

CERVECERÍA NACIONAL, S.A. REPORTE DE DESARROLLO SOSTENIBLE 2007 - 2009

NUESTRO
COMPROMISO
CON PANAMÁ





Este informe ha sido impreso en papel reciclado



CERVECERIA NACIONAL, S.A.

100 Años
Desde 1909



Saludo del Presidente Ejecutivo.....	4
--------------------------------------	---

¿QUIENES SOMOS?

» Historia de Cervecería Nacional, S.A.....	7
» Portafolio.....	9
» Contribución a la economía panameña	13
» Lideramos el desarrollo sostenible en Panamá.....	15
» Nuestro compromiso	16
» Nuestras 10 prioridades.....	17
» Nuestro progreso.....	19
» La Responsabilidad Social Empresarial como un elemento del Desarrollo Sostenible	21

NUESTRO COMPROMISO

BENEFICIAMOS A LAS COMUNIDADES Y GENERAMOS EMPLEO

» Desincentivamos el consumo irresponsable de alcohol.....	26
» Respetamos los derechos humanos.....	28
» Contribuimos a la reducción del VIH/SIDA dentro de nuestra esfera de influencia.....	29
» Nuestras cadenas de suministros reflejan nuestro compromiso	30
» Beneficiamos a las comunidades en las que operamos.....	31
» Somos transparentes al informar sobre nuestro progreso	34

PROTEGEMOS NUESTRO MEDIO AMBIENTE

» Producimos más cerveza usando menos agua	38
» Reducimos el consumo de energía y las emisiones de carbono.....	40
» Fomentamos la reutilización de empaques y el reciclaje	42
» Trabajamos para que nuestras operaciones tengan cero desperdicios.....	44

SALUDO DEL PRESIDENTE EJECUTIVO

Una subsidiaria de SABMiller plc

Fernando Zavala Lombardi
 Presidente de Cervecería Nacional, S.A.
 Una Subsidiaria de SABMiller PLC



Cervecería Nacional es una empresa modelo que a lo largo de las décadas ha hecho de esta empresa una de las más admiradas de Panamá. Atlas y Balboa representan al panameño y son las marcas número uno y dos del mercado cervecero nacional respectivamente, ratificando la amplia preferencia entre las cervezas en el país.

Somos por tradición y orientación hacia el futuro, una empresa reconocida por tener el mejor talento humano y por tener una propuesta de valor y crecimiento profesional y personal muy positiva para nuestros empleados.

Generamos bienestar a través de 60 mil empleos indirectos, mediante 7 mil proveedores que nos ofrecen y venden sus productos y servicios, y más de 15 mil puntos de ventas de nuestros productos que recorreremos todas las semanas en el país.

Somos históricamente uno de los principales contribuyentes del Estado panameño, con aportes anuales que han oscilado entre los 40 y los 60 millones anuales en impuestos. Estos impuestos representan un porcentaje más alto que el que reciben nuestros accionistas, por lo que el principal beneficiario de nuestro negocio es el Estado.

Esta empresa fue fundada hace 100 años y sigue hoy existiendo para servir a nuestros consumidores, a la comunidad y al país. Nos enorgullece ser parte del motor de desarrollo de Panamá con una empresa de clase mundial como la nuestra.

En esta ocasión, me complace presentar el "Reporte de

Desarrollo Sostenible 2009" de CN, el primero de su tipo y que esperamos a partir de ahora publicar anualmente. El mismo, refleja nuestro progreso de la mano con las comunidades donde operamos a través de empleo, inversión social aportada y nuestro compromiso a ser una empresa amigable con medio ambiente. Estos compromisos los traducimos a gestión mediante la aplicación de las 10 Prioridades de Desarrollo Sostenible de SABMiller, los cuales están alineados con los principios del Pacto Global de las Naciones Unidas.

Creemos en que nuestra operación está para aportar desde el empresariado panameño a un desarrollo equilibrado que beneficie al consumidor, nuestros clientes, la comunidad, a nuestros accionistas, al estado y los diferentes grupos de interés que se integran en esta sociedad, así entendemos el desarrollo sostenible y la inversión social empresarial, como un marco estratégico y visión de largo plazo.

Con este reporte, reiteramos nuestro compromiso con Panamá de ser actores positivos en su desarrollo, traduciendo el mismo en políticas, programas y proyectos de nuestra empresa, que como podrán leer en el presente reporte, ha traído beneficios tangibles e intangibles para el país.



¿QUIENES SOMOS?

HISTORIA DE CERVECERÍA NACIONAL



La Panama Brewing and Refrigerating Company, primera compañía cervecera en el país, fue constituida oficialmente el 4 de octubre de 1909. En sus inicios se dedicó a la producción de hielo lanzando al mercado, un año después, la primera cerveza panameña, Balboa.

Poco después, en la ciudad de Colón, nace la Atlantic Brewing and Refrigerating Company, que en abril de 1926 inicia la producción de la cerveza Atlas. Tiempo después Atlas se convertiría en la cerveza número uno de Panamá, manteniéndose en ese sitio hasta el día de hoy.

En 1927, se creó la tercera compañía cervecera del país, Cervecería Alemana del Pacífico, productora de la cerveza Milwaukee, marca que ya no existe. En el año 1939, las tres cerveceras deciden unirse en una sola empresa convirtiéndose en Cervecería Nacional (CN). Desde el año 2005, CN es subsidiaria de SABMiller plc.

Hoy en día, CN maneja las siguientes marcas, que incluyen además de cerveza, otros productos no alcohólicos como sodas, leche y agua.



MISIÓN, VISIÓN Y VALORES

Una subsidiaria de GADMAR, S.A.

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

Empresa dedicada a la comunidad

- Ⓧ 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.



PORTAFOLIO

Una subsección de SACMIR 2011



Es la auténtica panameña hecha en su punto. Es la cerveza líder en Panamá por más de cinco décadas. Fue creada para nuestro estilo de vida, para el clima caliente y tropical de nuestro país. Para nuestras celebraciones extensas y prolongadas no hay nada mejor que una ATLAS, que es la cerveza que te acompaña en todo momento.



Bebida 100% panameña, que por más de 70 años le ha brindado a los panameños todas las ventajas de su composición natural y alimenticia, refrescándolos con un sabor inigualable, lo que le ha ganado gran respeto y popularidad entre los panameños.

Es por eso que Malta Vigor es la mejor elección, porque es una bebida a base de malta que nos da el impulso y la energía para avanzar con fuerza e inteligencia en cada momento.

Es un buen producto para todas las ocasiones su balance entre nutrición y refrescancia la hace única en la categoría de gaseosas, conectando con ese consumidor activo, optimista, ingenioso y muy comprometido a lograr dar lo mejor de sí.



Es la primera cerveza panameña y este año llega a su centenario. A pesar de ser la más antigua es la preferida por el consumidor más joven debido a su intenso sabor. Es una marca para disfrutar entre verdaderos amigos. La marca se relaciona con momentos intensos, donde se reúnen amigos ya sea para ver un partido de fútbol o simplemente disfrutar de una reunión. Basta probarla una sola vez para saber que nunca antes ha probado una cerveza como esta y nunca más lo hará sino vuelve a probar otra Balboa.



Es la soda de cola para las personas que están en busca de nuevas posibilidades y experiencias y quieren sacarle provecho a la vida hoy y mañana. Pepsi es la soda que refresca, reconoce y estimula mis opciones y mi creatividad hacia la vida. Pepsi es el sabor del espíritu joven. Pepsi me hace sentir joven, activo y positivo hacia la vida, esa vida llena de infinitas posibilidades.

PORTAFOLIO

Una subsidiaria de CAGMOR SA



Es la responsable del hogar, de su limpieza, su cuidado, que esté suplido. Atención constante a sus hijos, se desvive por ellos. Son las "guardianas" del hogar, muchos productos no entran a la casa porque ellas no los introducen, aunque si hay influencia del resto de la familia.

La Chiricana, La leche más pura, directamente desde los pastos más selectos de Chiriquí.



Es agua verdaderamente pura que me ayuda a cuidar de mi salud, por lo cual puedo tener una mejor calidad de vida. Agua Brisa es deleite puro.



Es la marca más divertida, porque es la mejor entiende lo fundamental que es para ti, la diversión como parte de tu crecimiento.



Es la aliada perfecta de la mujer de hoy porque representa sus intereses en un plano tan delicado como es la alimentación de sus seres queridos.

Gracias a Nevada, la familia panameña de hoy recibe una alimentación de primera, que los hace sentir protegidos, queridos y cuidados en todos aquellos momentos del día en que así lo necesitan, porque la mujer de hoy les brinda a los suyos Leche Nevada, aún cuando no está, como muestra de ese gran amor que siente por ellos, que la lleva a darles siempre lo mejor, un detalle único la mejor alimentación.



Va orientada a satisfacer a los consumidores que buscan los beneficios del agua sin sacrificar el sabor y gas. Con este nuevo producto, cervecera nacional, buscan captar a los consumidores jóvenes preocupados por su salud, ya que no contiene azúcar y está fortalecida con vitamina C. "Es la combinación perfecta entre los beneficios del agua y el sabor y diversión de una gaseosa".

Cada vez más los consumidores que buscan un balance en su vida y por ende están en busca de nuevos productos saludables. Saben que no hay nada más natural y saludable que el agua, que no hay nada mejor para calmar la sed y refrescarse, pero la carencia de gas y esa ausencia de sabor, dejan al Agua como una bebida aburrida.

PORTAFOLIO



Es una refrescante Cerveza "ligh" con un toque de limón y con sólo 100 calorías. Es una cerveza diferente que te provoca una experiencia de sabor.

Posterior a su lanzamiento en los Estados Unidos, Australia se convirtió en el segundo país en distribuir Miller Chill. Su recibimiento fue igual de exitoso que en los EEUU. A partir de 2008, Panamá se convierte en el primer país en Latinoamérica y el tercero en el mundo en convertirse en territorio Chill.

Miller Chill es para hombre y mujeres de mente abierta y que buscan un cambio en su vida, gracias a su sabor latino inspira momentos más placenteros y excitantes. Miller Chill es una cerveza premium que complementa el portafolio de cervezas de Cervecería Nacional, S.A. (CN), encabezado por Miller MGD y Corona.



Totalmente enfocada a acompañar y comprender a ese mundo tan especial de los "tweens". Mirinda es la soda que con sus diferentes sabores despierta diversión y fantasía en sus consumidores.

Mirinda, la gaseosa de sabores frutales y colores vibrantes, estimula con su inigualable sabor burbujeante. Es la soda para los creativos y diferentes. Viene en los deliciosos sabores de fresa, manzana, uva y cola champagne.



Cuenta con una personalidad sofisticada, con estilo que la hace parte del joven adulto que le gusta incorporar la moda y las tendencias a su vida, que empieza un proyecto de vida en lo personal, familiar y profesional.

Cuando elijo compartir con mis amigos y pasarla bien, sé que cuento con Canada Dry ginger ale, como bebida ligera y diferente, de la cual disfrutar su sabor único y distintivo representa una elección.



Nunca perderemos la oportunidad de disfrutar, experimentar y vivir cosas nuevas y mejor aun si son espontáneas, no planeadas, lo importante es caminar por las calles de la vida y es aquí donde Squirt llega como la opción para refrescarnos esa sed de sacarle el jugo a la vida, una soda como ninguna, que nos entiende, que vive con nosotros esos momentos inolvidables.

Seguiremos contagiando al mundo entero con nuestra energía, para que los momentos, el tiempo y los instantes se conviertan en irrepitibles, difíciles de olvidar. Squirt tiene la fórmula perfecta para encontrarle un sentido a cada momento que se vive.

PORTAFOLIO

Una subsidiaria de SAPIMEX S.A.



7Up y su inseparable Fido Dido comunican a los consumidores esa actitud y personalidad relajada, transparente y sin complicaciones para tomar la vida. Para todas esas personas que comparten esta filosofía de "es ser cool, ser tú mismo" esta soda refrescante y clara en el mercado los acompañara en todos esos momentos en que quieren relajarse y ver la vida de manera clara, con calma, sin complicaciones. Seven Up es la única gaseosa de limón que por su claridad refresca mi cuerpo y mi personalidad. 7-UP te permite sacar tu personalidad y ser tu mismo.



Es la Cerveza Mexicana más vendida en el mundo entero, es la marca más importante para Grupo Modelo y se encuentra en más de 150 países en el mundo.

Algunos de los beneficios que Corona transmite son funcionales, como el sabor y la calidad, pero el beneficio más valorado es el emocional como la habilidad de crear un ambiente, crear un sentimiento o desatar una acción. Los beneficios emocionales son con los que creamos conexiones más profundas y fuertes con el consumidor.



Es la soda con el más intenso sabor a naranja que me hace sentir que en mi grupo somos Uno para todos y todos para uno. Es el sabor cómplice de la diversión. Crush me hace sentir que pertenezco al grupo mas cool de todos. Ese poder de ser uno mismo les coloca en un lugar especial. Su presencia no pasa desapercibida, tienen actitud y rebeldía. Crush es auténtica como él, porque es diferente a las otras gaseosas por su intenso sabor a naranja, su fuerte color, porque siempre está con ellos justo en el momento que ellos lo deciden.



Es una cerveza Premium importada que ofrece la oportunidad de experimentar el sabor suave, original y diferente de una cerveza tipo draft en botella, con una imagen urban cool que va a la vanguardia de lo que sucede en el entorno global.

Es una marca con una forma de pensar fresca ("Fresh Thinking") corriendo por sus venas. Este pensamiento fresco está en el corazón de nuestro proceso de producción ya que MGD es filtrada en frío 4 veces para remover todas las impurezas. Por eso cada botella de MGD tiene el sabor más fresco que una cerveza puede tener. MGD no sólo la disfrutan los consumidores por su sabor fácil de tomar y refrescante, sino porque comparten la misma forma de vivir la vida, con un pensamiento fresco siempre se produce algo más excitante, divertido e inspirador.

CONTRIBUCIÓN A LA ECONOMÍA PANAMENA



Cervecería Nacional contribuye con más de 60 millones de dólares en impuestos directos, indirectos y como agente recaudador, siendo el Estado el principal beneficiario de su actividad. Por cada dólar (B/.1.00) que recibe el accionista de CN, el Estado recibe tres dólares (B/.3.00). Así es el Estado el socio principal de esta empresa.

Cervecería Nacional le pagó al Estado panameño en el año 2009 más de 60 millones de dólares en impuestos. Asimismo, invirtió más de 100 millones de dólares en compras a proveedores locales.

El impacto total de las actividades realizadas por Cervecería Nacional es de 378.2 millones de dólares, según un estudio de impacto de INTRACORP. Por cada dólar vendido de Cervecería Nacional, circulan 40 centavos en la economía nacional. Esto implica que hay una estrecha correlación entre el desempeño en ventas de CN y el desempeño de toda la economía.

Contribución de Cervecería Nacional a los ingresos del Estado: Más de \$60 millones en impuestos recaudados en el año fiscal 2009

Total de impuestos recaudados por Cervecería Nacional de manera directa, indirecta o como agente recaudador

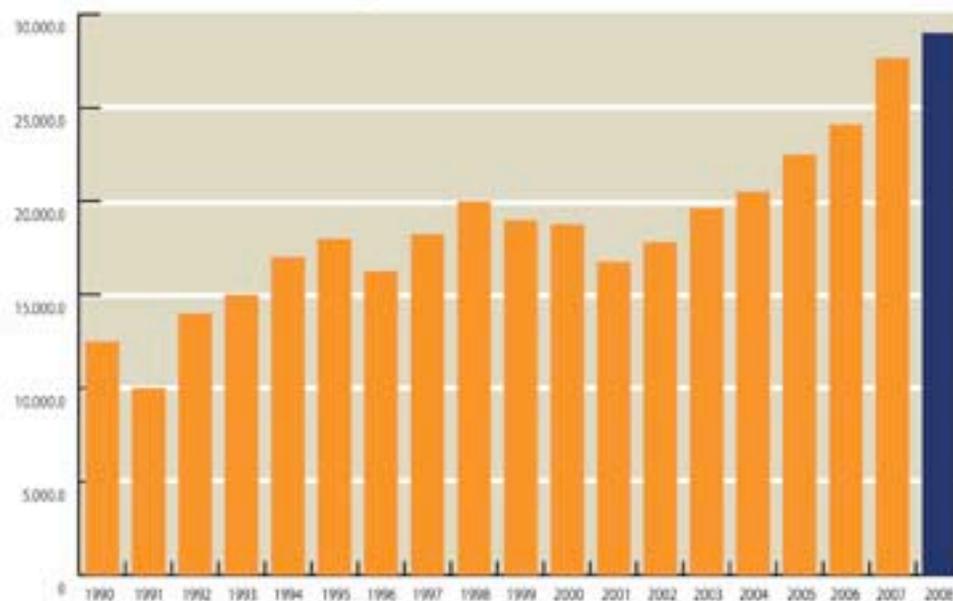
Descripción de impuesto	2006-2009	Año Fiscal 2009	Año Fiscal 2008	Año Fiscal 2007	Año Fiscal 2006
Impuesto Selectivo al Consumo	87,849,702	24,372,246	23,511,657	21,127,019	18,838,780
Impuesto Sobre la Renta (ISR)	31,370,040	9,417,856	5,505,326	8,950,911	7,495,948
Cargos Sociales	9,944,720	3,176,414	2,621,489	2,510,888	1,635,950
Aduanas	9,260,070	1,405,474	4,085,192	1,865,034	1,904,369
IVA (ITBMS)	4,551,323	1,554,010	1,648,101	770,604	577,708
Otros (Remesas, Tasa Única, Timbres)	2,027,005	510,641	530,071	533,229	453,064
Impuestos Municipales	770,015	228,195	231,950	153,357	156,514
Impuesto Aviso de Operación	640,000	160,000	160,000	160,000	160,000
Impuesto Transferencia de Propiedad	586,327	30,299	231,364	218,159	86,475
Sub Total	146,979,203	40,856,034	38,525,150	36,289,211	31,308,808
Crédito IVA (ITBMS)	41,361,545	12,273,852	10,955,203	9,819,976	8,312,515
Prestaciones a Colaboradores	20,622,447	7,778,892	6,097,772	4,249,361	2,496,422
Total	208,963,195	60,908,777	55,578,125	50,358,548	42,117,745

CERVECERÍA NACIONAL, S.A.

Una subsidiaria de SAGMOR S.A.

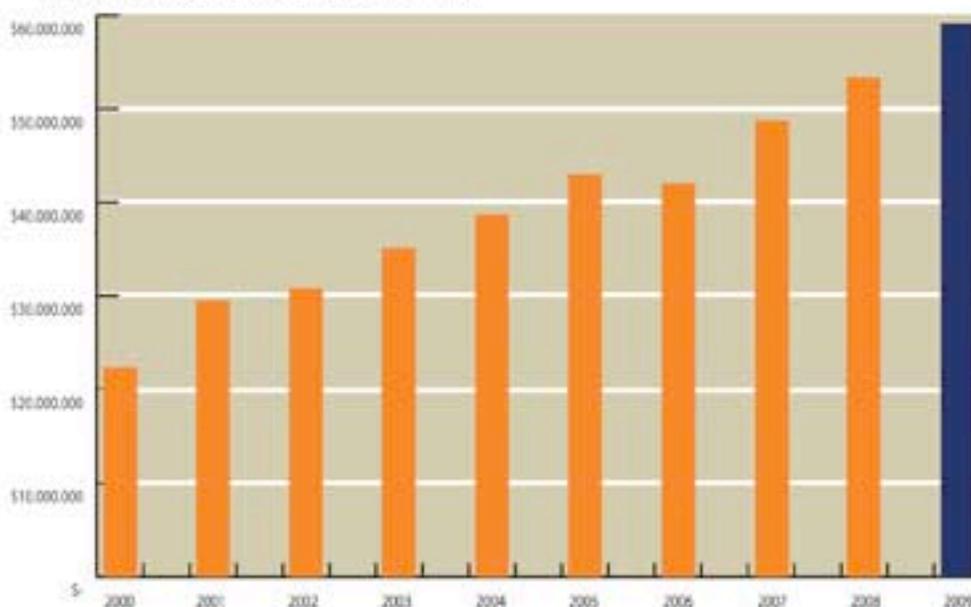
Impuesto Selectivo al Consumo de Cerveza: 1990-2008 (en miles de dólares)

Fuente: Dirección General de Ingresos



Aportes al Estado de Cervecería Nacional, S.A.: 2000-2009 (en dólares)

Fuente: Cervecería Nacional S.A.
*incluye las retenciones a los asalariados



LIDERAMOS EL DESARROLLO SOSTENIBLE EN PANAMA

La inversión en Desarrollo Sostenible de Cervecería Nacional alcanza los 3.5 millones de dólares del año 2006 al año 2009.

Cervecería Nacional, S.A. ha venido fortaleciendo sosteniblemente su posicionamiento como empresa nacional líder y reconocida por contribuir decididamente al desarrollo sostenible del país, mediante la implementación de un modelo de trabajo específico que promueve:

1. Mejoras sostenibles a la salud y calidad de vida de la comunidad.
2. El respeto por los derechos humanos.
3. El consumo responsable de bebidas con contenido de alcohol.
4. La creación, formalización y fortalecimiento de empresas.
5. La preservación de los recursos naturales y protección del medio ambiente.
6. La ética y la transparencia.

El modelo bajo el cual implementamos prácticas de desarrollo sostenible se basó en 10 prioridades, y la ejecución del mismo está soportada en un proceso de optimización y mejora continua en nuestras operaciones y en la Inversión Social Corporativa (ISC) en proyectos que mejoran sosteniblemente la calidad de vida de nuestras comunidades.

SABMiller desarrolló e introdujo las 10 prioridades de Desarrollo Sostenible en el negocio durante el año 2006, basándose en los riesgos y oportunidades de su operación alrededor del mundo, en los 10 principios del Pacto Global de las Naciones Unidas por ser signataria del mismo, y en los objetivos de Desarrollo del Milenio de Naciones Unidas.



NUESTRO COMPROMISO

Una subsidiaria de SABMiller plc.

En Cervecería Nacional como subsidiaria de SABMiller plc, estamos comprometidos con el cumplimiento de nuestras 10 Prioridades de Desarrollo Sostenible que han sido diseñadas por SABMiller para orientar estratégicamente las acciones en cada una de sus operaciones alrededor del mundo, así como para evaluar y monitorear su desempeño.

El Desarrollo Sostenible es una de nuestras cinco metas estratégicas del negocio y el buen desempeño en cada una de las 10 prioridades es un compromiso que redundará en beneficios sociales y económicos para nuestros clientes, empleados, accionistas, proveedores, contratistas, consumidores, comunidades vecinas y sociedad en general, así como también contribuye al mejor desempeño y fortalecimiento ambiental de nuestro país.



El presente reporte de Desarrollo Sostenible cubre los años 2007 al 2009, y está sustentado en la evidencia que la empresa ha reportado en la herramienta de evaluación de desempeño SAM (Sustainability Assessment Matrix) de SABMiller.

Para obtener más información sobre el desempeño global y local de SABMiller en materia de Desarrollo Sostenible visite: www.sabmiller.com/reporting

Como parte de la transparencia en la rendición de cuentas que caracteriza a Cervecería Nacional, S.A. nos comprometemos a divulgar ampliamente el presente informe a nivel interno y externo de nuestra empresa, y podrá ser consultado en la página web de Cervecería Nacional desde su lanzamiento público. www.cerveceria-nacional.com



NUESTRAS DÍEZ PRIORIDADES

Una subsección de SAGMIR 2016

Nuestras 10 prioridades nos proveen un riguroso marco de referencia para mejorar y optimizar sosteniblemente nuestras operaciones y contribuir asertivamente al desarrollo sostenible del país con enfoques definidos en:

- | | |
|--|--|
| 1. Desincentivar el consumo irresponsable de alcohol | 6. Tener una cadena de suministros que reflejen el compromiso con el desarrollo sostenible |
| 2. Elaborar más bebidas, utilizando menos agua. | 7. Respetar los derechos humanos |
| 3. Reducir nuestra huella energética y carbón | 8. Aportar beneficios a las comunidades a quienes servimos. |
| 4. Fomentar la reutilización de empaques y el reciclaje | 9. Contribuir a la reducción del VIH/SIDA dentro de nuestra esfera de influencia |
| 5. Trabajar para que las operaciones tenga cero desperdicios | 10. Ser transparente al informar sobre nuestro progreso con estas prioridades de desarrollo sostenible, sociales y ambientales |

Sustainable Assessment Matrix (SAM)

Cada una de las 10 Prioridades de Desarrollo Sostenible tiene requerimientos estándares definidos a nivel global, que permiten una medición consistente y continua que se realiza mediante una matriz de evaluación llamada SAM (Sustainable Assessment Matrix) que está constituida por una escala de cuatro niveles, a saber:

- | | |
|---|--|
|  | 4 Mejor Práctica: se logra lo que se considera una mejor práctica global en un campo del desarrollo sostenible en particular. |
|  | 3 Desarrollando Liderazgo: se incluyen herramientas innovadoras y un involucramiento amplio en la gestión del desarrollo sostenible. |
|  | 2 En Progreso: hay un desempeño consistente y destacado en algún campo en particular del desarrollo sostenible. |
|  | 1 Estándar Mínimo: todas las operaciones deben cumplirlo, ya que incluye los aspectos básicos de los riesgos relacionados al desarrollo sostenible que hoy enfrentamos. |

NUESTRAS DÍEZ PRIORIDADES

Una subsidiaria de SABMiller plc.

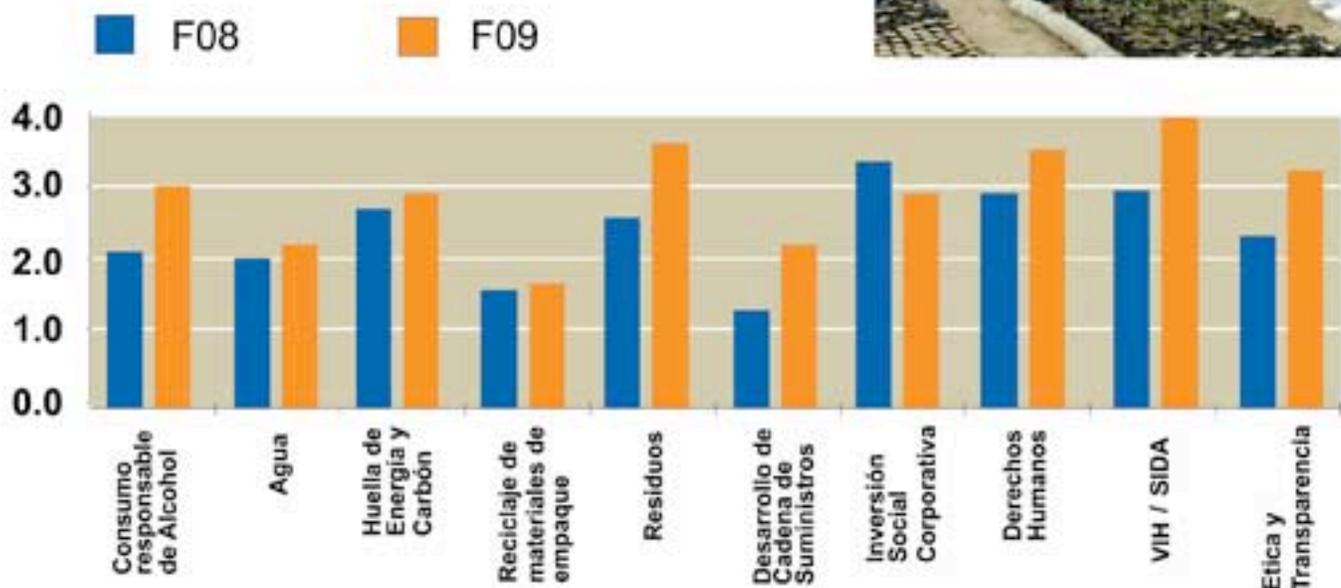
Cada operación de SABMiller debe completar semestralmente los requerimientos para cada una de las 10 Prioridades en la herramienta de evaluación SAM, reportando los avances y soportándolos con evidencias que luego son evaluadas y calificadas por SABMiller plc. Esto permite medir y comparar el desempeño a nivel global, regional y nacional sobre la base de las 10 Prioridades.

En la gráfica anexa podemos ver los resultados que Cervecería Nacional ha obtenido en la evaluación de los dos años fiscales (F08 y F09), las cuales demuestran una mejora sostenible que nos ubica muy cerca del nivel 3 como promedio total, lo que demuestra que estamos en la transición entre un desempeño consistente y destacado hacia un desempeño que demuestra involucramiento amplio en la gestión del Desarrollo Sostenible.

Esta mejora sostenible de nuestro desempeño nos ha permitido llegar a formar parte del grupo de las cinco empresas más destacadas por sus resultados en Desarrollo Sostenible a nivel de SABMiller, al cierre del año fiscal F09.



Resultados de la Evaluación de los Principios de Desarrollo Sostenible Cervecería Nacional, S.A.



NUESTRO PROGRESO

Nuestras 10 prioridades de Desarrollo Sostenible están enfocadas en las oportunidades y riesgos que surgen como resultado del desarrollo de nuestras operaciones en términos



Pag. 26

Desincentivar el consumo irresponsable de alcohol

Nuestro objetivo

Asegurar que nuestros productos se consumen responsablemente como parte de un estilo de vida sano y saludable.

Nuestro progreso

- Desarrollamos tres exitosas campañas dirigidas a nuestros consumidores con el objetivo de implementar una cultura de consumo responsable. Estas son: "Los amigos se cuidan", "Vive y disfruta responsablemente", y "Saber beber".
- Lideramos y firmamos en conjunto con la industria de licores un Código de Autorregulación Publicitaria.
- Nuestros empleados conocen nuestra política de consumo de alcohol y el código de comunicaciones comerciales



Pag. 38

Producir más cerveza usando menos agua

Nuestro objetivo

Contribuir a la sostenibilidad de las fuentes de agua administrando razonablemente este valioso recurso en nuestras operaciones, y apoyando la preservación de las cuencas y ríos.

Nuestro progreso

- Entre el año 2000 y 2009 redujimos en un 50% el consumo de agua en nuestras operaciones, pasando de un consumo de 9.85 Hl/Hl a un consumo de 4.92 Hl/Hl.
- Durante el año 2009 iniciamos la ejecución de un proyecto de preservación de la fuente de agua que alimenta la Potabilizadora Miraflores que abastece a cerca de 100,000 habitantes de la Ciudad de Panamá.
- Durante el 2007 hicimos inversiones por B/A millones en diseño, construcción y puesta en marcha de nuestras plantas de tratamiento de aguas residuales



Pag. 40

Reducir el consumo de energía y las emisiones de carbono

Nuestro objetivo

Reducir nuestra huella de carbón siendo eficientes en el consumo de energía y combustibles, y usar en la medida de lo posible energías limpias.

Nuestro progreso

- Entre el año 2000 y 2009 redujimos en un 30% el consumo de energía en nuestras operaciones, pasando de un consumo de 14.31 Kwh a un consumo de 10.08Kwh.
- Durante los años 2006, 2007 y 2009 recibimos certificaciones de producción más limpia otorgadas por la Autoridad Nacional del Ambiente por implementar mecanismos para la reducción del consumo de energía.
- Ejecutamos un proyecto de reforestación en la comunidad Ipetí, Emberá, para la captura de emisiones de carbono, beneficiando a 560 personas que integran la comunidad.



Pag. 42

Fomentar la reutilización de empaques y el reciclaje

Nuestro objetivo

Reducir el impacto ambiental de la generación de residuos mediante la disminución del peso de nuestros envases y el uso de materiales de empaque fabricados con materiales reciclados.

Nuestro progreso

- Aligeramos el peso de nuestros envases PET aproximadamente en un 5%, reduciendo con esto el consumo anual de 39 toneladas de resinas vírgenes para su producción.
- Aseguramos que la fabricación de nuestros materiales de empaque se haga con uso de materiales reciclados, con lo que anualmente evitamos que se generen residuos por 1,130 toneladas de latas de aluminio, 280 toneladas de cajas plásticas y 3,100 toneladas de botellas de vidrio.
- Durante los años 2008 y 2009 desarrollamos un proyecto de reciclaje en el principal parque de la Ciudad de Panamá, que generó grandes beneficios para la comunidad y se continuó en un modelo a seguir.



Pag. 45

Trabajar para que nuestras operaciones tengan cero desperdicio

Nuestro objetivo

Minimizar la generación de residuos a través de mecanismos de producción limpia y asegurar que los residuos generados se separen adecuadamente para enviarlos a procesos externos de reciclaje y reuso.

Nuestro progreso

- Durante el año 2006 implementamos un sistema de segregación de materiales reciclables en los procesos productivos, con lo que se logró reducir en un 18% los residuos enviados al vertedero, pasando de 19% en el año 2006 a un 1% en el año 2009.
- Al cierre del 2009 el 99% de los residuos generados en el proceso productivo son enviados a procesos externos para reutilización o reciclaje, y solamente el 1% de los residuos generados es enviado al vertedero.
- Durante el 2009 se trabajó con el proveedor de platillos (tapas corona) para reemplazar las cajas de cartón en que se recibían los platillos, por cajas plásticas reutilizables. Con esto se logró reducir en aproximadamente 21 toneladas la generación de residuos.

NUESTRO PROGRESO

Una subsección de S&P/HR y G

sociales, ambientales y económicos. La tabla siguiente muestra los logros que hemos obtenido en cada una de las prioridades.



Pag. 28

Respetar los derechos humanos

Nuestro objetivo

Asegurar el respeto a la diversidad de culturas, leyes y tradiciones en nuestro país, al igual que el respeto por los valores de la comunidad internacional, en especial la Declaración Universal de los Derechos Humanos

Nuestro progreso

- En el período reportado, CN participó de una Feria de Empleo que convocó el Ministerio de Trabajo y Desarrollo Laboral (MITRADEL) que estaba enfocada en el reclutamiento de esta población. Así mismo, CN conjuntamente con la Asociación Panameña de Industrias de Buena Voluntad –con la cual colabora hace más de 15 años-, realizaron una feria para reclutar, capacitar e incluir en la fuerza laboral de la empresa a personas discapacitadas para el área de bodega, envase y oficinas administrativas.



Pag. 29

Contribuir con la reducción del VIH/Sida dentro de nuestra esfera de influencia

Nuestro objetivo

Contribuir a la reducción del VIH/SIDA en nuestro país, mediante campañas de concienciación y educación a lo largo del país.

Nuestro progreso

- Durante dos años consecutivos se ha apoyado con aportes y voluntariado corporativo a Probitsida para la ejecución del proyecto "Rompamos el Silencio, Enfrentemos el VIH/SIDA", proyecto que ha cubierto toda la población de colaboradores a lo largo del país.



Pag. 30

Tener cadenas de suministro que reflejen nuestro compromiso

Nuestro objetivo

Poseer cadenas de suministros que reflejen nuestros valores y nuestro compromiso con el desarrollo sostenible del país

Nuestro progreso

- En alianza con el Centro Nacional de Competitividad realizamos un programa de certificación de proveedores llamado "Mejorando Juntos", el cual apoya a nuestros proveedores para implementar nuestra guía de Abastecimiento Responsable. Este proyecto ha impactado a 35 de nuestros proveedores con excelentes resultados.



Pag. 32

Beneficiar a las comunidades en las que operamos

Nuestro objetivo

Llevar beneficios a las comunidades donde servimos mediante implementación de proyectos que mejoren su calidad de vida

Nuestro progreso

- Se han desarrollado más de 100 proyectos que benefician directamente a las comunidades, en las áreas de salud, educación, turismo y medio ambiente. Con excelentes resultados han demostrado mejora en la calidad de vida y el medio ambiente de nuestras comunidades.

En alianza con Fundes

- desarrollamos un proyecto de desarrollo de habilidades de administración de negocios para nuestros clientes.

Dentro de las organizaciones beneficiadas podemos destacar: ANCON, Red del Pacto Global Panamá, Asociación Nacional de Pacientes con Insuficiencia Renal Crónica y Familiares, USMA, Radio Reforma, Aldeas Infantiles SOS, CEGB Los Pozos, Casa Esperanza, Fundación San Felipe, Asociación Pro-Niños del Darién, FUNDESMIC, Asoc. Mujeres en Acción de Pinogana, FUNDASI, ANAM, APROVACA, Asoc. Pro Niñez Panameña, Fundación Carol Villarino de Montenegro, Patronato de Asistencia Social, Hogares CREA y Nutrehogar.



Pag. 34

Ser transparentes al informar sobre nuestro progreso

Nuestro objetivo

Ser transparentes en el reporte de nuestro desempeño en las prioridades de desarrollo sostenible

Nuestro progreso

- En el período reportado se desarrolló y presentó en el marco de esta política un "Código de Ética" dirigido a los empleados de CN. Por el mismo, se procura que los colaboradores de la empresa identifiquen la ética y el consumo responsable como algo personal, que deben llevar tanto al ámbito privado como al público.

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL COMO UN ELEMENTO DEL DESARROLLO SOSTENIBLE

Linea editorial de DAZMilitar ylt.

Desde nuestra óptica, como empresa que enfoca sus esfuerzos y recursos en lograr que sus operaciones sean sostenibles y generen sostenibilidad a las comunidades en donde servimos, vemos la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como un elemento de nuestro modelo de Desarrollo Sostenible, enfocado en crecer y mejorar juntos, materializando así nuestro compromiso de contribuir positivamente a mejorar la calidad de vida de nuestras comunidades.

Por tal razón la RSE es desarrollada a través de nuestro plan de Inversión Social Corporativa (ISC), que va más allá de la filantropía o entrega de donaciones y se centra en invertir en proyectos que generen bienestar sostenible a las comunidades a las que servimos.

Es así como durante los tres últimos años la inversión en proyectos generados por la comunidad asciende a 750 mil dólares, con los que se han ejecutado más de 100 proyectos con impactos sustanciales y sostenibles para la comunidad, concentrados en cuatro áreas específicas: Medio Ambiente, Salud, Educación y Desarrollo Empresarial.



destapa | RSE
responsabilidad social
empresarial

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL COMO UN ELEMENTO DEL DESARROLLO SOSTENIBLE

Una subterfuga de SPQ2010r, Inc.

La ISC se implementó a través del programa "DestapaRSE" que se ejecutó durante estos tres años mediante convocatorias públicas enfocadas en cinco grandes áreas de acción:

1. **"Sé una organización Beneficiaria de Cervecería Nacional":** Modelo mediante el cual se apoyaron proyectos de mediana cuantía presentados por miembros de las comunidades para beneficio de las mismas.
2. **"Proyectos de Inversión Social Corporativa":** Este modelo tomó en cuenta el papel que tienen las organizaciones para identificar y aportar soluciones a problemas de interés comunitario, a través de estrategias e iniciativas ciudadanas inspiradas en valores como la transparencia, la pluralidad y la sostenibilidad en un marco de ética cívica.
3. **"Fomento Empresarial":** Este programa se enfocó en promover el espíritu emprendedor de Panamá en sectores como agricultura, comercio y servicios entre otros.



4. **"Comunidades Vecinas":** son proyectos liderados por nuestros voluntarios corporativos quienes en conjunto con los líderes comunitarios identifican, estructuran y ejecutan proyectos en beneficio de las comunidades vecinas.

5. **"Donaciones":** son donaciones de nuestros productos para contribuir con actividades que mejoren la calidad de vida de nuestras comunidades o como apoyo a comunidades que hayan pasado por desastres naturales.

Todos los proyectos presentados fueron evaluados y seleccionados por el Comité de Inversión Social de CN que está integrado por ejecutivos de alto nivel de la empresa y dos representantes externos de elevado reconocimiento en el ámbito nacional de la Responsabilidad Social Empresarial.



El programa "DestapaRSE" ha beneficiado a:

1. Organizaciones no gubernamentales (ONG)
2. Organismos Gubernamentales
3. Instituciones públicas (universidades, hogares de ancianos, etc.)
4. Grupos o asociaciones legalmente constituidos que actúan en favor de la comunidad.



**BENEFICIAMOS A LAS COMUNIDADES
Y GENERAMOS EMPLEOS**

CN ES UNO DE LOS MAYORES GENERADORES DE EMPLEOS DIRECTOS E INDERECTOS EN EL PAÍS

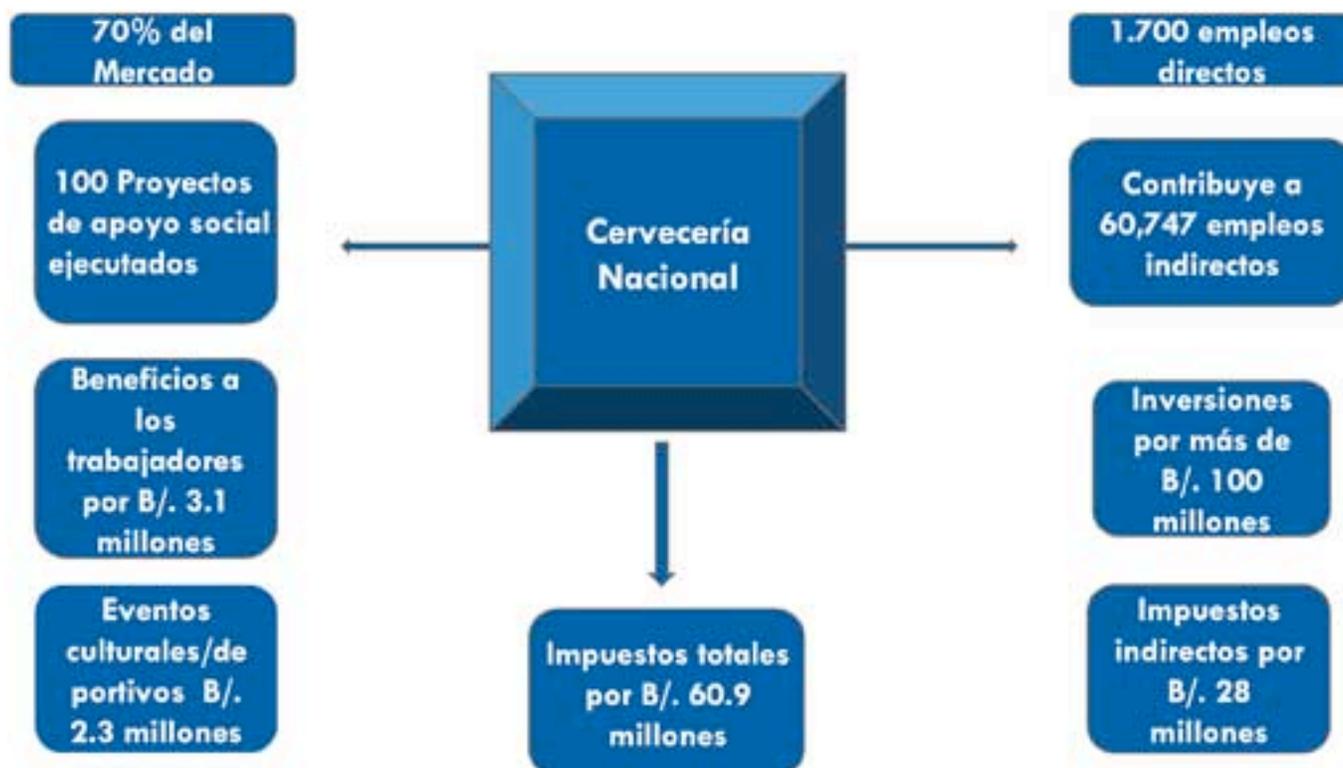
Cervecería Nacional emplea a mil 700 personas de manera directa e impacta más de 15 mil puntos de venta (micro, pequeños, medianos y grandes) y casi 7 mil proveedores de los cuales 92% son proveedores locales.

CN es hoy uno de los mayores contribuyentes a la agenda social del Gobierno, por su aportación tributaria y como multiplicador económico, generando alrededor de 60 mil empleos indirectos en más de 23 sectores de la economía incluyendo agricultura, comercio, hoteles y restaurantes, transporte y banca, por mencionar algunos, según estudios de impacto económico de INDESA e INTRACORP.



Contribución de la Cervecería al empleo y la Economía Nacional: 2008

Fuente: CNSA- análisis INDESA



DESINCENTIVAMOS EL CONSUMO IRRESPONSABLE DE ALCOHOL

Una subsidiaria de SABMiller plc.

Inicio

alcohol y su cuerpo

situaciones sociales

todo sobre la cerveza

foros de discusión

biblioteca

sala de redacción

sobre este sitio

Búsqueda

Ir a

hablemos de alcohol.com

motivando a las personas a tomar decisiones informadas sobre el consumo de alcohol



aprenda sobre...

alcohol y su cuerpo

Observe que pasa



Somos pioneros en nuestro sector industrial en desalentar el consumo irresponsable de bebidas alcohólicas en Panamá.

Desde el año 2007 adoptamos el "Manifiesto sobre Alcohol" que SABMiller estableció para sus operaciones a nivel mundial, que se basa en los siguientes principios:

MANIFIESTO SOBRE EL ALCOHOL

- 
Nuestras cervezas contribuyen a disfrutar la vida para la gran mayoría de nuestros consumidores.
- 
Nos preocupamos por los efectos dañinos del consumo irresponsable de alcohol.
- 
Comprometemos a los grupos de interés y trabajamos con ellos para abordar el tema de consumo irresponsable de alcohol.
- 
El consumo de alcohol es para adultos y es un tema de juicio individual y de responsabilidad.
- 
La información divulgada a los consumidores de alcohol debe ser precisa y equilibrada.
- 
Esperamos que nuestros empleados tengan altos niveles de conducta en lo que se refiere a consumo de alcohol.

DESINCENTIVAMOS EL CONSUMO IRRESPONSABLE DE ALCOHOL

Durante los últimos tres años hemos desarrollado campañas masivas de consumo responsable con el lema "Los Amigos se Cuidan" y "Vive y Disfruta Responsablemente".

Como parte de ésta última campaña, hemos promovido el acceso a nuestra página www.hablemosdealcohol.com disponible también en varios idiomas (www.talkingalcohol.com), que están dirigidas a orientar a nuestros grupos de interés en el consumo responsable de nuestras bebidas.

Asimismo, hemos promovido en la industria de las bebidas alcohólicas en Panamá el establecimiento de un "Código de Auto-regulación para la Comunicación Comercial, Prácticas de Negocio y Promoción del Consumo Responsable" del cual somos signatarios y activos promotores.



RESPETAMOS LOS DERECHOS HUMANOS

Una subsidiaria de SABMiller plc

Como empresa que sigue estándares de clase mundial cumplimos con la legislación vigente en Panamá en materia de derechos humanos, así como los estándares de SABMiller en materia de políticas de recursos humanos, derechos de los trabajadores, capacitación y entrenamiento, protección en seguridad y salud ocupacional de los empleados, entre otros.



Se destaca en el periodo reportado, los avances que hemos dado en materia de diversidad e inclusión, apoyamos la Feria de Empleo que convocó el Ministerio de Trabajo y Desarrollo Laboral dirigida a ofrecer oportunidades de trabajo a personas con discapacidad.



De igual manera, conjuntamente con la Asociación Panameña de Industrias de Buena Voluntad (con la cual colaboramos hace más de 15 años), realizamos una feria para reclutar, capacitar e incluir en la fuerza laboral de la empresa a personas con discapacidad para el área de bodega, envasado y oficinas administrativas.



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



Según el Informe Global sobre la Epidemia del SIDA del 2004 (ONUSIDA), Panamá ocupa el cuarto lugar de mayor prevalencia de casos de VIH/SIDA (0.9%) de la región centroamericana.

Ante esta situación y por ser una prioridad de desarrollo sostenible de SABMiller, hemos implementado en alianza con PROBIDSIDA un proyecto de prevención de contagio con el Virus de la Inmunodeficiencia Humana (VIH).

El proyecto denominado "Rompeamos el Silencio, Enfrentemos el VIH/SIDA" que dio comienzo en el periodo reportado, fue dirigido a todos los colaboradores de la empresa con el objetivo de sensibilizar y concienciar sobre el VIH/SIDA. El mismo se ha desarrollado en Panamá centro, Panamá Oeste y Colón y ha incluido la capacitación de voluntarios corporativos. En este marco, se realizaron 642 pruebas voluntarias y confidenciales de VIH/SIDA a colaboradores de la empresa.



Esta experiencia ha sido considerada como mejor práctica empresarial, y es un ejemplo del potencial que tienen las empresas de llegar a sus colaboradores y a través de ellos generar un efecto multiplicador en materia de prevención que tiene alcance hasta los hogares.



NUESTRAS CADENAS DE SUMINISTROS REFLEJAN NUESTRO COMPROMISO

Una subcadena de SABMiller pb

Con el objetivo de apoyar a nuestros proveedores locales para que crezcan y se fortalezcan sosteniblemente mejorando su competitividad, hemos evolucionado al pasar de tener una relación empresa proveedor basada en transacciones comerciales, a tener una relación de apoyo basada en la confianza que permite que las dos partes ganen de manera sostenible.

En virtud de lo anterior hemos establecido alianzas con varias organizaciones de apoyo tales como el Centro Nacional de Competitividad (CNC) y FUNDES, entre otros, con quienes a lo largo de estos tres años hemos desarrollado proyectos y programas de apoyo a nuestros proveedores.

Mejorando Juntos es uno de los programas desarrollados que responde a la necesidad de elevar el nivel de responsabilidad social de nuestros proveedores basado en la implementación de la Guía de Abastecimiento Responsable de SABMiller, para lo cual se brinda soporte a nuestros proveedores que va desde el análisis de brecha hasta el cierre de la mismas y la certificación como proveedores socialmente responsables.

Con el programa Mejorando Juntos se ha apoyado a 35 micro, pequeños y medianos proveedores ayudándolos a ser más competitivos y contribuyendo de esta manera al Desarrollo Sostenible de nuestra comunidad.

A partir de esta experiencia con nuestros proveedores, el Centro Nacional de Competitividad ha sido invitado por la Red del Pacto Global de Panamá a aplicar esta experiencia en otras empresas.



BENEFICIAMOS A LAS COMUNIDADES EN LAS QUE OPERAMOS

Una subsección de SAGMiter 2010



Nuestra Responsabilidad Social Empresarial se ha orientado a brindar apoyo a nuestras comunidades vecinas para mejorar su calidad de vida mediante una estrategia de Inversión Social Corporativa (ISC), es así como en los tres años anteriores hemos realizado inversiones por cerca de 270 mil dólares en áreas como salud, cuidado del medio ambiente y educación.

Del 2007 al 2009 trabajamos con 20 organizaciones como aliados para ejecutar los proyectos y programas de apoyo a las comunidades, entre ellas tenemos: ONG's, instituciones educativas, fundaciones, entidades de gobierno y asociaciones empresariales, entre las que podemos destacar: ANCON, Red del Pacto Global Panamá, Centro Nacional de Competitividad, Swiss Contact, Asociación Nacional de Pacientes con Insuficiencia Renal Crónica y Familiares, USMA, Radio Reforma, Aldeas Infantiles SOS, CEGB Los Pozos, Casa Esperanza, Fundación San Felipe, Asociación Pro-Niños del Darién, FUNDESMIC, Asoc. Mujeres en Acción de Pinogana, FUNDASI, ANAM, APROVACA, Asoc. Pro Niñez Panameña, Fundación Carol Vallarino de Montenegro, Patronato de Asistencia Social, Hogares CREA y Nutre Hogar, entre otros.



BENEFICIAMOS A LAS COMUNIDADES EN LAS QUE OPERAMOS

Una edición de SABMiller plc.



Con el lema "No sólo elaboramos buenas cervezas para nuestras comunidades, si no que mejoramos la comunidad con nuestra cerveza" el Presidente Ejecutivo de SABMiller, Sr. Graham Mackay, lidera las acciones que cada una de las cervecerías de SABMiller debe ejecutar en pro del desarrollo sostenible de sus comunidades vecinas.

Los Voluntarios Corporativos de CN han desarrollado una labor altruista y loable aportando su liderazgo y tiempo en los programas de ISC para beneficiar a personas menos favorecidas, quienes han visto impactada positivamente su calidad de vida con el mejoramiento de las condiciones de su comunidades, entre las que podemos mencionar: Viejo Veranillo, Brooklyncito y San Cristóbal.

El Voluntariado Corporativo fue el motor ejecutor de las acciones de nuestra empresa dirigidas a nueve Comunidades Vecinas cercanas a nuestros Centros de Distribución, como en la Escuela Presidente Porras de Las Tablas bajo el liderazgo del Centro de Distribución de Chitré; al Centro Educativo Ojo de Agua, ejecutado por los Centros de David y Majagua; en la Escuela Árabe de Libia, liderado por los voluntarios de Costa del Este; la Escuela Primaria de la Soledad por el Voluntariado de Coclé; la Escuela Jamaica con el liderazgo de Pasadena; la Ciudad del Niño con el liderazgo del Centro de la Chorrera; la Escuela Octavio Méndez, liderado por San Cristóbal; y la Escuela la Soledad, liderado por el Voluntariado de Santiago.



BENEFICIAMOS A LAS COMUNIDADES EN LAS QUE OPERAMOS

En su mayoría, estos proyectos permitieron mejorar la infraestructura de centros escolares como aulas especiales para discapacitados, al igual que para clases regulares y cómputo, centros de reciclaje, asistencia odontológica, comedores, acondicionar área social con la finalidad de que la comunidad pueda desarrollar actividades y reuniones de interés social en beneficio común para otros. Se estima que 2 mil beneficiarios directos disfrutaron de este aporte de CN y otras 2 mil personas como beneficiarios indirectos, tales como padres de familia, maestros y otros residentes de las comunidades.



También es destacable que en materia de vinculación y proyección con las comunidades, otorgamos a través del área de Mercadeo donaciones en especie bajo el formato de regalías por un total de 290 mil 248

dólares, que beneficiaron a diferentes actividades en todo el país de tipo educativas, sociales, deportivas y culturales organizadas por Juntas Comunales, Municipios y organizaciones de base comunitaria.



Es importante destacar también que CN es un importante referente en cuanto a Inversión Social Corporativa por sus aportes a la comunidad en visualizar esta temática, al igual que por brindar un espacio de conexión entre la oferta y la demanda en la materia. Por ello, en octubre de 2008, CN llevó a cabo la primera **Feria de Proyectos de Inversión Social "Destapa TU Responsabilidad"**, en la que participaron 37 organizaciones exponiendo sus proyectos y se generó el espacio para importantes alianzas estratégicas.

SOMOS TRANSPARENTES AL INFORMAR SOBRE NUESTRO PROGRESO

Una subsidiaria de SABMiller plc

Cervecería Nacional se ha destacado por comunicar sus logros en el ámbito del Desarrollo Sostenible en diferentes foros de organizaciones privadas y gubernamentales en el periodo de tres años anteriores, cumpliendo su responsabilidad de comunicar de manera transparente su desempeño.

Mediante el presente informe de Desarrollo Sostenible comunicamos nuestro desempeño en esta materia a lo largo de los tres años anteriores, como evidencia de la transparencia en nuestras acciones.

En este mismo sentido, desde el año 2007 CN estableció y comunicó su Política de Ética que aplica a todos los empleados empresas y se hace extensiva a los proveedores, contratistas, consultores y partes interesadas.

Para los efectos de monitoreo de adherencia a la Política de Ética se estableció una línea telefónica ética: una interna (305-6099); y otra para clientes (279-5880) y un correo electrónico.



linea.etica@pa.sabmiller.com



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 antiética en la empresa. Todos los reportes son tratados de manera confidencial a través del Comité de Ética de la empresa.



**PROTEGEMOS NUESTRO
MEDIO AMBIENTE**

SOMOS LA REFERENCIA DEL PAÍS EN LA IMPLEMENTACIÓN DE PRODUCCIÓN MÁS LIMPIA

En el año 2008 durante la celebración del concurso de Premiación a las empresas que han implementado Producción Más Limpia, auspiciado por la Autoridad Nacional del Ambiente (ANAM), Cervecería Nacional recibió la certificación de su Sistema de Gestión Ambiental basado en la norma ISO 14001 de manos de la certificadora SGS.

El Sistema de Gestión Ambiental de CN, ahora certificado en la norma ISO 14001:2004 promueve el uso racional de los recursos y la implementación de prácticas tendientes a optimizar los procesos y reducir los impactos de los mismos en el medio ambiente.



La Autoridad Nacional del Ambiente (ANAM), ha otorgado a Cervecería Nacional, S.A. certificados por cinco años consecutivos, en el marco del Concurso Nacional de Producción Más Limpia, por los logros obtenidos en la implementación de prácticas de P+L, que han permitido disminuir los índices de consumo de agua, energía y generación de residuos.



PRODUCIMOS MÁS CERVEZA USANDO MENOS AGUA

Una subsidiaria de SAPPHIRE S.A.

Nuestros esfuerzos están dirigidos a la protección del recurso agua desde la fuente de abastecimiento, pasando por el uso racional en nuestros procesos, hasta la entrega final de las aguas residuales que nuestros procesos generan, en condiciones óptimas que garantizan que no impactan el medio ambiente.



Protegemos las fuentes de abastecimiento de agua

En alianza con la Asociación Panamá Verde y mediante el desarrollo del "Programa de Organización y Participación Comunitaria" estamos ejecutando un proyecto de preservación de la fuente de abastecimiento de agua de la potabilizadora de Miraflores.

El proyecto implica entre otras actividades la siembra de 15 mil árboles de diferentes especies entre nativas y frutales, lo cual permitirá amortiguar las zonas desprovistas de vegetación y zonas deforestadas en la

cuenca de los ríos que abastecen la potabilizadora, la cual impacta aproximadamente a 100 mil habitantes en la Ciudad de Panamá, logrando con este proyecto integrar el componente social con el ambiental.

Usamos racionalmente el agua

Nuestro compromiso con el desarrollo sostenible de nuestras operaciones con marcada orientación hacia la mejora continua del desempeño de nuestros procesos nos ha llevado a establecer cada año objetivos y metas cada vez más exigentes en materia de uso racional y eficiente del agua.

Esto ha hecho necesaria la implementación de mecanismos de producción más limpia que nos han permitido disminuir sosteniblemente el consumo de agua, obteniendo resultados excelentes que muestran una reducción de aproximadamente un 50% el consumo de agua entre los años 2000 y 2009.



PRODUCIMOS MÁS CERVEZA USANDO MENOS AGUA

Una subsidiaria de SAGMIFER plc.

Innovamos en el tratamiento de las aguas residuales

Cervecería Nacional es la empresa panameña que ha realizado la mayor inversión individual en plantas de tratamiento de agua residual de tipo biológico de última generación, con un total agregado de 4.5 millones de dólares (3 millones para Planta de Pasadena y 1.5 millones para Planta Nevada).

Todas las aguas residuales generadas en nuestros procesos son enviadas directamente a nuestras plantas, donde se tratan mediante procesos de biodegradación, garantizando por su calidad que pueden ser devueltas al medio ambiente sin causar impactos.



REDUCIMOS EL CONSUMO DE ENERGÍA Y LAS EMISIONES DE CARBONO

Una subterfuge de SADMOR pt.

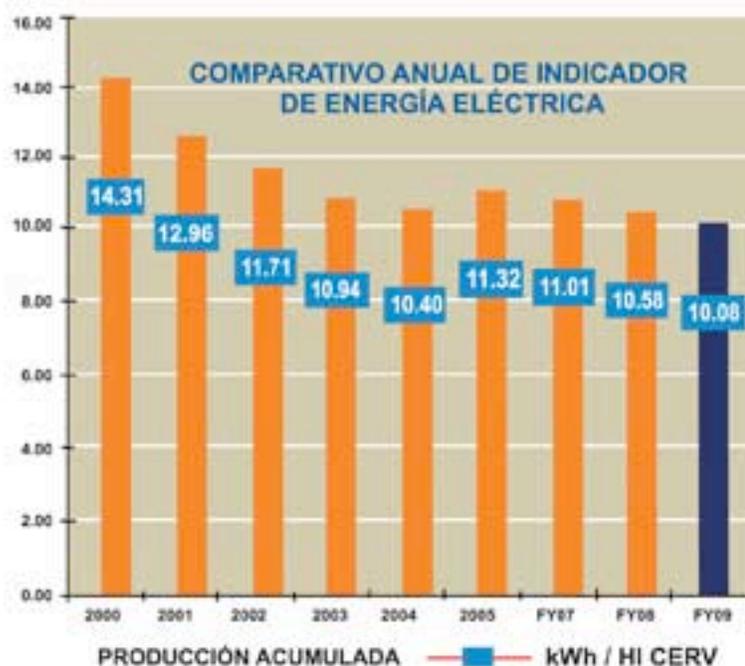
Para la implementación de este principio hemos dirigido nuestros esfuerzos hacia la optimización de consumo de energía y combustibles fósiles en nuestros procesos, así como también a la protección de bosques y siembra de árboles que capturen las emisiones de carbono.

Optimización de consumo de energía y uso de combustibles

En este sentido hemos implementado varias iniciativas que involucran cambio hacia nuevas tecnologías, controles operacionales, medición y monitoreo, y toma de conciencia en el uso racional de los recursos, obteniendo como resultado una mayor eficiencia en el uso de los recursos energéticos.



Los esfuerzos en este campo se ven reflejados en los ahorros obtenidos, que además de reducir costos de producción contribuyen a disminuir los niveles de contaminación ambiental desde la fuente primaria de energía hasta el punto final de consumo, de esta manera hemos logrado disminuir el consumo de energía eléctrica en un 30% entre los años 2000 y 2009.



REDUCIMOS EL CONSUMO DE ENERGÍA Y LAS EMISIONES DE CARBONO

Linea subsidiaria de SAGMIFER pte.

Captura de emisiones de carbono

En este campo destacamos un Proyecto de Inversión Social que ejecutamos en alianza con ANCON, con orientación hacia la reforestación y conservación para la captura de carbono, realizando reforestación con 10 mil árboles y apoyando a la comunidad de Ipetí Emberá que tiene su actividad económica basada en la agricultura, ganadería y la confección de artesanías. La comunidad está conformada por 95 familias y la población total asciende a 560 personas entre niños, jóvenes y adultos.



FOMENTAMOS LA REUTILIZACIÓN DE EMPAQUES Y EL RECICLAJE

Una subsección de SADMAR yb



Para el logro de los objetivos en este principio de Desarrollo Sostenible, CN trabaja en dos frentes claves que son:

- » Mejoramiento de nuestros procesos.
- » Uso de materiales de empaque amigables con el medio ambiente.



El mejoramiento de los procesos se enfoca tanto en el aligeramiento de los materiales de empaque como en la utilización de materiales de empaque que sean fabricados con materias primas recicladas, entre los logros más importantes podemos contar:

- » Aligeramiento en el peso de las botellas PET, logrando con esto disminuir en 39 toneladas anuales el consumo de los recursos naturales (resinas de hidrocarburos) que se usan para producir estos envases y reduciendo en la misma cantidad la generación de residuos.
- » Las latas de aluminio contienen un 70% de aluminio reciclado con lo que anualmente se disminuye en un promedio de mil 130 toneladas el consumo del aluminio como recurso natural que se usa para la producción de este envase.
- » Las cajas plásticas azules que se usan para el manejo de las botellas retornables son hechas 100% con materia prima reciclada que se obtiene de la molienda de las cajas plásticas que se ha deteriorado por el uso durante el transporte y almacenamiento de los productos. Esto representa 280 toneladas anuales de recursos naturales (resinas de hidrocarburos) que no se consumen y la misma cantidad de residuos que no se envían al vertedero municipal.
- » Las botellas de vidrio ámbar retornables son hechas con un 15% de materia prima reciclada. Mediante este proceso se logra disminuir en un promedio de 3 mil 100 toneladas anuales el consumo de recursos naturales (sílice) y la misma cantidad de residuos que no se envían al vertedero municipal.

FOMENTAMOS LA REUTILIZACIÓN DE EMPAQUES Y EL RECICLAJE

- » Proyectos de reciclaje que mejoren la calidad de vida de nuestras comunidades y apoyen el cuidado del medio ambiente.
- » Dentro de los proyectos realizados enfocados en el cuidado del medio ambiente para mejorar la calidad de vida de la comunidades podemos destacar el Proyecto R+: Recicla+Disfruta+, que fue desarrollado durante dos años en alianza con la Fundación Acción Social por Panamá (FAS) y Grupo Parques Nacionales en el Parque Recreativo y Cultural Omar.

El Proyecto R+, tuvo múltiples impactos en su implementación entre los que podemos destacar:

- » Reducción en un 50% de la basura en el parque afectando positivamente la percepción visual de 25 mil usuarios que visitan mensualmente el parque.
- » Por primera vez, se instalaron estaciones de clasificación de residuos y se colocaron mapas de ubicación en el parque.
- » Sensibilización continua a nuevos actores/as y visitantes en diversas actividades y eventos dentro y fuera del parque para promover las prácticas de cuidado y conservación de las áreas e infraestructura del parque.

Entre el 17 de enero y la primera semana de septiembre de 2008, se recolectaron en el Parque Omar más de 4 mil 689 kilogramos de PET, latas de aluminio, periódico, papel, otros plásticos, cartón y basura.



- » Otro de los logros importantes del proyecto R+ fue la aprobación por el Órgano ejecutivo de la Ley 59 del 20 de Octubre de 2009, que declara el 17 de mayo de cada año como Día Nacional del Reciclaje. Esta iniciativa fue presentada en marzo de 2009 ante la Dirección Nacional de Participación Ciudadana de la Asamblea Nacional, con el apoyo de Cervecería Nacional y las instituciones y grupos que participaron y apoyaron el Proyecto R+ desde agosto de 2007.



TRABAJAMOS PARA QUE NUESTRAS OPERACIONES TENGAN CERO DESPERDICIOS

Una subterfuge de SABMiller plc

Sólo el 1.08% del total de nuestros residuos es enviado al vertedero de basura.

Cervecería Nacional, desde hace ya varios años ha venido implementando una serie de medidas tendientes a minimizar los residuos sólidos generados durante el proceso de producción y a separar para reutilización o reciclaje los residuos cuya generación es inevitable.

Para ello se han venido realizando gestiones con nuestros proveedores tendientes a sustituir el uso de materiales de empaque de insumos y materias primas que no son reutilizables por materiales que sí lo sean. Es así como hemos sustituido las cajas de cartón en las que nuestro proveedor nos entregaba los platillos, por cajas plásticas reutilizables. Con esto se logró reducir en aproximadamente 21 toneladas el uso de madera para producción del cartón y los residuos generados por su uso.



TRABAJAMOS PARA QUE NUESTRAS OPERACIONES TENGAN CERO DESPERDICIOS

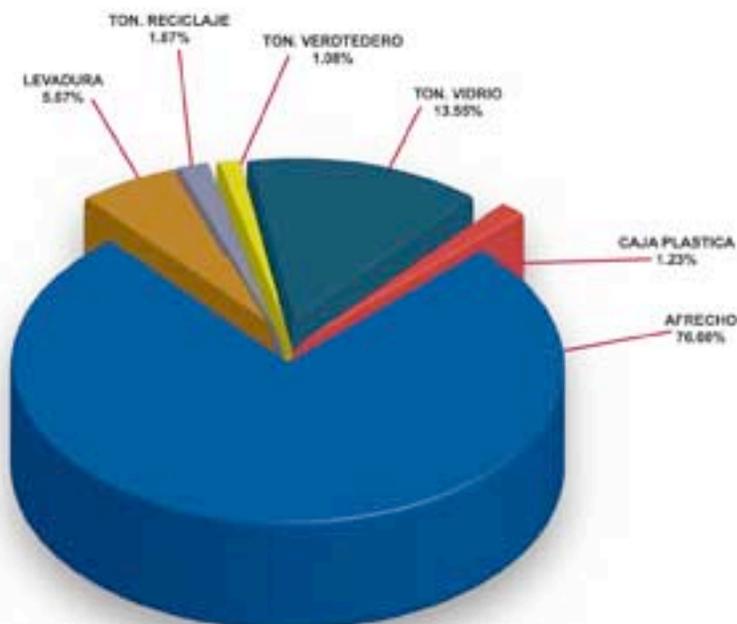
Dentro de nuestros procesos productivos trabajamos en la toma de conciencia hacia una cultura de cero desperdicio de materias primas e insumos, y en la implementación de controles y mejores tecnologías de producción.

Teniendo en cuenta que la mayor parte de los desechos que se producen son reciclables o reutilizables en alguna medida. Hemos desarrollado un mercado de compradores de nuestros residuos para diferentes usos, entre los que podemos mencionar:

1. Los ganaderos compran el afrecho y la levadura para alimentar sus animales.
2. Los productores de envases de vidrio compran el vidrio que se genera por deterioro de nuestras botellas para ser usado en la producción de nuevos envases.
3. El productor de cajas plásticas compra las cajas deterioradas que ya han cumplido su vida útil, para producir nuevas cajas plásticas para nuestro uso que son hechas 100% con material reciclado.
4. El cartón, papel, plástico, latas, y otros materiales reciclables que se generan en nuestros procesos productivos es separado en la fuente para evitar que se convierta en basura y es vendido a una compañía recicladora. Los cartuchos vacíos de tonners y tintas son donados al Hogar San José de Malambo, donde son reciclados para generar ingresos a esta ONG. Los residuos de aceites usados e hidrocarburos que son dispuestos por una empresa certificada en el manejo y reciclaje de estos materiales.



5. Sólo el 1.08% del total de nuestros residuos es enviado al vertedero, está constituido por materiales a los que a pesar de tener potencial para ser reciclados, aún no le hemos encontrado una opción de reciclaje o reuso. Esta cantidad ha disminuido considerablemente en los últimos años, pasando de ser un 17% en el año 2006 a ser un 1% en el 2009.





Este informe ha sido impreso en papel reciclado