muchas gracias por el apoyo".*



## E N T R E V I S T A

**Dr. ORLANDO QUINTERO,**  
Director Ejecutivo de PROBIDSIDA

### ¿Cómo y cuando comienza la relación entre Cervecería Nacional, S.A. y PROBIDSIDA?

- ▶ Cervecería Nacional, S.A. contactó a Probidsida en el año 2008 para dar inicio a un interesante proyecto dentro de la empresa que buscaba crear conciencia en sus colaboradores en cuanto al problema del VIH y el Sida. Personal capacitado de nuestra organización se acercó a las distintas agencias de Cervecería Nacional, S.A. alrededor del país para ofrecer formación y brindar la posibilidad a los interesados de que se realizaran las pruebas. Más del 40% de los colaboradores en el ámbito nacional participó en estos encuentros.

El acercamiento de Cervecería Nacional, S.A. a Probidsida demuestra que es una empresa responsable, con una conciencia clara de la problemática y sus consecuencias, y que busca ofrecer toda la información necesaria a sus colaboradores para que puedan prevenirla y tomar las medidas de prevención necesarias.

### ¿Qué beneficios trae para la empresa realizar este tipo de actividades junto a PROBIDSIDA?

- ▶ Con este proyecto, Cervecería Nacional, S.A. ha hecho una apuesta clara por la salud de sus colaboradores, las familias y la sociedad panameña. La realización de estas capacitaciones y pruebas voluntarias permite concienciar sobre este problema y realizar un diagnóstico temprano y un tratamiento oportuno a las personas que sean VIH positivo.

### ¿Cuál es el siguiente paso de este programa?

- ▶ Cervecería Nacional, S.A. quiere continuar el fortalecimiento de VIH Champions para que sean agentes de apoyo en las comunidades donde la empresa opera. Así familiares y comunidades se benefician también de esta iniciativa.

### ¿Ha repercutido de alguna forma este proyecto en la sociedad?

- ▶ Además de formar a colaboradores y sus círculos inmediatos, el proyecto ha servido como punta de lanza para que otras empresas vean el tema con la seriedad y prioridad que merece. Cervecería Nacional, S.A. presentó el proyecto en Cámara de Comercio Americana (AMCHAM) y esto ha despertado el interés de varias empresas, que también lo implementarán.





## Proyectos a futuro

### ¿Adónde queremos llegar?

Nuestro plan a tres años se orienta a elevar nuestro desempeño hasta el nivel de mejores prácticas globales, ubicándonos en el nivel **cinco** de la escala de Evaluación de Prácticas de Desarrollo Sostenible.

F11: 4.0

F12: 5.0

F13: 5.0

F14: 5.0

F15: 5.0



### ¿CÓMO VAMOS A LOGRARLO?

- Mantener monitoreo constante del avance de la epidemia.
- Mantener el programa de sensibilización, pruebas voluntarias gratis, y apoyo para tratamiento de nuestros colaboradores.
- Inclusión de esposas y esposos de los colaboradores en el programa de sensibilización, que incluyen las charlas, pruebas de VIH/sida, pre y post consejería.
- Distribución de preservativos y material educativo a las familias de los colaboradores, cadena de suministros y comunidad.
- Inclusión de comunidades vecinas, proveedores y contratistas en el plan de concienciar para la prevención de VIH, utilizando nuestras infraestructuras.







## ÉTICA Y TRANSPARENCIA





1. ÉTICA Y TRANSPARENCIA EN NUESTRAS OPERACIONES ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES.

2. COMUNICACIÓN DE DESEMPEÑO EN NUESTRAS 10 PRIORIDADES DE DESARROLLO SOSTENIBLE.

**LA ÉTICA Y LA TRANSPARENCIA  
COMO LA BASE DE UNA RELACIÓN  
SÓLIDA CON NUESTROS CLIENTES,  
CONSUMIDORES, COLABORADORES,  
GOBIERNO, ACCIONISTAS,  
ORGANIZACIONES  
NO GUBERNAMENTALES  
Y OTRAS PARTES INTERESADAS**

Hemos desarrollado diversas políticas importantes en esta área, una de las más importantes es nuestro Código de Ética que aplica a todos los empleados de nuestra empresa, como también a nuestros contratistas, proveedores y terceros que actúan en nuestro nombre.

Hemos comunicado y compartido nuestro Código de Ética con todas las partes interesadas, operamos líneas éticas anónimas para denuncias y estimulamos a nuestros colaboradores y terceros para que reporten cualquier actuación que viole nuestro código.

De esta manera, se provee de una herramienta a los empleados y terceros, que brinda reserva y protección, bajo una figura anónima, de tal manera que sea posible a los empleados y externos alertar a la alta dirección sobre una conducta no ética en la empresa. Todos los reportes son tratados de manera confidencial a través del Comité de Ética de la empresa.



*Para el monitoreo de adherencia a la Política de Ética se estableció una línea telefónica confidencial para reportes éticos: interna 305-6099; externa 279-5880, y un email [linea.etica@pa.sabmiller.com](mailto:linea.etica@pa.sabmiller.com)*

*Para reportar sus opiniones sobre nuestras comunicaciones comerciales puede ingresar a: [www.cerveceria-nacional.com](http://www.cerveceria-nacional.com), hacer click sobre "Qué opinas de nuestros comerciales" y dejar su comentario. El mismo será analizado y respondido por el Comité de Comunicaciones Comerciales.*

Estamos comprometidos con altos estándares éticos y seguimos lineamientos establecidos internacionalmente para elaborar los informes sobre nuestras actividades comerciales.

Como subsidiarias de SABMiller Plc, estamos afiliados al Instituto de Ética de Negocios (Institute of Business Ethics) domiciliado en el Reino Unido y como tal jugamos un rol activo en diversas asociaciones de ética corporativa y grupos de trabajo que existen en el mundo.

De igual manera somos signatarios de UN Global Compact, razón por la que damos información detallada sobre nuestro desempeño con relación a los 10 principios aceptados universalmente en las áreas de derechos humanos, trabajo, medio ambiente y anticorrupción.





*Somos transparentes al reportar  
nuestros resultados en la implementación  
de nuestras  
10 prioridades de Desarrollo Sostenible.*

El presente informe se constituye en nuestro segundo reporte de Desarrollo Sostenible, mediante el cual informamos nuestro desempeño en la implementación de nuestras 10 prioridades de Desarrollo Sostenible, durante el año fiscal 11 (FY11), que va del 1° de abril de 2010 al 31 de marzo de 2011.

Como empresa social y ambientalmente responsable, nos destacamos por comunicar nuestro desempeño y logros en el ámbito del Desarrollo Sostenible en diferentes foros públicos ante organizaciones no gubernamentales, empresa privada y gobierno.





La presentación de nuestro primer informe fue realizada en varios foros, en los que dependiendo de la orientación del mismo, comunicamos nuestro desempeño en una o varias de nuestras 10 prioridades. Entre los foros que destacamos está el Simposio Internacional de Producción más Limpia, Cámara de Comercio e Industria, Sindicato de Industriales de Panamá, Autoridad Nacional del Ambiente, Cámara Americana de Comercio, SUMARSE, proveedores, contratistas y colaboradores de nuestra empresa, entre otros, cumpliendo de esta manera con nuestra responsabilidad de comunicar de manera transparente nuestro desempeño.

Nuestro reporte de Desarrollo Sostenible está disponible en  
[www.cerveceria-nacional.com](http://www.cerveceria-nacional.com)

## Proyectos a futuro

### ¿Adónde queremos llegar?

Nuestro plan a tres años se orienta a elevar nuestro desempeño hasta el nivel de mejores prácticas globales, ubicándonos en el nivel **cinco** de la escala de Evaluación de Prácticas de Desarrollo Sostenible.

F11: 3.6

F12: 4.0

F13: 4.7

F14: 5.0

F15: 5.0



### ¿CÓMO VAMOS A LOGRARLO?

- Realizar un reporte anual de Desarrollo Sostenible, someterlo a auditoría por un tercero independiente y comunicarlo a todas las partes interesadas para obtener retroalimentación sobre nuestro desempeño.
- Generar paneles de discusión con las partes interesadas para obtener retroalimentación y comunicarla junto con nuestras respuestas.
- Generar comunicaciones internas mensuales en cada una de las 10 prioridades enfatizando en el aporte del Voluntariado Corporativo.
- Ofrecer recursos para que los empleados promuevan la sostenibilidad en casa.
- Mantener la comunicación anual del Código de Ética a todos los colaboradores, proveedores, y otras partes interesadas.





## **Cervecería Nacional, S.A.**

Informe de revisión limitada independiente del Reporte  
de Desarrollo Sostenible para el año terminado el 31  
de marzo de 2011

16 de marzo de 2012

Deloitte - Panamá





Torre Banco Panamá, Piso 12,  
Avenida Boulevard y la Rotonda,  
Costa del Este, Panamá,  
Panamá República de Panamá

Apartado 0816-01558 Panamá  
Tel: +507 303-4100  
Fax: +507 269-2386  
[www.deloitte.com/pa](http://www.deloitte.com/pa)

## **REVISIÓN INDEPENDIENTE DEL REPORTE DE DESARROLLO SOSTENIBLE DE CERVECERÍA NACIONAL S.A. CORRESPONDIENTE AL PERIODO ENTRE EL 1 DE ABRIL DE 2010 Y EL 31 DE MARZO DE 2011**

A la Administración de  
Cervecería Nacional, S.A.

Hemos efectuado una revisión limitada independiente del reporte de Desarrollo Sostenible de Cervecería Nacional S.A. (la Compañía), correspondiente al periodo entre el 1 de abril de 2010 y el 31 de marzo de 2011, en adelante denominado Reporte FY11.

### **Alcance de nuestro trabajo**

Nuestro trabajo consistió en la revisión de la adaptación de los contenidos del Reporte FY11 de la Compañía a la Guía de la Diez Prioridades de Desarrollo Sostenible establecidas por SABMiller plc, su casa matriz. Por lo anterior, nuestra revisión no incluyó ninguna verificación de los datos de ejercicios anteriores que se hayan incluido para efectos comparativos.

Nuestro trabajo también incluyó la comprobación de la información financiera incluida en este reporte proviene de las cuentas anuales de la Compañía, que han sido auditadas por un tercero independiente.

### **Estándares y procesos de verificación**

Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de acuerdo con la norma ISAE 3000 - International Standard on Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information, emitida por el International Auditing and Assurance Standard Board (IAASB), de la International Federation of Accounts (IFAC).

Nuestro trabajo de revisión consistió en la formulación de preguntas a la Administración, así como a las diversas unidades de la Compañía que han participado en la elaboración del Reporte de Desarrollo Sostenible y en la aplicación de ciertos procedimientos analíticos y pruebas de revisión por muestreo que se describen a continuación:

- Reuniones con el personal de la Compañía para conocer los principios, sistemas y enfoques de gestión aplicados.
- Análisis de los procesos para recopilar y validar los datos presentados en el Reporte FY11.



- Revisión del contenido del informe de sostenibilidad para identificar si existen contradicciones respecto a alguna información relevante suministrada por la Compañía en su reporte anual o en su “Sustainability Assessment Matrix” – conocido en la Compañía como “SAM”.
- Análisis de la adaptación de los contenidos e indicadores del Reporte de Desarrollo Sostenible a los recomendados en la Guía de la Diez Prioridades de Desarrollo Sostenible establecidas por SABMiller plc.
- Revisión de los registros históricos de las actuaciones realizadas en relación con la identificación, consideración y respuesta a las partes interesadas a lo largo del ejercicio.
- Comprobación, mediante pruebas de revisión, sobre la veracidad de la información cuantitativa y cualitativa correspondiente a los indicadores definidos en la Guía de la Diez Prioridades de Desarrollo Sostenible establecidas por SABMiller plc, incluida en el Informe FY11, y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información de la Compañía.

## Conclusiones

Con base en el trabajo realizado descrito en este informe, nada llamó nuestra atención que nos haga creer que el Reporte de Desarrollo Sostenible FY11, en todos sus aspectos materiales, contiene errores significativos o no ha sido preparado de acuerdo con la Guía de la Diez Prioridades de Desarrollo Sostenible establecida por SABMiller plc.

De acuerdo con nuestra revisión de indicadores y contenidos, consideramos que el informe cumple con los requisitos y estándares establecidos por SABMiller plc.

## Recomendaciones

Adicionalmente, hemos presentado a la Dirección de Desarrollo Sostenible de la Compañía nuestras recomendaciones relativas a las áreas de mejora, para consolidar los procesos, programas y sistemas relacionados con la gestión de la sostenibilidad. Las recomendaciones más relevantes se refieren a:

- **Tecnología de la Información:** Revisar los accesos, roles y responsabilidades para que el personal autorizado tenga acceso a consultar la evidencia adjuntada en periodos fiscales cerrados con el objeto de cumplir con las revisiones de evidencias de auditorías y otros fines.
- **Involucramiento de la alta gerencia en el proceso de emisión de informe anual:** Aun cuando la aprobación del reporte enviado al corporativo es comunicado de manera verbal al Director de Desarrollo Sostenible, es importante considerar el establecimiento de un mecanismo donde se evidencie dicha aprobación o comentarios al reporte.



- **Políticas y procedimientos:** Documentar las políticas y procedimientos para la captura, procesamiento y revelación de información cualitativa y cuantitativa que se desprende de las políticas de Desarrollo Sostenible de la Compañía y que se presentan en el Reporte de Desarrollo Sostenible. Igualmente, es conveniente asegurar que las políticas y procedimientos a documentar cuentan con una descripción detallada de las funciones y responsables de ejecutar las actividades relacionadas a Desarrollo Sostenible, los formularios de captura de información, el cronograma de vaciado y validación de la información en SAM, entre otros aspectos relevantes. Asimismo, una vez establecidas las políticas y procedimientos antes indicados, es necesario efectuar al menos una revisión anual de estas políticas y procedimientos para cerciorarse que las mismas se encuentran actualizadas y vigentes.
- **Entrenamiento y desarrollo de habilidades:** es importante establecer un programa de educación continua para todo el personal en materia de Desarrollo Sostenible. Aun cuando la Compañía incluye en su boletín de divulgación interna información sobre las actividades de Desarrollo Sostenible, consideramos importante que el personal de la Compañía entienda sus responsabilidades en relación con la Guía de la Diez Prioridades de Desarrollo Sostenible establecida por SABMiller plc.
- **Monitoreo, investigación y auditoria:** Incorporar dentro del plan anual de actividades de la Gerencia de Auditoria Interna los proyectos y programas más significativos en materia de Desarrollo Sostenible.

\*\*\*\*\*

#### **Responsabilidades de la Administración de Cervecería Nacional y Deloitte**

La preparación del Reporte de Desarrollo Sostenible FY11, así como el contenido del mismo, es responsabilidad de la Dirección de Desarrollo Sostenible de la Compañía, la cual también es responsable de definir, adaptar y mantener los sistemas de gestión y control interno de los que se obtiene la información.

Nuestra responsabilidad es emitir un informe independiente, basado en los procedimientos aplicados en nuestra revisión.

Este informe ha sido preparado exclusivamente en interés de la Compañía, de acuerdo con los términos de nuestra propuesta de servicios. No asumimos responsabilidad alguna frente a terceros diferentes a la Administración de la Compañía.

Nuestro trabajo fue realizado de acuerdo con las normas de independencia requeridas por el Código Ético de la International Federation of Accountants (IFAC).

El alcance de una revisión limitada es sustancialmente inferior al de una auditoría. Por lo tanto, no proporcionamos opinión de auditoría sobre el Reporte de Desarrollo Sostenible F11 de la Compañía.



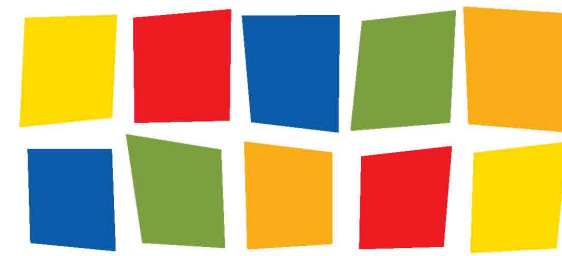
Panamá, 16 de marzo de 2012







Diez Prioridades. Un Futuro.



*Haciendo diferencia a través de la cerveza*

**Cervecería Nacional S.A.**

Subsidiaria de SABMiller Plc

Costa del Este

Business Park

Torre Oeste, Piso 2

T: +507 305-6000

[www.cerveceria-nacional.com](http://www.cerveceria-nacional.com)

# Reporte de **DESARROLLO SOSTENIBLE**

**AÑO FISCAL 2011**



This is our Communication on Progress  
in implementing the principles of the  
United Nations Global Compact.

We welcome feedback on its contents.