REPORTE DE DESARROLLO SOSTENIBLE 2014 & 2015

PROSPERAR:
LA EVOLUCIÓN DE NUESTRO COMPROMISO CON EL DESARROLLO SOSTENIBLE DE PANAMÁ

CERVECERÍA NACIONAL, S. A.

CERVECERIA NACIONAL, S.A.

PRODUCIMOS PROGRESO PARA NUESTRO PAÍS

SOMOS UN EQUIPO
COMPROMETIDO CON PANAMÁ
CERVECERIA NACIONAL, S.A.
PRODUCIMOS
PROGRESO PARA
NUESTRO PAÍS

UNA GRAN EMPRESA CONSTRUYE UN GRAN PAÍS

WWW.PRODUCIMOSPROGRESO.COM

CERVECERIA NACIONAL, S.A.

PRODUCIMOS PROGRESO PARA NUESTRO PAÍS

CRÉDITOS

COMITÉ EJECUTIVO CERVECERÍA NACIONAL, S. A. AÑOS FISCALES 2014 Y 2015

PRESIDENTE EJECUTIVO
Christopher Ritchie

VP DE VENTAS
Edward Kiger

VP FINANCIERO
Karen Barahona Guerra

VP DE MERCADEO
Luis Ibáñez Guillén

VP SENIOR DE SUMINISTRO
Peter Michael Krueger

VP DE RECURSOS HUMANOS
Pablo Uribe Arroyave

VP DE ASUNTOS CORPORATIVOS
Juan Antonio Fábrega Roux

REPORTE DE DESARROLLO SOSTENIBLE AÑOS FISCALES 2014 Y 2015

DIRECCIÓN
Nelly Rangel Bohórquez
Directora de desarrollo sostenible

COORDINACIÓN
Lydia Caballero Cadastre
Especialista de desarrollo sostenible

ASESORÍA EXTERNA
Desarrollo Visible

VERIFICACIÓN INDEPENDIENTE
Deloitte Panamá
Panamá, marzo de 2016

Desde 2007 somos signatarios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y estamos comprometidos con sus 10 principios.

ALCANCE Y COBERTURA:

GRI G4-17, GRI G4-20, GRI G4-21 Y GRI G4-27

- Este reporte de desarrollo sostenible, corresponde al Año Fiscal 2014 (periodo del 1 de Abril de 2013 al 31 de Marzo de 2014) y al Año Fiscal 2015 (periodo del 1 de Abril de 2014 al 31 de Marzo de 2015).
- Dentro de los estados financieros consolidados, figuran Cervecería Nacional, S. A. y Distribuidora Comercial, S. A.; esta última es una subsidiaria que hace parte integral del mismo grupo económico, razón por la cual es contemplada en la memoria bajo el mismo nombre de Cervecería Nacional, S. A.
- El reporte está construido bajo la opción Esencial "de Conformidad" de la guía Global Reporting Initiative (GRI) versión G4 y es nuestra Comunicación de Progreso (COP) para el Pacto Mundial de las Naciones Unidas.
- La verificación y auditoría la llevó a cabo Deloitte Panamá.

PARA AMPLIAR INFORMACIÓN SOBRE PROSPERAR O NUESTROS REPORTES DE SOSTENIBILIDAD:

Comuníquese con nelly.rangel@pa.sabmiller.com
Consulte http://www.cerveceria-nacional.com/responsabilidad/

UN GLOBAL COMPACT
APOYAMOS AL PACTO MUNDIAL

Esta es nuestra Comunicación sobre el Progreso en la aplicación de los principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

Agradecemos cualquier comentario sobre su contenido.

ÍNDICE

02 prosperar
La evolución de nuestro compromiso con el desarrollo sostenible de Panamá

04 CERVECERÍA NACIONAL, S. A.

12 NUESTRO REPORTE DE DESARROLLO SOSTENIBLE

22 UN MUNDO PRÓSPERO

49 UN MUNDO SOCIABLE

64 UN MUNDO RESISTENTE

72 UN MUNDO LIMPIO

84 UN MUNDO PRODUCTIVO

89 ÍNDICE DE CONTENIDO GRI-G4

PROSPERAR:

La evolución de nuestro compromiso con el desarrollo sostenible de Panamá

Mantenemos la firme convicción de que los negocios son exitosos en entornos viables. Por ello, tanto más aportemos al desarrollo y crecimiento de la economía, las comunidades, la sociedad, y a la protección del ambiente, en esa misma escala prosperarán nuestros negocios.

Vivimos en una época de grandes desafíos para la humanidad: la pobreza, la escasez de agua, el cambio climático y la seguridad alimentaria, son cuestiones apremiantes que no sólo requieren de atención urgente sino de una gran voluntad de trabajo colaborativo entre los gobiernos, las empresas y la sociedad en general. Por esta razón, ser parte de la solución es el fundamento de nuestra estrategia de negocio.

Asumiendo nuestro papel como actores para hacer frente a este panorama, desde hace casi una década adoptamos de la casa matriz[1] la estrategia de desarrollo sostenible 10 Prioridades, Un Futuro, con la que hicimos grandes aportes al progreso de Panamá. Esta estrategia ha evolucionado y se ha alineado con el reciente enfoque de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas, para convertirse en Prosperar, una nueva estrategia enmarcada en cinco áreas prioritarias denominadas Ejes Compartidos, que son guías esenciales para implementar acciones específicas.

Les llamamos Ejes Compartidos, porque los retos que enfrentamos no son individuales y sólo los podemos abordar exitosamente mediante alianzas con la comunidad, los proveedores, el gobierno, las organizaciones no gubernamentales y otras instituciones.

Esta transformación nos plantea una aproximación más enfocada y ambiciosa frente a las problemáticas y las oportunidades globales; nos propone Metas Estratégicas definidas para ser alcanzadas en el año 2020; y nos permite dar continuidad a varios de los programas con los que alcanzados grandes logros en años anteriores.

En Cervecería Nacional, S. A. la estrategia de desarrollo sostenible es un eje transversal a la estrategia de negocio, porque contribuye no solo con el crecimiento de la operación, sino que inspira a nuestra gente y genera valor intangible.

En este quinto reporte de sostenibilidad que corresponde a los Años Fiscales 2014 y 2015, además de reconfirmar nuestro compromiso como signatarios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, nos es grato presentarles los avances y retos en el marco de Prosperar.

De acuerdo con los resultados del estudio que año a año contratamos para medir el aporte económico y social de nuestra operación en Panamá, el impacto directo en 2014 que suma el valor bruto de la producción o ventas del sector fue de 389.9 millones de dólares. En materia de empleo, generamos 1,604 empleos directos y 22,509 indirectos, 26.5 millones de dólares en salarios directos y 99.9 indirectos. De igual forma, proporcionamos ingresos al gobierno por un total de 113.9 millones de dólares de los cuales 80.3 los hemos aportado de manera directa.

A través de nuestro programa 4e, Camino al Progreso seguimos apoyando el desarrollo empresarial y gracias a nuestras iniciativas de emprendimiento hemos

[1] En adelante también se nombrará como SABMiller plc.

beneficiado a 485 detallistas.

Continuamos brindando apoyo a los Centros de Alcance por Mi Barrio, cuyo objetivo es aportar a la reducción de la violencia juvenil en comunidades vulnerables, siendo padrinos de los Centros de Broocklincito (Ciudad de Panamá), Cristóbal (Colón) y Yaviza (Darién), e involucrando a nuestro voluntariado corporativo para aportar al mejoramiento de la calidad de vida y el bienestar de los vecinos de nuestros centros de operación.

Hemos puesto en marcha el programa ResponsableMente para prevenir el consumo de alcohol por parte de menores y mujeres embarazadas. De igual forma, implementamos el programa de educación Negocios Responsables para asegurar que los dueños de expendios de bebidas apliquen las regulaciones vigentes para venta de alcohol y asuman medidas proactivas para la prevención del abuso en el consumo.

Seguimos promoviendo actitudes más responsables entre los conductores panameños a través de Respeta la Vía, Respeta la Vida, y lanzamos la plataforma digital Vía Responsable para incentivar el cumplimiento de las normas de tránsito, el consumo responsable de alcohol entre adultos, y la no venta de bebidas con contenido de alcohol a menores de edad y mujeres embarazadas.

Como resultado de más de una década trabajando en torno al ahorro de agua, hemos reducido en 64% nuestro indicador de consumo de agua, implementamos un sistema de recuperación y reutilización de agua, y desarrollamos un plan de trabajo para mitigar potenciales riesgos que se derivan de los impactos de las olas invernales.

Hemos establecido una alianza público-privada con la Alcaldía de Panamá, dado que seleccionaron nuestro programa de reciclaje comunitario Cambia tu Barrio como piloto para la implementación de la iniciativa nacional de reciclaje Basura Cero.

Gracias al trabajo incansable de nuestros colaboradores y demás aliados estratégicos, hemos logrado resultados sólidos. Guiados por la estrategia Prosperar, comprometidos con los 10 principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y apoyados por la sociedad panameña, seguiremos escribiendo nuevos capítulos en nuestra historia y sintiéndonos orgullosos del aporte que hacemos no solo al desarrollo sostenible de nuestro país sino al del planeta.

CHRISTOPHER RITCHIE

Presidente Ejecutivo
Cervecería Nacional, S. A., una subsidiaria
de SABMiller plc

GRI G4-23.

Ejes Compartidos o Mundos

Un Mundo Próspero:
En el que los ingresos y la calidad de vida estén en crecimiento, aportando a acelerar el desarrollo social en nuestra cadena de valor y en las comunidades en donde operamos.

Un Mundo Sociable:
En el que nuestras cervezas se produzcan, se comercialicen, se vendan y se consuman responsablemente, haciendo de la cerveza la opción natural de los consumidores responsables y moderados.

Un Mundo Resistente:
Donde nuestras empresas, las comunidades locales y los ecosistemas compartan el acceso ininterrumpido al agua potable.

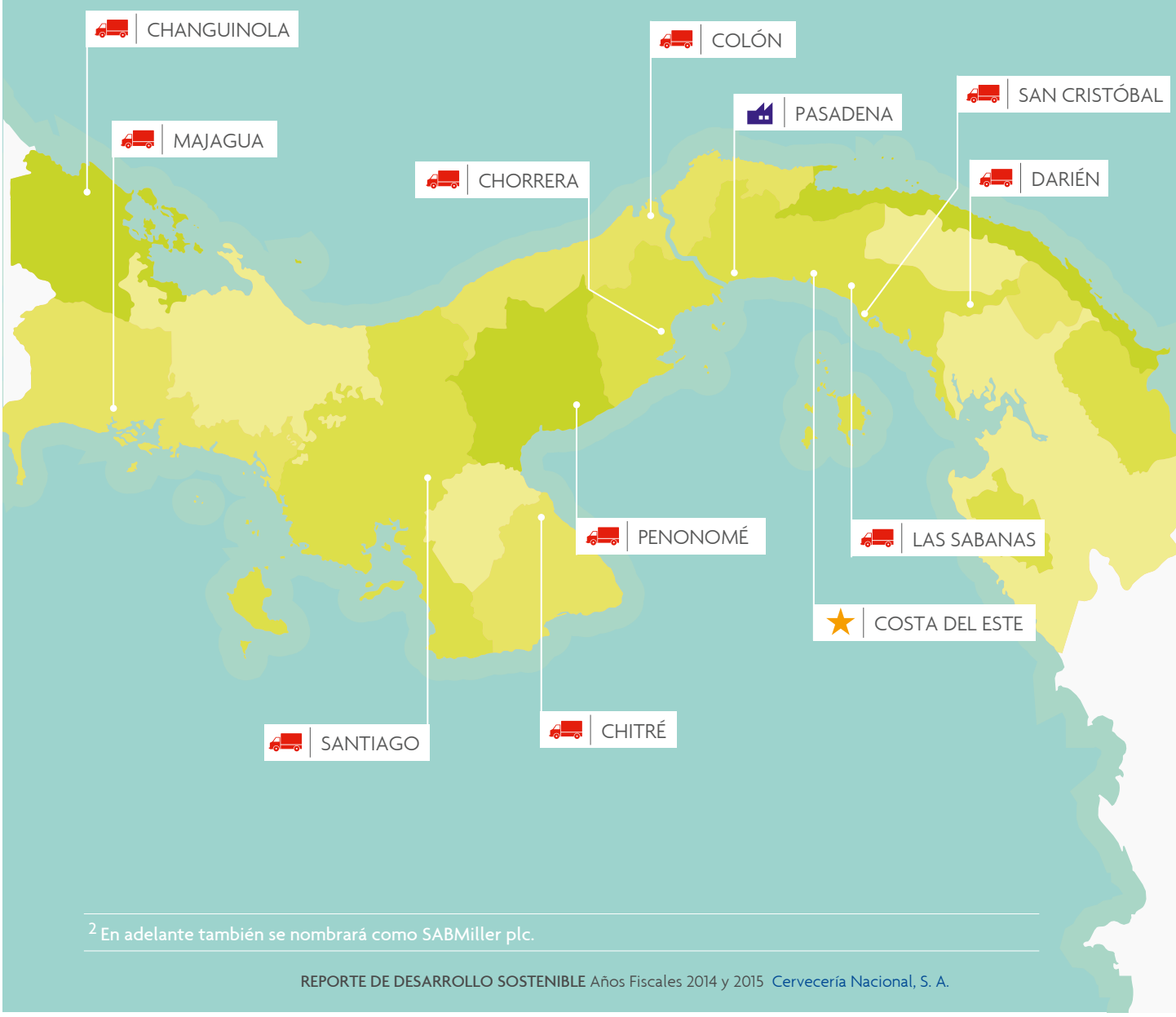
Un Mundo Limpio:
Donde nada se desperdicie y las emisiones sean drásticamente más bajas, creando valor mediante la reducción de emisiones de carbono y el manejo adecuado de los residuos.

Un Mundo Productivo:
En el que la tierra sea utilizada responsablemente, el suministro de alimentos sea seguro, la biodiversidad sea protegida, apoyando el uso responsable y sostenible de la tierra para los cultivos destinados a la industria cervecera.

CERVECERÍA NACIONAL, S. A.[2]

Somos una compañía cervecera y de bebidas, subsidiaria de SABMiller plc y operamos a través de una planta de producción, diez centros de distribución y un centro corporativo

- CENTROS DE DISTRIBUCIÓN
- PLANTA
- OFICINAS



[2] En adelante también se nombrará como SABMiller plc.

PRINCIPALES MARCAS

Con nuestras cervezas, maltas, refrescos y agua llegamos a todo el territorio panameño.

CERVEZAS Y MALTAS

REFRESCOS Y AGUA

VISIÓN

Ser la compañía 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.

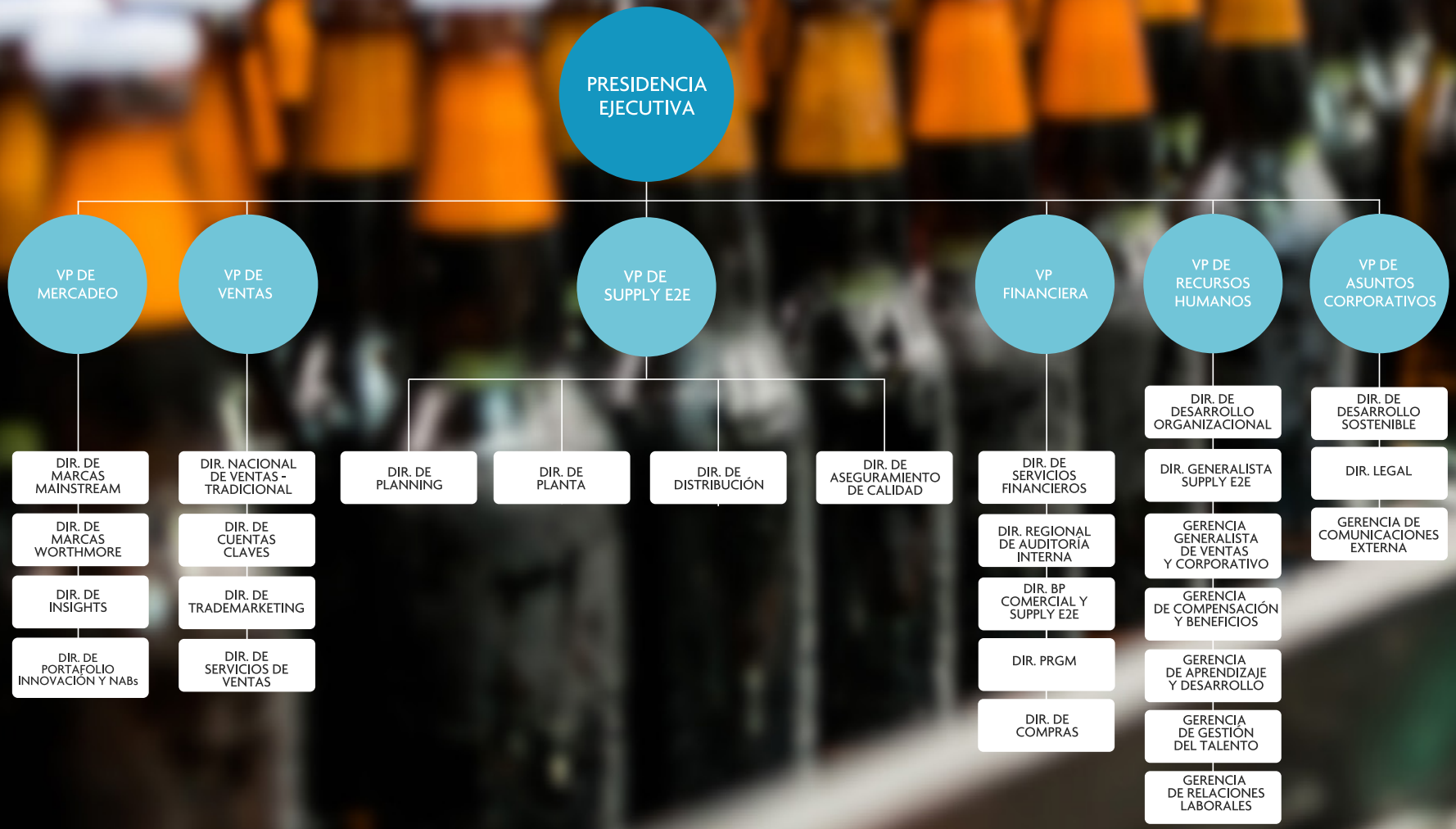
VALORES

- 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.

PRIORIDADES ESTRATÉGICAS

- Crear un negocio balanceado y atractivo.
- Desarrollar portafolios fuertes y relevantes para los mercados locales.
- Elevar constantemente el desempeño de las empresas locales.
- Apalancarnos en nuestra escala global.

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL



CREAMOS Y COMPARTIMOS VALOR

VALOR ECONÓMICO CREADO Y DISTRIBUIDO (MILLONES DE DÓLARES)	AÑO FISCAL 2014	AÑO FISCAL 2015
VALOR ECONÓMICO DIRECTO CREADO (VEC)		
Total ingresos: ventas netas más ingresos procedentes de inversiones financieras y venta de activos	371,9	331,7
VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO (VED)		
Costos operativos	186,1	144,0
Total salarios y beneficios sociales para los colaboradores	42,1	42,0
Pagos a proveedores de capital	28,6	35,9
Pagos a gobiernos: impuestos pagados	83	83
Inversiones en la comunidad	0,5	0,5
Total Valor Económico Distribuido (suma VED, no incluye ingresos)	340,1	305,8
VALOR ECONÓMICO RETENIDO (VER): VEC MENOS VED	31,8	25,9

GRI G4-23

ESTRATEGIA DE DESARROLLO SOSTENIBLE: PROSPERAR

La prosperidad compartida es el camino hacia nuestro éxito como empresa, así como la esencia de nuestra contribución a la sociedad y al entorno. SABMiller plc y sus operaciones en el mundo desempeñan un rol de liderazgo implementando acciones para hacer frente a un sinnúmero de desafíos por tener una mejor sociedad y vivir en un planeta más sano, y hoy basados en los nuevos Ejes Compartidos de nuestra estrategia de Desarrollo Sostenible Prosperar, nos hemos planteado nuevas y ambiciosas metas.

CINCO MUNDOS O EJES COMPARTIDOS

- Son Ejes porque son más que prioridades, son esenciales para nuestro futuro éxito, son urgentes y son apremiantes.
- Son Compartidos porque representan riesgos y oportunidades comunes a nuestra cadena de valor y a las comunidades locales en las cuales trabajamos; porque nuestro éxito está relacionado con la prosperidad del entorno; y porque ninguna organización puede lograrlos por sí sola.
- Son las áreas en las que nos concentraremos para lograr un impacto positivo mayor.

GRI G4-19, GRI G4-20, GRI G4-21 Y GRI G4-27

UN MUNDO PRÓSPERO: en el que los ingresos y la calidad de vida estén en crecimiento, aportando a acelerar el desarrollo social en nuestra cadena de valor y en las comunidades en donde operamos.

Estamos implementando programas para promover el espíritu empresarial, dentro y más allá de nuestra cadena de valor. Concentraremos nuestros esfuerzos en las mujeres, en las personas con ingresos más bajos y en los grupos menos favorecidos.

Meta Estratégica 2020

Apoyaremos directamente a más de medio millón de pequeñas empresas, ayudándoles a crecer, mejorar su subsistencia e impulsar el desarrollo local.

MUNDO SOCIABLE

GRI G4-19, GRI G4-20, GRI G4-21 Y GRI G4-27

UN MUNDO SOCIABLE: en el que nuestras cervezas se produzcan, se comercialicen, se vendan y se consuman responsablemente, haciendo de la cerveza la opción natural de los consumidores responsables y moderado.

Seguiremos fortaleciendo nuestra respuesta frente a los desafíos que plantea el consumo irresponsable de alcohol, mediante el apoyo al cumplimiento de las regulaciones y políticas exhaustivas para asegurar los estándares más elevados de comercialización y venta de nuestros productos.

Continuamos liderando alianzas estratégicas que generan acciones para erradicar el consumo de alcohol entre menores de edad y mujeres embarazadas, y para promover el consumo responsable entre adultos y la seguridad vial.

Meta Estratégica 2020

Incentivaremos un consumo de alcohol moderado y responsable mediante el aumento del número de programas que abarquen a todos los consumidores de cerveza de SABMiller, a nivel local y global.

MUNDO RESISTENTE

GRI G4-19, GRI G4-20, GRI G4-21 Y GRI G4-27

UN MUNDO RESISTENTE: donde nuestras empresas, las comunidades locales y los ecosistemas compartan el acceso ininterrumpido al agua potable.

Estamos construyendo una comprensión local detallada de los riesgos hídricos para asegurar recursos hídricos compartidos para nuestra empresa y las comunidades locales.

Meta Estratégica 2020

Alcanzaremos un nivel de eficiencia de categoría mundial de 3.0 litros de agua por cada litro de cerveza producido, y aseguraremos el suministro de agua compartido con las comunidades mediante una gestión de protección de las cuencas hidrográficas en todos los sitios donde haya riesgo de abastecimiento.

Nuestros Mundos o Ejes Compartidos son la respuesta a los riesgos y a las oportunidades compartidas, por lo que trabajaremos cercanamente con otros actores de la sociedad para crear valor y lograr el mayor impacto positivo.

MUNDO LIMPIO

GRI G4-19, GRI G4-20, GRI G4-21 Y GRI G4-27

UN MUNDO LIMPIO: donde nada se desperdicie y las emisiones sean drásticamente más bajas, creando valor mediante la reducción de emisiones de carbono y el manejo adecuado de los residuos

Trabajaremos a lo largo de toda nuestra cadena de valor, en medición e implementación de iniciativas que nos permitan contar con metas compartidas en materia de emisiones y manejo de residuos, para implementar acciones que nos lleven a obtener mutuos beneficios.

Meta Estratégica 2020

Reduciremos la huella de carbono en toda la cadena de valor en un 25% por litro de cerveza, y en un 50% en todas las cervecerías en conjunto.

MUNDO PRODUCTIVO

GRI G4-19, GRI G4-20, GRI G4-21 Y GRI G4-27

UN MUNDO PRODUCTIVO: en el que la tierra sea utilizada responsablemente, el suministro de alimentos sea seguro, la biodiversidad sea protegida, apoyando el uso responsable y sostenible de la tierra para los cultivos destinados a la industria cervecera.

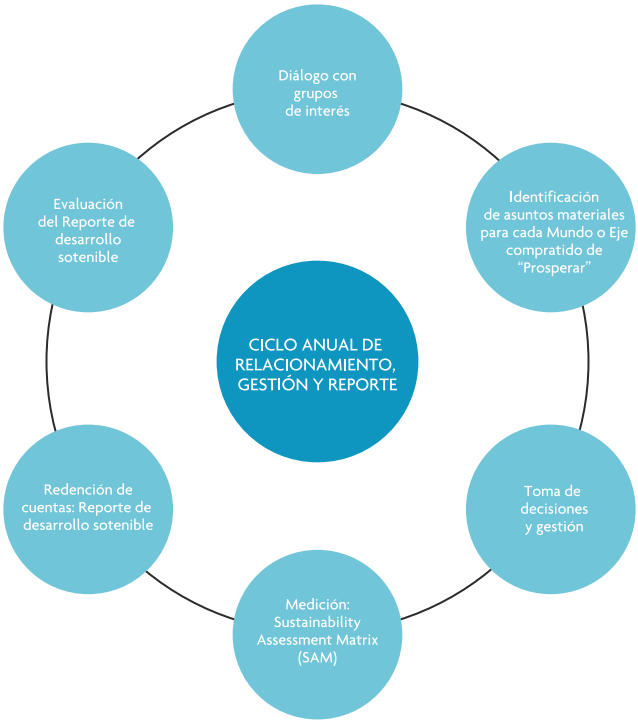
Trabajamos enfocados en asegurar el uso sostenible de la tierra para la provisión de alimentos y la generación de ingresos que mejoren la calidad de vida de personas de escasos recursos, mediante programas de cultivo de materias primas para nuestra operación que generan bienestar y prosperidad a estas familias.

Meta Estratégica 2020

Mejoraremos apreciablemente la seguridad alimentaria y la productividad de recursos mediante la implementación de metas por región y por tipo de cultivo.

NUESTRO REPORTE DE DESARROLLO SOSTENIBLE

Refleja la forma de hacer negocios y el valor que creamos a los grupos de interés.



RELACIONAMIENTO CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

GRI G4-25

La manera como nos relacionamos con nuestros grupos de interés muestra nuestro compromiso de trabajar conjuntamente para enfrentar los desafíos que tenemos como sociedad. La continua búsqueda por materializar alianzas de trabajo con organizaciones gubernamentales y no gubernamentales, empresas privadas y la sociedad en general, que nos permita apalancar recursos y esfuerzos para lograr impactos positivos relevantes, es el lineamiento que rige el relacionamiento con nuestros grupos de interés.

Nuestros grupos de interés están delimitados según su influencia en nuestra gestión y el impacto de nuestra operación sobre sus realidades.

GRI G4-24 Y GRI G4-26

GRUPOS DE INTERÉS	ESCENARIOS DE INVOLUCRAMIENTO PARA CADA GRUPO DE INTERÉS
ACCIONISTAS	Se realiza a nivel de Comité Ejecutivo de SABMiller plc
JUNTA DIRECTIVA	Se realiza a nivel de Comité Ejecutivo de SABMiller plc
COMITÉ EJECUTIVO LOCAL	Reuniones con colaboradores, proveedores y otros grupos de interés, correo electrónico.
COLABORADORES	Comunicación electrónica semanal Todos al Día, Línea ética, página web, correo electrónico, reuniones de equipo y retroalimentación sobre nuestra memoria de sostenibilidad.
CLIENTES	Centro de atención de clientes, relación directa con el personal de ventas, participación en programas de desarrollo de negocios y otros entrenamientos.
CONSUMIDORES	Línea de atención al cliente, página web, redes sociales, visitas a la planta de producción.
PROVEEDORES	Línea ética, reuniones con el equipo de compras y retroalimentación sobre nuestra memoria de sostenibilidad.
COMUNIDADES VECINAS	Voluntarios corporativos, reuniones con líderes comunitarios, visitas a la planta de producción y retroalimentación sobre nuestra memoria de sostenibilidad.
AGENCIAS DE PUBLICIDAD Y COMUNICACIONES	Charlas de entrenamiento sobre nuestras políticas.
ORGANIZACIONES NO GUBERNAMENTALES	Convocatorias a presentar propuestas para desarrollo de proyectos, reuniones de trabajo para desarrollar proyectos, participación en mesas de trabajo de desarrollo económico, social y ambiental y retroalimentación sobre nuestra memoria de sostenibilidad.
ENTIDADES GUBERNAMENTALES	Reuniones para desarrollar alianzas estratégicas para implementar programas conjuntos para el desarrollo de nuestras comunidades y retroalimentación sobre nuestra memoria de sostenibilidad.
GREMIOS	Participación en Juntas Directivas y en mesas de trabajo, y retroalimentación sobre nuestra memoria de sostenibilidad.
MEDIOS DE COMUNICACIÓN	Alianzas de trabajo conjunto para desarrollar programas que trabajan en torno a una sociedad más tolerante y consciente de su papel en el cambio hacia un mejor país y retroalimentación sobre nuestra memoria de sostenibilidad.
ACADEMIA	Alianzas de trabajo conjunto para el desarrollo de los estudiantes alineados con las necesidades de las empresas y retroalimentación sobre nuestra memoria de sostenibilidad.

PRINCIPALES ASOCIACIONES Y ORGANIZACIONES

Somos signatarios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y adicionalmente, participamos y colaboramos en distintas instancias relacionadas con los Ejes Compartidos de Prosperar.

UN MUNDO SOCIABLE

Fundación Saber Beber	Compartimos buenas prácticas con los importadores, comercializadores y productores internacionales y nacionales de alcohol y cervezas. Discernimos y llegamos a acuerdos sobre comunicación comercial responsable.

UN MUNDO RESISTENTE

• Sindicato de Industriales de Panamá (SIP) Comisión de Ambiente • Cámara de Comercio, Industrias y Agricultura de Panamá • Comisión de Agua	Compartimos buenas prácticas.

UN MUNDO LIMPIO

• Sindicato de Industriales de Panamá (SIP) Comisión de Ambiente • Sub Comité de Ambiente y Reciclaje	Compartimos buenas prácticas.

UN MUNDO PRÓSPERO

• Organización SumaRSE / Mesa de trabajo para inclusión laboral de personas con discapacidad • United Way Panama / Centro de Alcance por mi Barrio Broocklincito • Consejo Nacional de la Empresa Privada (CoNEP) / Programa de Erradicación del Trabajo Infantil • Consejo Nacional de la Empresa Privada (CoNEP) / Comité Cinta Roja Empresarial	• Desarrollo y participación de ferias laborales para reclutamiento de personas con discapacidad. • Participación en mesas de trabajo para compartir experiencias. • Participación en campañas generadas por los gremios para toma de conciencia en erradicación del trabajo infantil y no discriminación por VIH.

ADOR

PROCESO PARA DETERMINAR EL CONTENIDO DEL REPORTE

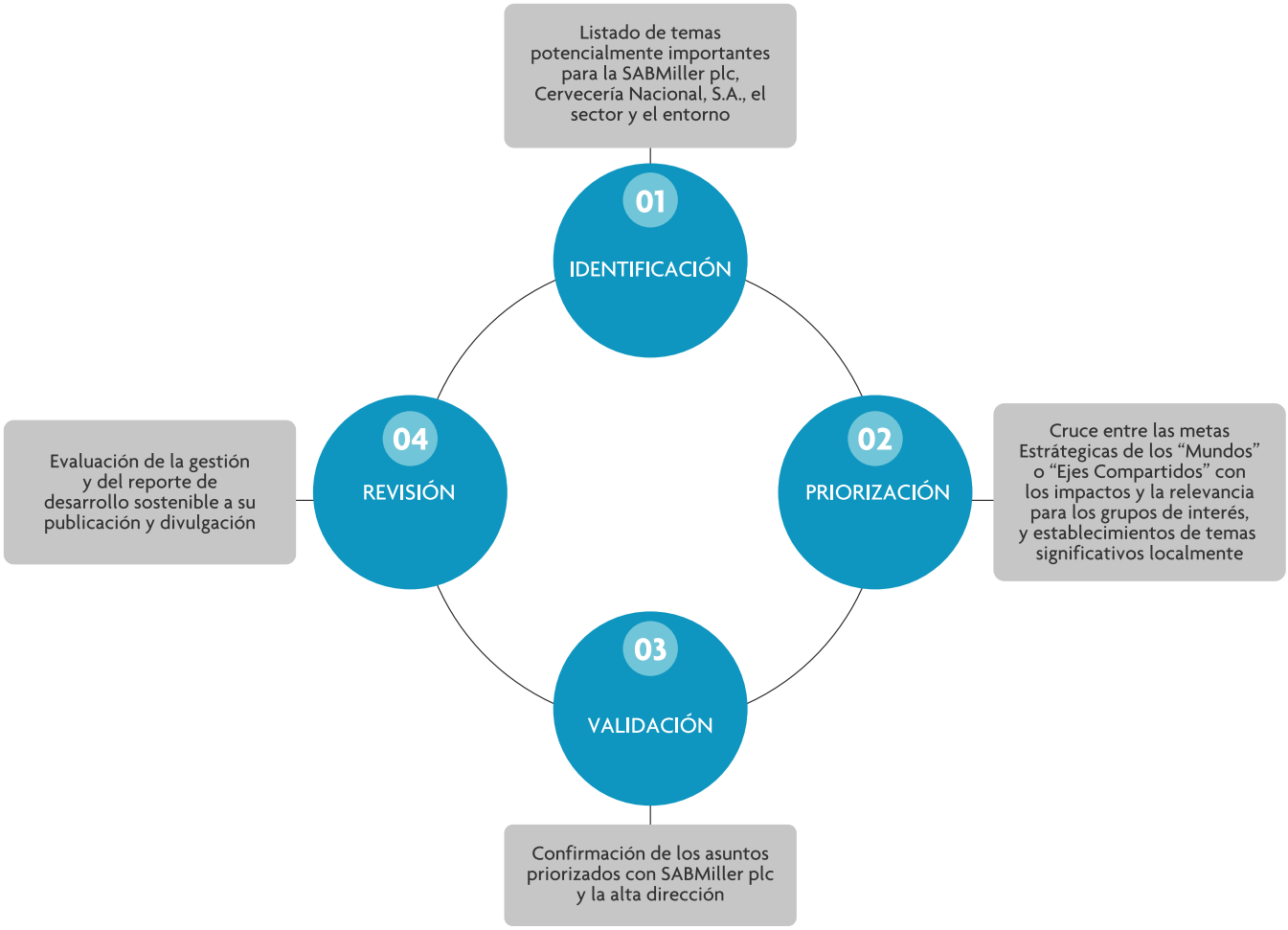
GRI G4-19, GRI G4-20, GRI G4-21 Y GRI G4-27

Tanto Prosperar como los cinco Mundos o Ejes Compartidos y las Metas Estratégicas, son el producto del análisis de los riesgos y oportunidades del negocio de SABMiller a nivel global y local, y se constituyen en los lineamientos de trabajo para todas las operaciones de la casa matriz, con los cuales implementamos iniciativas para crear valor a todos nuestros grupos de interés.

Los asuntos materiales hacen parte de nuestra visión a 2020 que está alineada con los nuevos Objetivos de Desarrollo Sostenible y los 10 Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

Para establecer los asuntos materiales asociados a cada Eje Compartido o Mundo, se llevó a cabo el siguiente proceso:

GRI G4-18



En la priorización, se tuvieron en cuenta: la estrategia de desarrollo sostenible Prosperar, los asuntos planteados por estándares globales, los temas abordados por medios de comunicación en relación son el sector al que pertenecemos, las expectativas planteadas por los grupos de interés a través de los distintos canales de comunicación y espacios de diálogo, y asuntos significativos señalados por otras empresas líderes de la industria.

ASUNTOS SIGNIFICATIVOS PARA NUESTRO NEGOCIO Y LOS GRUPOS DE INTERÉS

UN MUNDO PRÓSPERO

GRI G4-19, GRI G4-20, GRI G4-21 Y GRI G4-27

ASUNTOS MATERIALES	COBERTURA: ÁMBITO DE IMPACTO DE LOS TEMAS SIGNIFICATIVOS	
	DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN	FUERA DE LA ORGANIZACIÓN
Valoración de la diversidad	Colaboradores Comité Ejecutivo Local	Participación en programas de reclutamiento de personas con discapacidad (Organización SumaRSE)
Desarrollo del talento humano	Colaboradores Comité Ejecutivo Local	Programas de desarrollo de carrera para colaboradores.
Salud y seguridad ocupacional	Colaboradores Comité Ejecutivo Local	Contratistas y comunidades
Remuneración competitiva y equitativa	Colaboradores Comité Ejecutivo Local	Proveedores (guía de abastecimiento responsable)
Bienestar para los empleados y sus familias	Colaboradores	Familias (celebraciones familiares, becas educativas, seguro médico privado, etc.)
Libertad de asociación	Colaboradores	
Apoyo a minoristas	Voluntariado Corporativo	Clientes (programas de desarrollo de negocios)
Mejores prácticas en la cadena de suministro	Colaboradores de compras	Proveedores (guía de abastecimiento responsable)
Inclusión de proveedores en los planes de trabajo de las empresas	Colaboradores de compras	Proveedores (guía de abastecimiento responsable)
Códigos o políticas para proveedores	Colaboradores de compras	Proveedores (guía de abastecimiento responsable)
Evaluación de actividades de abastecimiento	Colaboradores de compras	Proveedores (guía de abastecimiento responsable)
Compras responsables	Colaboradores de compras	Proveedores (guía de abastecimiento responsable)

DESARROLLO LOCAL MEDIANTE COMPRAS LOCALES	Colaboradores de compras	Proveedores Comunidades vecinas
PROMOCIÓN Y APOYO AL EMPRENDIMIENTO	Voluntariado Corporativo	Clientes Comunidades vecinas
DESARROLLO DE PROGRAMAS Y PROYECTOS PARA INCENTIVAR LA COMPETITIVIDAD	Voluntariado Corporativo	Clientes (programas de desarrollo de negocios)
FORTALECIMIENTO DE PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS	Voluntariado Corporativo	Clientes (programas de desarrollo de negocios) Comunidades vecinas
INVERSIÓN EN INFRAESTRUCTURA	Voluntariado Corporativo	Comunidades vecinas (centros de apoyo juvenil)
DESARROLLO DE INICIATIVAS RELACIONADAS CON CAUSAS COMO EDUCACIÓN, TURISMO, SALUD Y AMBIENTE	Voluntariado Corporativo	Comunidades vecinas
DERECHOS HUMANOS Y CADENA DE SUMINISTROS	Colaboradores de compras	Proveedores

UN MUNDO SOCIABLE

GRI G4-19, GRI G4-20, GRI G4-21 Y GRI G4-27

ASUNTOS MATERIALES	COBERTURA: ÁMBITO DE IMPACTO DE LOS TEMAS SIGNIFICATIVOS	
	DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN	FUERA DE LA ORGANIZACIÓN
Comercialización, venta y consumo responsable de bebidas alcohólicas	Colaboradores Voluntarios Corporativos Comité Ejecutivo Local	• Consumidores • Clientes • Proveedores • Comunidades vecinas • Entidades gubernamentales • Asociaciones • Gremios • Organizaciones No Gubernamentales • Academia • Medios de comunicación
Fomento a la cultura del consumo responsable de alcohol		
Consumo responsable de alcohol solo entre adultos		
Cero tolerancia frente al consumo de alcohol en menores de edad		
No consumo de alcohol y embarazo		
No consumo de alcohol y actividades como conducción o deportes		
Adhesión a compromisos globales para reducir el consumo irresponsable de alcohol	Junta Directiva	
Autorregulación publicitaria	Colaboradores, Comité Ejecutivo Local Agencias de Publicidad y de Comunicaciones	
Alianzas con terceros para desincentivar el consumo irresponsable de alcohol	Comité Ejecutivo Local	

UN MUNDO RESISTENTE

GRI G4-19, GRI G4-20, GRI G4-21 Y GRI G4-27

ASUNTOS MATERIALES	COBERTURA: ÁMBITO DE IMPACTO DE LOS TEMAS SIGNIFICATIVOS	
	DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN	FUERA DE LA ORGANIZACIÓN
Comprensión de los riesgos relacionados con el agua	• Colaboradores • Voluntarios Corporativos • Comité Ejecutivo Local	• Clientes • Proveedores • Comunidades vecinas • Organizaciones no gubernamentales • Gremios
Estudios de huella hídrica		
Reducción del consumo de agua en la producción		
Reúso y reciclaje de agua		
Cuidado y conservación de fuentes de agua		
Compensación en zonas con escasez de agua		
Contribución con el acceso de agua potable por parte de las comunidades		
Campañas de educación ambiental para la protección del recurso hídrico		Proveedores Comunidades vecinas Medios de comunicación

UN MUNDO LIMPIO

GRI G4-19, GRI G4-20, GRI G4-21 Y GRI G4-27

ASUNTOS MATERIALES	COBERTURA: ÁMBITO DE IMPACTO DE LOS TEMAS SIGNIFICATIVOS	
	DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN	FUERA DE LA ORGANIZACIÓN
Optimización del consumo energético	• Colaboradores • Voluntarios Corporativos • Comité Ejecutivo Local	• Distribuidores • Clientes • Proveedores • Cultivadores • Comunidades vecinas • Gremios
Uso de energías alternativas		
Mejora continua en la reducción de emisiones		
Transporte y refrigeración		
Reforestación		
Reducción de emisiones en la cadena de suministro		
Meta cero desperdicios		
Empaques sostenibles		
Reducción en el peso de envases		
Uso de materiales reciclables		
Fomento de la reducción, el reciclaje y el reúso		
Generación o recuperación de residuos para producción de energía		
Evaluación del ciclo de vida del producto		
Cultura de reciclaje posconsumo		• Consumidores • Gobierno • Organizaciones no gubernamentales • Comunidades vecinas

UN MUNDO PRODUCTIVO

GRI G4-19, GRI G4-20, GRI G4-21 Y GRI G4-27

El ámbito de impacto de los asuntos asociados a este Mundo, está fuera de Cervecería Nacional, S. A. y se relaciona particularmente con quienes hacen parte de la cadena de suministros de materias primas (cultivadores).

ASUNTOS MATERIALES

- Uso productivo de la tierra
- Protección de la biodiversidad
- Cuidado del suelo
- Fortalecimiento de pequeñas y medianas empresas
- Desarrollo de programas y proyectos para incentivar la competitividad
- Compras responsables
- Mejoramiento de la calidad de vida de los agricultores y sus familias
- Seguridad alimentaria
- Acceso a derechos territoriales

MUNDO PRÓSPERO

En el que los ingresos y la calidad de vida estén en crecimiento, aportando a acelerar el desarrollo social en nuestra cadena de valor y en las comunidades en donde operamos.

GRI G4-19, GRI G4-20, GRI G4-21 Y GRI G4-27

UN MUNDO PRÓSPERO

Gestionamos localmente estrategias y políticas globales de nuestra casa matriz SABMiller para potenciar las posibilidades de desarrollo y de mejora de la calidad de vida de los distintos actores que hacen parte de nuestra cadena de valor. Sabemos que como empresa líder en el sector de bebidas tenemos la capacidad de impactar positivamente a la sociedad, creando empleos de calidad, promoviendo el crecimiento de nuestros proveedores y clientes, y apoyando el desarrollo de las comunidades vecinas, enmarcados siempre en el respecto a los derechos humanos.

Metas globales, programas locales

Apoyar directamente a más de medio millón de pequeñas y micro empresas haciéndolas parte de programas que aporten a fortalecer sus negocios y aporten al mejoramiento de su calidad de vida.

INCENTIVAMOS EL DESARROLLO EN NUESTRA CADENA DE VALOR

4E, CAMINO AL PROGRESO[3]: PARA DUEÑOS DE TIENDAS, SUS FAMILIAS Y SUS COMUNIDADES

Desde 2013 SABMiller plc inició la implementación de este programa regional en seis países de Latinoamérica, para aportar al fortalecimiento de pequeños negocios que son la base del sustento de numerosas familias de escasos recursos, que son motor de impulso económico en la región.

A través de 4e, Camino al Progreso aportamos al desarrollo empresarial de los dueños de pequeños negocios, porque les apoyamos para adquirir habilidades administrativas, contables y de liderazgo, a la vez que les entregamos elementos para su crecimiento personal, familiar y su proyección comunitaria, de manera que puedan desarrollar e implementar actividades que redunden en el fortalecimiento y crecimiento de sus negocios, y de esta forma asegurar mejor la calidad de vida de sus familias y el bienestar de sus comunidades.

[3] Amplíe información en el Website www.caminoalprogreso.com, la cuenta de Twitter oficial del programa @lider4e o en Facebook como 4e Camino al Progreso.

Nuestra meta es apoyar a un total de 850 dueños de tiendas en todo el país, durante los 5 años que están proyectados para este programa, tarea que estamos realizando de la mano de nuestro aliado estratégico FUNDES, que hace el trabajo de campo.

IMPLEMENTACIÓN

El nombre 4e, Camino al Progreso está relacionado con las cuatro etapas de desarrollo que trabajamos con los dueños de tiendas: Responsabilidad, Sostenibilidad, Excelencia y Liderazgo Comunitario.

Cada año iniciamos con una sensibilización a la fuerza de ventas, distribución y atención al cliente, para que sean ellos quienes inviten a los tenderos a participar de manera gratuita y les resuelvan las inquietudes relacionadas con el programa. Simultáneamente hacemos una convocatoria a través de las emisoras de radio de la localidad donde se va a implementar el programa.

Una vez los dueños de las tiendas se han inscrito, reciben la primera charla de inducción en grupos que son conformados según la áreas geográficas de ubicación de los negocios. Posteriormente, se lleva a cabo un diagnóstico tienda por tienda, para identificar las principales oportunidades de mejora de los negocios y entender la relación del tendero con su familia y su comunidad.

La siguiente fase es la formación presencial mediante seis módulos, que sentarán las bases para el desarrollo de habilidades.

MÓDULO 1.
Ventas y estrategia de ubicación de los productos en el negocio.

MÓDULO 2.
Administración del negocio: ingresos, gastos, inventarios y ventas a crédito.

MÓDULO 3.
Finanzas del negocio: ciclo del dinero, costos, ganancias y crédito.

MÓDULO 4:
Mi negocio, mi patrimonio familiar: tiempo, unidad familiar, previsiones y gastos familiares.

MÓDULO 5:
Venta responsable de bebidas con contenido de alcohol.

MÓDULO 6:
Liderazgo comunitario: dirigido al 20% de los beneficiarios que muestren habilidades de liderazgo durante la formación.

Al finalizar la etapa de formación en grupo, inicia el acompañamiento y monitoreo individual realizado por los mismos facilitadores que brindaron la formación. En esta fase la meta es asegurar el cumplimiento de los planes de acción que cada dueño de tienda desarrolla a partir de los aprendizajes adquiridos en cada módulo.
Los dueños de tienda seleccionados para tomar el módulo de Liderazgo, reciben un acompañamiento especial que busca apoyarlos en la implementación de las iniciativas dirigidas a la comunidad seleccionada.

Finalmente, invitamos a los participantes a retroalimentarnos en relación con indicadores de éxito y oportunidades de mejora del programa.

Resultados

Durante el Año Fiscal 2014 implementamos el programa en la Península de Azuero, área que por aquel tiempo sufría una depresión económica debido a las continuas sequías, pero que presentaba un panorama positivo de crecimiento económico dada la cercanía al nuevo aeropuerto internacional de Río Hato, lo cual representaba una oportunidad de crecimiento para los pequeños negocios debido potencial ingreso de turistas y nuevos proyectos de desarrollo del área. En consecuencia, tras la convocatoria 197 dueños de tiendas de Chitré, las Tablas, Parita y Macaracas se inscribieron en el programa y 160 de ellos se graduaron y empezaron a gestar valiosas historias de éxito.

En el Año Fiscal 2015, debido a las múltiples solicitudes de los negocios ubicados en la Provincia de Coclé, decidimos iniciar el segundo año allí. Fue así como 214 dueños de tiendas de Coclesito, Aguadulce, Tambo, Penonomé, Natá y Río Grande se inscribieron y 175 de ellos se graduaron.

	AÑO FISCAL 2014 PENÍNSULA DE AZUERO	AÑO FISCAL 2015 PROVINCIA DE COCLÉ
Inversión en dólares para la implementación del programa	**162,588**	**116,871**
Total dueños de tiendas inscritas	**197**	**214**
Total dueños de tiendas graduados	**160**	**175**
Porcentaje de mujeres cabeza de familia graduadas	**64%**	**63%**
Incremento promedio en las ventas de los tenderos que cumplieron con todo el programa	**14.6%**	**7.4%**
Planes de acción implementados	**88 %**	**83%**
Planes de vida diseñados	**160**	**175**

Participación activa del Voluntariado Corporativo

Durante los años de ejecución 135 voluntarios de 2 centros de distribución han donado 330 horas de apoyo a 4e, Camino al Progreso, en actividades tales como acompañamiento durante formaciones, montaje y desmontaje de eventos de graduación, aplicación y digitalización de encuestas, atención a beneficiarios con refrigerios, donaciones a los proyectos comunitarios y visitas tiendas.

‹‹El programa 4e, Camino al Progreso me ha encantado porque brinda oportunidades de desarrollo a los panameños y me alegra saber que una empresa como Cervecería Nacional, S. A. crea en los pequeños empresarios del país y los respalde en su crecimiento. Los pequeños empresarios sienten que es difícil sobrevivir en un entorno cada vez más competitivo y en el que se requiere de mayor preparación. Por esta razón, 4e, Camino al Progreso se convierte en un programa de altísima relevancia que permite no solo adquirir destrezas sino aplicar acciones de mejora con un enfoque de sostenibilidad. Sin embargo, es importante que las instituciones guberbamentales se comprometan y aunen esfuerzos para construir un entorno que facilite el emprendimiento en nuestro país.›› **Fátima Cosme, Cámara de Comercio de Coclé**

MI TIENDA, APOYANDO A NUESTRA COMUNIDAD ASIÁTICA

La comunidad asiática es parte integral de la historia de Panamá y está constituida por personas que tienen la firme determinación de mejorar su calidad de vida y la de sus familias. Se ha convertido en una fuerza económica muy importante dado que son los dueños de aproximadamente el 98% de las tiendas de abarrotes en el país.

Dado que entendemos que los pequeños emprendedores encuentran retos para sacar adelante sus negocios, desarrollamos el programa Mi Tienda en alianza con FUNDES, dirigido específicamente a los dueños de que hacen parte de la comunidad en mención, con el objetivo de brindarles herramientas para fortalecer sus negocios y de esta manera apoyarlos en lograr su objetivo de mejorar su calidad de vida y la de sus familias.

Hacer un análisis previo para conocer a los beneficiarios del programa Mi Tienda fue determinante para el éxito de las fases iniciales de convocatoria y diagnóstico, así como para diseñar las capacitaciones y hacer el acompañamiento a acciones de mejora. Uno de los principales resultados de este análisis previo, fue la identificación de la necesidad de contar con facilitadores que hablaran cantonés y otros dialectos como hakka y seiyap.

Una vez inscritos los 75 dueños y administradores de tiendas ubicadas en el área metropolitana de Panamá, realizamos un diagnóstico en cada uno de sus negocios para identificar las oportunidades de mejora y diseñar sus planes de acción.

Los 75 dueños y administradores de los negocios recibieron durante 9 meses capacitación y acompañamiento en torno a los siguientes temas:

- Mejora de la rentabilidad de los negocios.
- Afianzamiento de las capacidades de gestión empresarial, formalización y cumplimento de los requerimientos legales.
- Implementación de mejores prácticas en salud, higiene e inocuidad para la manipulación de alimentos en línea con los estándares existentes.
- Fortalecemiento de la imagen de sus tiendas para mejorar la percepción del cliente en materia de calidad, mejor surtido de productos, mejor atención al cliente, limpieza e higiene.

WAITERS ALL STAR, PARA NUESTROS CLIENTES

Entrenamos a 1,054 meseros de 54 negocios.

Durante los Años Fiscales 2014 y 2015 continuamos con el plan de formación a meseros de restaurantes, bares y hoteles, para ayudarlos a fortalecer sus habilidades en atención al cliente, lo que redunda en incremento de clientes y ganancias para el negocio. La capacitación incluyó también el conocimiento de nuestro portafolio de bebidas y la visita de nuestra planta de producción.

Principales resultados

100%

Participó en las capacitaciones y recibió acompañamiento en el proceso de mejora.

87%

Presentó mejoras en acomodo, higiene e inocuidad.

55%

Mostró cambios positivos en la imagen tanto externa como interna de sus negocios.

15%

Logró mejores resultados en su desempeño administrativo.

CRECEMOS DE LA MANO DE NUESTROS PROVEEDORES

Al cierre del Año Fiscal 2015, el 82% de nuestros proveedores eran locales y ellos representaban más del 50% de nuestra inversión en insumos y materias primas.

	AÑO FISCAL 2014	AÑO FISCAL 2015
Total proveedores	1,729	1,303
Proveedores nacionales (número)	1,528	1,068
Compras a proveedores nacionales (dólares)	168,93,228.34	113,852,155.99
Proveedores extranjeros (número)	201	235
Compras a proveedores extranjeros (dólares)	67,100,479.84	96,263,288.02

MARCO DE RELACIONAMIENTO Y ACTUACIÓN

Los Principios de Abastecimiento Responsable que hemos adoptado de nuestra casa matriz, se orientan a la gestión y el relacionamiento con los proveedores. En este escenario, promovemos la conducta ética y transparente en los negocios, el ofrecimiento de condiciones seguras de trabajo con horarios y salarios justos, el no al trabajo infantil y al empleo forzoso, la diversidad e igualdad de oportunidades, la libertad de asociación y el respeto por el ambiente.

OFRECEMOS EMPLEO DE CALIDAD

Generamos empleo, procuramos el bienestar de nuestros colaboradores e impulsamos la diversidad.

NÚMERO DE COLABORADORES SEGÚN TIPO CONTRATO Y GÉNERO	AÑO FISCAL 2014			AÑO FISCAL 2015		
	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Directos: contrato a término indefinido	1,323	198	1,521	1,289	192	1,481
Indirectos: contrato temporal	72	12	84	65	11	76
TOTAL	1,395	210	1,605	1,254	203	1,557

NÚMERO DE COLABORADORES DIRECTOS SEGÚN PROCEDENCIA GEOGRÁFICA Y GÉNERO	AÑO FISCAL 2014			AÑO FISCAL 2015		
	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Extranjeros	15	10	25	20	10	30
Panameños	1,308	188	1,496	1,269	182	1,451
TOTAL	1,323	198	1,521	1,289	192	1,481

NÚMERO DE COLABORADORES DIRECTOS SEGÚN NIVEL ORGANIZACIONAL Y GÉNERO	AÑO FISCAL 2014			AÑO FISCAL 2015		
	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Presidente	1	0	1	1	0	1
Vicepresidentes	6	1	7	5	1	6
Directores	18	10	28	19	10	29
Gerentes	48	39	87	47	34	81
Especialistas, Coordinadores, Analistas, Supervisores	171	80	251	185	81	266
Operadores	708	68	776	676	62	738
Ayudantes	371	0	371	356	4	360
TOTAL	1,323	198	1,521	1,289	192	1,481

PORCENTAJE DE ALTOS DIRECTIVOS PANAMEÑOS (PRESIDENTE, VICEPRESIDENTES, DIRECTORES Y GERENTES)	
AÑO FISCAL 2014	84.55 %
AÑO FISCAL 2015	75.21 %

TASA DE CONTRATACIONES	AÑO FISCAL 2014	AÑO FISCAL 2015
	221	174

NUEVAS CONTRATACIONES SEGÚN RANGOS DE EDAD (NÚMERO DE PERSONAS CONTRATADAS)	AÑO FISCAL 2014	AÑO FISCAL 2015
De 18 a 25	50	45
De 26 a 35	100	80
De 36 a 45	50	43
De 46 a 55	20	4
Más de 55	1	2
Total	221	174

NUEVAS CONTRATACIONES SEGÚN GÉNERO (NÚMERO DE PERSONAS CONTRATADAS)					
AÑO FISCAL 2014			AÑO FISCAL 2015		
HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
183	38	221	146	28	174

NUEVAS CONTRATACIONES SEGÚN PROCEDENCIA (NÚMERO DE PERSONAS CONTRATADAS)					
AÑO FISCAL 2014			AÑO FISCAL 2015		
PANAMEÑOS	EXTRANJEROS	TOTAL	PANAMEÑOS	EXTRANJEROS	TOTAL
217	4	221	165	9	174

ÍNDICE DE ROTACIÓN (SALIDAS VOLUNTARIAS E INVOLUNTARIAS)	AÑO FISCAL 2014	AÑO FISCAL 2015
	23.66 %	17.01 %

ROTACIÓN SEGÚN RANGOS DE EDAD	AÑO FISCAL 2014	AÑO FISCAL 2015
De 18 a 25	91	26
De 26 a 35	158	129
De 36 a 45	77	74
De 46 a 55	23	18
Más de 55	11	5
TOTAL	360	252

ROTACIÓN SEGÚN GÉNERO					
AÑO FISCAL 2014			AÑO FISCAL 2015		
HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
314	46	360	208	44	252

ROTACIÓN SEGÚN PROCEDENCIA					
AÑO FISCAL 2014			AÑO FISCAL 2015		
PANAMEÑOS	EXTRANJEROS	TOTAL	PANAMEÑOS	EXTRANJEROS	TOTAL
352	8	360	250	2	252

Salario promedio los hombres con respecto al de las mujeres desglosado por ubicaciones significativas de actividad (miles de dólares)	AÑO FISCAL 2014		AÑO FISCAL 2015	
	Salario general promedio (expresado como índice del salario de hombres)		Salario general promedio (expresado como índice del salario de hombres)	
	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES
Vicepresidentes	100	91	100	92
Directores	100	99	100	91
Gerentes	100	102	100	100

BIENESTAR Y BENEFICIOS

INVERSIÓN EN COLABORADORES Y SUS FAMILIAS (MILLONES DE DÓLARES)	AÑO FISCAL 2014	AÑO FISCAL 2015
Total	**37,140,564**	**38,185,738**
Salarios y prestaciones sociales legales	31,964,444	32,997,910
Servicios médicos y vida	956,605	913,862
Formación, becas para los colaboradores y sus hijos	615,948	764,024
Bienestar, clínicas, uniformes, transporte, pruebas VIH, plan vehicular, combustible, teléfonos móviles	3,166,786	3,116,573
Actividades de Bienestar, Fiesta de Navidad (adultos), Fiesta de Navidad (niños), Día del Niño, Día Cervecero y Actividades Deportivas	436,781	393,369

PORCENTAJE DE EMPLEADOS CUBIERTOS POR CONVENIOS COLECTIVOS (CONVENCIÓN)	
AÑO FISCAL 2014	40.82%
AÑO FISCAL 2015	41.99%

Cuarto de Lactancia

De acuerdo con la Organización Mundial de la Salud (OMS), ‹‹La lactancia materna es la forma ideal de aportar a los niños pequeños los nutrientes que necesitan para un crecimiento y desarrollo saludables››. Por lo anterior, en Cervecería Nacional, S. A. nos hemos unido con Ferval International [4] a través de sus marcas Pigeon y Lansinoh para crear nuestro primer cuarto de lactancia.

Somos la tercera empresa de Panamá en ofrecer este beneficio para nuestras colaboradoras. Este es un espacio equipado con todos los elementos necesarios, en un ambiente privado y agradable, en donde hay una nevera para guardar la leche a la temperatura adecuada y de forma correcta durante la jornada laboral; asimismo se ofrece información sobre lactancia materna y otros temas importantes para las madres primerizas.

‹‹Las mujeres juegan un papel fundamental en Cervecería Nacional, S. A. No queremos que una mujer vea difícil su lactancia porque no tiene mecanismos para extraerse la leche, pues estamos convencidos de la importancia de esta etapa para los niños. ›› **Pablo Uribe, Vicepresidente de Recursos Humanos**

Punto de Pago

En las cafeterías de planta Pasadena y en el centro de distribución de San Cristóbal, instalamos kioscos de punto pago para realizar transacciones a empresas como Cable Onda, Claro, ENSA y Gas Natural Fenosa, además de hacer recarga de tarjetas de Metrobus y Metro.

Feria de Proyectos Habitacionales

Durante este evento en el que participaron compañías como el Grupo Corcione, Grupo Lefevre, Amarilo, BAC y Banco General, nuestros colaboradores tuvieron acceso a los distintos tipos de proyectos habitacionales que se están llevando a cabo en La Chorrera y Panamá y a las ofertas relacionadas.

[4] Empresa de distribución de productos para bebé.

DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

Comprometidos con el desarrollo social de nuestro país, declaramos nuestro compromiso con ofrecer empleos de calidad, y respetar y hacer cumplir nuestra Política de Diversidad e Inclusión. Por ello, durante el Año Fiscal 2014 nos integramos a los talleres de Inclusión Laboral para Personas con Discapacidad que ofreció SumaRSE, con miras a fortalecer nuestra cultura de inclusión en todos los niveles, impulsando la creación de mejores ambientes de trabajo y oportunidades de empleo para las personas con discapacidad.

Durante el Año Fiscal 2015 participamos en la Primera Mesa de Identificación de Oportunidades para Personas con Discapacidad, organizada por SumaRSE, cuyo objetivo fue el de elaborar una Guía para la Inclusión Laboral de Personas con Discapacidad y de esta forma apoyar a todas las organizaciones comprometidas con esta iniciativa. En septiembre de 2015, SumaRSE presentó la Guía de Buenas Prácticas de Inclusión, la cual refleja la experiencia de las once organizaciones que durante el año inmediatamente anterior fuimos parte de la mesa de trabajo, realizando acciones concretas en favor de la inclusión laboral de manera exitosa.

Durante este proceso desarrollamos un plan de trabajo y recibimos asistencia profesional para entender cómo identificar puestos de trabajo que pudiésemos ofrecer a personas con discapacidad, lo cual era nuestro mayor reto.

En este contexto, iniciamos nuestra participación anual en las ferias nacionales de empleo para personas con discapacidad, en las que cada año encontramos personas con enorme talento que hoy forman parte de nuestra gran familia. Durante el año 2015 recibimos en nuestro stand 95 aplicaciones, de las cuales 7 personas fueron contratadas.

Nuestro compromiso en adelante es continuar con el fortalecimiento del proceso de reclutamiento y selección con miras a alcanzar en el corto plazo un 2.5% de personas con discapacidad laborando en Cervecería Nacional, S. A., con el apoyo de alianzas multisectoriales con organizaciones gubernamentales y no gubernamentales interesadas en el tema.

Jornadas de sensibilización sobre la inclusión laboral de personas con discapacidad

Buscamos afianzar nuestro compromiso, creando conciencia entre nuestros colaboradores y generando ambientes de trabajo incluyentes y tolerantes, y apalancando oportunidades para que personas con discapacidad se integren a nuestra empresa, aporten su capacidad laboral y se desarrollen con las mismas oportunidades que el resto de las personas. Durante el Año Fiscal 2014 iniciamos la tarea con el personal de reclutamiento sensibilizando y entrenando a cinco personas. Para el Año Fiscal 2015, 84 personas fueron sensibilizadas, y se integró al proceso de inducción de nuevos colaboradores la presentación del personal que labora en el área de re empaque de productos, que está constituida en su totalidad por personas que tienen algún grado de discapacidad, como un ejemplo de implementación de nuestra Política de Diversidad e Inclusión.

MI PRIMERA OPORTUNIDAD DE EMPLEO

Con el fin de invitar jóvenes a hacer parte de Cervecería Nacional, S. A. en sus primeras experiencias laborales participamos en esta maratón que se ha llevado a cabo en sedes como la Universidad de Panamá, la Universidad Tecnológica, las Universidad del Istmo, Florida State University y la Universidad Interamericana. Como resultado, en el Año Fiscal 2015 efectuamos siete contrataciones.

EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO

En el marco del programa de Performance Management liderado por nuestra casa matriz, llevamos a cabo evaluaciones anuales de desempeño cuyo objetivo es fortalecer el desarrollo y la gestión de los colaboradores.

Porcentaje de colaboradores que recibieron evaluaciones de desempeño y de desarrollo profesional, desglosado por categoría profesional y género	AÑO FISCAL 2014		AÑO FISCAL 2015	
	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES
Presidente y Vicepresidentes	100%	100%	100%	100%
Directores	100%	100%	100%	100%
Gerentes	100%	100%	100%	100%
Especialistas, Coordinadores, Analistas, Supervisores	93%	99%	95%	94%
Operadores	25%	22%	35%	38%
Ayudantes	16%	0%	14%	25%

ENTRENAMIENTO Y DESARROLLO

AÑO FISCAL 2014		AÑO FISCAL 2015	
TOTAL HORAS DE ENTRENAMIENTO A COLABORADORES	TOTAL DE INVERSIÓN (DÓLARES)	TOTAL HORAS DE ENTRENAMIENTO A COLABORADORES	TOTAL DE INVERSIÓN (DÓLARES)
39,154	**541,913**	**44,950**	**689,424**

Trabajos con Significado

Esta iniciativa busca dar sentido al papel que desempeñan los colaboradores en las distintas áreas de responsabilidad y hacer que los trabajos rutinarios sean más creativos y eficientes. Para este efecto, llevamos a cabo talleres de formación basados en ocho criterios:

- Conozco el contexto general del negocio.
- Sé lo que esperan de mí en el trabajo.
- Pongo en práctica mi capacidad para tomar decisiones.
- Tengo las herramientas y condiciones adecuadas para hacer mi trabajo.
- Recibo información y retroalimentación constantes.
- Tengo a alguien a quien recurrir ante un problema.
- Cuento con oportunidades de entrenamiento y desarrollo.
- Tengo posibilidades para avanzar en mi carrera.

En cada centro de trabajo, se realizan sesiones de presentación de los resultados más importantes y de las oportunidades de mejora en cada una de las áreas y se establecen planes de acción de corto, mediano y largo plazo que permiten crear mejores condiciones y ambientes de trabajo con significado.

Conversaciones Constructivas

Teniendo en cuenta que las conversaciones constructivas comienzan con las palabras que escogemos para relacionarnos con nosotros mismos y con los demás, hemos puesto en marcha espacios de autorreflexión y análisis en donde incentivamos a los líderes para ser modelo de buenas prácticas de comunicación a través de conversaciones constructivas.

A través de talleres dirigidos a directores, gerentes y profesionales con personal a cargo, ofrecemos un ambiente de aprendizaje holístico, una red de recursos que facilitan el desarrollo integral y entrenamos a nuestros colaboradores para aumentar el compromiso y la conexión de los distintos equipos de trabajo.

Los participantes, entre otros, han aprendido técnicas de conversaciones enfocadas en

soluciones e identificación de fortalezas y oportunidades de éxito, uso de palabras y estructuras lingüísticas para crear y movilizar la efectividad y capacidad de comunicación, han fortalecido el manejode situaciones que se presentan en el ámbito laboral y han adquirido destrezas de escucha activa y de lenguaje positivo para lograr el entendimiento entre las personas y conectar sus necesidades.

Centros de Excelencia

Estos espacios están encaminados hacia la mejora continua, lo cual implica pensar en cómo se sienten los colaboradores al desempeñar sus responsabilidades diarias y qué podemos hacer para optimizar sus condiciones de trabajo para que sea más fácil, eficiente e inteligente.

En los Centros de Excelencia que hemos implementado a nivel nacional, ofrecemos entrenamientos y acompañamiento para asegurar la gestión de mejores prácticas y de rutinas que garanticen un desempeño exitoso por parte de nuestros colaboradores, a la vez que promovemos trabajos con significado y fomentamos una cultura de calidad, innovación y excelencia.

Definimos la secuencia de implementación según las necesidades principales de la operación y el tamaño de cada centro de distribución. Como resultado, establecimos cuatro grupos:

01. Las Sabanas y Majagua.
02. Colón y La Chorrera.
03. Penonomé, Chitré y Santiago.
04. Darién y Changuinola.

En cada centro de distribución hay un equipo de trabajo que guía y asegura en conjunto con el gerente, la puesta en marcha. Llevamos a cabo sesiones de inicio con los colaboradores de los respectivos centros de distribución para dar a conocer el proyecto, la metodología y los resultados de otros centros, hacemos un diagnóstico y diseñamos las mejoras a implementar. Hemos desarrollado capacitaciones en 5S y sesiones de Mini-Negocios para fomentar equipos de trabajo que permitan dar a conocer los resultados semanales y mensuales a través de la revisión de indicadores y generar planes de acción que promuevan la mejora continua.

Otros espacios de formación y desarrollo

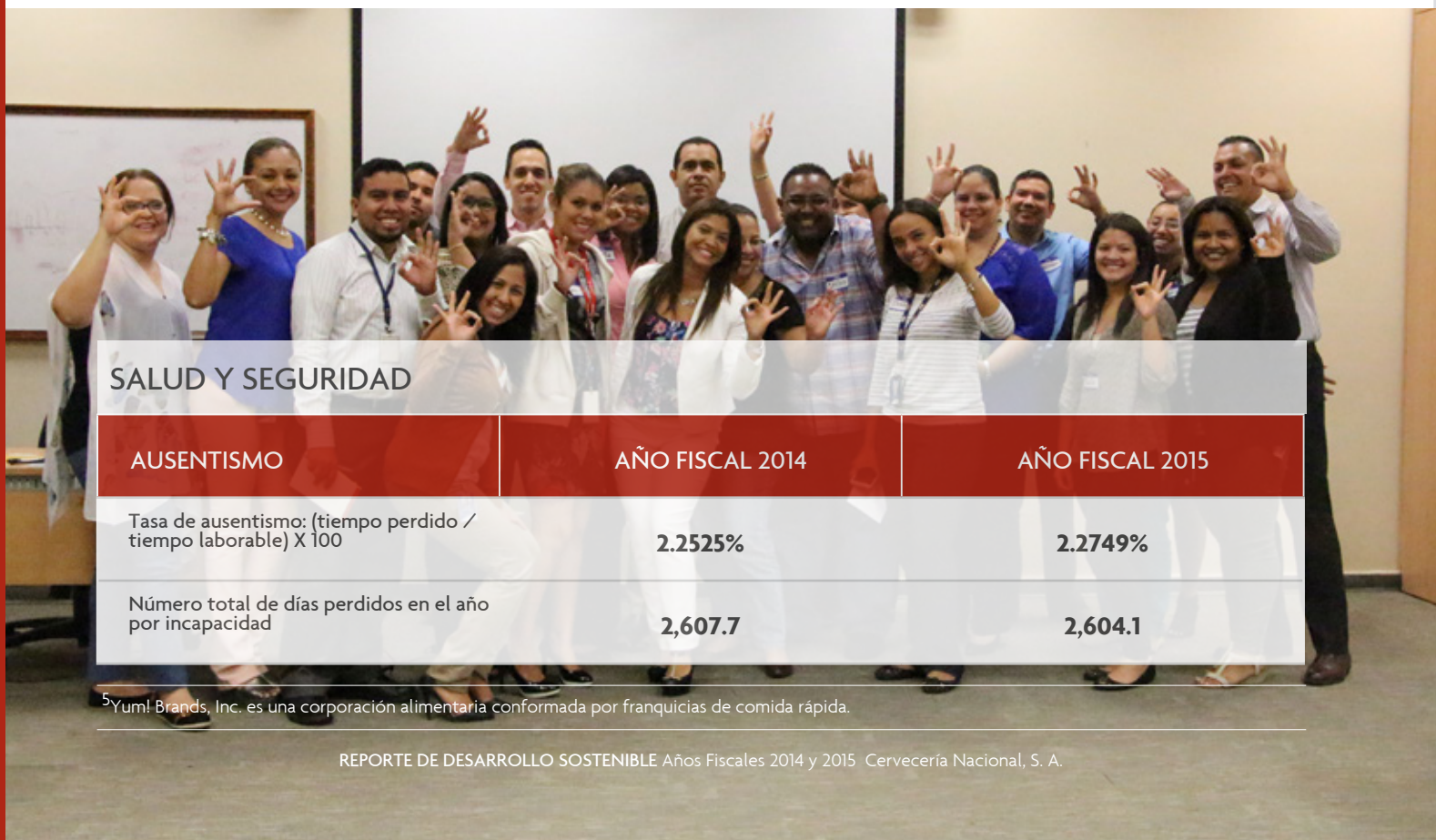
Adicional a nuestras estrategias macro, ofrecemos espacios de formación según la especialidad requerida en cada área de responsabilidad.

- Módulos de Dibujo Técnico y Mecánica Básica, Transmisión de Fuerza (para estudiantes de nivel I) y módulos de Movimiento y Rodamientos (para estudiantes de nivel II) con el apoyo del Instituto Técnico de Manufactura (ITM) para el personal técnico de manufactura.
- Desarrollo de habilidades gerenciales, negociación y manejo de conflictos, desarrollo de equipos de alto rendimiento, enfoque y priorización para los coordinadores y especialistas del área técnica, con la Academia de Liderazgo de Mandos Medios.
- Desarrollo de equipos de alto desempeño para los responsables de las áreas de producción, calidad, proyectos y mantenimiento.

- Presentaciones de Alto Impacto para gerentes y directores con la consultora Harris Communications.
- Programa de Alta Dirección Financiera en donde se impartieron conocimientos sobre análisis financiero, planificación financiera y gestión del riesgo, dirigido al equipo de finanzas con expositores de University of Notre Dame, Mendoza College of Business Executive Education.
- Módulo de Beneficios y Compensaciones para reforzar temas de interés como HR Way, principios de compensación, competitividad externa, HR reto 2020 y KPI's con el equipo de recursos humanos.
- Taller de Liderazgo, dirigido supervisores y coordinadores para lograr una introspección respecto del estilo de liderazgo actual y aportar a la comprensión del rol y las competencias claves del supervisor, comunicación efectiva y manejo de reuniones.
- Charlas de sensibilización en YUM [5] sobre seguridad y calidad de los productos, dirigidas al equipo de distribución y bodega.

Academia de Recursos Humanos

Entrenamiento dirigido al equipo de especialistas de recursos humanos, en donde a lo largo de distintos módulos, en los cuales se combinan clases magistrales con espacios para aplicar los conocimientos adquiridos, los participantes aprenden sobre aspectos como selección por competencias, es decir, sobre los procesos y las herramientas de adquisición de talento enfocadas en los conocimientos, las habilidades y las competencias requeridas para un puesto; y enfoque y prácticas de desarrollo organizacional, en donde logran un claro entendimiento sobre el desarrollo organizacional, su rol y las áreas de enfoque de SABMiller plc.



SALUD Y SEGURIDAD

AUSENTISMO	AÑO FISCAL 2014	AÑO FISCAL 2015
Tasa de ausentismo: (tiempo perdido / tiempo laborable) X 100	**2.2525%**	**2.2749%**
Número total de días perdidos en el año por incapacidad	**2,607.7**	**2,604.1**

[5] Yum! Brands, Inc. es una corporación alimentaria conformada por franquicias de comida rápida.

ACCIDENTALIDAD EMPLEADOS	AÑO FISCAL 2014	AÑO FISCAL 2015
Número de accidentes fatales	0	0
Número de accidentes con lesiones mayores	[6]	5
Número de lesiones incapacitantes	67	52
Total tiempo perdido por incapacidades (días)	318	505
Tasa de fatalidades por cada 200,000 horas de trabajo	0	0
Tasa de accidentes con lesiones mayores por cada 200,000 horas de trabajo	[7]	0.45

Cuidamos la salud de nuestros colaboradores

Anualmente llevamos a cabo iniciativas con un enfoque preventivo.

- Feria de Salud. Brindamos información relacionada con nutrición, salud visual, estética, entre otros, así como prevención del VIH a través de representantes de PASMO.
- Participamos en iniciativas internas de sensibilización sobre la prevención del VIH y sida a través de la Campaña Infórmate Más con SumaRSE y PROBIDSIDA, en donde entregamos folletos informativos y se dictaron talleres sobre prevención de VIH y sida, además de realizar pruebas voluntarias de VIH a los colaboradores.
- Charlas informativas sobre prevención del cáncer de mama y de la próstata brindadas por especialistas de la Asociación Nacional Contra el Cáncer.
- Jornadas de salud. Para efectuar tomas de presión arterial, peso y talla, análisis de laboratorio tales como glucemia, colesterol, triglicéridos, y evaluaciones físicas posturales.
- Talleres de nutrición para promover la incorporación de alimentos sanos en la alimentación diaria.
- Sesiones de aeróbicos.
- Charlas educativas sobre prevención de enfermedades respiratorias.
- Capacitaciones sobre la prevención del dengue con la participación de especialistas en virología.

Adicionalmente, ofrecemos el servicio de fisioterapia en las Clínicas Médicas de San Cristóbal y Las Sabanas, en donde se pueden realizar consultas, tratar afecciones músculo esqueléticas, realizar planes personalizados de ejercicio y acondicionamiento físico, entre otros.

[6] No disponemos de esta información para el año fiscal 2014.
[7] No disponemos de esta información para el año fiscal 2014.

Trabajamos para garantizar trabajos seguros

Entrenamos a los colaboradores de destinas áreas de responsabilidad en aspectos como:

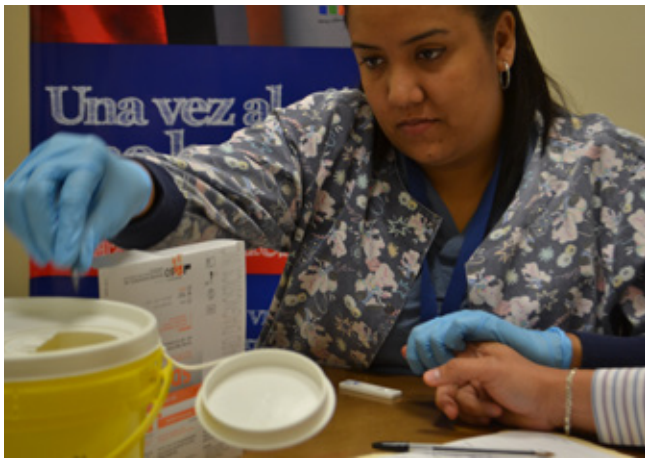
- Plan de Emergencias y la Rutas de Evacuación.
- Primeros auxilios.
- Uso y mantenimiento correcto de extintores.
- Trabajos de alto riesgo como altura, caliente (soldadura), espacios confinados y excavaciones.
- Operación segura en el uso de los equipos de montacargas para operadores de montacargas, supervisores de bodega y ayudantes generales en desarrollo.
- Técnicas seguras para el manejo de cargas, su levantamiento, colocación, empuje, tracción y transporte.
- Manejo seguro de camiones, manejo defensivo, cómo evitar choques, colisiones y accidentes, reglamentaciones de tránsito y actos inseguros al conducir.
- Desarrollo de manufactura, seguridad y control de plagas, entre otros, para colaboradores de la línea de lata.

Llevamos a cabo la renovación de licencias y capacitación para operar montacargas con instrucciones de operación y advertencias para los tipos de montacargas, límite de velocidad y de uso, características de seguridad, familiarización y cuidado de la herramienta de trabajo.

Con los proveedores de Pasadena y San Cristóbal hicimos charlas sobre procedimientos de seguridad industrial como uso de equipos de protección, permisos de trabajo, condiciones y conductas inseguras, con el de reforzar conocimientos y de crear conciencia sobre las normas de seguridad que se deben cumplir para realizar sus trabajos.

Semana de la Seguridad Laboral

En el marco del día mundial de la salud y la seguridad en el trabajo, organizamos este evento en donde tanto colaboradores como proveedores, se realizaron exámenes de la vista y asistieron a charlas sobre seguridad, primeros auxilios y nutrición, entre otros.



Semana de la Seguridad y Salud Ocupacional

Durante esta semana se imparten conocimientos sobre temas como la importancia de cumplir a cabalidad las instrucciones y sobre el uso diario y correcto de los EPP (equipos de protección personal); además ofrecemos charlas, testimonios de riesgo, jornadas de vacunación y organizamos concursos para premiar a quienes se han empoderado del cuidado de su salud y de la seguridad en su quehacer diario.

Seguimos trabajando en la prevención del VIH y sida en nuestra esfera de influencia

Con nuestros colaboradores

- Continuamos brindando charlas para ampliar el conocimiento sobre esta enfermedad, su prevención y tratamiento, y hacemos pruebas periódicas que incluyen tanto a los colaboradores como a sus cónyuges.
- Ofrecemos un seguro colectivo de vida con una cobertura de VIH vitalicio por 35,000 dólares, administrado por el empleado y la compañía de seguros. En el donde sí se obtuviera un resultado positivo en la prueba de diagnóstico, Cervecería Nacional, S. A. mantendría un acuerdo con PROBIDSIDA para el tratamiento con absoluta confidencialidad.

Participación nacional

- En el marco del Comité Cinta Roja Empresarial participamos en el Foro Empresarial sobre VIH organizado por el Consejo Nacional de la Empresa Privada de Panamá (CoNEP), que contó con la panelistas del Programa Nacional de Infecciones de Transmisión Sexual, el Ministerio de Salud y el Programa de USAID para fortalecer la respuesta centroamericana al VIH (USAID/PASCA). En este foro facilitamos un taller sobre el impacto de implementar políticas de prevención de VIH en el lugar de trabajo.
- Hicimos presencia en la presentación del Plan Estratégico Multisectorial (PEM) 2014-2019 del Programa Nacional de ITS/ VIH/sida del Ministerio de Salud (MINSA). Representantes de organizaciones participantes como el Ministerio de Economía y Finanzas, la Caja de Seguro Social, USAID-PASCA y la Organización Panamericana de la Salud, reconocieron nuestro trabajo en la prevención del VIH y sida en nuestro país.
- Participamos en Generación Cero: Yo me apunto, inspirada en la iniciativa mundial de ONUSIDA busca cero nuevas infecciones por el VIH, cero discriminación y cero muertes relacionadas con el sida, liderada en Panamá por la Organización Panamericana de Mercadeo Social (PASMO).
- Hicimos parte de la Carrera por la Vida oorganizada por PROBIDSIDA.

"Hemos tenido el gusto de trabajar con Cervecería Nacional el proyecto relacionado a la secretaria ejecutiva del proyecto Cinta Roja Empresarial, el cual es un proyecto que recoge todas esas ventajas comparativas que tiene el sector privado y las pone al trabajo de la prevención del VIH en los trabajadores de las empresas involucradas, así es que para nosotros es una movilización del sector empresarial en Panamá que conduce al desarrollo de políticas en beneficio de los colaboradores. Me parece que uno de los aportes más relevantes que ha tenido Cervecería Nacional, tiene que ver con la formulación y puesta en marcha de una política empresarial sobre el VIH, eso es muy importante. No todas las empresas lo tienen, y Cervecería Nacional lo ha hecho, en ese sentido favorece el acceso a la información y a insumos de prevención a sus trabajadores, esos insumos incluyen el acceso a pruebas rápidas de VIH; hemos sido testigos de iniciativas, acciones que la Cervecería Nacional tuvo dirigida a sus colaboradores y a sus familiares lo cual por supuesto es relevante porque se ve a la persona como el centro de estas políticas que se quieren poner adelante, esa sensibilización sobre el VIH a la cadena de valor, a las comunidades donde Cervecería Nacional ejerce su actividad comercial, en este sentido muy importante son como varios segmentos en donde la Cervecería Nacional tiene impacto. No puedo dejar de mencionar los pares del nivel gerencial es decir sus colegas, gerentes ó dueños de empresas en donde modelan esta iniciativa". **Dr. César Núñez Director Regional de ONUSIDA para América Latina.**

BENEFICIAMOS A LAS COMUNIDADES VECINAS

Trabajamos para ser los mejores vecinos y aportar al desarrollo de las comunidades aledañas.

CENTROS DE ALCANCE POR MI BARRIO

Los Centros de Alcance por Mi Barrio son espacios que buscan reducir la violencia juvenil en comunidades vulnerables al brindar a los jóvenes oportunidades relacionadas con educación, empleo y uso productivo de su tiempo libre, mediante orientación, apoyo escolar, espacios de deporte, arte y cultura, y programas de formación para la vida laboral.

Este programa ha sido desarrollado por United States Agency for International Development (USAID) con el apoyo de la Embajada de Estados Unidos y es administrado por el Fondo Unido de Panamá (United Way).

Componentes

01. Uso creativo del tiempo libre.
02. Desafío de soñar mi vida.
03. Capacitación para el trabajo.
04. Reforzamiento escolar y homologación educativa.
05. Gestión de oportunidades.
06. Promoción del voluntariado.

En Cervecería Nacional, S. A. hemos sido patrocinadores durante dos años, de los Centros de Alcance de Broocklincito (Corregimiento de Curundú en la Provincia de Panamá), Yaviza (Corregimiento de Yaviza en la Provincia de Darién) y Cativá (Corregimiento de Cristobal en la Provincia de Colón).

INVERSIÓN (DÓLARES)	
AÑO FISCAL 2014	**50,000**
AÑO FISCAL 2015	**50,000**

- Las inversiones han estado dirigidas a infraestructura, equipamiento y desarrollo de actividades en los distintos centros.
- Al Centro de Alcance de Brooklincito asisten aproximadamente 125 niños de la comunidad.
- Al Centro de Alcance de Cristóbal asisten aproximadamente 50 niños de la comunidad.

VOLUNTARIADO CORPORATIVO

	AÑO FISCAL 2014	AÑO FISCAL 2015
Número total de voluntarios	**300**	**236**
Porcentaje de voluntarios que aportan 4 horas laborales a actividades de voluntariado / total empleados	**19%**	**16%**
Número total de horas laborales destinadas a las actividades de voluntariado	**2,367.4**	**1,791.64**

Mes del Ambiente

La participación de los voluntarios gira en torno al Día Mundial del Medio Ambiente que se celebra en junio y durante todo el mes desarrollan actividades culturales para llamar la atención y movilizar frente al cuidado del ambiente; asimismo se realizan donaciones bien sea de plantones o de insumos para fomentar el reciclaje.

ALGUNOS EJEMPLOS DE LAS ACTIVIDADES DESARROLLADAS DURANTE LOS AÑOS FISCALES 2014 Y 2015

CENTROS DE TRABAJO	ACTIVIDADES
Centro de Distribución Chitré	▶ Entrega de 253 platones de caoba nacional. ▶ Donación de recipientes y bolsas plásticas para material de reciclaje para fomentar la cultura del reciclaje y generar ingresos mediante la cultura del reciclaje. ▶ Transporte de residuos a la empresa recicladora Recimetal.
Centro de Distribución La Chorrera	▶ Reforestación del sendero de Cerro Campana (comunidad de Chicá de Capira). ▶ Concurso de disfraces, murales y maquetas bajo el lema Cooperación de la Esfera del Agua en conjunto con la Autoridad Nacional del Ambiente (ANAM).
Centro de Distribución Las Sabanas	Charla sobre el cuidado del ambiente y concurso de murales elaborados con material reciclado alusivos al cuidado del ambiente, bajo el lema Yo cuido mi planeta… ¿tú lo cuidas?, con los niños de la primaria del Instituto Tecnológico Barú.
Centro de Distribución Majagua	▶ Siembra de 250 plantones ornamentales y frutales con el apoyo del vivero El Edén. ▶ Capacitación a estudiantes de 6° grado de la Escuela Leopoldina Field de Dolega sobre el cuidado del ambiente y concurso de murales.
Centro de Distribución San Cristóbal	▶ Presentación de videos educativos sobre el proceso de reciclaje del tetra pack y del PET, y taller de manualidades con materiales reciclables para 24 niños de la Escuela Gaspar Octavio Hernández. ▶ Taller con 35 niños del Centro Juvenil y Biblioteca Las Mañanitas, quienes disfrutaron de un video sobre el cuidado del ambiente, una charla sobre reciclaje y un cuenta cuentos El río que pidió ayuda.
Centro de Distribución Santiago	Entrega de 350 plantones frutales, ornamentales y forestales.
Costa del Este	▶ Entrega de 300 plantones frutales y ornamentales. ▶ Taller Reciclarte para niños entre 7 y 9 años, en las Ruinas de Panamá Viejo, con el apoyo de la Facultad de Bellas Artes de la Universidad de Panamá.
Planta Pasadena	▶ Talleres sobre manualidades con materiales reciclables como cartón, aluminio y PET para 40 niños de las Aldeas SOS. ▶ Concurso de manualidades para 16 casas de las Aldeas SOS. ▶ Concurso de dibujos para promover el cuidado del ambiente e incluir nuestras marcas con hijos de los colaboradores.

Limpieza de Playas

Los voluntarios de Cervecería Nacional, S. A. participaron en esta iniciativa que se realizó simultáneamente en más de 50 playas para conmemorar el Mes de los Océanos celebrado cada año en Panamá.

‹‹Estoy impresionado, porque el lugar donde estamos, en Costa del Este, hay edificios bonitos y uno no se imagina que hay tanta basura. Me encantó participar y aprovecho para invitar a mis compañeros a que participen en próximas actividades.›› **Steward Baxter, Inspector de Proyectos en Planta Pasadena**

‹‹Hay de todo: plástico, PET, llantas, neveras, casilleros, ropa, entre otros. Debemos crear cultura para no tirar estos desechos a las calles, ríos y playas. Es muy bonito contribuir con el país y con el ambiente, y a mis compañeros los invito para que se animen a venir.›› **Carlos Tapia, Analista de Desarrollo de Manufactura**

Mes de la Salud

Durante el Mes de la Salud, los voluntarios de los distintos centros de trabajo, donaron artículos de aseo personal y brindaron charlas relacionadas con el cuidado de la salud, en distintas instituciones que atienden poblaciones vulnerables, particularmente niños, jóvenes y adultos mayores.

Navidad Solidaria

Los voluntarios comparten tiempo con niños y adultos mayores de las distintas comunidades vecinas a los centros de operación, llevan donaciones especialmente de juguetes, organizan actividades de esparcimiento como juegos, concursos, payasos, piñatas y entregan obsequios y golosinas, entre otros. Un total de 1,063 personas fueron beneficiadas en el Año Fiscal 2014 y 668 en el Año Fiscal 2015.

Carrera-Caminata

Los colaboradores, sus familias y amigos se han unido a esta causa liderada por los voluntarios de Cervecería Nacional, S. A. durante dos años consecutivos, en beneficio de los bebés que atiende el Hogar Divino Niño el cual hace parte de la Fundación Ofrece un Hogar. En el marco de este evento se han recaudado fondos a partir de las inscripciones para participar en la caminata y se han recolectado donaciones de productos de primera necesidad como pañales desechables, jabón líquido, alimento para bebé, leche, jugos y cereales, entre otros.

En el Año Fiscal 2015 se entregaron más de 4,000 dólares en premios como smartphones, tablets y canastas de productos de los patrocinadores.

El recaudo por inscripciones fue de 8,270 dólares en el Año Fiscal 2014 y 15,885 dólares en el Año Fiscal 2015 con una participación de más de 500 personas.

APOYO DE LAS MARCAS

Grolsch apoya a cineastas independientes

En la plataforma Grolsch Film Works alojada en el sitio GrolschFilmWorks.com se visibilizan en los ámbitos nacional e internacional los trabajos de los cineastas independientes, y durante los Años Fiscales 2014 y 2015, a través de la entrega del premio Grolsch Discovery Award durante Festival de Cine Internacional de Panamá, se reconocieron aquellos cineastas cuyas producciones de destacaron por ser novedosas e interesantes.

‹‹Para nosotros es un honor ser parte de este evento que reúne talento, con nuestra cerveza Grolsch, una marca con un pensamiento diferente, que busca resaltar el arte, la creatividad y la cultura que ofrece el mundo del cine.›› **Chris Ritchie, Presidente Cervecería Nacional, S. A.**

Copa Malta Vigor

Iniciativa para fomentar actividades deportivas que beneficien el desarrollo de la niñez y la juventud panameña, así como el trabajo en equipo, la responsabilidad y el juego limpio. Con el apoyo a este torneo intercolegial avalado por la Federación Panameña de Fútbol (FEPAFUT) confirmamos nuestro compromiso con los jóvenes entre los 11 y los 13 años y el deporte.

‹‹Con esta iniciativa contribuimos al crecimiento de nuestro jóvenes atletas, creando un espacio donde el sueño que tienen muchos niños panameños de ser campeones se haga realidad.›› **Natalia Hernández, Gerente de Marca**

Concursos

La Competencia Talento e Innovación de las Américas (TIC Americas) y Eco-Reto 2015 fue apoyada por PepsiCo en asocio con YABT para premiar a quienes proponen idea o negocio innovador que ofrezca soluciones a problemas en los ámbitos social, económico y ambiental.

RESPETAMOS Y PROMOVEMOS LOS DERECHOS HUMANOS

En concordancia con cultura corporativa respetamos los derechos humanos los cuales guían nuestras relaciones con los distintos grupos de interés, en particular, gestionamos los derechos humanos a nivel interno y en la cadena de suministro.

PRINCIPIOS DE DERECHOS HUMANOS

Orientan las relaciones con nuestros colaboradores, la cadena de valor y la sociedad en general:

01. Libertad de asociación o no asociación y reconocimiento de los sindicatos colectivos.
02. Prohibición del trabajo forzoso y obligatorio.
03. Abolición del trabajo infantil.
04. Intolerancia a cualquier tipo de discriminación.
05. Salarios y beneficios justos y competitivos.
06. Ambiente de trabajo seguro y saludable.
07. Seguridad laboral.
08. Reconocimiento del impacto de nuestras operaciones en comunidades locales.
09. Relaciones con proveedores que compartan nuestros valores, principios rectores y conducta.

ERRADICACIÓN DEL TRABAJO INFANTIL

Participamos en iniciativas en las que junto con otros actores de la sociedad trabajamos conjuntamente para prevenir y erradicar el trabajo infantil.

SÍ a la Educación, No al Trabajo Infantil

A través de nuestra marca Malta Vigor, hicimos presencia en el Mundialito Sí a la Educación, No al Trabajo Infantil iniciativa del Comité para la Erradicación del Trabajo Infantil y Protección del adolescente Trabajador (CETIPPAT) que busca erradicar el trabajo infantil en nuestro país. En esta actividad participaron niños y sus familias en juegos y actividades auspiciados por la marca.

‹‹No queremos que se deje la escuela para buscar el sustento de la familia, todos somos pieza clave para erradicar el trabajo infantil.›› **Gabriel Díez, Presidente del Consejo Nacional de la Empresa Privada (CONEP)**

Tarjeta Roja al trabajo infantil

Nos unimos a esta campaña liderada por el CONEP para que los más 50,000 niños y adolescentes en Panamá que están trabajando vuelvan a estudiar, considerando que la educación es el principal vehículo para ganar la batalla contra la pobreza y el trabajo infantil.

OBTUVIMOS NUEVOS RECONOCIMIENTOS

- Mención Honorífica en Premio al Buen Ciudadano Corporativo en su V Edición, por la iniciativa 4e, Camino al Progreso, otorgada por la Cámara Americana de Comercio e Industria (AMCHAM).
- Mención Honorífica en el marco de la Gala de la Cinta Roja organizada por PROBIDSIDA como Líder Empresarial, por nuestra labor en pro de la prevención del VIH y sida entre los colaboradores y la comunidad en general.

MUNDO SOCIABLE

En el que nuestras cervezas se produzcan, se comercialicen, se vendan y se consuman responsablemente, haciendo de la cerveza la opción natural de los consumidores responsables y moderados.

GRI G4-19, GRI G4-20, GRI G4-21 Y GRI G4-27

UN MUNDO SOCIABLE

La cerveza tiene una larga historia en el desarrollo de las sociedades como parte de celebraciones y ocasiones sociales donde se comparte en familia y con amigos, contribuyendo al disfrute de la vida entre la mayoría de los consumidores.

Sin embargo, el abuso por parte de una minoría puede ocasionar efectos negativos para los individuos, las comunidades y la sociedad; por ello, entendiendo la importancia de tomar acciones para prevenir el abuso asumimos con responsabilidad nuestro compromiso de contribuir a que las personas tomen decisiones razonables e informadas con respecto al consumo de alcohol, y a evitar que los menores y las mujeres embarazadas consuman alcohol. Para asegurar el cumplimiento de nuestro compromiso contamos con políticas exhaustivas que garantizan altos estándares en la comercialización y venta de nuestros productos, y hemos capacitado a miembros de nuestras comunidades, colaboradores, proveedores y comerciantes minoristas, entre otros actores de la sociedad, respecto al consumo y venta responsable de alcohol.

Como subsidiaria de SABMiller plc somos signatarios de compromisos globales en materia de prevención y trabajamos colaborativamente para promover el consumo responsable de alcohol y erradicarlo entre menores de edad y mujeres embarazadas.

Metas globales, programas locales

- Implementar programas para prevenir el consumo de alcohol por parte de menores y mujeres embarazadas, y promover la seguridad vial enfatizando en no tomar si se va a manejar.
- Apoyar prácticas responsables de comercio al por menor para el cumplimiento de las regulaciones locales y los estándares de venta responsable de la casa matriz, a través de programas de capacitación que motiven al comerciante minorista a asumir su compromiso legal, social y moral.
- Llegar a nuestros consumidores a través de iniciativas y campañas de comunicación que motiven el consumo responsable y moderado de cerveza por parte de los adultos, respetando las regulaciones, las buenas costumbres y la cultura local.

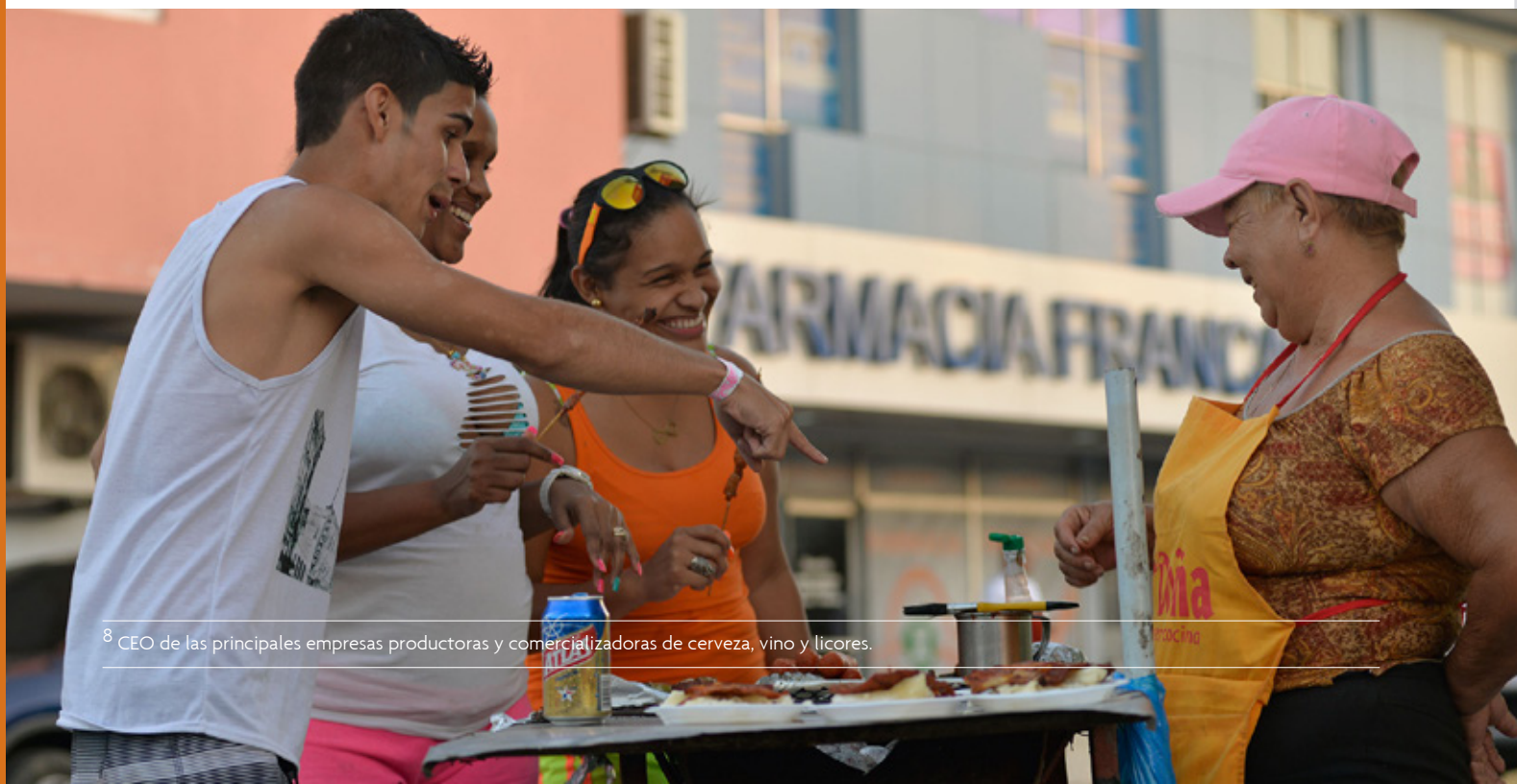
COMPROMISO GLOBAL CON EL CONSUMO RESPONSABLE

SABMiller plc es uno de los 12 signatarios[8] del acuerdo que apoya la implementación de la Estrategia Mundial para Reducir el Consumo Nocivo de Alcohol de la Organización Mundial de la Salud (OMS), que fue firmado en enero de 2013, y cuyos compromisos son:

01. Reducir el consumo de alcohol en menores de edad.
02. Fortalecer y expandir los códigos de prácticas de mercadeo.
03. Proporcionar información al consumidor y una innovación responsable de productos.
04. Reducir la práctica de conducir bajo los efectos del alcohol.
05. Conseguir el apoyo de los minoristas para reducir el consumo nocivo de alcohol.

PRINCIPALES AVANCES

- Definimos en conjunto con los otros signatarios, objetivos medibles asociados a los cinco focos de trabajo, sobre los cuales hacemos seguimiento y reporte periódico de resultados.
- Gestionamos 135 programas de educación globales, de manera individual y a través de alianzas entre signatarios y otras organizaciones, con el objetivo de prevenir y erradicar el consumo de alcohol en menores de edad, involucrando a más de 1 millón de menores de edad y a más de 500,000 personas entre padres, profesores y líderes de las comunidades.
- Establecimos que ninguno de los productos de los signatarios contiene excesivas cantidades de estimulantes, ni desde el punto de vista de las regulaciones locales ni en relación con evidencia científica.
- Desarrollamos en conjunto con otros signatarios una guía con principios sobre mercadeo digital responsable.
- A través de un estudio efectuado en siete países, se ha encontrado que más del 96% de nuestra publicidad es compatible con la Regla de 70/30, es decir, que la audiencia de nuestra publicidad está conformada en un 70% por adultos.



[8] CEO de las principales empresas productoras y comercializadoras de cerveza, vino y licores.

CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS EN COMERCIALIZACIÓN Y CONSUMO RESPONSABLE

Hemos implementado la política de SABMiller plc para la comercialización de cervezas que forma parte del Alcohol Way, la cual nos dicta lineamientos claros en materia de comunicaciones comerciales, innovación y desarrollo de nuevos productos e investigación de mercados. Cada una de las directrices marca el camino a seguir con objetivos e indicadores que miden la implementación y nuestro desempeño en esta materia.

Para medir la efectividad de la implementación de los lineamientos del eje compartido llamado Mundo Sociable y de las políticas de comercialización y consumo responsable, se han establecido nuevos indicadores en la plataforma SAM (Sustainable Assessment Matrix), que es evaluada y auditada externamente de manera semestral en cada una de las empresas subsidiarias de SABMiller.

CULTURA DE COMERCIALIZACIÓN Y CONSUMO RESPONSABLE

Año Fiscal 2014

- Mediante encuesta interna evidenciamos que el 93% de nuestros empleados consideran que tenemos un alto nivel de compromiso frente al consumo responsable de alcohol.
- Entrenamos a 25 agencias de publicidad en la aplicación de la Política de Comunicaciones Comerciales.

Año Fiscal 2015

- De acuerdo con encuesta interna, el 88% de nuestros empleados consideran tenemos un alto nivel de compromiso frente al consumo responsable de alcohol.
- Entrenamos a 17 agencias de publicidad en la aplicación de la Política de Comunicaciones Comerciales e incluimos en sus contratos una cláusula de cumplimiento con la misma.
- Realizamos refrescamiento a todos los colaboradores en Política de Consumo de Alcohol.

Adicionalmente, contamos con programas de iniciativas como ResponsableMente para prevenir el consumo de alcohol por parte de menores y mujeres embarazadas en alianza con ONG's y otras partes interesadas, que es impartido a padres, profesores, facilitadores en general y estudiantes de último grado en secundaria; Negocios Responsables para asegurar que los dueños de expendios de bebidas conozcan y apliquen las regulaciones para venta de alcohol, y asuman su rol y su responsabilidad en esta materia; y Seguridad Vial llamado Respeta la Vía, Respeta la Vida, con un pilar de sensibilización enfocado en reducir la práctica de consumir alcohol y conducir.

CONDUCTOR DESIGNADO®

MONITOREO Y SUPERVISIÓN EN COMUNICACIONES COMERCIALES

Para garantizar que las comunicaciones comerciales se ajusten a los requisitos legales, sean honestas y acordes con buenas prácticas, que no estén dirigidas a menores y que promuevan el consumo responsable, continuamos fortaleciendo nuestros programas y estableciendo alianzas estratégicas, conscientes de que actuar en conjunto en materia de educación y apoyar el trabajo de las autoridades competentes da como resultado un mayor impacto.

Contamos con un Comité de Comunicaciones Comerciales que tiene como fin evaluar todas las comunicaciones comerciales de nuestras cervezas, desde su diseño inicial hasta la los artes finales que saldrán al público. Este comité está integrado por ejecutivos de la alta dirección, quienes tienen la responsabilidad de hacer cumplir la Política de Comunicaciones Comerciales, y tienen la autoridad para aprobar, solicitar modificaciones o rechazar las comunicaciones comerciales que son diseñadas por el área de mercadeo.

A partir del Año Fiscal 2015, se integró al comité un miembro de la sociedad civil ad hoc, el cual inicia su período de entrenamiento para convertirse en el presidente del Comité de Comunicaciones Comerciales en el siguiente año.

A fin de verificar la efectividad del Comité de Comunicaciones Comerciales, el mismo, es sometido periódicamente a auditorías internas o externas, proceso que resulta en hallazgos y recomendaciones que asegura la mejora continua del sistema. Dentro de las principales recomendaciones que surgieron en la auditoría externa del Año Fiscal 2014, se destaca que es necesario mejorar tanto los tiempos de las evaluaciones por parte de los miembros del Comité de Comunicaciones Comerciales, como la trazabilidad de la información relacionada con las revisiones y aprobaciones.
Adicionalmente a la evaluación de cumplimiento

de las comunicaciones comerciales, existen otros indicadores que son evaluados semestralmente por casa matriz, y que muestran el desempeño de cada subsidiaria en el cumplimiento de las políticas establecidas por SABMiller plc.

Indicadores Prosperar [9]

Año Fiscal 2014

- % de nuestras marcas de cerveza incluyen los símbolos de consumo responsable de alcohol de SABMiller o sus equivalentes en letras y el sitio web www.hablemosdealcohol.com en sus etiquetas y comunicaciones: 55%
- Número de personas alcanzadas a través de los programas para evitar el consumo por parte de menores de edad: 309

Año Fiscal 2015

- % de marcas de cerveza que incluyen los símbolos de consumo responsable de alcohol de SABMiller o sus equivalentes en letras y el sitio web www.hablemosdealcohol.com en sus etiquetas y comunicaciones: 100%
- Número de adultos que interactúan en redes sociales con el programa de seguridad vial, que incluye no beber y manejar: 76,036
- Número de personas alcanzadas a través de los programas para evitar el consumo por parte de menores de edad: 1,341
- Número de comerciantes minoristas alcanzados a través del programa de venta responsable: 103

FUNDACIÓN SABER BEBER: UN COMPROMISO DE TODOS

Junto con las nueve empresas más importantes dedicadas a la producción, importación y comercialización de bebidas con contenido de alcohol, firmamos el Código de Autorregulación para la Comunicación Comercial, Prácticas de Negocio y Promoción del Consumo Responsable de Bebidas Alcohólicas. Esta es una declaración en la que no solo reconocemos que el consumo irresponsable de alcohol puede acarrear problemas sociales y de salud, sino que nos comprometemos con la prevención del consumo por parte de menores y la promoción del consumo responsable en adultos.

[9] Indicadores de efectividad que se reportan semestralmente.

EVITAR EL CONSUMO DE ALCOHOL POR PARTE DE MENORES DE EDAD: RESPONSABLEMENTE

Desde el Año Fiscal 2014 pusimos en marcha este programa para prevenir el consumo de alcohol por parte de menores de edad y mujeres embarazadas. Este programa educativo está dirigido a padres, profesores, facilitadores en general y estudiantes de último grado de secundaria.

De la mano de la Organización Glasswing Internacional y la Universidad de Santander, a través de talleres y dramatizaciones con un enfoque preventivo, hemos sensibilizado a jóvenes y formado multiplicadores que apoyan el proceso de comunicación para la prevención, generando capacidades en torno a los riesgos y las consecuencias del consumo irresponsable de alcohol:

- Contenido de alcohol en la sangre (CAS).
- Factores que influyen en la tasa de absorción de alcohol.
- Salud y alcohol.
- Prevención de consumo en menores de edad.
- Riesgos y consecuencias del consumo de alcohol en menores de edad y durante el embarazo.
- Estrategias y alternativas de prevención de consumo de alcohol en menores.
- Regulaciones en materia de venta y consumo de alcohol en Panamá.

RESPONSABLEMENTE CON JÓVENES, PADRES, DOCENTES Y FACILITADORES

	AÑO FISCAL 2014	AÑO FISCAL 2015
Beneficiarios directos (jóvenes)	159	1,053
Beneficiarios indirectos (padres de familia y docentes de escuelas secundarias)		288
Total	**159**	**1,341**

Han participado jóvenes, padres de familia y docentes de escuelas secundarias, provenientes de las provincias de Panamá, Colón, Chitre en Herrera y Aguadulce en Coclé, en talleres impartidos por la Universidad de Santander Panamá y Fundación Glasswing International.

Principales resultados

- Se evidenció que es necesario hablar a una edad más temprana con los jóvenes sobre el consumo de alcohol.
- Se generaron capacidades que permitirán tanto a padres como a docentes, acompañar a sus hijos o alumnos frente al no consumo de alcohol por parte de menores de edad.

‹‹Fui adicto al alcohol durante mi juventud y parte de mi vida adulta, lo que hizo que estuviera envuelto en situaciones que pusieron en riesgo mi vida. Si hubiera tenido en ese entonces la oportunidad de recibir este tipo de información o hubiera contado con personas que me orientaran correctamente, mi vida hubiera sido distinta. Gracias por dar a los padres de familia la oportunidad de transmitir a nuestros hijos información adecuada sobre el consumo de alcohol.››

Padre de familia, Colón

‹‹Como estudiante y menor de edad, considero que esta iniciativa es de gran importancia ya que nos permite conocer más sobre el alcohol y generar conciencia sobre las consecuencias negativas de consumirlo siendo menores de edad o en la adultez de manera irresponsable.› **Estudiante, Chitré**

‹‹Gracias por brindarnos información adecuada y vigente sobre el alcohol, lo cual nos permite mantenernos actualizados para orientar a los menores que están siendo afectados y para prevenir el consumo en menores de edad." **Docente, Chitré**

‹‹La información recibida me puede ayudar a estar pendiente de mi hijo, orientarlo y prevenir.› **Madre de familia, Coclé**

RESPONSABLEMENTE EN LOS CENTROS DE ALCANCE POR MI BARRIO

Llegamos a un total de 841 jóvenes y padres de familia, a través de los Centros de Alcance Por mi Barrio en Calidonia, Santa Librada, 24 de diciembre, Santa Ana, San Pancracio, Samaria, Brooklyncito, Victoriano Lorenzo en la Provincia de Panamá y los centros de Barrio Sur y San Cristobal en la Provincia de Colón, de los cuales hacen parte comunidades vulnerables.

RESPONSABLEMENTE CON FACILITADORES JUDICIALES COMUNITARIOS

En alianza con la Organización de los Estados Americanos y apoyados por la organización Glaswing Internacional y la Universidad de Santander hemos formado a los Facilitadores Judiciales como multiplicadores del mensaje de consumo responsable en mayores de edad y no consumo por parte de menores y mujeres embarazadas.

ASISTENTES	AÑO FISCAL 2014	AÑO FISCAL 2015
Facilitadores Judiciales	140	44
Jueces Municipales	0	11
Voluntarios Corporativos CN	10	5
Empleados institucionales del Órgano Judicial de Panamá	0	10
Total	**150**	**70**

Durante el Año Fiscal 2014, en total participaron 140 facilitadores judiciales comunitarios de 8 provincias y 10 voluntarios corporativos de Cervecería Nacional.

En el Año Fiscal 2015, con el apoyo de la Universidad de Santander, participaron en total 44 facilitadores judiciales comunitarios, 11 jueces municipales, 10 empleados institucionales del Órgano Judicial de Panamá y 5 voluntarios corporativos de Cervecería Nacional; todos de las provincias de Colón y Panamá Oeste.

Al finalizar el Año Fiscal 2015, con la formación de los facilitadores judiciales cuya misión es la de formar a otros facilitadores rurales y personas de la comunidad, estimamos que se ha logrado impactar aproximadamente a 2,000 personas en Panamá.

‹‹Gracias por crear un espacio positivo de discusión.›› **Facilitador judicial**

‹‹Gracias a la información recibida, vamos a estar más preparados para orientar y ayudar a personas que tengan problemas de alcohol.›› **Facilitador judicial comunitario**

‹‹La capacitación nos ayuda a tener un concepto claro sobre las consecuencias del consumo irresponsable de bebidas alcohólicas y a la vez nos brinda herramientas para compartir esta información y ser portadores de este mensaje a la juventud y a las personas que se puedan ver afectadas. La capacitación fue realmente importante y con información relevante con la cual no contábamos. Me encuentro agradecido con la Cervecería Nacional, S. A. por la oportunidad que nos dio.›› **Isaac Hidalgo, Facilitador Judicial de Las Lajas, Distrito de Chame**

PROVEER INFORMACIÓN PARA PROMOVER EL CONSUMO RESPONSABLE

¡TÓMALA SUAVE!: EMPEZAMOS POR CASA

A través de nuestro programa interno basado en la Política de Consumo Responsable de Alcohol para colaboradores de Cervecería Nacional, S. A. seguimos incentivando el consumo responsable como parte de nuestra cultura interna.

WWW.HABLEMOSDEALCOHOL.COM

En esta plataforma ofrecemos información de actualidad, respaldada científicamente, sobre los riesgos del abuso en el consumo de alcohol, a la vez que seguimos invitando a las personas adultas a tomar decisiones informadas sobre el consumo responsable de alcohol.

INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR

En las etiquetas de los envases de cerveza y a través de material promocional, carteles en punto de venta, neveras, nuestra página web, volantes y afiches, difundimos mensajes relacionados con la práctica de no tomar y conducir.

PLATAFORMA DIGITAL VÍA RESPONSABLE[10]

Esta plataforma digital, es producto de la trayectoria y evolución de Respeta La Vía, Respeta La Vida, y en este sentido es la renovación de nuestro compromiso con la sociedad panameña para promover el cumplimiento de las normas de tránsito, la conducción segura, la prudencia como peatones, el consumo responsable de alcohol entre adultos y la NO venta de bebidas con contenido de alcohol a menores de edad. Vía Responsable seguirá comunicando el mensaje de

[10] Para mayor información consulte: www.viaresponsable.com.

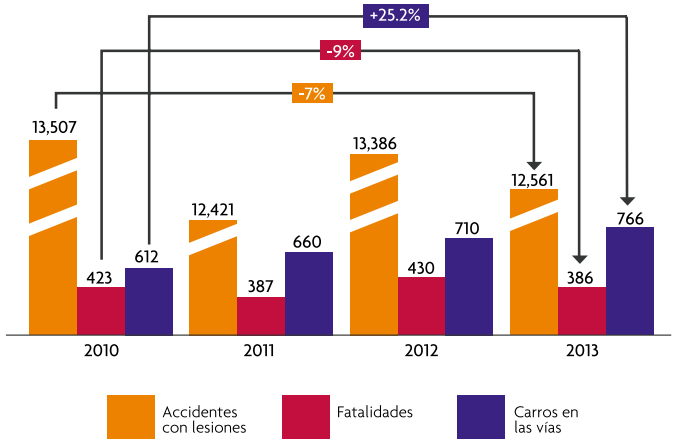
seguridad vial de Respeta La Vía, Respeta La Vida y se sumarán nuevos mensajes asociados a los frentes planteados con anterioridad.

Vía Responsable, se constituye en una ventana de comunicación digital en donde los ciudadanos podrán conocer sus deberes y derechos sobre seguridad vial e información sobre el consumo responsable, además de contar sus historias y opinar sobre estos temas. Estará activa de manera permanente con mensajes educativos, artículos, infografías, testimonios, videos e información de interés.

REDUCIR LA PRÁCTICA DE BEBER Y CONDUCIR: RESPETA LA VÍA, RESPETA LA VIDA

Nuestro programa Respeta la Vía, Respeta la Vida, sigue aportando al mejoramiento de la seguridad vial del país. Este programa implementamos en 2010 en alianza con el Ministerio de Salud, para atender las 3 causas más importantes de accidentalidad en el país, que en orden de importancia son: exceso de velocidad, uso del teléfono mientras se conduce y conducir bajo los efectos del alcohol.

En la cuarta etapa, el concepto se ha desarrollado en torno a la forma como piensa el conductor panameño y en cómo su actitud y sus malos hábitos basados en mitos urbanos se asumen como verdades. La campaña que fue difundida en televisión, radio, prensa, vallas, afiches, y redes sociales, estuvo orientada en derrumbar los mitos y de esta forma seguir aportando en la reducción de las cifras de accidentes de tránsito y víctimas.



Como cada año, seguimos construyendo alianzas para fortalecer el programa. Esta vez con el Ministerio de Salud, la Autoridad de Tránsito y Transporte Terrestre, la Policía Nacional, el Consejo Nacional de Tránsito, la Cervecería Barú Panamá y la empresa importadora Global Brands.

Usando como fuente la información estadística de accidentalidad de tránsito de la Contraloría General de la República, construimos este gráfico donde se puede ver cómo nuestro programa Respeta la Vía, Respeta la Vida contribuyó a la disminución de la accidentalidad de tránsito en nuestro país.

Desde 2011, cuando fue lanzado en colaboración con el Ministerio de Salud, el programa ha aportado a la disminución en la accidentalidad. Entre 2011 y 2013, de un 7% en los accidentes con lesiones y de un 9% en los accidentes con fatalidades, mientras la proyección de incremento de vehículos en las calles era del 25% lo que incrementaba la probabilidad de crecimiento en la rata de accidentalidad.

CONSEGUIR EL APOYO DE LOS MINORISTAS PARA REDUCIR EL CONSUMO NOCIVO: NEGOCIOS RESPONSABLES

Negocios Responsables es una iniciativa dirigida a establecimientos comerciales que venden bebidas con contenido de alcohol, la cual busca crear principios rectores para la venta responsable de bebidas con contenido de alcohol al por menor, unir esfuerzos para prevenir el consumo de alcohol en menores de 18 años y mujeres embarazadas y promover el consumo responsable en adultos.

Además de buscar que los dueños de establecimientos de comercio conozcan las regulaciones relacionadas con la venta de alcohol, no venta a menores y no venta a mujeres embarazadas; y teniendo en cuenta que vender bebidas con contenido de alcohol implica una serie de responsabilidades que van más allá del cumplimiento de la ley, desarrollamos contenidos para promover que los adultos tomen decisiones responsables basadas en el conocimiento de las consecuencias del abuso en el consumo de alcohol y compartimos los principios esenciales sobre alcohol que hemos adoptado de SABMiller plc.

En el Año Fiscal 2014, con el respaldo de la Fundación Glasswing International llevamos a cabo talleres en los que participaron 78 dueños y empleados de negocios y formamos a representantes de FUNDES para que fueran a su vez multiplicadores entre 160 tenderos de la región de Azuero. En el Año Fiscal 2015, participaron 6 dueños de negocios en talleres liderados por la Fundación Glasswing International y con el apoyo de FUNDES desarrollamos talleres con 103 tenderos, en la región de Azuero.

Auspician:

Salud · Autoridad del Tránsito y Transporte Terrestre · POLICÍA NACIONAL · CONTSEVI · BARU PANAMA CERVECERIAS · GLOBAL BRANDS

¡ES URGENTE QUE CAMBIEMOS NUESTRA FORMA DE MANEJAR!

Respeta LA VIA

CERVECERIA NACIONAL, S.A.

MUNDO RESISTENTE

Donde nuestras empresas, las comunidades locales y los ecosistemas compartan el acceso ininterrumpido al agua potable.

GRI G4-19, GRI G4-20, GRI G4-21 Y GRI G4-27

UN MUNDO RESISTENTE

Donde nuestras empresas, las comunidades locales y los ecosistemas compartan el acceso ininterrumpido al agua potable.

El agua es una fuente de vida insustituible y fundamental para el desarrollo de las sociedades. Además de ser esencial, es un recurso agotable y cada vez más escaso a escala mundial. Con la optimización del uso del agua potable contribuimos a preservar el ambiente y a que muchas más personas tengan acceso a este bien preciado.

‹‹Hoy en día, más de 1,700 millones de personas viven en cuencas fluviales en las que su uso supera la recarga natural, una tendencia que indica que dos tercios de la población mundial podría vivir en países con escasez de agua para 2025. El agua puede suponer un serio desafío para el desarrollo sostenible pero gestionada de manera eficiente y equitativa, puede jugar un papel facilitador clave en el fortalecimiento de la resiliencia de los sistemas sociales, económicos y ambientales a la luz de unos cambios rápidos e imprevisibles.›› [11]

La complejidad de la gestión del agua requiere tanto de trabajo conjunto como de responsabilidades y acciones compartidas para su protección y uso cada vez más racional. En consecuencia, en Cervecería Nacional, S. A. trabajamos continuamente en el uso eficiente este recurso en nuestra operación, en el tratamiento adecuado de las aguas residuales, y en materia de protección de fuentes de agua trabajamos en alianza con otros sectores de la sociedad para implementar programas y actividades que aporten al desarrollo sostenible de las comunidades.

Buscamos construir un mundo resistente en el nuestras operaciones, las comunidades locales y los ecosistemas compartamos un acceso ininterrumpido de agua limpia y segura.

Metas globales, programas locales

- Reducir el uso de agua hasta 3.0 litros de agua por litro de cerveza y 1.8 litros de agua por litro de gaseosas
- Evaluar los riesgos de abastecimiento de agua que compartimos con las comunidades locales, para hacerles frente mediante la implementación de medidas conjuntas.
- Establecer alianzas para hacer frente a los riesgos hídricos que compartimos con las comunidades locales.

[11] Decenio Internacional para la Acción El Agua Fuente de Vida 2005-2015, Departamento de Asuntos Económicos y Sociales de las Naciones Unidas.

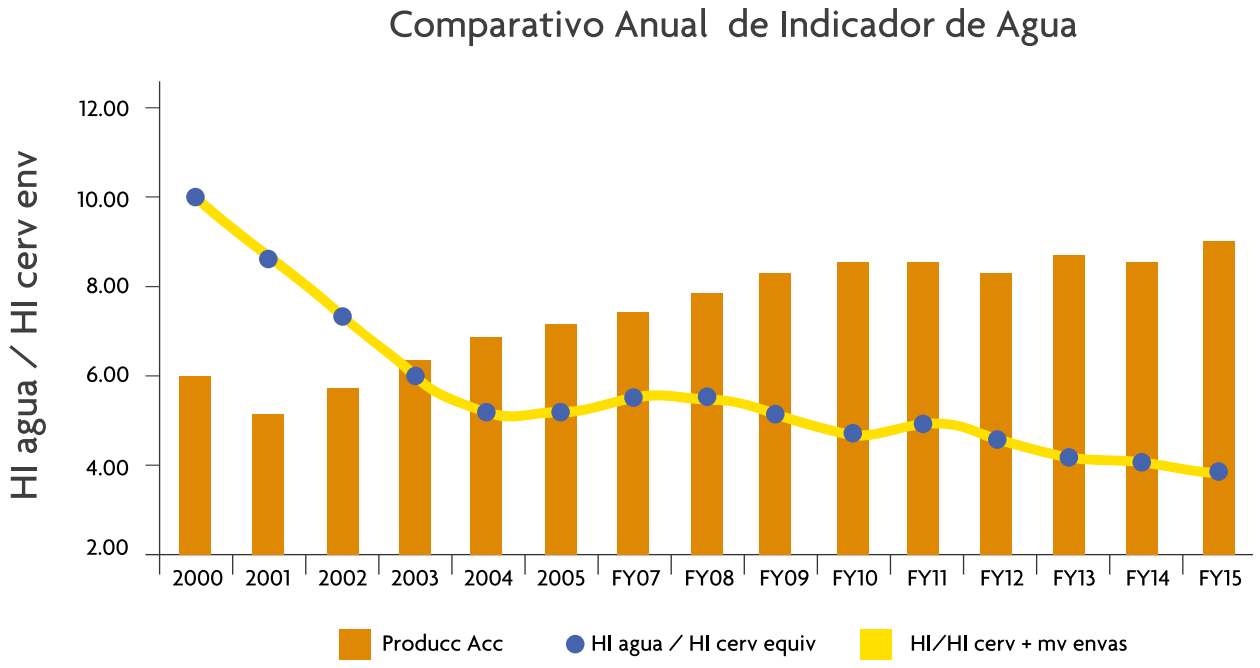
USAMOS MENOS AGUA PARA PRODUCIR CERVEZAS Y REFRESCOS

En 2008 las subsidiarias de SABMiller plc estábamos utilizando un promedio mundial de 4.6 hectolitros de agua para producir un hectolitro de cerveza, por lo que nuestra casa matriz decidió fijar una meta que retara a sus subsidiarias en el mundo: reducir el agua que utilizamos en un 25% en 7 años, meta que cumplimos en solo 6 años.

En Cervecería Nacional, S.A. venimos trabajando arduamente desde el año 2000 en la optimización del consumo de agua en nuestras operaciones, es por ello que hemos hecho avances significativos que nos han hecho merecedores de importantes reconocimientos a nivel nacional.

En más de una década ahorrando agua hemos reducido en 64% nuestro indicador de consumo del recurso.

La siguiente gráfica muestra el indicador de consumo de agua para la producción y envasado de cerveza (hectolitros de agua consumida / hectolitro de cerveza producida), el cual era de 9.85 hl / hl en el año 2000, con una línea de tendencia a la reducción a lo largo de los años, finalizando el Año Fiscal 2015 en 3.50 hl/hl producido, mostrando una reducción total del 64% en el indicador de consumo de agua, mientras la producción se incrementa aproximadamente en un 75%.



ÍNDICE DE CONSUMO DE AGUA (HL AGUA / HL PRODUCTO)	AÑO FISCAL 2013	AÑO FISCAL 2014	AÑO FISCAL 2015
hl agua/hl cerveza y malta	**3.72**	**3.61**	**3.33**
hl agua/hl refrescos	**2.33**	**2.34**	**2.37**

	AÑO FISCAL 2013	AÑO FISCAL 2014	AÑO FISCAL 2015
Total agua consumida (proviene del IDAAN) (m3)	**950.754.2**	**908,449.70**	**905,573.2**

INICIATIVAS DE REUTILIZACIÓN Y DISMINUCIÓN DEL CONSUMO DE AGUA

Uno de los proyectos más exitosos en materia de optimización del consumo de agua ha sido la implementación del sistema de recuperación y reutilización de agua, el cual cuenta con una plataforma de monitoreo a distancia desde la sala de máquinas, que permite una supervisión a través de pantallas que muestran la captación y el desplazamiento del agua recuperada entre los diferentes tanques de almacenamiento, así como el uso de la misma en los procesos.

Las fuentes de captación de agua recuperada son los procesos de elaboración, envasado y servicios industriales. Estas aguas son usadas en el sistema de refrigeración (en los condensadores evaporativos), en el sistema de lubricación de cadenas de los transportadores de botellas y en la limpieza de pisos de algunas áreas.

Durante los Años Fiscales 2014 y 2015 invertimos aproximadamente 35,000 dólares y centramos nuestras actividades de ahorro en:

- Reforzamiento de campaña de ahorro y reducción del desperdicio.
- Mejora de captación de condensado por condicionamiento de intercambiador de calor en pasteurizador.
- Mejora de proceso de elaboración con nuevo tipo de limpieza ácida en tanques fermentadores.
- Nueva fuente de captación de agua recuperada en CIP de fermentación y torre lavadora de planta de recuperación de CO_2.

TRATAMOS LAS AGUAS RESIDUALES QUE GENERAN NUESTROS PROCESOS

Nuestras aguas residuales tratadas cumplen altos estándares de calidad y son descargadas al alcantarillado municipal.

Contamos con una plata de tratamiento de aguas residuales del tipo biológico con un reactor de manto de lodos anaerobio de flujo ascendente U.A.S.B. (Upflow Anaerobic Sludge Blanket), considerada una de las mejores tecnologías disponibles para tratar aguas residuales de tipo orgánico.

La tendencia a la disminución en los hectolitros de aguas residuales tratadas vertidos se deben a la optimización del uso del agua, lo que genera menos aguas residuales. La disminución en el Año Fiscal 2014 se debe a la reducción en la producción con relación al año inmediatamente anterior y a la optimización en el consumo de agua.

	AÑO FISCAL 2013	AÑO FISCAL 2014	AÑO FISCAL 2015
Aguas residuales tratadas y descargadas al alcantarillado municipal (m3)	**478,516.3**	**357,825.0**	**380,472.0**

EVALUAMOS LOS RIESGOS DE ABASTECIMIENTO DE AGUA PARA NUESTRA OPERACIÓN Y COMUNIDADES VECINAS

Bajo la directriz de nuestra casa matriz, llevamos a cabo un estudio para analizar los riesgos de abastecimiento de agua y las comunidades vecinas en las en plantas de Latinoamérica.

Durante la realización del el estudio para la operación de Panamá, se analizaron variables tales como la demografía, el uso de la tierra, la geografía, el clima, la geología, la descripción de la fuente de agua que abastece a la ciudad, los programas de protección de la cuenca, la legislación y la situación sociopolítica.

Como resultado de este estudio en la planta de Panamá se obtuvo un nivel bajo de riesgo de abastecimiento de agua para la operación y las comunidades vecinas, teniendo en cuenta que la fuente es la cuenca del Canal de Panamá, la cual tiene importantes programas de conservación. Sin embargo, elaboramos un plan de trabajo para mitigar potenciales riesgos que se derivan de los impactos de las olas invernales que en el pasado han incrementado la turbidez del lago afectando la calidad del agua potable que llega a la ciudad, al igual que de las obras de infraestructura del metro y del mejoramiento vial de la ciudad.

TRABAJAMOS CON OTROS SECTORES DE LA SOCIEDAD

En el marco del Noveno Simposio Internacional sobre Ambiente participamos con la conferencia Más de una década ahorrando agua: 62% de reducción en el consumo, en donde presentamos los resultados exitosos obtenidos mediante la implementación de diferentes acciones enfocadas en la toma de conciencia, el uso de mejores prácticas y la innovación en tecnología para la optimización del consumo de agua.

Hacemos parte de la Comisión de Agua de la Cámara de Comercio, Industrias y Agricultura de Panamá que trabaja con la sociedad, el gobierno y otras organizaciones, en pro de un adecuado abastecimiento de agua potable para la población. La Comisión de Agua trabajó de la mano del Consejo Nacional de Desarrollo Sostenible y el Instituto de Acueducto y Alcantarillados Nacionales, en la revisión y debate del anteproyecto de Ley por el cual se "reestructura el marco legal e institucional del sector agua potable y saneamiento de la República de Panamá", haciendo las debidas recomendaciones de ajuste al documento. El Anteproyecto no ha avanzado en su proceso de aprobación.

OBTUVIMOS NUEVOS RECONOCIMIENTOS

- Premio al Buen Ciudadano Corporativo otorgado por la Cámara Americana de Comercio (AMCHAM) por la implementación del Proyecto de Manejo Sostenible de las Aguas Residuales en la Comunidad de Victoriano Lorenzo a orillas del Lago Alhajuela.
- Reconocimiento Palma de Oro por el proyecto Más de una Década Ahorrando Agua, durante el 90 Simposio Internacional sobre Producción Más Limpia, otorgado por el Sindicato de Industriales de Panamá (SIP).
- Mención Honorífica otorgada por la Fundación Panamá Sostenible, por el proyecto Más de una Década Ahorrando Agua, por la eficiencia en el uso del agua en la planta de producción.

CERVECERIA NACIONAL, S.A.
CCAD
921
7988

MUNDO LIMPIO

Donde nada se desperdicie y las emisiones sean drásticamente más bajas, creando valor mediante la reducción de emisiones de carbono y el manejo adecuado de los residuos.

GRI G4-19, GRI G4-20, GRI G4-21 Y GRI G4-27

UN MUNDO LIMPIO

El uso responsable de los recursos hace parte de nuestra estrategia de desarrollo sostenible, enfocándonos en reducir las emisiones de gases de efecto invernadero, optimizar el uso de insumos, incorporar materiales y tecnologías ambientalmente amigables, reducir el consumo, disminuir la generación de residuos, y fomentar el reciclaje y la reutilización.

Además de reducir las emisiones propias nos hemos planteado el reto de hacer lo mismo a lo largo de nuestra cadena de valor. Los esfuerzos por lograr nuestra meta del carbono representarán un ahorro significativo en costos para nosotros, para nuestros proveedores y para los minoristas que venden nuestros productos. Es un imperativo que conduce a ahorros compartidos y a una prosperidad compartida.

Adelantamos iniciativas y promovemos cultura tanto entre nuestros colaboradores como en la sociedad respecto a la reducción, la reutilización y el reciclaje para disminuir la huella ecológica.

Queremos un mundo limpio donde nada se desperdicie y las emisiones se reduzcan drásticamente.

Metas globales, programas locales

Reducir la huella de carbono a lo largo de nuestra cadena de valor en un 25% teniendo como base 2010 e incluyendo el 50% de reducción por hl de cerveza producida.

INTENSIDAD DEL CONSUMO DE ENERGÍA	AÑO FISCAL 2013	AÑO FISCAL 2014	AÑO FISCAL 2015
Energía Eléctrica Cerveza kWh / hl	**9.47**	**9.26**	**9.50**
Energía Térmica Cerveza MJ / hl	**78.39**	**71.98**	**70.83**
Energía Eléctrica Refrescos kWh / hl	**5.51**	**5.85**	**5.88**
Energía Térmica Refrescos MJ / hl	**26.87**	**27.56**	**26.29**

ENERGÍA CONSUMIDA A PARTIR DE FUENTES RENOVABLES	AÑO FISCAL 2013	AÑO FISCAL 2014	AÑO FISCAL 2015
Biogás proveniente de la planta de tratamiento de aguas residuales MJ	**7,128,142**	**9,286,155**	**4,765,657**
Porcentaje de energía renovable del total de energía consumida	**3.12%**	**4.24%**	**3.78%**

INICIATIVAS DE AHORRO

Durante el Año Fiscal 2014 y el Año Fiscal 2015, nuestro equipo de trabajo para optimización del consumo de agua, energía y reducción de emisiones, implementó un plan de trabajo con una inversión de 1,004,435 dólares en acciones específicas para reducir el consumo de energía y las emisiones de CO_2. Entre las actividades implementadas se destacan, la instalación de lámparas LED; luminarias de alta eficiencia y domos prismáticos en cinco centros de distribución; la instalación de una caldera de 600BHP de última generación; la actualización de quemadores en calderas para mejorar la combustión; la instalación de medidores para la distribución de energía térmica; y la mejora tecnológica del sistema de retornos de condensado.

TRABAJAMOS PARA REDUCIR LAS EMISIONES PROPIAS Y DE LA CADENA DE VALOR

INDICADOR DE EFICIENCIA EN GENERACIÓN DE EMISIONES DE CO_2 (KG CO2E / HL CERVEZA)	AÑO FISCAL 2013	AÑO FISCAL 2014	AÑO FISCAL 2015
	8.37	**8.27**	**8.02**

INDICADOR DE EFICIENCIA EN GENERACIÓN DE EMISIONES DE CO_2 (KG CO2E / HL REFRESCOS)	AÑO FISCAL 2013	AÑO FISCAL 2014	AÑO FISCAL 2015
	4.41	**3.99**	**3.88**

Todas las neveras y equipos de refrigeración que hemos colocado en los negocios de nuestros clientes son libres de CFC. Al cierre del Año Fiscal 2015, el 6% de estos equipos estaban dotados con dispositivos para ahorro de energía y contaban con iluminación LED. Nuestra meta para 2020 es que todos los equipos de refrigeración que tengamos en el mercado, sean libres de HFC y eco eficientes.

TRANSPORTE ECOAMIGABLE DE PRODUCTOS

Durante el Año fiscal 2015 invertimos más de 2.5 millones de dólares en la adquisición de 30 camiones nuevos que forman parte del proyecto de renovación de la flota existente, con el objetivo de mejorar las condiciones de trabajo de los colaboradores y lograr mayor eficiencia en el consumo de combustible durante la distribución de los productos.

‹‹Los camiones nos impactan positivamente, ahora nos sentimos más cómodos y seguros. Esto definitivamente nos impacta››. **Miguel Gaona, Conductor del CD de La Chorrera**

‹‹Los nuevos camiones son un incentivo para nuestros colaboradores porque reflejan su buen desempeño y el compromiso con sus labores››. **Girio Pardo, Gerente de Distribución**

AVANZAMOS HACIA 0% DE RESIDUOS ENVIADOS AL VERTEDERO

Hemos trabajado por más de quince años en el afianzamiento de la cultura Cero Desperdicios, basada en la toma de conciencia sobre el valor ambiental y económico de los mismos, y en el establecimiento de un sistema de gestión que asegura la toma de acciones para la mejora continua. Desde hace más de cinco años, somos el referente del sector industrial en materia de buenas prácticas de gestión de residuos industriales y hemos compartido nuestra experiencia en diversos ámbitos de discusión para apoyar a otros a avanzar en esta materia.

% DE RESIDUOS ENVIADOS A RECICLAJE O REUTILIZACIÓN	AÑO FISCAL 2013	AÑO FISCAL 2014	AÑO FISCAL 2015
	88.01%	**86.01%**	**92.57%**

El porcentaje de los residuos enviados a terceros para su reciclaje o reutilización ha venido incrementándose sostenidamente, llegando a cerrar el Año Fiscal 2015 con un 92.57% de residuos generados en nuestro proceso productivo que no va al vertedero municipal, sino a terceros para que sean reutilizados o reciclados. Este porcentaje, está conformado por residuos orgánicos como afrecho y levadura que son usados para alimento de ganado, así como también materiales reciclables tales como metales, latas de aluminio, botellas y tanques plásticos, láminas plásticas, cartón y papel entre otros.

Uno de los últimos desarrollos que nos aportó una mejora significativa en el indicador, es la disposición del medio filtrante usado en el proceso de cerveza, el cual hoy es manejado por un tercero y se dispone para compostaje.

Hemos venido reduciendo la cantidad de residuos generados, mientras que nuestra producción sigue incrementándose. Para el Año Fiscal 2015 la producción en hectolitros comparado con el Año Fiscal 2014 se incrementó en 1.44% mientras que el índice de generación de residuos disminuyó un 3.01% en el mismo período de tiempo.

FOMENTAMOS LA REDUCCIÓN, REUTILIZACIÓN Y EL RECICLAJE DE EMPAQUES

La calidad de los materiales de empaque y su impacto en el ambiente son indicadores de capital importancia en nuestro proceso de compras y en el diseño de nuevos productos. Por ello, además de asegurarnos de que la calidad e integridad de nuestros productos se protege, también nos aseguramos de que los materiales de empaque que usamos sean ambientalmente amigables, contengan material reciclado y sean reciclables.

La Empresa 3R Consulting realiza para cada innovación o rediseño de materiales de empaque de nuestros productos un Análisis de Ciclo de Vida basado en PAS2050:2011 y la herramienta informática de Umberto NXT LCA para las 18 categorías de impacto ambiental de la metodología RECIPE, y emite unos planes de acción que nos ayudan a tomar decisiones sobre la viabilidad de la implementación de estas innovaciones.

REDUCIR LA PRESIÓN SOBRE LOS RECURSOS NATURALES

Desde el año 2012 hemos venido rediseñando sistemáticamente nuestros envases y otros materiales de empaque para reducir su peso y disminuri de esta manera la presión sobre los recursos naturales.
Durante los Años Fiscales 2015 y 2015 se relaizaron varios proyectos entre los cuales podemos destacar:

Tapa Short Cap

Reducción del peso de la tapa rosca para las botellas PET, tapa Short Cap.

Resultados[12]

Impactos ambientales calculados de las dos tapas, original y "short cap", respecto a la unidad funcional (1 hectolitro)

[12] Según el estudio de impacto ambiental realizado por 3E Consultig.

ASPECTO	TIPO	PESO TAPA	GWP100
		kg/hl	$kgCO_2$ eq
BOTELLA	ORIGINAL	0.27	0.9244
	"SHORT CAP"	0.2635	0.9022
REDUCCIÓN	ABSOLUTO	0.0065	0.0223
	RELATIVO	2.41%	2.41%

Leyenda: GWP100 = Global Warning Potential (100 year period)

La nueva tapa "short cap" representa un ahorro de 2.41% en el peso de la tapa, causado por un "liner" más liviano, lo cual resulta en una reducción de la huella de carbono (causado por la tapa) de igual porcentaje 2.41%.

Platillo Low Gauge

Aligeramiento del platillo (tapa corona) para las botellas de vidrio retornables, denominado Platillo Low Gauge.

Resultados[13]

Impactos ambientales calculados de los dos platillos,original y low gauge, respecto a la unidad funcional (1 hectolitro)

El nuevo platillo low gauge representa un ahorro de 17.1% en el peso del platillo, lo cual resulta en una reducción de la Huella de Carbono (causado por el platillo) de igual porcentaje 17.1%. Los otros 3 impactos ambientales principales, agotamiento de fuentes fósiles, toxicidad humana y agotamiento de metales, se reducen en un 16.5%, 18.6% y \ 19.1%, respectivamente.

ASPECTO	TIPO	PESO PLATILLO	GWP100	FDP	HTP	MDP
		kg/hl	$kgCO_2$ eq	kg oil eq	kg 1,4 - DCB eq	kg Fe eq
PLATILLO	ORIGINAL	**0.70**	**3.85**	**1.03**	**2.69**	**8.59**
	LOW GAUGE	**0.58**	**3.19**	**0.86**	**2.19**	**6.95**
REDUCCIÓN	ABSOLUTO	**0.12**	**0.66**	**0.17**	**0.5**	**1.64**
	RELATIVO	**17.1%**	**17.1%**	**16.5%**	**18.6%**	**19.1%**

Leyenda: GWP100 = Global Warning Potential (100 year period), FDP = Fossil Depletion Potential, HTP = Human Toxicity Potencial, MDP = Metal Depletion Potential

[13] Según el estudio de impacto ambiental realizado por 3E Consultig.

Nueva Botella Atlas 330

La innovación en la Botella Atlas 330, consistió en una reducción del peso de la botellas de vidrio.

Resultados[14]

Impactos ambientales calculados de la nueva botella de Atlas 330 y la anterior, respecto a la unidad funcional (1 hectolitro)

Las innovaciones implementadas para la nueva botella Atlas 330, representan un ahorro de 1.43% en el peso de la botella Columbus, lo cual resulta en una reducción de la Huella de Carbono de 3.25%. Otros 3 impactos ambientales principales, agotamiento de fuentes fósiles, toxicidad humana y agotamiento de metales, se reducen en un 1.45%, 9.61% y 18.13%, respectivamente. El impacto ambiental de ocupación de tierras agrícolas subió con 0.77%, debido al aumento del peso de las etiquetas para la nueva botella.

ASPECTO	TIPO	PESO BOTELLA	ALOP	GWP100	FDP	HTP	MDP
		kg/hl	m2a	$kgCO_2$ eq	kg oil eq	kg 1,4 - DCB eq	kg Fe eq
BOTELLA	ORIGINAL	**4.21**	**7.82**	**15.07**	**4.84**	**5.10**	**8.99**
	NUEVA	**4.15**	**7.88**	**14.58**	**4.77**	**4.61**	**7.36**
REDUCCIÓN	ABSOLUTO	**0.06**	**-0.06**	**0.49**	**0.07**	**0.49**	**1.63**
	RELATIVO	**1.43%**	**-0.77%**	**3.25%**	**1.45%**	**9,61%**	**18.13%**

Leyenda: ALOP = Agricultural Land Occupation, GWP100 = Global Warning Potential (100 year period), FDP = Fossil Depletion Potential, HTP = Human Toxicity Potencial, MDP = Metal Depletion Potential

[14] Según el estudio de impacto ambiental realizado por 3E Consultig.

REUTILIZAR ENVASES Y EMPAQUES

Al cierre del Año Fiscal 2015 el 42.05% de nuestros productos llegaba al consumidor en botellas retornables que regresan a nuestra planta para ser lavadas, esterilizadas e inspeccionadas electrónicamente antes de su siguiente uso. Estas botellas tienen una vida útil aproximada de 21 ciclos y al sufrir desgaste o rotura son recicladas. Tanto las botellas como las cajas plásticas que son rechazadas por los inspectores electrónicos de las líneas de envasado, se envían a empresas externas para su reciclaje y retorno a nuestra planta como nuevos envases y cajas plásticas.

RECICLAJE POST-CONSUMO CAMBIA TU BARRIO

Nuestro programa Cambia tu Barrio, está orientado a lograr un cambio en la cultura de manejo de los desechos en los hogares, comercios, escuelas e industrias, lo cual conllevará un impacto ambiental positivo debido a la reducción de los desechos que se envían al vertedero municipal, y un impacto social positivo debido a la mejora de la calidad de vida de las personas de escasos recursos que hoy se dedican a la labor de recolección de materiales reciclables para su subsistencia.

Cambia tu Barrio empezó en 2011, cuando contratamos a Fundación Codesarrollo para realizar el estudio de pre factibilidad del proyecto de reciclaje, y un año después lo implementamos fortaleciendo la gestión empresarial de cuatro panameños dueños de pequeñas empresas de reciclaje.

Para el Año fiscal 2014 ya habíamos organizado y preparado a un pequeño grupo de recolectores de materiales reciclables, que trabajaban en el vertedero municipal, a la vez que aumentamos su autoestima enfatizando en que su labor contribuye de manera importante con el bienestar de la sociedad en materia económica y ambiental, y que mediante la sensibilización de la sociedad lograremos reducir la discriminación de que son objeto. Con el apoyo de organismos

gubernamentales y no gubernamentales ayudamos a afianzar su espíritu emprendedor.

Durante el Año fiscal 2015 iniciamos el trabajo de campo en el corregimiento de Betania, mediante la sensibilización de aproximadamente 3,000 hogares frente a la separación de los residuos; la realizaron de tres ferias de difusión dirigidas a los residentes con Roba Morena para presentar a los equipos de recolectores; y la recolección puerta a puerta de materiales reciclables. Al cerrar el año aproximadamente 20 toneladas de materiales reciclables habían sido recogidos.

La Alcaldía de Panamá seleccionó a Cambia tu Barrio como piloto para la implementación de su programa Basura Cero, lo cual nos ha permitido establecer una alianza público-privada en la que también participan la Autoridad de Aseo Urbano y Domiciliario (AAUD), la Asociación Nacional para la Conservación de la Naturaleza (ANCON) y el Movimiento Nacional de Recicladores.

Con una proyección de cinco años y un enfoque de gestión integral de residuos basado en las 3Rs (Reducir, Reutilizar y Reciclar) ampliaremos la cobertura en Bethania y en otros sectores como Chilibre y Tocumen hasta replicar la experiencia en otras áreas dela ciudad y el país.

Gracias a todas las personas que nos han apoyado trayendo material reciclable, estamos trabajando por un cambio y esperamos que todos se unan a esta iniciativa para que nuestro país esté limpio.» **Macario Caballero, recolector del proyecto**

OBTUVIMOS NUEVOS RECONOCIMIENTOS

- Premio a la Gran Empresa con Resultados más Exitosos en Sistemas de Producción Limpia recibido de la Autoridad Nacional del Ambiente de Panamá en el marco de la XIII edición de los Premios Ambientales a la Producción Más Limpia por el proyecto de Cogeneración de Energía Térmica: Planta de Producción de CO^2 y Sistema de Generación de Vapor (Etapa III).
- Reconocimiento Palma de Oro, por tercer año consecutivo en Producción Más Limpia por el proyecto de Cogeneración de Calor e Innovación en Producción más Limpia.

MUNDO PRODUCTIVO

En el que la tierra sea utilizada responsablemente, el suministro de alimentos sea seguro, la biodiversidad sea protegida, apoyando el uso responsable y sostenible de la tierra para los cultivos destinados a la industria cervecera.

GRI G4-19, GRI G4-20, GRI G4-21 Y GRI G4-27

UN MUNDO PRODUCTIVO

En la mayoría de los países donde opera nuestra casa matriz, existe una importante oportunidad de apoyo al sector agrícola, bien sea porque no hay suficiente soporte por parte de las entidades gubernamentales, o porque no hay una orientación clara acerca de las posibilidades para desarrollar nuevos cultivos que suplan demandas específicas, con mejores técnicas que aseguren el cuidado del agua y de la biodiversidad, y que se convirtieran en medios de desarrollo económico para pequeñas comunidades. Por lo anterior, en Cervecería Nacional, S. A. como subsidiaria de SABMiller plc, estamos comprometidos en lograr una prosperidad creciente en la que los cultivadores fortalezcan su productividad agrícola, cultiven más y mejores productos para su alimentación y para la comercialización como materia prima para nuestras operaciones, a la vez que mejoren su calidad de vida.

Debido a que no se puede establecer una meta de enfoque uniforme y único para la agricultura sostenible, nuestra casa matriz está estableciendo metas específicas de mejora en el rendimiento, la eficiencia en la irrigación y las reducciones de carbono, a lo largo de los cultivos que nos proveen materias primas en cada uno de sus países de operación.

Todas las operaciones de SABMiller, trabajaremos para asegurar que la adquisición de nuestras materias primas cualifique la seguridad alimentaria y la productividad de los recursos, y apoyaremos el uso responsable y sostenible de la tierra para el cultivo de insumos para la elaboración de nuestros productos.

Metas globales, programas locales

- Mejorar la seguridad alimentaria de los granjeros de pequeña escala, los cuales nos proveen en mercados emergentes, ayudándolos a incrementar sus ingresos y su producción alimentaria.
- Lograr estándares de sostenibilidad de los productores de caña de azúcar locales. riesgos hídricos que compartimos con las comunidades locales.

PROYECTOS DE APOYO AGRÍCOLA

Uno de los proyectos más exitosos entre las operaciones de SABMiller plc, que ha sido galardonado internacionalmente es el de la Cervecería del Nilo en Uganda. Este proyecto inicio en 2008, cuando los directores de la Cervecería del Nilo identificaron a un grupo de productores de sorgo atrapados en la agricultura de subsistencia y devastados por la pobreza y la enfermedad, en un país que ha sufrido décadas de guerras, y se propusieron desarrollar con ellos un proyecto para sacar a la venta una nueva cerveza hecha a base de sorgo a un precio más bajo que las cervezas tradicionales, para posicionarla en el mercado y de esta manera fortalecer la economía local, sacar de la pobreza a estas familias y ayudarlas a mejorar su calidad de vida.

La iniciativa empezó con un proceso entrenamiento a los agricultores, enfocado en mejorar la productividad de los cultivos de sorgo, el cuidado el agua y la biodiversidad; se agregaron además temas como apoyo a la organización en cooperativismo, prevención y tratamiento del VIH y sida, sistemas de potabilización de agua e incremento el acceso a la educación.
A lo largo de 6 años este proyecto ha creado 20,000 empleos directos para los agricultores, sumado al crecimiento de la cervecería que generó otros 1,000 empleos directos, y más de 180,000 empleos indirectos asociados a la cadena de valor, además de otros beneficios en torno a los temas de agua potable, salud, educación, entre otros.

PANAYUCA: del cultivo doméstico a la industrialización de la yuca

En Cervecería Nacional, S. A., creemos firmemente en que el crecimiento de los negocios depende directamente del apoyo que demos al desarrollo de las comunidades, hemos venido haciendo aportes en esta materia y actualmente nos encontramos en etapa de análisis para desarrollar otro proyecto de impacto positivo y determinante en nuestra cadena de valor.

Uno de los proyectos bandera que desarrollamos en años anteriores fue en de Panayuca, que nación de un análisis del potencial industrializable de la yuca dado su alto contenido de almidón lo cual compite con el maíz en un diversos procesos productivos, y no se estaba siendo aprovechada en Panamá, dado que se consideraba solo como cultivo doméstico de subsistencia.

Hicimos un convenio con la Asociación de Pequeños y Medianos Productores de Panamá (APEMEP) y establecimos una alianza de trabajo con el Instituto de Investigación Agropecuaria de Panamá (IDIAP) para desarrollar una investigación en torno a la importación de nuevas variedades de yuca de alto contenido de almidón y su reproducción en Panamá.

Como resultado de nuestra inversión, 13 nuevas variedades de yuca de alto contenido de almidón fueron importadas y reproducidas en Panamá, y hoy son parte del banco de semillas disponibles para los agricultores en el IDIAP. Adicionalmente, 2 colaboradores del IDIAP fueron capacitados en los laboratorios del Centro Internacional de Agricultura Tropical (CIAT) en Cali, Colombia, para reproducir las técnicas de cultivo y compartirlas con los agricultores panameños.

CERVECERIA NACIONAL, S.A.

PRODUCIMOS PROGRESO PARA NUESTRO PAÍS