

Tabla de Contenido

Comité Ejecutivo de Cervecería Nacional.....	3
En Cervecería Nacional compartimos un sueño: unir a la gente por Un Mundo Mejor	5
ABInBev	6
Un Mundo Mejor.....	6
Mundo Creciente	10
Sueño.....	10
Gente	10
Cultura	10
Desarrollo del talento humano	11
Salud y Seguridad Ocupacional.....	13
Bienestar y beneficios.....	15
Crecimiento y desarrollo en la cadena de valor	16
Los voluntarios renuevan año a año su compromiso y su vocación de servicio ...	19
Atlas: #JuntosPorLoNuestro Marcas que crean oportunidades.....	22
Mundo Limpio	23
Uso eficiente de agua	23
Eficiencia energética	24
Reducción de emisiones	25
Gestión eficiente de residuos.....	25
Reciclaje post-consumo: BasuraCeroCambiaTuBarrio.com	26
Mundo Saludable.....	28
Cultura de consumo inteligente y responsable	28
Reducción del consumo nocivo alcohol.....	29
Balboa ICE: #NiPensarlo Campaña de consumo responsable	29
Mesa de Seguridad Vial.....	29
Periodismo de Soluciones en Seguridad Vial.....	30
Negocios Responsables: los minoristas apoyan para reducir el consumo nocivo	31
ResponsableMente: Cero tolerancia frente al consumo de alcohol en menores de edad	32
Transparencia y ética	34

Comité Ejecutivo de Cervecería Nacional

Presidente Ejecutivo

Marcio Juliano

Gente y Gestión

Pablo Uribe Arroyave

Ventas

Felipe Mejía

Mercadeo

Michele Marsicovetere

Integración

Duarte Fernandes

Asuntos Corporativos

Juan Antonio Fábrega Roux

Logística

Eloy Lever

Suministros

Luis Miranda

Finanzas

Amilcar Bishop

Compras

Diana Wong

Solutions

Jean Batista

Informe COP, Año Fiscal 2016

Dirección

Nelly Rangel Bohórquez, Directora de Sostenibilidad y Comunicaciones Externas

Coordinación

Lydia Caballero Cadastre, Especialista de Desarrollo Sostenible

Cervecería Nacional

Costa del Este Complejo Business Park Torre Oeste Piso 2

Panamá, ciudad de Panamá

Octubre de 2017

Alcance y cobertura:

- Año Fiscal 2015 (periodo del 1 de Abril de 2015 al 31 de Diciembre de 2015) y Año Fiscal 2016 (periodo del 1 de Enero de 2016 al 31 de Diciembre de 2016). Se reporta como COP 2016 dado el cambio de años fiscales que se indica en el presente informe, entendiendo que parte del año 2015 ya había sido reportado en el informe pasado.
- Operación de Cervecería Nacional. De acuerdo a lo requerido por GRI en G4-17, dentro de los estados financieros consolidados de la organización figuran Cervecería Nacional, S. de R.L. y Distribuidora Comercial Group, S. de R.L. esta última es una subsidiaria que forma parte integral del mismo grupo económico, razón por la cual es contemplada en la memoria bajo el mismo nombre de Cervecería Nacional.
- Comunicación de Progreso (COP) para el Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

Cambios presentados durante el periodo de reporte:

- Como resultado de la compra de SABMiller por parte de ABInBev, Cervecería Nacional S. de R.L. desde el 1 de Octubre de 2016 pasa a ser parte de la Unidad de Negocios Caribe que reporta a la Zona Latinoamérica Norte (LAN), la segunda más grande de ABInBev, dado este cambio contamos con una nueva estructura:
 - Suministros, que antes era llamada Manufactura y formaba parte de Supply E2E
 - Logística, que antes era llamada Distribución y formaba parte de Supply E2E.
 - Gente y Gestión, que antes era llamado Recursos Humanos
 - Solutions, que antes era llamado IT (Tecnología de la Información)
 - Integración, una nueva área para integrar la operación de Panamá a la zona LAN
 - Las áreas de Ventas, Mercadeo, Finanzas, Compras, y Asuntos Corporativos se mantienen sin cambios
 - El área de Calidad que anteriormente era parte de Supply E2E pasa a Suministros
 - El área de Salud y Seguridad que anteriormente era parte de Supply E2E pasa a Logística
 - El área de Planificación que anteriormente era parte de Supply E2E pasa a Logística
 - Los líderes de Mercadeo, Ventas, Gente y Gestión y el equipo de Integración reportan directamente al Presidente Ejecutivo de Panamá y las demás funciones reportan a los Directores Funcionales de la Unidad de Negocios Caribe, con una línea de reporte punteada al Presidente Ejecutivo de Panamá.
- Los años fiscales se han modificado como resultado del cambio de SABMiller a ABInBev, pasamos de años fiscales que iniciaban el 1° de abril y finalizaban el 31 de marzo, a años fiscales que inician el 1° de enero y finalizan el 31 de diciembre.

Para ampliar información:

- Comuníquese con Nelly Rangel Bohórquez a nelly.rangel@pa.ab-inbev.com
- Consulte <http://www.cerveceria-nacional.com/responsabilidad/>

En Cervecería Nacional compartimos un sueño: unir a la gente por Un Mundo Mejor

Para Cervecería Nacional (CN), subsidiaria de AMBEV y parte de la familia ABInBev, el desarrollo sostenible es un pilar de trabajo transversal a la estrategia de negocios. Por ello, en CN estamos comprometidos con contribuir al desarrollo de un Mundo Mejor mediante la implementación de tres ejes de acción: un Mundo Limpio, un Mundo Creciente y un Mundo Saludable, los cuales aportan al logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) 3, 5, 6, 7, 8, 12, 13 y 17.

Creemos en un **Mundo Creciente**, donde todos pueden tener la oportunidad de mejorar su calidad de vida. Por ello, continuaremos apoyando el desarrollo de nuestra cadena de valor y comunidades a través de programas que impulsan la productividad y sostenibilidad de los pequeños negocios, apoyándolos en el desarrollo de habilidades y en la identificación de las oportunidades que necesitan para prosperar.

Queremos un **Mundo Limpio**, donde los recursos naturales sean compartidos y preservados para el futuro. Para contribuir a una producción y consumo sostenible, estamos comprometidos a mejorar el acceso y la seguridad las fuentes de agua, a través de programas de restauración y conservación de cuencas; de igual manera, seguiremos abordando el cambio climático a través de la reducción de nuestras emisiones de carbono, la optimización del consumo de materias primas, incrementando el contenido reciclado en nuestros materiales de empaque, el manejo adecuado de nuestros residuos post consumo, y el uso de energía proveniente de fuentes renovables.

Estamos comprometidos a promover un **Mundo Saludable**, donde cada experiencia con la cerveza sea positiva para una vida amena y responsable. Extenderemos y expandiremos nuestros objetivos de consumo responsable para ayudar a asegurar que el uso nocivo del alcohol sea reducido de manera significativa y medible.

Hemos tenido logros excepcionales durante este proceso de cambio e integración a la nueva cultura de ABInBev, logros que han sido posibles gracias al compromiso de nuestra gente, a su capacidad de ver oportunidades en los retos, así como a su gran capacidad de adaptación y trabajo en equipo.

Este es un nuevo informe recogemos estos retos y logros, y reiteramos nuestro compromiso de aportar a la solución de problemas globales, alineados con iniciativas como el Pacto Mundial de Naciones Unidas. Los invitamos a recorrerlo, a conocer un poco más sobre nuestro sueño de Unir a la Gente para Construir un Mundo Mejor.

Marcio Juliano
Presidente Ejecutivo
Cervecería Nacional

ABInBev

ABInBev ha desarrollado una estrategia de negocios que nos permite competir eficazmente en una base global, con operaciones en nueve zonas geográficas y más de 50 países, tenemos la escala para ser el líder global de nuestra industria, y el compromiso de compartir las mejores prácticas y procesos uniformes que aseguran estándares de desempeño consistentes en todo el mundo, de manera que aporten al desarrollo sostenible de cada localidad donde operamos.

Marcas

Nuestra potente cartera de marcas incluye algunas de las marcas más fuertes de cualquier empresa de productos de consumo. Esta cartera excepcional incluye siete de las 10 marcas de cerveza más valiosas del mundo, según lo mide BrandZ™. Nuestra estrategia se concentra en impulsar la salud de marca y el crecimiento de primera línea de nuestras marcas de enfoque.

Nuestras marcas locales son Atlas, Atlas Golden Light, Balboa, Balboa Ice, Malta Vigor y Agua Brisa; igualmente somos embotelladores de Pepsi, 7Up, Squirt, Orange Crush, Canada Dry y Mirinda.

Un Mundo Mejor

En Cervecería Nacional compartimos el sueño de ABInBev: Unir a la Gente por un Mundo Mejor. Este sueño representa nuestra mayor ventaja en materia de competitividad y sostenibilidad, es una cultura de trabajo basada en un sueño por contribuir a hacer del mundo un mejor lugar para vivir, donde valoramos el trabajo en equipo, la responsabilidad, el compromiso, la rendición de cuentas, la integridad, la mejora continua y mantenemos una mentalidad enfocada en hacer siempre lo correcto, creando impactos positivos que ayudan a crecer a nuestras comunidades en materia social, ambiental y económica

Relacionamiento con nuestros grupos de interés

Nuestra filosofía es cimentar relaciones sólidas con las distintas instancias y actores de la sociedad para inspirar un trabajo conjunto en donde todos participemos activamente para seguir construyendo un mundo mejor.

Definimos y priorizamos nuestros grupos de interés, según el nivel de influencia sobre nuestra gestión y de acuerdo con nuestro impacto sobre sus realidades.

Grupos de interés	Escenarios de involucramiento para cada grupo de interés
Accionistas	Se realiza a nivel de Comité Ejecutivo de ABInBev
Junta Directiva	Se realiza a nivel de Comité Ejecutivo de ABInBev
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. 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.

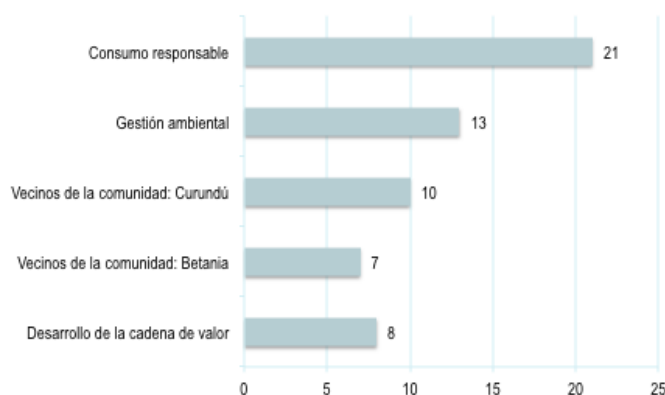
Consumidores	Línea de atención al cliente, página web, redes sociales, visitas a la planta de producción.
Proveedores	Línea Ética, reuniones con el equipo de compras. Retroalimentación sobre nuestra memoria de sostenibilidad.
Comunidades vecinas	Voluntarios corporativos, reuniones con líderes comunitarios, visitas a la planta de producción. Retroalimentación sobre nuestra memoria de sostenibilidad.
Agencias de publicidad y comunicaciones	Charlas de entrenamiento sobre nuestras políticas.
Organizaciones gubernamentales no	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. Retroalimentación sobre nuestra memoria de sostenibilidad.
Entidades gubernamentales	Reuniones para desarrollar alianzas estratégicas para implementar programas conjuntos para el desarrollo económico, social y ambiental de las comunidades. Retroalimentación sobre nuestra memoria de sostenibilidad.
Gremios	Participación en Juntas Directivas y en mesas de trabajo. Retroalimentación sobre nuestra memoria de sostenibilidad.
Medios de comunicación	Alianzas de trabajo conjunto para desarrollar conjuntos para el desarrollo económico, social y ambiental de las comunidades. Retroalimentación sobre nuestra memoria de sostenibilidad.
Academia	Alianzas de trabajo conjunto para el desarrollo de los estudiantes alineados con las necesidades de las empresas. Retroalimentación sobre nuestra memoria de sostenibilidad.

Asociación, organización o mesa de trabajo	Actividades que desarrollamos
<ul style="list-style-type: none"> Consejo Nacional de la Empresa Privada, Comisión de Ambiente Sindicato de Industriales de Panamá (SIP), Comisión de Ambiente Cámara de Comercio, Industrias y Agricultura de Panamá, Comisión de Agua y Camarita de Alimentos Cámara Americana de Comercio e Industria (PANAMCHAM), Comité de Sostenibilidad 	<p>Compartimos buenas prácticas de desarrollo sostenible en materia económica, social y ambiental.</p> <p>Contribuimos para elaborar propuestas conjuntas en materia de regulación, y discutimos las regulaciones en vía de aprobación para presentar propuestas de mejora.</p>
<ul style="list-style-type: none"> Fundación Saber Beber 	<p>Compartimos buenas prácticas con los importadores, comercializadores y productores internacionales y nacionales de vinos, licores y cervezas. Discernimos y llegamos a acuerdos sobre comunicación comercial responsable.</p>
<ul style="list-style-type: none"> Organización SumaRSE, Mesa de trabajo para inclusión laboral de personas con discapacidad Consejo Nacional de la Empresa Privada (CoNEP), Comité Cinta Roja Empresarial 	<p>Desarrollo y participación de ferias laborales para reclutamiento de personas con discapacidad.</p> <p>Participación en mesas de trabajo para compartir experiencias.</p> <p>Participación en campañas generadas por los gremios para toma de conciencia en no discriminación por VIH.</p>

Diálogos con grupos de interés

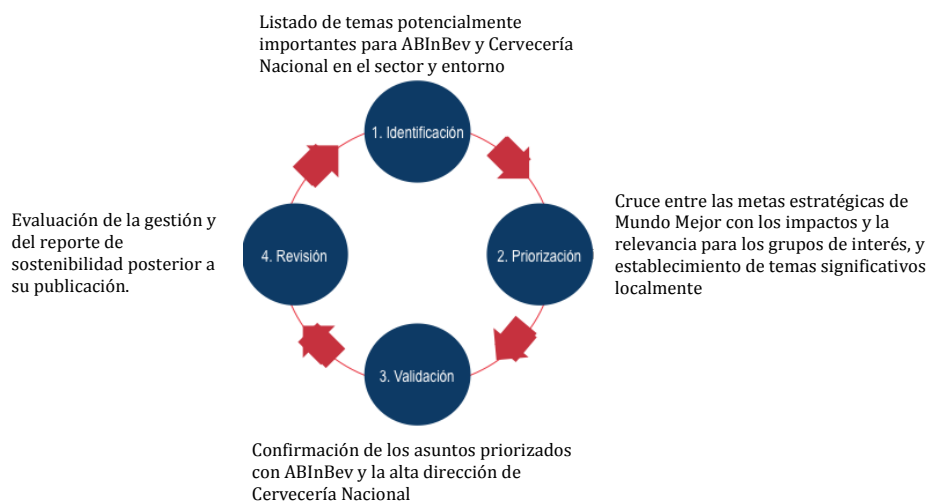
Dialogamos con **59** representantes de nuestros distintos grupos de interés para:

- Socializar los principales propósitos, iniciativas y resultados de la estrategia de desarrollo sostenible de Cervecería Nacional.
- Valorar la relevancia de los asuntos materiales tanto para Cervecería Nacional, como para sus grupos de interés.
- Identificar oportunidades de mejora para las iniciativas que gestiona Cervecería Nacional.



Los resultados del ejercicio de diálogo, nos han servido tanto como insumo para fortalecer nuestra gestión y como para estructurar este informe.

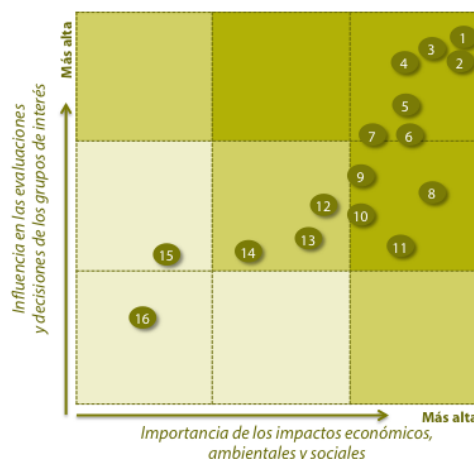
Proceso para determinar el contenido del presente reporte



Asuntos materiales

A continuación presentamos los temas de alta relevancia para nosotros, nuestros grupos de interés y el contexto del que hace parte nuestra industria. Estos asuntos, están enmarcados en nuestra estrategia de desarrollo sostenible, guían nuestra gestión y se abordan a lo largo de la estructura de este ejercicio de rendición de cuentas.

- Reducción del consumo nocivo alcohol
- Cultura responsable frente al consumo de alcohol
- Cero tolerancia frente al consumo de alcohol en menores de edad
- Cuidado y protección de fuentes de agua
- Uso eficiente de agua
- Reducción de emisiones
- Eficiencia energética
- Seguridad y salud ocupacional
- Gestión eficiente de residuos
- Crecimiento y desarrollo en la cadena de valor
- Gestión del agua en la cadena de suministro agrícola
- Empaques sostenibles
- Desarrollo del talento humano
- Creación de oportunidades en comunidades locales
- Educación ambiental a la comunidad
- Mejores prácticas en la cadena de suministro



Mundo Creciente

- Queremos un mundo en crecimiento donde todos tengan la oportunidad de mejorar sus medios de subsistencia. Lo cual significa acelerar el crecimiento y el desarrollo social en toda nuestra cadena de valor, desde nuestros proveedores hasta nuestros clientes.
- Nuestro objetivo es crear programas locales que promuevan la innovación, el espíritu empresarial y la productividad.
- Estamos comprometidos a ayudar a los dueños de pequeños negocios a crecer, proporcionando a la próxima generación de emprendedores las habilidades empresariales y las oportunidades que necesitan para prosperar.

Hemos adoptado 10 principios de ABInBev, sobre los cuales seguiremos cimentando nuestra cultura de trabajo. Cada principio está conectado con tres escenarios inspiradores Sueño-Gente-Cultura.

Sueño

1. Nuestro sueño compartido nos motiva a todos a trabajar en la misma dirección. Unir a la gente por un mundo mejor.

Gente

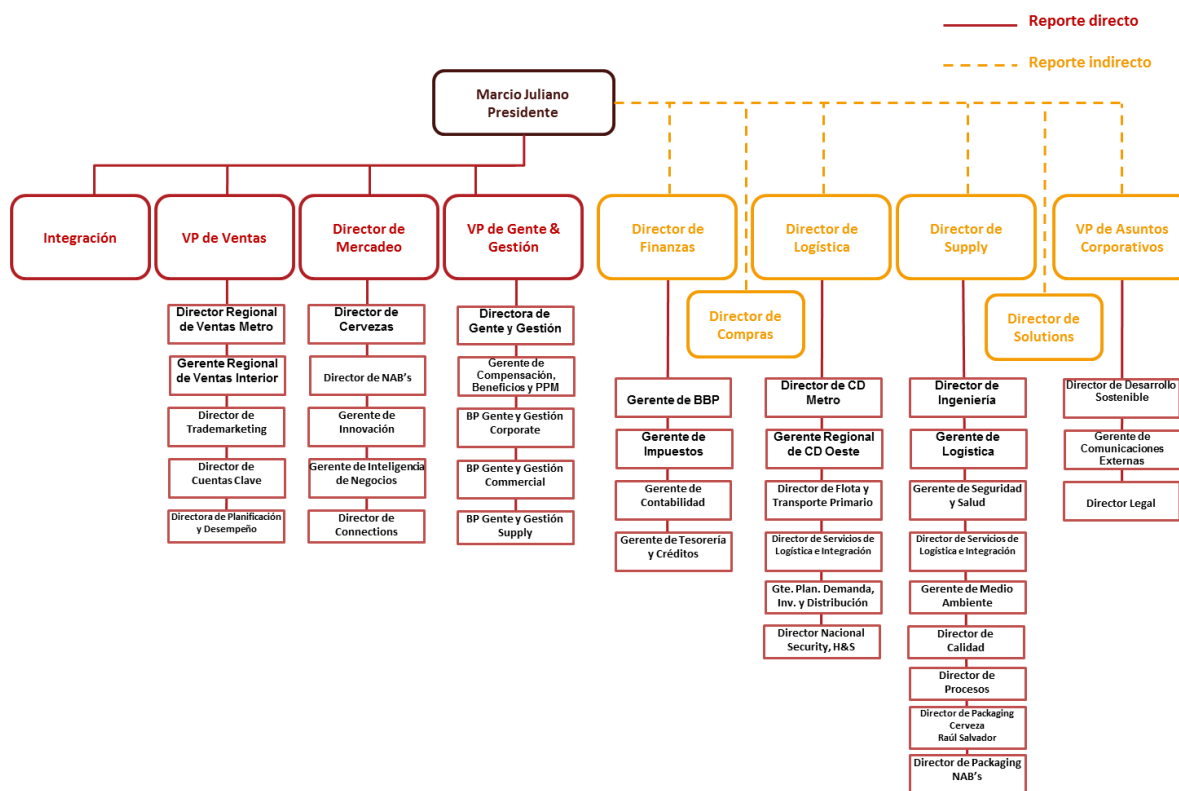
2. Nuestra mayor fortaleza es nuestra gente. La Gente Excelente crece en la medida de su talento y es retribuida en consecuencia.
3. Seleccionamos, desarrollamos y retenemos a las personas que pueden ser mejor que nosotros. Nos juzgarán por la calidad de nuestros equipos.

Cultura

4. Nunca estamos completamente satisfechos con nuestros resultados, que son el combustible de nuestra compañía. El foco y la complacencia cero garantiza nuestra ventaja competitiva duradera.
5. El consumidor manda. Servimos a nuestros consumidores ofreciendo experiencias de marca que tienen un papel importante en sus vidas y siempre de forma responsable.
6. Somos una compañía de dueños. Los dueños asumen los resultados como algo personal.
7. Creemos que el sentido común y la simplicidad generalmente son mejores guías que la sofisticación y la complejidad innecesaria.
8. Controlamos estrictamente nuestros costos para liberar recursos que mantendrán un crecimiento sostenible y lucrativo de nuestros ingresos.
9. Liderar mediante el ejemplo personal es el corazón de nuestra cultura. Hacemos lo que decimos.
10. Nunca tomamos atajos. La integridad, el trabajo duro, la calidad y la responsabilidad son la clave para construir nuestra compañía.

Estructura organizacional por áreas

Lanzamos nuestra nueva estructura organizacional, gracias a la cual esperamos continuar creciendo, seguir siendo la empresa de bebidas más grande de Panamá y convertirnos en el modelo a seguir de la Unidad de Negocios del Caribe de ABInBev. Cada uno de los equipos está conformado de la siguiente manera.



Desarrollo del talento humano

Más de 25,000 horas de entrenamiento y desarrollo

- + de 900 horas en programas de salud
- + de 100 horas en programas de *engagement*
- + de 3,000 horas en programas de liderazgo
- + de 1,400 horas en programas abiertos
- + de 1,000 horas en ventas
- + de 4,000 horas en distribución
- + de 1,800 horas en manufactura
- + de 13,000 horas en otros entrenamientos

Conversaciones Constructivas

Esta iniciativa parte de la base que la conversación es el ADN de cada relación y de la cultura. En consecuencia, es importante brindar herramientas que faciliten el diálogo en el contexto laboral y además con impacto en el ámbito personal. Por lo anterior, desarrollamos sesiones en las que participan colaboradores de distintos niveles a quienes se les ha exhortado a aplicar en el día a día todo lo aprendido.

Seis de las sesiones que implementamos en el marco de las Conversaciones Constructivas

CC1	Mentalidad Apreciativa	CC4	Coaching enfocado a la soluciones
CC2	Conversaciones consigo mismo	CC5	Creando Sinergia en el Equipo
CC3	Empoderamiento Lingüístico	CC6	Transformación organizacional

En la sesión “Creando Sinergia en el Equipo” contribuimos a la toma de decisiones, la transformación de conflictos y la innovación con sinergia; mientras que en la de “Transformación Organizacional”, abordamos elementos de la transformación, como la identidad, la estructura, la motivación, los procesos, la interacción y el entorno, a la vez que explicamos que lo más importante cuando se lidera una transformación, es desarrollar la imaginación, mostrar empatía, compartir experiencias, valorar la incertidumbre, practicar la inclusión, buscar la satisfacción integral de las necesidades y finalmente convertirse en un modelo de responsabilidad, generosidad y humildad.

Seguimos demostrando nuestro compromiso con el desarrollo de nuestra gente

A través del Instituto Técnico de Manufactura (ITM) brindamos a los colaboradores herramientas, condiciones y oportunidades de entrenamiento para desarrollarse y desempeñarse adecuadamente en sus labores diarias, a la vez que les posibilitamos un crecimiento significativo tanto profesional como personalmente.

Con el apoyo del Instituto Nacional de Formación Profesional y Capacitación para el Desarrollo Humano (INADEH), fortalecemos las habilidades de nuestro personal operativo, por medio de módulos como Transmisión de Fuerza y Movimiento, Principios básicos de Refrigeración y Operación de Sala de Máquinas, entre otros. Además de los módulos los alumnos desarrollan un proyecto de grado.

Después de cuatro años de continuas capacitaciones para reforzar conocimientos en mecánica, electricidad, automatización y procesos en la elaboración de la cerveza, 22 colaboradores obtuvieron su título como Técnicos de la Industria de Envasado de Bebidas.

Ofrecemos espacios de formación para públicos específicos

Público objetivo	Talleres
Mantenimiento y personal Administrativo	Reforzamiento experiencial “Team Building”. “Cuerdas”: para reforzar temas como iniciativa, creatividad, trabajo en equipo, sentido de pertenencia, comunicación efectiva, liderazgo, integración colectiva, lealtad, integridad, competitividad, colaboración, entusiasmo, actitud mental positiva, empatía y sinergia.
Supervisores	“Presentaciones de Alto Impacto”: factores que elevan la presencia ejecutiva, variables fundamentales de organización, momentos clave para presentar con fluidez y abuso del PowerPoint.
Oficinas de Costa del Este	“Metodología en Dirección de Proyectos”: mejores prácticas reconocidas mundialmente y establecidas por el PMI, incluyendo también ética profesional y diversidad cultural.
Finanzas	Competencias Financieras de Comportamiento.
Líderes de Planta	“Liderando la Diversidad”: diversidad de género, profesión, cultura, nacionalidad, generación, creencias y preferencias sexuales.
Equipo de Recursos Humanos	“Fortaleciendo el aprendizaje y desarrollo de Recursos Humanos”: para acercar al personal de este departamento a otras áreas de Cervecería Nacional, sobre temáticas como: el proceso de innovación de marcas; el desarrollo de los modelos de venta; y la seguridad y salud ocupacional.

Público objetivo	Conferencias
Equipo de Recursos Humanos	"Impacto del Clima Organizacional": finanzas de las empresas y la inversión en el capital humano para el desarrollo de estrategias que impactan el clima organizacional.
Colaboradores en general	"Las Capacidades Necesarias para el Nuevo Escenario Competitivo": diferentes factores económicos, sociales y culturales a los que están expuestos las empresas actualmente y sobre la importancia de tener las herramientas y capacidades necesarias para enfrentarnos como profesionales ante estos nuevos cambios.

Tus beneficios universitarios

Nos unimos a University of Louisville, Florida International University, Towson University y Universidad de Chile para brindar descuentos a nuestros colaboradores, en la inscripción de programas académicos, a nivel de licenciaturas, maestrías, cursos de inglés y diplomados ofrecidos en Panamá.

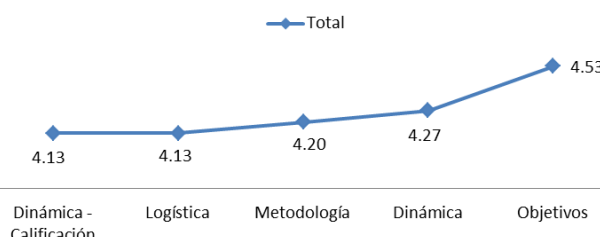
250 colaboradores participaron en las Olimpiadas de Distribución

Las Olimpiadas de Distribución tienen como objetivo reconocer a nuestros colaboradores del área de Distribución por su gestión operacional, motivando el desarrollo y estándares de excelencia operacional acompañados de salud y seguridad ocupacional, a través de un espacio que fomente la integración del equipo y el establecimiento de redes de contacto.

Dentro de estas Olimpiadas, participan los equipos de todos los centros de trabajo a nivel nacional. Los colaboradores por cada equipo realizan competencias como armado de estibas, carga de camiones, manejo de camiones, entrega efectiva y clasificación de vacío. El centro que obtenga el mejor puntaje en cuanto al menor tiempo registrado en las competencias, resulta como ganador.

Al finalizar estas Olimpiadas se realizó una encuesta de satisfacción a los colaboradores participantes, de manera que podamos recibir su retroalimentación y realizar las mejoras respectivas para el próximo año, a lo que obtuvimos un puntaje de 4.53 de satisfacción.

Satisfacción de los Colaboradores



Calificación del 1 al 5, siendo 1 menor satisfacción y 5 el nivel más alto de satisfacción

Salud y Seguridad Ocupacional

En Cervecería Nacional fomentamos una cultura de la prevención para eliminar los riesgos y asegurar que nuestro trabajo lo desempeñemos de forma segura en nuestras operaciones. En consecuencia, resaltamos continuamente la responsabilidad y el compromiso que todos debemos demostrar, lo cual se ve reflejado en que todos somos líderes en salud y seguridad ocupacional.

Programa de *Safety Champions*

Busca convertir nuestros centros de trabajo en lugares cómodos, seguros y saludables, tanto para nosotros como para todos quienes nos visitan, y promover el comportamiento seguro en nuestros centros de distribución e instalaciones, porque “la seguridad es lo más importante”.

Los *Safety Champions* están alerta para reportar condiciones inseguras, accidentes; apoyan las labores de cierre de los hallazgos de seguridad; orientan a los colaboradores en su comportamiento seguro; detienen cualquier actividad en donde se incumpla con las normas de seguridad, ya sea que la esté ejecutando un colaborador o un contratista.

“Juntos más seguros”

Es la campaña que busca un cambio consciente y voluntario de comportamiento y de hábitos para mejorar las conductas clave para prevenir accidentes, incidentes, lesiones y enfermedades; y resaltar la importancia del uso de los equipos de seguridad personal en nuestros centros de trabajo.

Esta campaña se desplegó a través de gigantografías, afiches, calcomanías y propaganda audiovisual y de eventos como: la semana de la seguridad y salud ocupacional, los premios por el mejor desempeño en seguridad, entre otros.

La seguridad y la salud en el trabajo nos concierne a todos, por ello, trabajando y cuidándonos los unos a los otros estaremos siempre “Juntos más seguros”.

Cuidamos la salud visual

- Llevamos a cabo exámenes visuales gratuitos para prevenir y detectar deterioros visuales.
- Entregamos lentes de seguridad con prescripción, en especial, a quienes requieren lentes con prescripción médica para el desempeño de sus funciones diarias.

Construimos capacidades en seguridad y salud ocupacional

- “Manejo adecuado y seguro de los montacargas” en los centros de Las Sabanas, San Cristóbal, Pasadena y Colón, para los supervisores de bodegas y ayudantes.
- “Sanidad e Higiene Personal” en Penonomé, Chitré y Santiago, para reforzar sobre los procedimientos de limpieza y desinfección que deben aplicarse en centros de distribución, en donde se trataron temas como buenas prácticas de manufactura, principales factores del aseo personal, manejo de las sustancias químicas para limpieza, desinfección y normas de higiene.
- “Seminario de Emisión de Permisos de Trabajos Críticos” en Pasadena, en donde nuestros colaboradores se capacitaron en las operaciones para emitir los permisos de trabajo seguros, específicamente para las operaciones críticas, tales como trabajo en altura, trabajos en caliente y trabajo en espacios confinados. Quienes aprobaron los exámenes obtuvieron una certificación para emitir los permisos por dos años.
- Entrenamientos en primeros auxilios para nuestra Brigada de Seguridad para atender heridas, víctimas inconscientes, RCP y uso del DEA.

Celebramos el día mundial de la salud y la seguridad en el trabajo

“Únete a la construcción de una cultura de prevención en materia de seguridad y salud en el trabajo”

- **Centro de Distribución de Colón**, charla sobre prevención y seguridad, uso de EPP y del comportamiento seguro.
- **Centro de Distribución de Penonomé**, charla sobre la importancia de tener una cultura de prevención y sobre el derecho a gozar de un medio ambiente de trabajo seguro y saludable en todos los niveles.
- **Planta Pasadena**, charla sobre la cultura de la prevención usando equipos de protección Personal.

Promovemos los estilos de vida saludables y la prevención

- Con el apoyo del Hospital Mae Lewis organizamos por primera vez una jornada anual del análisis del antígeno prostático específico (PSA) en las instalaciones del centro de distribución de Majagua, donde nuestros colaboradores mayores de 40 años tuvieron la oportunidad de realizarse esta prueba gratuita.
- Apoyamos la campaña “Únete por + vida”, en donde los colaboradores de las oficinas de Costa del Este, Las Sabanas y Pasadena, participaron en una charla sobre nutrición y vida, y aprendieron tips para elaborar un menú saludable, rápido y sencillo.
- En el marco de la prevención de la diabetes se llevamos a cabo con el apoyo de Palig, evaluaciones de triglicéridos, glicemia, colesterol, y toma de presión, peso y talla, en Las Sabanas y Pasadena.
- Facilitamos un taller nutricional sobre los alimentos y los mitos de las frutas cuando se padece diabetes.
- Realizamos un concurso para promover la ingesta multivitamínica de las frutas.

Bienestar y beneficios

Feria Beneficios

Los colaboradores y sus familiares participaron en la Feria de Beneficios en Pasadena, a la cual asistieron diversas empresas de productos y servicios como PowerClub, Scotiabank, Banco General, Marsh Semusa, Claro, Multimax y el Instituto de Mercado Agropecuario (IMA). Este último, fue uno de los puestos más visitados, en donde los participantes accedieron a sus afamados productos como verduras, frutas, vegetales, carnes, mariscos, arroz, entre otros.

La lactancia es un derecho

Porque reconocemos la altísima relevancia de la leche materna como el alimento vital para el desarrollo de los recién nacidos y la lactancia como un espacio en donde se crea conexión madre-hijo, durante la semana de la lactancia implementamos la campaña digital “La lactancia es un derecho”, en la cual no solo dimos a conocer sus beneficios sino las facilidades que ofrecemos en la sala de lactancia que hemos dispuesto para nuestras colaboradoras.

Hemos sido reconocidos por nuestra labor

- Recibimos la certificación Work and Life Balance (WLB). Otorgada por el Instituto Europeo de Capital Social. Esta certificación internacional es otorgada a las empresas que cumplen con buenas prácticas en materia de Recursos Humanos, con el objetivo de atraer y fidelizar el mejor talento.
- Fuimos ubicados en el puesto 46 de 100 como uno de los Mejores Empleadores en un estudio presentado por primera vez, por Mercados & Tendencias y Dichter & Neira, sobre las mejores empresas empleadoras de Centroamérica y República Dominicana.
- Recibimos el reconocimiento de La Universidad Especializada de las Américas, debido a nuestra contribución académica en la formación Profesional de los Estudiantes egresados de este Centro de Educación Superior.
- Fuimos los ganadores en la categoría “Empresa en Positivo” durante los Premios Panamá en Positivo, los cuales hacen un reconocimiento a personalidades y empresas que impactan positivamente a nuestra sociedad.

Crecimiento y desarrollo en la cadena de valor

Clientes

2 graduaciones de dueños de pequeños negocios en Colón y Panamá Oeste

945 clientes recibieron apoyo con el programa de negocios responsables

4e, Camino al Progreso

Programa dirigido a dueños de tiendas, kioscos o abarroterías, para impulsar el crecimiento y el bienestar de sus familias y de su comunidad.

- Entre 2013 y 2017, hemos beneficiado a 825 tenderos panameños ubicados en áreas rurales de la Península de Azuero, Provincia de Coclé, Colón y Panamá Oeste.

Ciclo anual de implementación

- Sensibilización a nuestra fuerza de ventas, distribución y atención al cliente, quienes son el contacto directo con los tenderos y por tanto, motivan su participación.
- Convocatoria a través de las emisoras de radio de la localidad donde se va a implementar el programa e inscripciones.
- Primera charla de inducción en grupos según áreas geográficas de ubicación de los negocios.
- Diagnóstico para identificar las principales oportunidades de mejora de cada negocio y entender la relación del tendero con su familia y su comunidad.
- Formación presencial, teórico-práctica y modular.
- Acompañamiento y monitoreo individual realizado por los mismos facilitadores que brindaron la formación.
- Acompañamiento para la implementación de iniciativas de desarrollo a la comunidad, a los dueños que sean seleccionados para cursar el módulo 6 de Liderazgo.
- Retroalimentación de los participantes sobre indicadores de éxito y con oportunidades de mejora del programa.

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.

Estamos en nuevas regiones

Panamá Oeste

Estuvimos presentes en cinco centros de formación, logrando impactar a una gran cantidad de comunidades, tales como:

- Distrito de Arraiján: 5 corregimientos y 20 comunidades.
- Distrito de San Carlos: 2 corregimientos y 4 comunidades.
- Distrito de Chame: 8 corregimientos y 5 comunidades.
- Distrito de Capira: 9 corregimientos y 16 comunidades.
- Distrito de La Chorrera: 8 corregimientos y 40 comunidades.

Testimonios

“Me ha impresionado positivamente que los tenderos que están ubicados más lejanos al centro de capacitación y los que más problemáticas tienen, son los que han asistido hoy, lo que demuestra definitivamente su interés en este programa.”
Carmen Armien de Lergier, consultora de FUNDES

“Me pareció bueno este primer módulo. No sabía que Cervecería Nacional, S. A. hacía estos programas. Pienso que esto nos puede ayudar, porque los negocios pequeños también pueden ser rentables y a veces requieren de que alguien les enseñe la visión para lograrlo.” Rolando Rivera, propietario de Mi Tienda, Ciricito Arriba, Distrito de Capira

“Hoy me sentí renovado en conocimientos con este taller y sobretodo muy entusiasmado. Quiero que mi esposa me acompañe en el próximo módulo.” Restituto Rivera Martínez, propietario de Inversiones La Pequeñita, El Cacao, Distrito de Capira

“Soy madre de 7 hijos, trabajo los 7 días de la semana en mi tienda y también soy artesana confeccionando tembleques y carteras con material reciclado. Me siento positiva en practicar lo que nos explicaron sobre la colocación y buena presentación de los productos en áreas calientes de la tienda. Me queda buena imagen de Cervecería Nacional S. A.”
Ángela Santos de Batista, propietaria del M/S Ángel, Playa Langosta

A orillas del río Chagres se encuentra localizado el Kiosco Danis en el corregimiento de Santa Rosa, distrito de Colón. Pocos metros antes de llegar se puede visualizar un pequeño letrero con el nombre del kiosco el cual señala la vía a tomar para ubicarlo, motivo de alegría para el programa, ya que fue una de las recomendaciones que con anterioridad se le había realizado a la propietaria. Durante la entrevista un repentino sonido de alarma se escuchó, habitantes del sector explicaron que en esta comunidad ya están acostumbrados a esas alarmas, que son las que hace sonar la represa Madden como advertencia de que está subiendo el nivel del agua del río Chagres y que si se empeora, estarían obligados a abandonar el lugar pronto.

“Ya hemos perdido todos nuestros bienes en varias ocasiones debido a estas inundaciones”. Judith Batista, la propietaria del kiosco, quien se ha levantado junto a su familia una y otra vez de cada obstáculo que la naturaleza les ha presentado.

Ella es una de las pocas tenderas que tienen bien organizadas las denominaciones de billetes y monedas para un ágil manejo de cobros y entrega de cambios en efectivo. Entre sus oportunidades de mejora a corto plazo están: pintar su local y verjas y colocar un envase cercano al destapa botellas para que no queden regados los platillos.

Nuestro negocio existe desde hace 31 años. Ha sido un poco difícil, pero con la ayuda de mi esposo, hijos y suegros hemos salido adelante. Agradezco a la Fundación Cervecería Nacional por darme la oportunidad de formar parte del Programa “4e, Camino al Progreso”, el cual me brindó herramientas necesarias para manejar mejor mi negocio. En un principio no tenía idea de cómo avanzar, pero ahora conozco más sobre cómo llevar el inventario, acomodo la mercancía, llevo las ventas para tener un mejor control financiero y atención al cliente. Estamos contentos con el crecimiento del negocio, y por ello, este año tenemos planes de ampliar el kiosco a una abarrotería o un súper, que también nos ayudará a contribuir más con nuestros vecinos de esta comunidad, Rincón de la Palma, ya que todos los años celebramos la Navidad a más de 100 niños de escasos recursos, para llevarles felicidad y alegría. Doy las gracias al vendedor de Cervecería Nacional, Alexander Herrera, quien muy amablemente me invitó a ser parte de esta iniciativa e invito a todos los dueños de tienda a que participen de este programa. Maribel Rodríguez de Chirú, dueña del Kiosco Maribel en Rincón de las Palmas, Penonomé

Negocios Responsables

Junto con la Autoridad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (AMPYME) apoyamos a empresarios dedicados a la venta de bebidas y alimentos, en las provincias de Panamá y Coclé.

A través de capacitaciones sin costo, abordamos temas como venta responsable de bebidas con contenido alcohólico, entendimiento de las regulaciones asociadas a la venta de bebidas con contenido de alcohol y mejora de la gestión administrativa de sus negocios, lo cual incrementa sus habilidades para gestionar créditos que les permitan crecer y seguir implementando mejoras.

Adicionalmente, llevamos a cabo talleres de formación dirigidos a nuestros ejecutivos de ventas, con el fin de brindarles herramientas para apoyar a sus clientes en el desarrollo de sus negocios a la vez que se fortalecen vínculos de amistad y fidelidad.

Creación de oportunidades en comunidades locales

“Balón con valores”: promovemos valores a través del fútbol

Esta iniciativa ejecutada en alianza con Morgan & Morgan y la Fundación Valórate, buscaba ofrecer a los niños participantes una alternativa de recreación educativa, formativa y constructiva desde una perspectiva no formal utilizando la metodología de Fútbol Callejero trabajando los valores Respeto, Trabajo en equipo y Honestidad. Este proyecto fue ejecutado en la Escuela Virgen de Guadalupe en las Garzas de Pacora, seleccionando para su participación niños en un rango de entre 10 y 12 años, pertenecientes a los 5tos y 6tos grados del plantel para ambos turnos de clases, totalizando una población beneficiada de 370 niños.

La metodología de fútbol callejero se aplica en tres tiempos, en el primer tiempo se reúnen los participantes en un círculo que conceptualmente recibe el nombre de “Comunidad del Diálogo” procurando con esta formación que todos se encuentren en igualdad de condiciones y en contacto visual equitativo y es en este momento en que se proceden a construir las reglas para el partido basadas en los tres valores; no existe el rol de árbitro, en su lugar existe un mediador que debe acompañar a los equipos en la evolución del juego. En el segundo tiempo es cuando se inicia el partido realmente. Un partido de fútbol callejero por objetivos didácticos y constructivos no es muy largo, su rango debe estar entre los 20 y 30 minutos. En el tercer tiempo los jugadores, junto al mediador, se sientan en la comunidad del diálogo nuevamente. El mediador cuestiona a ambos equipos sobre sus sentimientos y percepciones del partido que ha finalizado, si sienten que se cumplieron las reglas y que se dio durante el desarrollo del mismo.

Objetivos:

- Fomentar una cultura de juego integrativo enfocado en la sana convivencia sobre el sentido competitivo.
- Educar en valores a través del fútbol.
- Entrenar a los participantes en la autorregulación de su comportamiento sin depender de árbitros, faltas ni castigos.
- Fomentar el liderazgo en los participantes.
- Para promover la equidad de género se conforman equipos mixtos en donde debe haber un mínimo de 3 niñas dentro de cada equipo para poder jugar.
- Trabajar el procesamiento de emociones negativas ofreciendo herramientas alternas para su expresión.
- Modificar conductas disfuncionales recurrentes entre los niños en sus relaciones interpersonales.
- Desarrollar habilidades sociales para el manejo de conflictos evitando la agresión física y/o verbal.
- Brindar alternativas constructivas para ocupar a los niños participantes en actividades de provecho en su tiempo libre.
- Implementar un estilo de juego con una orientación menos agresiva y más colaborativa.

Dentro de las áreas de medición se seleccionaron 5 indicadores que se deseaban modificar e impactar a los niños en su comportamiento en clases, su rendimiento académico y sus relaciones interpersonales. Partimos del fundamento que la metodología del fútbol callejero al enfocarse en la educación de valores a través del juego, puede generar cambios significativos con su aplicación sistemática.

Los indicadores seleccionados fueron: impulsividad, hiperactividad, agresividad, irritabilidad y actitudes oposicionistas ante la escuela.

Resultados:

Los estudiantes con mayor puntuación en los indicadores de riesgo pasaron a ser identificados, categorizados, procesados y abordados según el plan de trabajo preparado para dicho segmento, sin excluir del programa a los otros estudiantes que obtuvieron resultados aceptables según la medición, con el objetivo de favorecer la integración grupal y el seguimiento de todos los estudiantes beneficiarios.

- De los 370 niños que se beneficiaron del programa, 74 fueron identificados en la medición inicial con conductas de riesgo.
- De los 74 niños identificados con conductas de riesgo, 40 niños mostraron cambios significativos en sus actitudes, luego de culminado el proyecto.
- 236 niños cuyos resultados en las mediciones iniciales no indicaron conductas de riesgo, también se beneficiaron con el programa reforzando sus actitudes a través de la metodología.
- 336 niños lograron cambios significativos a través de la metodología del programa.

Tabla comparativa de pre y post test				Tamaño de muestra: n=370
Indicadores	Antes	Después	Cantidad de niños que lograron modificar conductas de riesgo	Porcentaje de impacto por área
Impulsividad	60	36	24	40%
Hiperactividad	36	30	6	17%
Irritabilidad	84	35	49	58%
Agresividad	48	20	28	58%
Negatividad	72	28	44	61%

Los voluntarios renuevan año a año su compromiso y su vocación de servicio

Los colaboradores que hacen parte del Voluntariado Corporativo de Cervecería Nacional, han puesto en marcha por más 10 años, actividades en donde buscan informar, educar y mejorar la calidad de vida a quienes hacen parte de las comunidades vecinas de los sectores en donde operamos.

	Año Fiscal 2015	Año Fiscal 2016
Número total de voluntarios	236	177
Porcentaje de voluntarios que aportan horas laborales a actividades de voluntariado / total empleados	16%	12.12%
Número total de horas laborales destinadas a las actividades de voluntariado	1,791.64	1,448.6

Testimonios

“Siendo parte del voluntariado hacemos un verdadero impacto y además tenemos una inolvidable experiencia al ayudar y hacer feliz a otras personas sin esperar nada a cambio. Para mi ser

voluntario es ser aguerrido, dispuesto, cooperador, dar siempre una mano amiga y convertirse en alguien en quien puedes confiar. Es por esto que invito a todos los compañeros de CN a que vivan esta experiencia porque es algo que verdaderamente vale la pena.” Zuleyni de Hoyos, Centro de Distribución San Cristóbal, 2 años como voluntaria

“Una de la mejores experiencias que tengo durante 23 años en Cervecería Nacional, S. A., es esta actividad del voluntariado corporativo. Nos ha permitido unir esfuerzos para realizar obras muy hermosas, entre ellas hacer felices a los niños de la comunidad que escogemos todos los años con Navidad Solidaria. Elegimos un hogar donde hay muchas necesidades, nos desprendemos de algo que no es muy grande pero lo hacemos de todo corazón y la satisfacción de ellos es grandísima. Siempre he dicho no es solo pedir o recibir, sino que hay que dar un poquito de cada uno humildemente. Para mí es un orgullo formar parte de Cervecería Nacional, S. A. y que todas las personas sepan que como Empresa responsable, estamos preocupados por el entorno donde vivimos.” José Franklin Marín, Centro de Distribución La Chorrera, 7 años como Voluntario

“Decidí ser parte del voluntariado porque siento que toda persona tiene algo que aportar en beneficio de los demás y cada esfuerzo que el ser humano haga por ayudar a nuestro entorno es importante para mejorar en tantos aspectos que necesita la comunidad. Me intereso mucho por el medio ambiente, he podido aprender y siento que he logrado cambios significativos en mi vida. Cada una de las actividades me aporta un crecimiento personal. En especial cuando he participado en actividades con los niños de comunidades humildes, me gusta ver sus rostros llenos de felicidad cuando reciben algo de lo que les llevamos con mucho amor. Es una experiencia que definitivamente deberíamos vivir todos.” Nilsa Osorio Centro de Distribución Chitré, 5 años como voluntaria

“Creo que es muy valioso nuestro aporte a la comunidad porque cada mínima acción que hagamos como voluntarios es buscando el bien social. Brindamos nuestro apoyo a aquellos sectores que más lo necesitan al igual que al medio ambiente y pienso que con cada grano de arena que aportemos se generan cambios positivos. Por otro lado, el hecho de que la Empresa promueva y participe de este tipo de iniciativas ayuda a la imagen corporativa de Cervecería Nacional, S. A.” Giuseppe Marrone, Costa del Este, 2 años como voluntario

Mes del Ambiente: educación ambiental a la comunidad

Centros de Trabajo	Actividades
Centro de Distribución Chitré	Siembra de más de 280 plantones frutales y maderables en la comunidad El Carate en el distrito de Las Tablas junto con el grupo Reforestemos Azuero y Carateños Unidos. Taller ecológico y concurso de murales y dibujos, para generar conciencia entre los niños, sobre la importancia de cuidar el entorno.
Colón	Charla sobre la conservación del Medio Ambiente, dirigida a los estudiantes de la Escuela Primaria Manuel, Urbano Ayarza de Cativa.
Centro de Distribución Las Sabanas	Siembra de plantones de árboles forestales y ornamentales alrededor del Parque Residencial Annapolis, Hato Pintado. Además de los voluntarios participaron también los residentes de la comunidad, quienes junto con sus niños compartieron en esta jornada ambiental y familiar.
Centro de Distribución Penonomé	Talleres, charlas, feria y concurso de reciclaje con 200 estudiantes del Centro Escolar de Llano Marín. Donación de seis cestos de basura destinados a la clasificación de desechos (latas, papel, plásticos) e implementos deportivos (balones de

	fútbol, baloncesto, vóleybol).
Centro de Distribución San Cristóbal	Concurso de oratoria y dibujo “Amamos a nuestro país, amamos a nuestra comunidad, por eso cuidamos nuestro ambiente”, en la Escuela Carmen Solé Bosh (San Pedro) y en la Escuela Gaspar Octavio Hernández.
Centro de Distribución Santiago	Limpieza y adecuación del Parque Marbella en Santiago de Veraguas con estudiantes de la Universidad Latina. Taller de manualidades con material reciclable y dibujos alusivos al mes del ambiente con colaboradores del centro de distribución y sus hijos.
Costa del Este	Entrega de plantones como parte de la celebración del mes del ambiente, a los colaboradores de las empresas con sede en el Complejo Business Park de Costa del Este. Taller de Reciclaje con la participación de 50 niños de la Escuela Bilingüe de Cerro Viento y de la Escuela Primaria Sara Sotillo, realizado con el objetivo de promover en los niños la importancia de las 3R (reciclar, reducir y reutilizar), y sobre el cuidado del Medio Ambiente, además se elaboraron manualidades con material reciclado. Este taller estuvo dirigido por el personal de la Dirección de Educación Ambiental de la Asociación para la Conservación de la Naturaleza (ANCON) y nuestros voluntarios.
Planta Pasadena	Celebración del mes del medio ambiente con un grupo de 50 niños de la Escuela Nacional de Ciegos Hellen Keller, por medio de concursos alusivos al cuidado del medio ambiente: concurso de canto y declamación, cuenta cuentos.

Navidad Solidaria

Los voluntarios de todos los centros de trabajo, compartieron una vez más su tiempo en escenarios como Nuevo Belén de Tocumen, Río Abajo, Escuela de Jamaica en Veranillo, Comunidad de Luisa en la Pintada de Penonomé, Playa Banco en Santiago, la comunidad de Fuente del Chace en La Chorrera, el Hogar de “Niños y Niñas Amados” en las Lomas de Chiriquí, el Programa de Parálisis Cerebral del Instituto Panameño de Rehabilitación Especial (IPHE) en Clayton, la comunidad del IPETI Chocó, el Hogar del Niño de Nuestra Señora El Carmen de La Cruz Roja Panameña, la Escuela Virgen de Guadalupe del sector de Pacora, el Hogar del Anciano de Bolívar, la Escuela de Santa Rosa en Majagua, hogares de escasos recursos con residencia en Nueva Providencia y en el Asilo de Ancianos en Puerto Pilón, la Casa Hogar la Semillita ubicada en el barrio Colón, Las Cuchillas de las Minas en la provincia de Herrera, así como los con los hijos de las mujeres recicladoras que hacen parte de nuestro programa “Cambia tu Barrio”, entre otros. En estos espacios hicieron donaciones, compartieron refrigerios, jugaron, entregaron de regalos y llevaron animación.

Testimonio

“Fue una fiesta conmovedora en donde los niños se sintieron amados tal y como son. La oportunidad de cantar, jugar y compartir quedará siempre en sus corazones. Para ellos ustedes son sus amigos. Nos consideramos bendecidas al contar con su generoso apoyo para hacer felices a nuestros niños.” Ana María de Caballero, docente

Entrenamos al Voluntariado Corporativo

Carolina Freire, Presidenta de la Fundación Voluntarios de Panamá, impartió una serie de talleres para la capacitación de nuestros líderes voluntarios de los diversos centros de Cervecería Nacional a lo largo del país. Con estas capacitaciones buscamos brindarles a nuestros líderes voluntarios las herramientas para el manejo y gestión de voluntariado en cada uno de sus centros de trabajo, lo cual les permita empoderarse hacia la organización de actividades

de impacto en su comunidad y asimismo transmitir estos conocimientos a otros colaboradores de la empresa.

Los voluntarios llevaron a cabo una actividad en donde definieron su esencia cómo equipo y sus motivaciones para ser parte del voluntariado, intercambiaron aprendizajes y recibieron información sobre los nuevos retos que tendremos durante los próximos años.

Mi escuela primero

Nos unimos a esta iniciativa del Ministerio de Educación busca reparar y equipar escuelas del sector público e hicimos aportes al colegio León A. Soto, ubicado en Los Andes, San Miguelito, área en la que reside un número importante de nuestros colaboradores. Aportamos en actividades como instalación de puertas de metal, grifos, lavamanos, inodoros, duchas para el área de educación física, soporte para las fuentes de agua, reparación de techo, revisión completa de aguas servidas y reparación de la cerca perimetral.

Atlas: #JuntosPorLoNuestro Marcas que crean oportunidades

Atlas puso en marcha la campaña “Juntos por lo nuestro”, para contribuir con el medio ambiente en Panamá por medio de una plataforma a través de la cual comunicamos lo que hacemos para proteger el ambiente e invitamos a toda la sociedad panameña a trabajar unida y a ser agentes de cambio. Esta campaña se divide en dos grandes iniciativas: “Juntos por nuestro barrio” que representa el reciclaje comunitario y “Juntos por nuestras playas” que se enfoca en la limpieza de las playas de Panamá.

Malta Vigor

Se unió a la causa del Club de Leones de Chame-Playa Coronado para beneficiar niños de preescolar y primaria de los Centros Básicos Educativos de Lajas y Toribio Lora Puche en Sorá, Chame.

Entregó a los niños del Hospital del Niño, juguetes y balones firmados por los jugadores de la Selección Nacional de Fútbol de Panamá. Contamos con el apoyo de Jaime Penedo, arquero de la Selección Nacional de Fútbol, quien compartió con los niños e hizo entrega de los obsequios, junto con nuestros colaboradores.

Pepsi

Apoyó nuevamente a la Fundación Operación Sonrisa, para devolverle la sonrisa a una población vulnerable de nuestro país. Esta Fundación tiene como misión reintegrar a la sociedad a personas de escasos recursos con malformaciones físicas, a través de cirugías reconstructivas y de programas médicos y educativos, a fin de darles la esperanza de llevar una vida digna, sana y productiva, gracias al apoyo de voluntarios y patrocinadores.

En esta ocasión, apoyamos la misión para la cirugía de un grupo de niños, quienes fueron seleccionados para ser operados en el barco hospital U.S. Naval Hospital Ship COMFORT, de la Fuerza Naval de los Estados Unidos, el cual se encontraba de visita en Panamá para atender a más de 10 mil pacientes en Colón.

Mundo Limpio

El cambio climático tiene consecuencias de largo alcance para nuestros negocios y las comunidades donde vivimos y trabajamos, desde la escasez de agua y las limitaciones energéticas hasta la reducción de la seguridad alimentaria y el aumento de los riesgos para la salud. Lo anterior, desacelera el desarrollo tanto económico como social de cientos de millones de personas en todo el mundo. En las operaciones de ABInBev, estamos luchando por un mundo más limpio donde los recursos naturales se compartan y se preserven para el futuro.

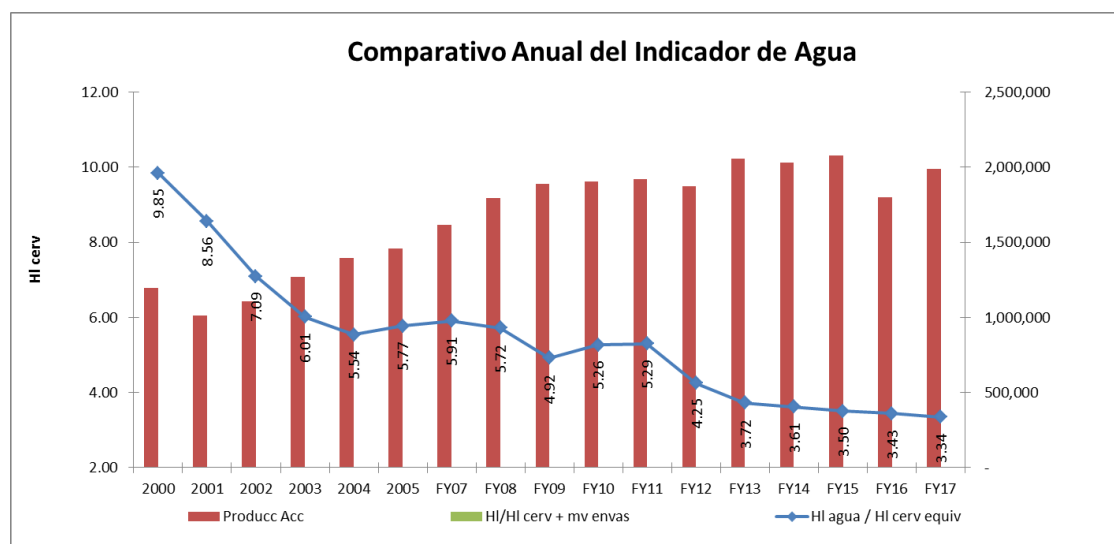
Estamos dedicados a mejorar el acceso al agua y la seguridad para las personas a través de nuestros mercados. A través de programas de restauración y conservación de cuencas; y movilizandoun movimiento global para el acceso al agua con nuestras marcas.

La elaboración, el envasado, el enfriamiento y la distribución de nuestras cervezas, generan emisiones de gases de efecto invernadero (GEI), las cuales estamos reduciendo mejorando la eficiencia, invirtiendo en programas de logística verde, comprando refrigeradores más eficientes, utilizando más envases reciclados y usando más energía renovable.

Seguiremos reduciendo nuestras emisiones de carbono, invertiremos en la obtención de electricidad renovable y aumentaremos el contenido reciclado en nuestros materiales de embalaje.

Uso eficiente de agua

Hemos reducido el consumo de agua en un 66% durante los últimos 17 años. En el año 2000 el indicador de consumo era de 9.85 litros de agua por cada litro de cerveza producida y al cierre del 2017 llegó a 3.34 litros de agua consumida por cada litro de cerveza producida.



Índice de consumo de agua (Hl agua /hl producto) ¹	Año Fiscal 2013	Año Fiscal 2014	Año Fiscal 2015	Año Fiscal 2016
hl agua/hl cerveza y malta	3.72	3.61	3.33	3.43
hl agua/hl refrescos	2.33	2.34	2.37	2.37

Campaña “Gota a gota ahorramos todos”

Con el objetivo de crear consciencia en el personal operativo sobre el ahorro del consumo de agua y energía, el área de Manufactura implementó en Pasadena la campaña “Gota a gota ahorramos todos”. Para esta campaña se desarrolló un vídeo que destaca las mejores prácticas que hacen parte del plan de ahorro de consumo de agua y energía.

Optimización de los enjuagues

El área de Elaboración de cervezas trabajó en la optimización de los enjuagues con agua en los CIP's (por sus siglas en inglés, Cleaning in Place) utilizados para realizar la limpieza de los equipos de la sala de cocimientos, lo cual supone ahorros de más de 3 millones de litros de agua al año al tiempo que se mantienen los estándares microbiológicos requeridos.

Para tal efecto, se revisaron aproximadamente 26 recetas y gráficos de limpieza por cada CIP, para evidenciar los consumos reales y los posibles ajustes con base en los datos de consumos de agua durante el último trimestre. Posteriormente, se iniciaron las pruebas en campo, ajustes, validaciones y balances en los CIP en: paila pre mezcla, cocedor de granos, cuba filtro, whirlpool, paila de ebullición, enfriador, entre otros, hasta concretar los ajustes en recetas de CIP's.

Eficiencia energética

Intensidad del consumo de energía	Año Fiscal 2013	Año Fiscal 2014	Año Fiscal 2015	Año Fiscal 2016
Energía Eléctrica Cerveza kWh / hl	9.47	9.26	9.50	9.96
Energía Térmica Cerveza MJ / hl	78.39	71.98	70.83	69.92
Energía Eléctrica Refrescos kWh / hl	5.51	5.85	5.88	5.76
Energía Térmica Refrescos MJ / hl	26.87	27.56	26.29	26.72

Energía consumida a partir de fuentes renovables	Año Fiscal 2013	Año Fiscal 2014	Año Fiscal 2015	Año Fiscal 2016
Biogás proveniente de la Planta de Tratamiento de Aguas Residuales MJ	7,128,142	9,286,155	4,765,657	8,178,043.3
% de Energía Renovable del Total de Energía Consumida	3.12%	4.24%	3.78%	3.68%

¹ Las cifras incluyen los procesos de elaboración y envasado de cervezas, malta y refrescos, así como el uso de agua para los servicios industriales (vapor, agua y calderas).

Reducción de emisiones

Indicador de eficiencia en generación de emisiones de CO ₂ (kg CO _{2e} / hl Cerveza)			
Año Fiscal 2013	Año Fiscal 2014	Año Fiscal 2015	Año Fiscal 2016
8.37	8.27	8.02	7.88

Indicador de eficiencia en generación de emisiones de CO ₂ (kg CO _{2e} / hl Refrescos)			
Año Fiscal 2013	Año Fiscal 2014	Año Fiscal 2015	Año Fiscal 2016
4.41	3.99	3.88	3.73

Gestión eficiente de residuos

En Cervecería Nacional seguimos trabajando hacia una cultura de “Cero Desperdicios” basado en la toma de conciencia sobre el valor ambiental y económico de los mismos, y el establecimiento de un sistema de gestión que asegura la toma de acciones para la mejora continua.

% de residuos enviados a reciclaje o reutilización			
Año Fiscal 2013	Año Fiscal 2014	Año Fiscal 2015	Año Fiscal 2016
88.01%	86.01%	92.57%	93.22%

En la tabla anterior podemos ver como el porcentaje de los residuos enviados a terceros para su reciclaje o reutilización han venido incrementándose sostenidamente, llegando a cerrar el Año Fiscal 2016 con un 92.57% de residuos generados en nuestro proceso productivo que no va al vertedero municipal, sino que va a terceros para que sean reutilizados o reciclados.

Parte de este éxito se debe al constante seguimiento y la gestión diaria por parte de un equipo de colaboradores dedicados, además del manejo de indicadores y controles diarios que nos permite calcular periódicamente el total de residuos generados, la distribución en porcentaje de tipos de residuos generados, el índice de generación de residuos, la cantidad de residuos generados en contraste con el volumen de producto envasado y otros índices que dan un indicativo del desempeño en cuanto a la gestión de los residuos.

Nos mantenemos realizando una gestión eficiente de residuos, ya que mientras nuestra producción sigue incrementándose, seguimos reduciendo la cantidad de residuos generados.

Reciclaje post-consumo: BasuraCeroCambiaTuBarrio.com

Alianza público-privada Basura Cero Cambia tu Barrio

15,000 personas sensibilizadas con Cambio Tu Barrio

8 ferias de reciclaje

1 centro de acopio

7 puntos limpios operando en parques

95 toneladas de materiales reciclables recolectados

17 nuevos empleos generados

En el año 2011 Cervecería Nacional, en línea con sus objetivos corporativos globales de contribuir a la construcción de un Mundo Limpio, donde el consumo sostenible sea la base de la construcción de un nuevo modelo para el manejo de residuos, inicia sus primeros estudios para planificar y desarrollar un programa de reciclaje post consumo. Para ello se enfoca en la recolección de los residuos reciclables en la fuente de generación, para retornarlos a las cadenas productivas evitando que se conviertan en basura. Fomentando de esta manera el uso eficiente de los recursos, la eficiencia energética, la generación de empleos ecológicos y decentes, y una mejor calidad de vida para todos.

Luego de elaborado el plan de trabajo con la ayuda de la Fundación Codesarrollo, Cervecería Nacional trabaja en el fortalecimiento de 4 centros de acopio y compra-venta de materiales reciclables, durante los años 2012 y 2013, con el objetivo de prepararlos para afrontar un incremento en el manejo de residuos reciclables. Y en el 2014, empieza con la implementación en campo de la recolección selectiva de materiales reciclables puerta a puerta, con el programa piloto que se denominó Cambia Tu Barrio, que inició en Camino Real, Corregimiento de Betania con el apoyo de BEPATE (Betania para Todas las Edades), la Junta Comunal de Betania y el Movimiento Nacional de Recicladores, como beneficiarios del programa.

Durante el 2014 mediante el Programa Cambia Tu Barrio, 40 integrantes del Movimiento Nacional de Recicladores recibieron capacitaciones de emprendimiento y fortalecimiento de su autoestima, con el fin de integrarlos al programa de reciclaje. Se realizaron dos ferias de reciclaje en Betania con Roba Morena, para sensibilizar a la comunidad en consumo responsable y manejo adecuado de sus desechos, anunciar las rutas de recolección y presentar a las personas que estarían recolectando los materiales puerta a puerta. Seguidamente, se inician las visitas domiciliarias para recolectar cartón, papel, Tetrapak, latas de aluminio, y envases plásticos #1 y #2.

En el 2015, Cervecería Nacional con el objetivo de acelerar la implementación del programa en el corregimiento de Betania y avanzar también en otros corregimientos, busca sumar fuerzas; es así como se acerca a la Asociación Nacional para la Conservación de la Naturaleza (ANCON), y simultáneamente es contactada por la Alcaldía de Panamá, quien bajo la actual administración decidió implementar el Programa Basura Cero.

Es así como Cervecería Nacional propone a las instituciones sumar esfuerzos mediante la firma de la alianza público-privada, entre el Municipio de Panamá, la Autoridad de Aseo Urbano y Domiciliario, Cervecería Nacional como donante principal, y ANCON como brazo ejecutor del programa piloto.

Esta iniciativa se concretó el 26 de marzo de 2015 con la firma de la alianza Basura Cero-Cambia tu Barrio, para trabajar en Betania, Chilibre y Tocumen, en la que Cervecería Nacional se compromete a aportar US\$ 698,000 para la implementación del programa en los 3 corregimientos. Esto adicional a los US\$ 263,000 que ya Cervecería Nacional había invertido en el programa Cambia tu Barrio previo a la conformación de la alianza público-privada.

Buscando mejorar la logística para avanzar más rápidamente el cubrimiento de todo el corregimiento de Betania, se cambió la estrategia de recolección puerta a puerta por la de instalación de Puntos Limpios en lugares estratégicos de

Betania, donde los ciudadanos pueden llevar los materiales reciclables. Se diseñaron e implementaron nuevas rutas de recolección de materiales reciclables para los Puntos Limpios y rutas de sensibilización puerta a puerta, y se programaron y ejecutaron nuevas ferias de sensibilización comunitarias.

También se capacitó al personal que iba a formar parte del programa. Se diseñaron, construyeron e instalaron 7 estaciones de recepción de materiales reciclables llamados Puntos Limpios, en lugares acordados con la comunidad. Se construyó un centro de acopio, ubicado en las áreas revertidas, el cual se dotó equipos para la segregación, el manejo y almacenamiento de los materiales reciclables para su posterior venta. Se comunicó que en los Puntos Limpios se recibe cartón, papel, Tetrapak, latas de aluminio, y envases plásticos 1 y 2, y en las ferias comunitarias se reciben otros materiales dependiendo de los aliados que se sumen a las mismas.

Seguimos siendo reconocidos por nuestro compromiso ambiental

- Premio Palma de Oro, en la categoría “Gran Empresa con Mención Honorífica por Implementar Prácticas Ambientales Sostenibles”, otorgado por el Sindicato de Industriales de Panamá (SIP) gracias a la implementación de nuestro Sistema de Gestión de Residuos Sólidos en Pasadena, en donde hemos reducido la cantidad de residuos generados en nuestros procesos en un 20% en los últimos 5 años y hemos logrado que el 93.22% de los residuos vayan a empresas de terceros que los reutilizan, reciclan o comercializan.
- Palma de Oro de El Sindicato de Industriales de Panamá (SIP), en la categoría “Gran Empresa” por el proyecto “Cero Emisiones en el Transporte de Productos” en el XI Simposio Internacional de Ambiente.
- Mención Honorífica por parte del Ministerio de Ambiente (MiAmbiente) en la categoría “Premio a la Gran Empresa e Institución Estatal con resultados más exitosos en sistemas de producción limpia” por los resultados obtenidos a través de nuestro programa “Más de una década ahorrando agua” en donde hemos reducido en un 64% el indicador de consumo de agua en nuestras operaciones, durante un período de 15 años.

Mundo Saludable

Aspiramos a un mundo más saludable donde cada experiencia con la cerveza es positiva. Nos apasiona la innovación en la elaboración de cervezas para que nuestros consumidores disfruten, pero entendemos que la promoción del consumo responsable es fundamental para que tengamos una sociedad saludable.

El uso nocivo del alcohol sigue siendo un tema de gran preocupación para los gobiernos, la sociedad y para nosotros. Para enfrentar esta preocupación global, ABInBev se ha fijado como objetivo apoyar la reducción del uso nocivo del alcohol en un 10% para 2025. Este es también un área de enfoque dentro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (SDGs).

Estamos comprometidos con la promoción del consumo inteligente de bebidas con contenido de alcohol, para mayores de edad, porque es la base fundamental para vidas bien vividas. Por ello, continuamos en nuestro cometido de adelantar iniciativas de alto impacto en Panamá y ahora adoptaremos las Metas Globales de Consumo Inteligente de ABInBev, las cuales buscan contribuir a asegurar que el uso nocivo de alcohol se reduzca de forma significativa.

Las Metas Globales de Consumo Inteligente de ABInBev, enmarcan los esfuerzos para hacer una inversión más importante en programas que ayudan a cambiar de manera medible las normas sociales y los comportamientos alrededor del consumo de alcohol.

Acciones responsables	Año Fiscal 2014	Año Fiscal 2015	Año Fiscal 2016
Porcentaje de marcas de cerveza que incluyen los símbolos de consumo responsable de alcohol	55%	100%	100%
Número de menores alcanzadas a través de los programas para evitar el consumo por parte de menores de edad	305	1,411	1,321

Cultura de consumo inteligente y responsable

En Cervecería Nacional empezamos por casa, contamos con instancias por medio de las cuales autorregulamos las comunicaciones comerciales y el comportamiento de nuestros colaboradores frente al consumo responsable de alcohol e invitamos a otros aliados a preservar dichos lineamientos.

Entrenamiento

Vinculamos a colaboradores de Cuentas Claves, Trade Marketing, Mercadeo, a la fuerza de Ventas, Especialistas, Gerentes, miembros del Comité de Comunicaciones Comerciales y del Subcomité de Comunicaciones Comerciales Digitales, a ejecutivos de agencias de publicidad sobre comunicaciones comerciales responsables.

Durante el entrenamiento los asistentes reflexionan acerca de su rol para asegurar la sostenibilidad a largo plazo del negocio, analizan los pros y los contras del cumplimiento de nuestra política de autorregulación de cara a la estrategia de la Organización Mundial de la Salud (OMS), tomando acciones preventivas para reducir el consumo por parte de menores y mujeres embarazadas, así como los efectos adversos a la salud ocasionados por el abuso en el consumo de bebidas con contenido de alcohol.

Reducción del consumo nocivo alcohol

“Vía Responsable”²: la plataforma digital que nació de “Respeta La Vía, Respeta La Vida”

En 2011, cuando dimos inicio a la iniciativa “Respeta La Vía, Respeta La Vida”, nos enfocamos en asegurar que los ciudadanos recibieran un mensaje que les ayudara a evaluar su comportamiento en las vías y tomar parte en la construcción de una ciudad más segura, entendiendo que para ese momento las estadísticas de la Contraloría General de la República mostraban que las tres causas de accidentalidad en las vías, en orden de importancia eran el exceso de velocidad, el uso de celular mientras se conduce, y conducir bajo los efectos del alcohol.

Después de cuatro años de resultados positivos, en 2015 evolucionamos a “Vía Responsable”, nuestra plataforma digital que a través de las redes sociales promueve 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.

Objetivos de “Vía Responsable”

- Ser un centro de información relevante y actualizado sobre los derechos, deberes y normas de seguridad vial para los conductores y peatones.
- Aportar a la reducción de los índices de accidentalidad de tránsito a nivel nacional.
- Educar y concientizar sobre el consumo responsable y la no venta de alcohol a menores de edad.
- Establecer alianzas para apalancar esfuerzos y recursos del sector privado, público y de la sociedad civil, para lograr un impacto mayor en la sociedad

Balboa ICE: #NiPensarlo Campaña de consumo responsable

Bajo el mensaje “que sea lo peor que te pueda pasar”, nuestra marca Balboa ICE, lanzó una campaña de consumo responsable, la cual tiene como objetivo concientizar a los consumidores sobre el peligro de tomar y manejar, especialmente enfatizando en la toma de malas decisiones que pueden cambiar su vida y la de sus seres queridos.

Balboa ICE es la marca que invita a vivir los buenos momentos al máximo, con ella buscamos llevar experiencias únicas a todos nuestros consumidores, así mismo es fundamental para nosotros cuidarlos, ya que queremos que lleguen sanos y salvos a casa, es allí donde nace #Nipensarlo.

La iniciativa, utilizó frases como: “poner la casa para el after”; “perder la cartera” o “escribirle a tu ex”; entre otras, las cuales representan situaciones que vive la gente mayor de edad en sus ocasiones de consumo. Queremos que esto sea “lo peor que les puede pasar” y que cuando estén consumiendo alcohol: “tomar y manejar, ni pensarlo”.

Mesa de Seguridad Vial

Sector público y privado trabajan por la seguridad vial en el transporte de mercancías

Un grupo de empresas del sector privado y organismos del sector público fueron parte activa de la primera Mesa de Seguridad Vial para el Transporte de Mercancías, liderada por Cervecería Nacional y organizada por Sumarse, como parte del programa Vía Responsable que implementa Cervecería Nacional.

Esta iniciativa tuvo como objetivo desarrollar e implementar un plan de acción que contribuya a la reducción del número de accidentes de tránsito en el transporte de mercancías. Durante este primer ejercicio, contamos con la participación de un representante de nuestro equipo de Flota, que presentó buenas prácticas e hizo énfasis en el cumplimiento de

² Para mayor información consulte la página web www.viaresponsable.com o las redes sociales Facebook y Youtube: Vía Responsable; y Twitter e Instagram: @viaresponsable.

nuestro manual de HS&S.

En esta mesa se estuvo trabajando con base en los objetivos del Plan Nacional para el Decenio de Acción para la Seguridad Vial 2011-2020 de la República de Panamá, bajo los que formulará una estrategia para mitigar los riesgos asociados al conductor, al vehículo, al manejo de la carga, así como aumentar la capacidad de respuesta tras los accidentes para mejorar sostenidamente los indicadores de desempeño asociados a la seguridad vial.

La agenda de trabajo de la mesa incluye temas como movilidad y vías más seguras, vehículos más seguros, manejo óptimo de carga y adecuación de vehículos, conductores mejor formados e informados y atención de accidentes. Y como producto final, se publicará una Guía de Buenas Prácticas que permitirá al sector implementar nuevas iniciativas de seguridad vial en el transporte de mercancías.

La mesa contó con la participación de representantes del sector gubernamental, entre los que destacan: Autoridad del Tránsito y Transporte Terrestre (ATTT), Ministerio de Salud (MINSA), SERTRACEN, Universidad de las Américas (UDELAS), Instituto Nacional de Formación Profesional y Capacitación para el Desarrollo Humano (INADEH), Policía Nacional, Bomberos, Caja del Seguro Social, y Cámara de Comercio. Intervienen también, empresas del sector privado como Nestlé, Melo, Argos, Cemex, Compañía Chevron, Odebrecht, ASSA, Panagas, Petróleos Delta, Cervecería Nacional y Toledano. Todos ellos sumarán esfuerzos para generar un diálogo multisectorial que contribuya a mejorar la seguridad vial en el transporte de mercancías.

Periodismo de Soluciones en Seguridad Vial

30 periodistas entrenados

Cervecería Nacional en alianza con Sumarse y el Centro Latinoamericano de Periodismo (CELAP), llevó a cabo una capacitación dedicada al Periodismo de Soluciones en Seguridad Vial, con el propósito de crear espacios de debate entre los medios de comunicación de América Latina, para examinar las diferentes problemáticas sociales que enfrentan las sociedades actuales y la importancia de crear una formación en conciencia vial.

Este seminario, donde participaron alrededor de 30 periodistas, estuvo a cargo el periodista argentino Sergio Elguezábal, y se desarrolló con el fin de crear conciencia entre los asistentes sobre su rol como agentes de cambio, con capacidad de influencia para contribuir en la reducción de cifras de accidentes de tránsito en nuestro país. Para ello se presentó el marco legal de seguridad vial en Panamá y se generó un debate en torno al compromiso del país en el marco del Plan Seguridad de Vial de Panamá 2011-2020, que propone entre otros objetivos, bajar en un 43% los accidentes de tránsito.

Elguezábal propuso a los periodistas enfocarse en un periodismo de aporte, que rompa esquemas actuales de información, que dan lugar a la queja social y a un enfoque negativo, y pasar a pensar en su responsabilidad como educadores de la ciudadanía, como un camino para ayudar al público a entender cómo es la convivencia en las ciudades inteligentes que todos queremos.

Campañas de seguridad vial

En el marco de la semana de la Seguridad Vial y de la conmemoración de fiestas patrias, en alianza con la Autoridad del Tránsito y Transporte Terrestre, desarrollamos una campaña para fomentar conciencia y crear impacto en la comunidad a la hora de conducir, en donde se contaron historias de accidentes viales utilizando imágenes y emoticones conocidos por la gran mayoría de personas.

Los mensajes se enfocaron en los tres pilares fundamentales de la seguridad vial: no manejar a alta velocidad; no chatear y manejar; y si estás tomando, no manejes.

Negocios Responsables: los minoristas apoyan para reducir el consumo nocivo

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 detal, 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.

En el Año Fiscal 2016, con el respaldo de la Asociación para el Desarrollo de las Cajas Rurales (PROCAJA) y la Universidad de Santander, llevamos a cabo talleres en los que participaron 99 dueños y empleados de negocios. Además, por medio de talleres liderados con el apoyo de FUNDES, llevamos a cabo talleres a 203 tenderos de la región de Panamá Oeste.

Negocios Responsables capacita a bartenders

Un grupo de egresados de la Academia de Bartenders On Pty, fueron formados gratuitamente sobre la venta responsable de bebidas con contenido de alcohol; las consecuencias que causa el exceso del mismo en la salud; y las principales leyes que la regulan con sus respectivas sanciones. Los beneficiarios recibieron 3 horas de capacitación, certificado y los anuncios que indica la Ley que hay que exhibir en lugares visibles.

Formamos a nuestros asesores de Ventas en Negocios Responsables

Capacitamos a 94 ejecutivos de ventas mediante la enseñanza y la aplicación de herramientas específicas que les empoderen como asesores de negocios para interactuar con sus clientes, apoyarles y orientarlos para alcanzar el crecimiento de sus negocios. Como consecuencia, se fortalece el vínculo de confianza y lealtad del cliente con el equipo de ventas. Además lo convierte en un factor de diferenciación y ejemplo en su comunidad.

Los temas que se abordaron incluyen:

- Conociendo a nuestros clientes y estableciendo empatía con ellos.
- Nuestros programas de apoyo a clientes.
- Aprendiendo a ser un excelente asesor de negocios.

Testimonio

“El objetivo general de nuestra inversión social corporativa es crear conciencia en los profesionales del sector de alimentos y bebidas sobre la gran responsabilidad que tienen a diario con sus clientes para gestionar una servida efectiva en el momento de ofrecer estos productos, pues existen restricciones legales como la no venta a menores de edad y embarazadas. Cada día seguimos trabajando por un ¡Mundo Mejor!” Izta Barraza, Consultora de Desarrollo Sostenible.

ResponsableMente: Cero tolerancia frente al consumo de alcohol en menores de edad

Programa educativo dirigido a padres, profesores, facilitadores en general y estudiantes de los últimos grados de secundaria.

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, con un enfoque marcado en el NO consumo de alcohol.

En colaboración con la Dirección de Servicios Psicoeducativos del Ministerio de Educación, capacitamos a estudiantes, profesores y a personal administrativo del Colegio Artes y Oficios, Centro Escolar Elena Ch. De Pinate, Instituto José Dolores Moscote, Instituto América, Instituto Rubiano y Centro Escolar Monseñor Francisco Beckman.

Estos talleres son dictados por la Fundación Glasswing International, en donde la metodología utilizada para impartir cada una de las capacitaciones es denominada activa – participativa y tiene el objetivo de promover la participación, reflexión y diálogo de todos los asistentes. Dicha metodología es ideal para abordar el tema de prevención de consumo de alcohol en menores de edad ya que combina elementos lúdicos, interactivos, creativos, flexibles, de fomento de conciencia grupal y promueve el compromiso de los participantes. Además aprenden estrategias para rechazar bebidas con contenido de alcohol y conocen alternativas positivas para divertirse sin tomar alcohol.

Los temas tratados en cada una de las sesiones fueron:

- Sondeo general sobre los lugares donde consumen alcohol los jóvenes y las razones por las que lo hacen.
- Factores que influyen en la tasa de absorción de alcohol
- CAS: contenido de alcohol en la sangre
- Leyes de Panamá relacionadas con el consumo de alcohol
- Alcohol y Salud
- Prevención de consumo en menores de edad
 - ¿Por qué toman alcohol los jóvenes?
 - Riesgos y consecuencias en los jóvenes por tomar alcohol
- Diálogo con el adolescente sobre el alcohol
 - Mitos y Realidades sobre el alcohol
 - Estrategias y alternativas de prevención de consumo de alcohol
 - Revisión compartida con jóvenes sobre decisiones de consumo, lugares de consumo, con quiénes consume (porqué tomar alcohol, y como se les facilita)
 - Manejo de conflictos y liderazgo.
 - Revisión compartida con jóvenes sobre estrategias para resistir y rechazar la presión (Comunicación No Violenta y Asertividad).

Principales resultados:

- Se evidenció que es necesario hablar a una edad más temprana con los jóvenes sobre el consumo de alcohol, ya que más del 50% de los jóvenes afirmó haber consumido alcohol antes de los 18 años.
- 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.
- En general se demostró que las capacitaciones mejoraron el conocimiento de los participantes en los temas relacionados a: consecuencias y riesgos del consumo de alcohol en menores de edad, consecuencias y riesgos del consumo irresponsable, leyes de Panamá que protegen a poblaciones vulnerables al consumo temprano (jóvenes) o irresponsable del alcohol (adultos y mujeres embarazadas).

Responsablemente en FUNDADER de Arraiján

Para seguir motivando a las personas a tomar decisiones informadas sobre el consumo de alcohol, como parte del programa ResponsableMente, y en alianza con la fundación Glasswing International, se dictaron capacitaciones en la Fundación para el Desarrollo Integral de la Mujer y la Familia (FUNDADER) en Arraiján, con el fin de trabajar por el país, enfocados en crear talleres de prevención del consumo de alcohol en menores de edad y sobre el consumo moderado y responsable de alcohol en los adultos. En este escenario y como parte de los talleres, los participantes tuvieron la oportunidad de interactuar por medio de las gafas de simulación de alcohol llamadas Drunk Busters, en las cuales podían simular la visión de una persona bajo los efectos del alcohol, según su nivel de consumo y las condiciones externas (día o noche).

	Año Fiscal 2016
Jóvenes menores de edad	1,191
Adultos (padres de familia y docentes de escuelas secundarias)	98
Total	1,289

Testimonio

“Agradecemos a Cervecería Nacional por dar este tipo de talleres a las comunidades, en donde orientamos a las personas que el consumo del alcohol de forma exagerada hace daño a la sociedad, no solo a una persona, sino a la sociedad entera. Observamos que durante el taller el salón estuvo lleno de personas interesadas en el tema, muchos incluso expusieron que tenían problemas de alcoholismo anteriormente y que han ido reduciendo su consumo y tratando de cambiar por sus familias, así que los exhortamos a que puedan continuar este tipo de charlas a nivel nacional.”
Marylin Vallarino

Facilitadores Judiciales Comunitarios

Reafirmamos nuestra alianza con la Organización de los Estados Americanos y su Programa Interamericano de Facilitadores Judiciales Comunitarios, a quienes formamos en consumo responsable de alcohol en mayores de edad y no consumo por parte de menores y mujeres embarazadas, para que sean agentes multiplicadores del mensaje en sus comunidades.

Con la colaboración de la fundación Glaswing Internacional, capacitamos a Facilitadores Judiciales Comunitarios de las regiones de Panamá Este, Panamá Oeste, Azuero, Veraguas, Colón, Coclé y Chiriquí, quienes forman parte del Programa Interamericano de Facilitadores Judiciales de la OEA (Organización de Estados Americanos) y del Órgano Judicial de la República de Panamá.

Asistentes	Año Fiscal 2016
Facilitadores Judiciales	32

Testimonio

“Me parece interesante que compañías que venden bebidas con contenido de alcohol, como la Cervecería Nacional, eduquen al consumidor y enseñen que se puede tomar, pero que es importante que lo hagan con moderación. Me siento muy contenta del taller que he recibido, ya que para mí es un tema muy importante, tanto así que daré la charla a padres de familia, tan pronto haya la próxima reunión en la escuela de mi comunidad y le agradezco a su Empresa por haber hecho posible esta capacitación.” Luz María de Hernández, Facilitadora Judicial de la Comunidad de Ipetí Colono, Corregimiento de Tortí en Chepo

Transparencia y ética

En Cervecería Nacional contamos con una Política de Anticorrupción y un Código de Conducta que reflejan nuestra cultura de cumplimiento con las legislaciones de anticorrupción (nacionales y extranjeras) a las cuales ABInBev se encuentra sujeta. Las disposiciones allí contenidas confirman nuestros esfuerzos dirigidos a mantener los más altos estándares de ética y buena conducta en la manera de hacer negocios.

El Código de Conducta de Negocios, la Política de Anticorrupción y la Política de Relacionamiento con Autoridades Gubernamentales son aprobados por el Consejo de Administración de la compañía, y son aplicados en conjunto con las decisiones del Comité de Ética y del Consejo Fiscal de la Compañía.

El Código de Conducta contiene los principios de conducta ética que deben orientar la conducta empresarial cotidiana y las relaciones de los colaboradores dentro de la Compañía y representa el compromiso de Cervecería Nacional hacia un comportamiento responsable, ético, transparente y de respeto mutuo entre nuestros miembros. Todos los colaboradores de la Compañía deben cumplir con los estándares de ética allí establecidos.

Cualquier actividad o conducta que pueda violar alguna de estas políticas se reporta a través del Canal de Cumplimiento o mediante www.ouvidoriaambev.com.br