



**JUNTOS POR UN MUNDO MEJOR**  
**COMUNICACIÓN DE PROGRESO PACTO GLOBAL**

**CERVECERÍA NACIONAL, S. DE R.L.**

**2018**

## CONTENIDO

“Marcio Juliano, PRESIDENTE DE CERVECERÍA NACIONAL” .....	5	Consumo Inteligente .....	27
AB InBev y Cervecería Nacional, S. de R.L... ..	7	<i>Objetivos Globales de Consumo Inteligente al 2025</i> .....	27
Nuestras Marcas.....	8	<i>Normas sociales y mercadeo social</i> .....	28
Nuestros principios orientan nuestra cultura de trabajo.....	9	<i>Programa ResponsableMente</i> .....	29
Gobierno Corporativo.....	10	<i>Seguridad Vial</i> .....	29
Ética y transparencia.....	10	Protección del Agua .....	33
Derechos Humanos .....	11	<i>Uso eficiente del Agua</i> .....	33
Principios cubiertos en la Política de Derechos Humanos .....	12	<i>Proyecto de Conservación de Agua para el Distrito de Panamá</i> .....	34
La Sostenibilidad no es solo parte de nuestro negocio, es Nuestro Negocio .....	14	Cambio Climático.....	35
Consumo Inteligente.....	16	<i>Eficiencia energética en nuestras operaciones</i> .....	35
<i>Objetivos Globales de Consumo Inteligente al 2025</i> .....	16	<i>Estrategia para la mejora continua</i> .....	36
<i>Actuamos por el logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas</i> <sup>17</sup>		<i>Escenarios que facilitan y soportan el logro de resultados</i> .....	37
Nuestra Mayor Fortaleza es Nuestra Gente	18	Empaque Circular .....	38
<i>Cifras talento humano</i> .....	18	<i>Gestión eficiente de residuos</i> .....	38
<i>Seguimos evolucionando</i> .....	19	<i>Reciclaje post-consumo</i> .....	38
<i>Desarrollo del talento humano</i> .....	20	<i>Alianza público-privada Basura Cero Cambia tu Barrio</i> .....	38
<i>Salud ocupacional y seguridad</i> .....	21	<i>Marcas que agregan valor</i> .....	40
<i>Enfoque</i> .....	22	Construimos Un Mundo Mejor Con Nuestra Cadena De Valor.....	40
<i>Entrenamientos</i> .....	22	Programa Negocios respónsables .....	41
<i>Jornadas de salud</i> .....	22	Reconocimientos 2018 .....	43
Voluntariado Corporativo.....	23	“Cervecería Nacional en el TOP 10 de las empresas con mejor reputación corporativa de Panamá” .....	46
<i>Nuestras actividades</i> .....	23		



# Comité Ejecutivo de Cervecería Nacional

## **Presidente Ejecutivo**

Marcio Juliano

## **Gente y Gestión**

Eliana Dionisio

## **Ventas**

Daniel Levorin

## **Mercadeo**

Michelle Marsicovetere

## **Asuntos Corporativos & Legal**

Nelly Rangel Bohorquez

## **Logística**

Eloy Lever

## **Suministros**

Diana Wong

## **Finanzas**

Duarte Fernandes

## **Supply**

Luis Miranda

## **Solutions**

Jean Batista

## **Informe COP, Año Fiscal 2018.**

### **Dirección**

Nelly Rangel Bohórquez, Directora de Asuntos Corporativos & Legal.

### **Coordinación**

Luis Ángel Gaitán, Especialista en Asuntos Corporativos.

Lydia Caballero, Gerente de Better World CAC.

### **Cervecería Nacional, S. de R.L.**

**Costa del Este Complejo Business Park Torre Oeste Piso 2**

**Panamá, Ciudad de Panamá**

### **Alcance y cobertura:**

- Año Fiscal 2018 (periodo del 1 de Enero de 2018 al 31 de Diciembre de 2018).
- Operación de Cervecería Nacional: 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.

### **Para ampliar información:**

- Comuníquese con Nelly Rangel Bohórquez a [nelly.rangel@ab-inbev.com](mailto:nelly.rangel@ab-inbev.com)
- Consulte <https://www.cerveceria-nacional.com/un-mundo-mejor>



## **“Marcio Juliano, PRESIDENTE DE CERVECERÍA NACIONAL”**

Cervecería Nacional, ha sido una de las industrias que más contribuciones al gobierno ha hecho en los últimos tiempos. En 2018 el impacto directo (VBP) de la actividad económica promovida por Cervecería Nacional fue de 1,767.1 millones de dólares. En cuanto a empleo, se generaron 1,353 empleos directos e indirectamente 5,473 para un gran total de 6,826 puestos de trabajos creados.

La operación de la Empresa generó tanto directa como indirectamente un ingreso disponible para el consumo en la economía nacional de 523.4 millones de dólares, que equivale al 0.8% del PIB Nacional del año 2018.

Con respecto al uso nocivo del alcohol, creemos que es perjudicial no solo para nuestros consumidores, colegas, familias y comunidades, sino también para nuestro negocio. Es por eso que adaptamos programas de consumo responsable y objetivos globales de consumo inteligente para cambiar las normas y comportamientos en torno al uso nocivo del alcohol. Nos estamos esforzando en impulsar un cambio real.

Trabajamos incansablemente para mejorar el acceso y la calidad del agua para cientos de personas, para aumentar el contenido reciclado de nuestros envases y el consumo de electricidad renovable. Lo hacemos

**“Un Mundo Mejor  
empieza en donde  
todos puedan  
prosperar”**

En Cervecería Nacional (CN), como subsidiaria de Ambev y parte de la familia AB InBev, el mayor fabricante mundial de cerveza, estamos construyendo una empresa para que durante los próximos 100 años y más allá, podamos continuar elaborando productos y construyendo marcas que unan a las personas por Un Mundo Mejor. Es por eso que la sostenibilidad es nuestro negocio.

Estamos comprometidos con la protección del ambiente y con el aporte a la construcción de sociedades prósperas.

conjuntamente con distintos actores clave de nuestra cadena de valor.

Como signatarios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas seguimos comprometidos con las prácticas comerciales que respetan derechos humanos, trabajo, medioambiente y anticorrupción y nos alineamos con diversas normas internacionales de conducta empresarial responsable, como la Carta Internacional de Declaración Universal de Derechos humanos), la Convención Internacional de Derechos Civiles y Políticos. (ICCPR) y el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales Derechos (ICESCR), además de la Organización Internacional del Trabajo Declaración sobre los Principios y Derechos Fundamentales en el Trabajo. Adicionalmente, estamos comprometidos con el logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Es un gusto presentar nuestro reporte de Comunicación de Progreso correspondiente al año fiscal 2018, mediante el cual comunicamos nuestro desempeño, la evolución de las iniciativas que venimos implementando, los cambios más sobresalientes y los propósitos que planteamos para los próximos años en Cervecería Nacional.

## “A PARTIR DE OCTUBRE DE 2016 SOMOS ORGULLOSAMENTE PARTE DE ABInBev”

Por eso, en 2018 lanzamos cinco metas globales de sostenibilidad para 2025 que son nuestra hoja de ruta para construir un mundo mejor. Con este norte en nuestra agenda, seguiremos invirtiendo y apostando por el desarrollo de nuestra gente, la satisfacción de nuestros clientes y consumidores y el progreso constante de millones de Panameños quienes junto a Cervecería Nacional trabajan día a día por un Panamá Mejor.

### NUESTRAS 5 METAS GLOBALES DE SOSTENIBILIDAD

-  **1** El 100% de nuestra energía eléctrica comprada provendrá de fuentes renovables.
-  **2** Reduiremos el 25% de nuestras emisiones de carbono a lo largo de la cadena de valor.
-  **3** El 100% de las comunidades que viven en nuestras cuencas de alto riesgo contarán con una mejora verificable en la calidad y cantidad de agua.
-  **4** El 100% de nuestros agricultores estarán capacitados, conectados y empoderados financieramente.
-  **5** El 100% de nuestros productos estarán en empaques retornables o hechos en su mayoría de material reciclado.

## AB InBev<sup>1</sup> y Cervecería Nacional, S. de R.L.<sup>2</sup>

AB InBev ha desarrollado una estrategia de negocios que le permite competir globalmente y ser líder de la industria.

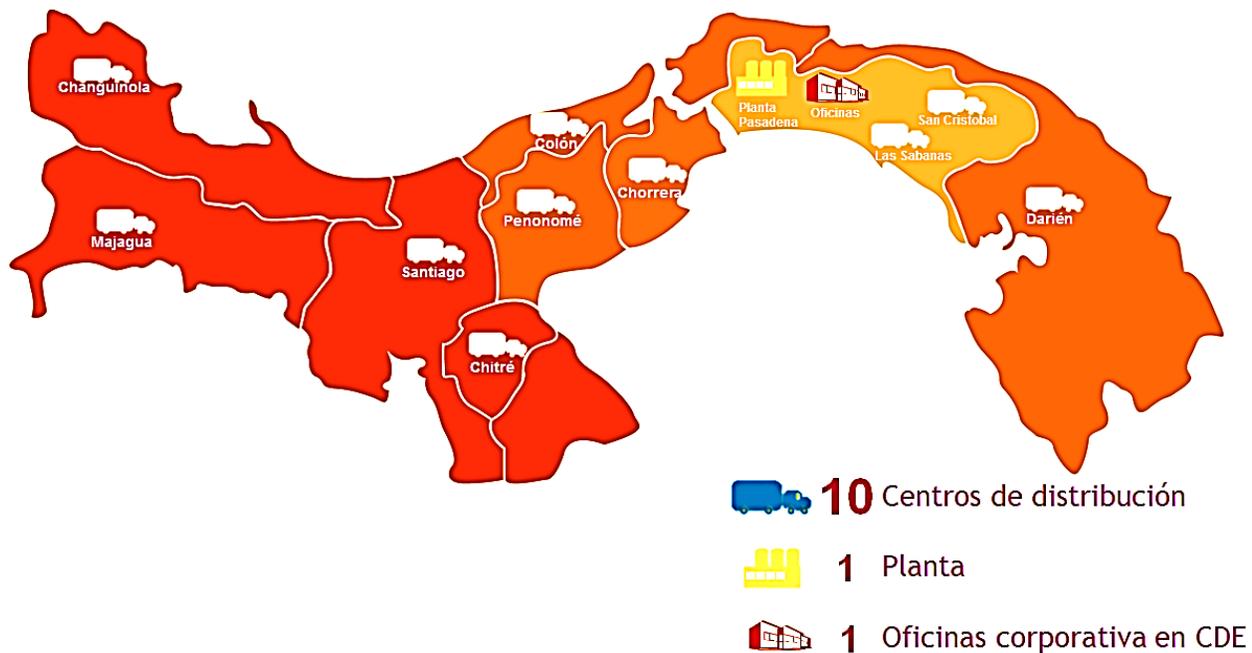
**+ de 600 años** de tradición cervecera

**+ de 400 marcas** de cerveza

**+ de 180 países** en los que se venden sus productos

En los más de 50 países en los que opera, garantiza estándares de desempeño consistentes y aporta al desarrollo sostenible.

Cervecería Nacional, hace parte de la familia AB InBev. Producimos progreso para Panamá con nuestras marcas locales de cerveza, gaseosas y malta, y operamos a través de una planta de producción, diez centros de distribución y un centro corporativo.



<sup>1</sup> AB InBev también se nombra en este reporte como la Organización.

<sup>2</sup> Cervecería Nacional, S. de R.L. también se nombra en este reporte como la Compañía o la Empresa y como Cervecería Nacional.

## Nuestras Marcas

Nuestro portafolio 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 BrandZTM.

Nuestras marcas locales de cerveza son: Atlas, Atlas Golden Light, Balboa y Balboa Ice. Además se une a la familia la cerveza Corona, proveniente de México. En cuanto a productos sin contenido de alcohol, tenemos: Malta Vigor, Agua Brisa; igualmente somos embotelladores de Pepsi, 7Up, Squirt, Orange Crush, Canada Dry, H2OH y Mirinda.



# Nuestros principios orientan nuestra cultura de trabajo

1

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

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.

4

**Nunca estamos completamente satisfechos con nuestros resultados,** que son el combustible de nuestra compañía. El foco y la complacencia cero garantizan 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 con 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.

## Gobierno Corporativo

### PRINCIPIO 10

Las reglas de Gobierno Corporativo establecidas por la Junta Directiva de Anheuser-Busch InBev respaldan nuestras ambiciones comerciales. Se aseguran de que la empresa sea administrada de manera responsable y adecuadamente controlada. Sin limitar la visión ni obstaculizar la acción rápida, las reglas establecen un marco de mejores prácticas, una forma de pensar y el modus operandi dentro y alrededor de la Organización para garantizar la claridad y la conducta adecuada.

## Ética y transparencia

### PRINCIPIOS 1, 2 Y 10

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 AB InBev 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 Empresa, 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 y representa nuestro compromiso hacia un comportamiento responsable, ético, transparente y de respeto mutuo entre nuestros miembros. Todos los colaboradores 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 en el enlace [www.ouvidoriaambev.com.br](http://www.ouvidoriaambev.com.br) que brinda formas sencillas y seguras de denunciar, de manera confidencial, y anónima, actividades que transgredan el Código de Conducta dentro del marco de una política de denuncia de irregularidades clara y de la legislación aplicable.

# Derechos Humanos

## PRINCIPIOS 1 y 2

Como signatarios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas seguimos comprometidos con las prácticas comerciales que respetan derechos humanos, trabajo, medioambiente y anticorrupción y nos alineamos con diversas normas internacionales de conducta empresarial responsable, como: la Carta Internacional de Derechos Humanos que consta de la Declaración Universal de Derechos humanos; la Convención Internacional de Derechos Civiles y Políticos (ICCPR); el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales (ICESCR), y la Declaración sobre los Principios y Derechos Fundamentales en el Trabajo de la Organización Internacional del Trabajo (OIT).

Hemos adoptado la Política de Derechos Humanos de AB InBev, lo cual significa que continuamos en nuestro empeño por respetar y promover los derechos humanos a la vez que contribuimos en la construcción de un Mundo Mejor.

La Política Global de Derechos Humanos de AB InBev, describe el enfoque para promover y hacer seguimiento al cumplimiento del respeto de los derechos humanos a lo largo de la cadena de valor, incluidos nuestros empleados, proveedores, contratistas, minoristas, consumidores y comunidades. Establece estándares, expectativas y compromisos en relación con nuestra responsabilidad de respetar los derechos humanos en nuestras propias operaciones, y no contribuir indirectamente con violaciones de derechos humanos. Por lo anterior, animamos a nuestros socios comerciales y proveedores no solo a compartir nuestro compromiso sino a cumplir con los principios que hacen parte de la misma.

A través de nuestra cadena de valor, interactuamos con una variedad de partes interesadas, incluidos los empleados, distribuidores, minoristas, agricultores y comunidades locales, que podrían ser impactados por nuestra operación. Nos enfocamos en aquellos que son más vulnerables o representan mayores riesgos de experimentar impactos negativos sobre los derechos humanos, y por ello, buscamos construir un diálogo con nuestras partes interesadas relevantes que nos permita evaluar los impactos potenciales o reales en los derechos humanos.

# Principios cubiertos en la Política de Derechos Humanos

## Trabajo infantil

### PRINCIPIO 5

AB InBev prohíbe el empleo y la explotación de niños dentro de sus instalaciones y no participará ni apoyará el uso del trabajo infantil según lo define la OIT. Los jóvenes menores de 18 años no deben trabajar por la noche o en condiciones peligrosas y no deben involucrarse en la fabricación, embalaje, comercialización, distribución o venta de productos alcohólicos.

Somos conscientes de que las personas menores de 18 años tienen derecho a trabajar en determinadas circunstancias siempre y cuando estén protegidos sus derechos y lo hagan de conformidad con los requisitos de la OIT.

## Trabajo forzado

### PRINCIPIO 4

AB InBev prohíbe todas las formas de trabajo forzado y por lo tanto todas las relaciones laborales deben ser de carácter voluntario. Asimismo, prohíbe la trata de personas, incluida la organización o la facilitación de transporte de personas con el fin de ser explotadas.

## Libertad de asociación

### PRINCIPIO 3

AB InBev apoya el derecho de todos sus trabajadores a conformar o a unirse a sindicatos u otras organizaciones legales de su elección, y a negociar colectivamente en favor de intereses mutuos, y no discrimina a aquellos que lo hagan.

## Discriminación o acoso

### PRINCIPIO 6 – ODS 5

AB InBev prohíbe todas las formas de discriminación basadas, pero no limitadas, a condiciones como raza, origen geográfico, edad, género, orientación sexual, religión, opinión política, origen social, embarazo y maternidad, entre otros. Las decisiones de contratación y empleo, incluidas las relacionadas con la compensación, los beneficios, la promoción, el entrenamiento, la disciplina y la terminación de contratos, están basadas únicamente en habilidades y desempeño. AB InBev prohíbe cualquier forma de acoso físico, psicológico, verbal o escrito, y no se involucrará en ninguna forma de

castigo corporal o acto disciplinario como deducciones relacionadas con el salario de los trabajadores.



## Horas de trabajo y compensación adecuadas

AB InBev respeta la necesidad de que los trabajadores tengan un equilibrio entre el trabajo y el ocio. Las horas de trabajo y las horas extraordinarias deberán cumplir con el salario aplicable, las leyes y las normativas. AB InBev proporciona a los trabajadores un paquete de pago y beneficios que permita un adecuado estándar de vida.



## Salud y seguridad laboral

AB InBev trabaja para garantizar altos estándares de salud ocupacional y seguridad en toda la Organización.



## Seguridad

AB InBev se compromete a fomentar y mantener un entorno seguro para todos los empleados, visitantes y activos, mediante sistemas de seguridad, medidas y procedimientos responsables en todas las instalaciones.



## Agua

AB InBev trabaja en asociación con las comunidades donde opera para entender y enfrentar los riesgos del agua y para contribuir con el acceso al agua por parte de dichas comunidades.



## Derechos sobre la tierra

AB InBev cumple todas las leyes nacionales aplicables relacionadas con los derechos de la tierra y los recursos nacionales.

# La Sostenibilidad no es solo parte de nuestro negocio, es Nuestro Negocio

Estamos orgullosos de lo que ya hemos logrado en materia de sostenibilidad, pero sabemos que queda mucho por hacer. Por eso, los objetivos ambiciosos de sostenibilidad que AB InBev ha planteado para 2025, están diseñados para tener un impacto positivo en las comunidades y el medioambiente, y para tener resultados medibles.

Presentamos ante representantes de entidades públicas, organizaciones, fundaciones, empresas privadas y medios de comunicación, nuestra nueva plataforma de sostenibilidad 100+, comunicando además nuestros compromisos a cumplir para el año 2025.





### Protección del Agua

PRINCIPIOS 7, 8 Y 9 – ODS 6 Y 17

Más que un ingrediente clave en nuestra cerveza, el agua es un recurso crítico para el bienestar económico, social y ambiental de nuestras comunidades.

Se busca que para el año 2025 el 100% de las comunidades cercanas a la empresa, que se encuentren en áreas de alto estrés hídrico, cuenten con avances medibles en acceso a agua de buena calidad.

#### Objetivo Global al 2025

El 100% de las comunidades cercanas a las cervecerías, que se encuentren en áreas de alto estrés hídrico, con mejoras medibles en calidad y disponibilidad de agua.



### Cambio Climático

PRINCIPIOS 7, 8 Y 9 – ODS 7, 13 Y 17

Preparar nuestras cervezas depende de un entorno natural y saludable, así como de comunidades prósperas. Es por eso nos hemos planteado un objetivo basado en la ciencia para la reducción de carbono en nuestra cadena de valor.

Se busca que el 100% de la energía eléctrica comprada provenga de fuentes renovables, así como también reducir en un 25% las emisiones de la huella de carbono en la cadena de valor para el año 2025.

#### Objetivo Global al 2025

El 100% de la energía eléctrica comprada provendrá de fuentes renovables y reduciremos en un 25% las emisiones de CO2 en nuestra cadena de valor.



### Empaque Circular

PRINCIPIOS 7, 8 Y 9 – ODS 12 Y 17

La responsabilidad de nuestro producto va mucho más allá del último sorbo. Buscamos constantemente formas de aumentar los materiales reciclados en nuestros empaques, aumentar las tasas de reciclaje en todo el mundo a través de la recuperación y reutilización de materiales, reducir la cantidad de material que utilizamos en nuestros empaques y educar a los consumidores sobre la importancia de reciclaje.

Se espera que para el año 2025 el 100% de los productos de Cervecería Nacional se distribuyan en envases retornables, o en envases fabricados con material mayormente reciclado.

#### Objetivo Global al 2025

El 100% de nuestros productos estarán en envases retornables o con material mayormente reciclado.

# Consumo Inteligente

*“Fomentando una cultura de consumo responsable e inteligente”*

ODS 3 Y 17

El consumo nocivo de alcohol es perjudicial para nuestros consumidores, nuestros empleados, nuestras familias, nuestras comunidades y nuestro negocio. Para cambiar los comportamientos nocivos de consumo de alcohol, estamos tomando medidas frente a las normas sociales y a los comportamientos relacionados con el uso nocivo del alcohol, para garantizar que cada experiencia con la cerveza sea positiva entre las personas mayores de edad y para prevenir el consumo de alcohol entre menores de edad.

Hemos establecido nuestras metas globales de consumo inteligente para contribuir a la reducción del uso nocivo del alcohol en todo el mundo.

## Objetivos Globales de Consumo Inteligente al 2025

Nuestros objetivos globales de consumo inteligente, enmarcan a un conjunto de iniciativas dirigidas a modificar las normas sociales, los comportamientos de los consumidores y nuestras prácticas comerciales, con el fin de contribuir de manera tangible con la reducción del uso nocivo del alcohol en todo el mundo.

objetivo

1

**Reducir el uso nocivo del alcohol** en al menos un 10% en 6 ciudades para fines de 2020 e implementar las mejores prácticas a nivel mundial para fines de 2025.

objetivo

3

Asegurar que los productos de **cerveza sin alcohol o con menos alcohol** representen al menos el 20% del volumen global de cerveza de AB InBev para fines de 2025.

objetivo

2

**Invertir en nuestros distintos mercados**, mil millones de dólares, para llevar a cabo campañas de mercadeo social y programas relacionados para fines de 2025.

objetivo

4

Colocar una **etiqueta de guía en todos nuestros productos de cerveza**, en todos nuestros mercados para fines de 2020 y aumentar la educación sobre la salud del alcohol para fines de 2025.

## Actuamos por el logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas

Nos hemos comprometido para contribuir con el progreso de aquellos Objetivos de Desarrollo Sostenible propuestos por las Naciones Unidas, en los que podemos utilizar nuestra escala y nuestras asociaciones para impulsar un cambio positivo significativo.

Este diagrama ilustra cómo nuestro trabajo de Sostenibilidad y Consumo Inteligente se alinea con los ODS de las Naciones Unidas.



AGRICULTURA SOSTENIBLE



PROTECCIÓN DEL AGUA



EMPAQUE CIRCULAR



CAMBIO CLIMÁTICO



CONSUMO INTELIGENTE

## Nuestra Mayor Fortaleza es Nuestra Gente

Para construir una empresa viable durante los próximos 100 años, nuestra fuerza laboral debe reflejar a nuestros consumidores. La diversidad y la inclusión son más que buenas ideas, son importantes motores de nuestro éxito. Cuando se reúne una comunidad diversa de personas audaces, ambiciosas y apasionadas, el potencial de crecimiento es ilimitado.

### Cifras talento humano

Número total de empleados según tipo de contrato y género	2018		
	Hombres	Mujeres	Total
Contrato laboral permanente	1193	160	1353

Número total de empleados según tipo de contrato y región de origen	2018		
	Nacionales (Panamá)	Extranjeros	Total
Contrato laboral permanente	1320	33	1353

Número total de nuevas contrataciones según edad y género	2018		
	Hombres	Mujeres	Total
18-25 años	29	13	42
26-35 años	70	16	86
36-45 años	41	1	42
46-55 años	7	1	8
56-65 años	4	0	4
Más de 65 años	0	0	0

Tasa de rotación según edad y género	2018		
	Hombres	Mujeres	Total
18-25 años	6	2	8
26-35 años	33	10	43
36-45 años	28	7	35
46-55 años	9	5	14
56-65 años	6	2	8
Más de 65 años	0	0	0

## ***Seguimos evolucionando***

A través de diversos escenarios nos alineamos con la cultura de AB InBev para seguir avanzando en nuestro camino de ser los líderes del sector en Panamá.

### **Oficinas abiertas para integrar a todos los colaboradores**

A fin de estar sintonizados con los principios de simplicidad e informalidad que caracterizan nuestra cultura, realizamos la remodelación en la sede administrativa de Costa del Este y adelantamos obras de remodelación en la Planta de Producción, para crear oficinas abiertas que faciliten la colaboración, el intercambio de ideas y las conexiones laborales.

### **Alineación de los equipos de trabajo con las metas del negocio**

Nuestra gente es nuestra mayor fortaleza y es la clave para el logro de las metas del negocio. Por esta razón, pusimos en marcha el método de Target Setting & Cascading (TSC), que busca garantizar la alineación y el trabajo mancomunado orientado a alcanzar los objetivos de corto y largo plazo. Este método permite además, que cada persona que hace parte de los distintos equipos de trabajo, tenga claridad sobre el papel que desempeña en el negocio y que de esta manera se encamine en el desarrollo de nuevas habilidades, conocimientos y

competencias.

Todos en Cervecería Nacional debemos tener metas e indicadores establecidos, los cuales deben ser desafiantes, para garantizar nuestra ventaja competitiva y duradera, características que nos convierten en una Compañía de dueños.

### **Optimización de procesos**

Hemos implementado los sistemas de gestión Voyager Plant Optimization (para el área de Manufactura) y el Distribution Process Optimization (para los Centros de Distribución y Logística), que en adelante nos conducirán al cumplimiento de los objetivos propuestos y a la sistematización de procesos con los demás centros y plantas del Caribe.

Los 7 pilares fundamentales de este sistema de gestión son: gente, seguridad, calidad, logística, mantenimiento, medio ambiente y gestión. Con la implementación adecuada de estos pilares, no solo se busca mejorar la calidad, garantizar la seguridad de nuestros colaboradores y la protección del medio ambiente, sino generar un desempeño de clase mundial.

## **Desarrollo del talento humano**

Mantenemos programas de capacitación en todas las áreas de trabajo para actualizar las aptitudes y conocimientos de nuestros colaboradores.

### **Entrenamientos frecuentes para aprendizaje y desarrollo**

En el marco de este programa de entrenamiento y desarrollo tanto personal como profesional dirigido a los colaboradores, hemos ofrecido los primeros lunes de cada mes, espacios de formación en temas diversos como: finanzas básicas para los equipos de Ventas y Cuentas por Cobrar en Chitré y Santiago.

### **Resolución de problemas White Belt**

Es uno de los programas especializados para la gestión, implementado por ABIInBev University, en el que los colaboradores han adquirido conocimientos base sobre nuestra cultura, además de metodologías y distintas herramientas que podrán utilizar para la solución de problemas y la mejora continua de los procesos de la Compañía.

Apalancados en el método PDCA, el objetivo de este taller es entrenar a los asistentes para enfrentarse a distintas situaciones a través de actividades de Planificación, Ejecución, Control y Actuación, y el análisis básico utilizando la herramienta de Microsoft Excel.

### **Entrenamientos en módulos de VPO**

Los equipos de Supply conocieron nuevos temas sobre flujo de los equipos

de protección individual (EPI's), reglas de trabajo en alturas y en espacios confinados, flujo de etiquetados, servicios generales y cultura de seguridad.

### **Entrenamiento a mentores**

Mediante entrenamiento se reforzó la importancia que juega el equipo de Mentores como ejemplo y líderes en la formación de sus compañeros de trabajo, y se actualizaron y reforzaron sus habilidades en el manejo del montacargas, analizar los actos, condiciones inseguras e incidentes ocurridos en la operación.

### **Entrenamiento a líderes**

Dirigido a directores, gerentes y supervisores de todo el país para desarrollar competencias de liderazgo a través de actividades dinámicas y prácticas, a fin de lograr que sus equipos se conecten con nuestros principios en las situaciones simples del día a día, sin dejar de lado el cumplimiento de metas y la consecución de los resultados.

### **Programa Captación de Ideas**

Para incentivar entre los colaboradores la creación de ideas y nuevas formas de hacer lo que ya se hace, de forma más eficiente y efectiva, pensando "fuera de la caja" y estimulando el sentimiento de dueño.



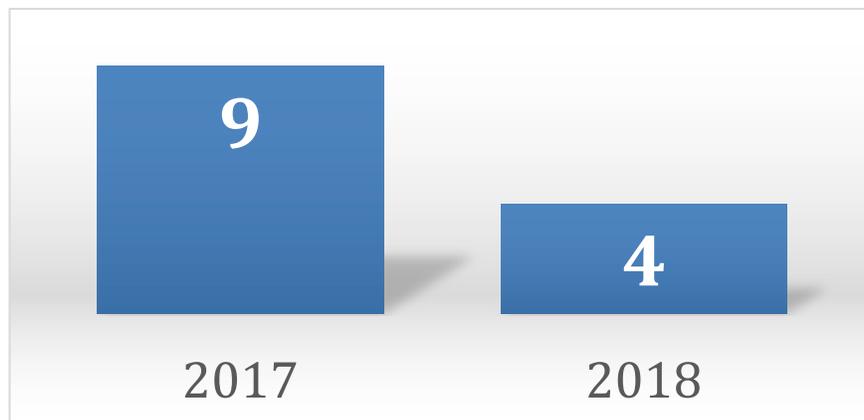
## Salud ocupacional y seguridad

El objetivo principal en el pilar de seguridad de DPO (Optimización de los procesos de Distribución, por sus siglas en inglés), es disminuir los índices de accidentalidad y establecer una cultura de seguridad que nos facilite la mejora continua, a través de un enfoque coherente en el uso de mejores prácticas y el trabajo en equipo para lograr los resultados.

Por lo anterior, se han llevado a cabo visitas de distintos líderes y expertos en seguridad y logística que nos han guiado sobre las buenas prácticas para unas operaciones más seguras; y especialmente en los Centros de Distribución de Las Sabanas y San Cristóbal se han adelantado iniciativas como las siguientes:

- Adecuaciones en la zona de acceso al área de las oficinas de logística, lockers, comedor y bodega.
- Ubicación de exclusas de cierre automático en el acceso que conecta las áreas comunes.
- Instalación de sistema de doble cadena para cerrar las áreas de tráfico mixto y un jersey para la separación del área de clasificación de ruta de acceso de camiones.
- Señalización de áreas comunes y de la Red Zone (carga y descarga).
- Instalación de guía de paso peatonal para cumplir con la regla de separación de hombre-máquina en la ruta que comunica hacia bodega y oficinas de almacén.
- Acondicionamiento de un cerco para planta eléctrica y transformador.
- Aplicación del 1, 2, 3 en las estibas cercanas a pasos peatonales.
- Instalación de los protectores de racks.
- Difusión de mensajes que invitan a la reflexión sobre la seguridad.
- Jornadas de capacitación por parte de los especialistas de seguridad.
- Inspecciones mensuales.
- Aprobación de todo trabajo de riesgo por parte del Director de Seguridad y Salud.

Como resultado de estas acciones, hemos **reducido en un 44.4%** el **índice de accidentes con incapacidad (LTI)** como se muestra en el siguiente gráfico.



## **Enfoque**

- Cultura de seguridad (entrenamiento y gestión de consecuencias)
- Incremento de conciencia de seguridad
- Incremento de reportes de AI / CI / Incidentes
- Liberación de camiones
- Supervisión y presencia en calle (T2)
- Reducción de resbalones y caídas (condición de las botas y uso correcto)
- Seguimiento al período de descanso
- 5 reglas de oro (EPI, cinturón de seguridad, permisos, manejo de montacargas de reversa, seguridad vial)

## **Entrenamientos**

Para garantizar que nuestras labores sean realizadas siempre en un ambiente seguro, llevamos a cabo entrenamientos en toda la Organización en donde se abordan temas según áreas de responsabilidad.

- Espacios de trabajo (mediante las 5S) e importancia del uso adecuado de equipos de protección personal (EPP).
- Workshop regional en la Planta Pasadena sobre cultura de seguridad, con la participación del 100% del liderazgo de primera línea regional y los equipos de Seguridad y Gente y Gestión de Supply Panamá.
- Programa de información para el tratamiento de actos inseguros y el manejo de consecuencias, una actividad programada por el área de Salud y Seguridad en conjunto con Gente y Gestión del Centro de Distribución de Colón.
- Matinales con la participación de las áreas de Logística y Bodega buscando la integración de ambos equipos para abordar temas y KPI's que impactan a estas áreas.

## **Jornadas de salud**

Como parte de los beneficios que brindamos a los colaboradores y con el fin de prevenir e identificar enfermedades, ponemos en marcha jornadas de salud en las que se ofrecen, entre otros:

- Atención médica general.
- Tomas de muestras de sangre para pruebas de glucosa, colesterol y triglicéridos, y toma de peso, talla y presión arterial, para la identificación de enfermedades crónicas como diabetes, dislipidemia, hipertensión y obesidad.
- Exámenes de audiometría.
- Atención psicológica.
- Vacunación.
- Charlas sobre temas como la importancia de la nutrición en la salud ósea, así como entrega de guías sobre estilo de vida saludable en donde, por ejemplo, se incluyen ejercicios prácticos que los empleados y sus familias pueden hacer en casa, los cuales les ayudarán a aliviar dolores de espalda y a mantener una correcta postura.

## Voluntariado Corporativo

Nuestros colaboradores han renovado día a día su vocación de solidaridad y compromiso con la comunidad, por más de 10 años a través de nuestro programa de Voluntariado Corporativo, en donde anualmente desarrollamos actividades para beneficiar a los habitantes de los sectores donde operamos.

- **El 9.8% de nuestros colaboradores** invirtieron horas laborales en voluntariado.
- **Más de 900 horas** de voluntariado realizadas.
- **Más de 11 mil personas** beneficiadas.

El 2018 está recargado para nuestro voluntariado corporativo y arranca los primeros meses del año, renovando su imagen para dar mayor peso a sus valores en pro de la comunidad y seguir buscando un mundo mejor.

El nuevo logotipo se compone de unos brazos que rodean nuestro logo corporativo, formando un corazón que simboliza la gran labor solidaria que realizan nuestros voluntarios, además está acompañado de la frase que más define nuestra razón como voluntarios, buscando hacer un impacto positivo en la sociedad, "POR UN MUNDO MEJOR".



### Nuestras actividades

#### "CDD de chorrera realizó Jornada de Voluntariado corporativo"

El domingo 18 de febrero, personal del CDD La Chorrera se unió para realizar una obra social en la Comunidad de Santa Clara, Corregimiento de Nuevo Emperador."



#### "Voluntariado corporativo entrega de donación para AID FOR AIDS"

El Voluntariado Corporativo de Costa del Este, entregó donación de útiles escolares, Agua Brisa y Malta Vigor a la organización AID FOR AIDS quienes distribuirán este material a estudiantes de escasos recursos económicos y con VIH/SIDA..."

#### "Así vivió cervecería Pasadena el día del agua"

Inicia la temporada WWD "World Water Day 2018" donde AB Inbev desarrollará múltiples actividades a nivel mundial,

que tienen como objetivo concientizar a nuestros stakeholders, familiares y colaboradores sobre el uso adecuado del agua.

Cervecería Pasadena, con motivo de la celebración del “Día Mundial del Agua” y en sintonía con esta iniciativa, realizó en días pasados diferentes actividades tipo trivias para entregar a los colaboradores participantes una planta que simboliza la lucha por esta causa.”

### **“Cervecería Nacional y ANCON realizan jornada de reforestación.**

En el marco del mes del ambiente, voluntarios de Cervecería Nacional (CN) en conjunto con Ancón, realizaron el sábado 23 de junio una jornada de reforestación de especies nativas en el Parque Nacional Soberanía.”

### **“BASURA CERO- CAMBIA TU BARRIO llega al corregimiento de Tocumen con la primera feria de reciclaje**

En días pasados nuestra Compañía desarrolló la primera feria de reciclaje en Panamá Este, como parte de la implementación del programa “Basura Cero – Cambia Tu Barrio” en el corregimiento de Tocumen.

Nuestro compromiso con un mundo mejor se ve en nuestras acciones diarias y en nuestros proyectos como Compañía ¡Felicidades CN!”

### **“Cervecería Nacional y ANCON realizan jornada de Reforestación”**

En el marco del mes del ambiente, voluntarios de Cervecería Nacional (CN) en conjunto con Ancón, realizaron el sábado 23 de junio una jornada de

reforestación de especies nativas en el Parque Nacional Soberanía.

Durante la jornada fueron sembrados aproximadamente 200 plántones de diferentes clases como: Espavé, Roble, Guayacán, Tronador y Panamá.



### **“Reunión Voluntariado Corporativo, nuevos proyectos en CN”**

El viernes 27 de julio Voluntarios de Costa del Este asistieron a una reunión con nuestro nuevo aliado, el Banco de Alimentos de Panamá, para conocer sobre su propósito, su impacto, sus proyectos y el aporte que los Voluntarios de CN pueden brindar.



### **“CN participa en la primera Jornada de Voluntariado con el Banco de Alimentos de Panamá”**



El viernes 17 de agosto voluntarios de Costa del Este participaron en la primera jornada de voluntariado con el Banco de Alimentos de Panamá. Durante esta jornada nuestros colaboradores procesaron 1,025 Kilos de alimentos, lo que equivale a 3,075 platos de comida. ¡Felicidades a todos por este gran trabajo!



### “CN llevó a cabo la segunda jornada de Voluntariado con el Banco de Alimentos de Panamá”

El viernes 24 de agosto voluntarios de Costa del Este hicieron parte de la segunda jornada de voluntariado con el Banco de Alimentos de Panamá; al analizar la jornada fueron 1,792.5 kg de alimentos los que nuestros colaboradores voluntarios procesaron, lo que equivale a un total de 5,377 platos de comida. Fue una gran labor, ¡Muchas gracias!



### “XXVII Limpieza Nacional de Playas, Costas y Ríos”

Una vez más nuestros Voluntarios CN hicieron parte de la Limpieza Anual de Playas, Costas y Ríos de Panamá, recolectando basura que llega a nuestras playas.

Esta actividad es liderada por las asociaciones ANCON, PROMAR, Panamá Verde y AUDUBON de Panamá y la misma tiene relevancia internacional, ya que a la vez que se recogen desperdicios también se contabilizan los tipos de materiales de desechos encontrados durante la limpieza, de manera que se puedan llevar estadísticas con los datos de los desperdicios que contaminan nuestros mares y ríos.

Durante más de 8 años nuestros voluntarios han participado en estas jornadas de limpieza, demostrando así su gran compromiso en trabajar por mejores comunidades.



## “VOLUNTARIOS DE CDD DE LAS SABANAS APOYAN PROYECTO DEL BANCO DE ALIMENTOS”

Los voluntarios del CDD de Las Sabanas la semana pasada asistieron a una jornada de voluntariado con el Banco de Alimentos y estuvieron recolectando donaciones de arroz entre todos los colaboradores del centro durante 1 mes para apoyar el proyecto Operación Kilogramos de Esperanza del Banco de Alimentos de Panamá. 378 kilos de alimento procesado, equivale a 1,134 platos de comida!



## “VOLUNTARIOS DE CN REALIZAN LIMPIEZA EN LA ISLA TABOGA”



El 20 de octubre voluntarios de Cervecería Nacional participaron de la Jornada de Limpieza de Playas, en esta ocasión se trasladaron hasta Isla Taboga, donde en conjunto con la Asociación para la Conservación del Medio Ambiente (ANCON), funcionarios de la Autoridad de Turismo y de la comunidad, unieron fuerzas y realizaron con éxito esta actividad.

# Consumo Inteligente

*“Fomentando una cultura de consumo responsable e inteligente”*

ODS 3 Y 17

Sabemos que el consumo nocivo de alcohol es perjudicial para nuestros consumidores, nuestros empleados, nuestras familias, nuestras comunidades y nuestro negocio. En consecuencia, **fomentamos una cultura del consumo responsable e inteligente.**

Estamos tomando medidas para cambiar las normas sociales y los comportamientos relacionados con el uso nocivo del alcohol y garantizar que cada experiencia con la cerveza sea positiva.

Mantenemos nuestro compromiso en ayudar a avanzar en el objetivo de la Organización Mundial de la Salud de reducir el uso nocivo del alcohol en un 10% para 2025. Al mismo tiempo, nuestro objetivo es contribuir al Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) 3 de las Naciones Unidas para fortalecer la prevención y el tratamiento del consumo nocivo de alcohol y mejorarlo en todo el mundo.

## Objetivos Globales de Consumo Inteligente al 2025



### Ciudades Pilotos

Reducir el consumo nocivo del alcohol al menos en un 10% en seis ciudades para implementar mejores prácticas a nivel mundial para finales del 2025.



### Cervezas Sin y Con Bajo Alcohol

Asegurar que las cervezas sin alcohol o con bajo contenido de alcohol representen al menos el 20% del volumen mundial de cerveza de AB InBev a finales de 2025.



### Normas Sociales y Marketing Social

Influir en las normas sociales y las conductas individuales para reducir el uso nocivo del alcohol invirtiendo al menos 1 billón de dólares en nuestros mercados con campañas de Marketing Social y programas relacionados para fines de 2025.



### Etiquetado y Alfabetización sobre el Alcohol

Colocar una etiqueta de guía en todos nuestros productos de cerveza y en todos nuestros mercados, para finales de 2020. Aumentar la alfabetización en alcohol para finales de 2025.

## ***Normas sociales y mercadeo social***

En AB InBev, creemos en la forma en que comercializamos nuestros productos importa y debe ser responsable. En consecuencia, nuestras comunicaciones están sujetas no solo a reglamentación y códigos de la industria, sino que contamos con nuestro Código de Comunicaciones y Marketing Responsable, que actualizamos a finales de 2018.

Por otra parte, mediante programas y campañas para promover el consumo inteligente, buscamos influir en normas sociales y conductas individuales encaminadas a reducir el uso nocivo del alcohol.

Nuestra Compañía bajo el movimiento **#PanameñosQueValen**, se activó durante los carnavales para entregar un mensaje sobre consumovresponsable a las personas que disfrutaron de estos días de celebración. Días previos al inicio de los carnavales, a través de diferentes líderes de opinión de nuestras marcas, se enviaron mensajes sobre la importancia del consumo responsable. Posterior a esto, al iniciar las festividades, se montó un stand en el reconocido Quesos Chela de Capira, en donde las personas que paraban en dicho lugar firmaban un certificado donde se comprometían a disfrutar sanamente de las fiestas para regresar sanos y salvos a sus hogares.

#PanameñosQueValen es el movimiento que promueve las buenas prácticas en el manejo, cumplimiento de normas de circulación y consumo responsable de alcohol.



## **Programa ResponsableMente**

*Por una cultura de prevención y moderación en el consumo de alcohol*

En alianza con la Fundación Glasswing International, llevamos a cabo talleres a nivel nacional sobre consumo responsable de alcohol en adultos y no consumo en menores de edad, ni en mujeres embarazadas.

A estos talleres asistieron líderes comunitarios, padres de familia, docentes y estudiantes de escuelas, en los que fortalecemos sus habilidades para fomentar la moderación en los adultos y la prevención del consumo en menores de edad, fundamentados en conceptos claves como afectaciones a la salud y a la sociedad, ocasionadas por el abuso en el consumo de alcohol.

	<b>Año Fiscal 2018</b>
<b>Personas beneficiadas</b>	2,018

### **“CN capacita a miembros de la Policía Nacional”**

Por medio del programa ResponsableMente se capacitó a miembros de la Dirección de Operación de Transito de la Policía Nacional, en temas relacionados al consumo irresponsable de alcohol, manejo de conflicto, no consumo de alcohol a menores de edad, tomar y conducir, liderazgo comunitario, entre otros tópicos. La capacitación se brinda por medio la Fundación Glasswing International y forma parte del acuerdo de cooperación que suscribe la Cervecería Nacional junto a la Policía Nacional.

Este acuerdo contempla, proporcionar las herramientas para facilitar la formación en prevención y cuidado de la salud de los colaboradores, clientes, consumidores, comunidades vecinas, contratistas y proveedores.

## **Seguridad Vial**

La seguridad vial es un pilar fundamental de nuestro compromiso para mejorar las condiciones de las comunidades donde vivimos y trabajamos, y en este marco, compartimos el ODS de reducir a la mitad el número global de muertes y lesiones por accidentes de tráfico en 2020.

La seguridad vial es un asunto relacionado con nuestro que hacer debido no solo a que nuestros colaboradores y sus familias recorren carreteras, sino a que como la cervecera más importante de Panamá contamos con una importante flota de transporte. Por lo anterior, hemos asumido un papel de liderazgo para reducir los riesgos de seguridad vial y lograr un impacto positivo significativo en el país.

### Semana de Seguridad en el Trayecto

Del 26 al 31 de marzo Cervecería Nacional, se une a la iniciativa regional de la "Semana de Seguridad en el Trayecto", iniciativa que tiene como objetivo principal concienciar a nuestros colaboradores sobre la importancia de la seguridad durante el camino "Casa - Trabajo", adoptando comportamientos básicos seguros.

Para esto diariamente se tratarán temas específicos y se compartirán tips para que todo el personal de CN aplique durante los desplazamientos a su hogar ya sea en bicicleta, transporte público, motocicletas, caminando, o en carro particular.

**ORIENTACIONES EN EL CAMINO DE CASA HASTA AL TRABAJO**

- CUANDO USTED TIENE LA INTENCIÓN DE CRUZAR LA CALLE, ESPERE A QUE EL SEMÁFORO CAMBIE A VERDE PARA EL PEATÓN.
- RESPETE LOS LÍMITES DE VELOCIDAD DE LAS VÍAS.
- CICLISTA: UTILICE SIEMPRE LOS CARRILES PARA BICICLETA.
- UTILICE SIEMPRE EL CRUCE DE PEATONES. AL CRUZAR LA CALLE, ESPERE HASTA QUE SE DETENGAN LOS VEHÍCULOS.
- ANTES DE CRUZAR LA CALLE, MIRE HACIA LOS DOS LADOS INDEPENDIEMENTE DEL SENTIDO DEL CAMINO.

**LA VIDE PIDE PASAJE. TENGA UN COMPORTAMIENTO SEGURO.**

Logos: SPO, VPO, DPO, ambev

**LAS DISTRACCIONES PUEDEN TENER CONSECUENCIAS IRREVERSIBLES**

- Carro + Celular = Accidente de carro
- Motocicleta + Semáforo = Accidente de motocicleta
- Reloj + Prohibido Peatón = Accidente de carro

**TENGA UN COMPORTAMIENTO SEGURO EN EL CAMINO DESDE LA CASA HASTA EL TRABAJO.**

Logos: SPO, VPO, DPO, ambev

## **NUESTRA GENTE VIVIÓ LA SEMANA DE LA SEGURIDAD EN EL TRAYECTO**

Con diferentes actividades, los centros de distribución a nivel nacional, se comprometieron con la campaña de la Semana de la Seguridad en el Trayecto.

Siguiendo la premisa de nuestro principio número 10, nunca tomamos atajos, el objetivo de estos días fue concientizar a los colaboradores sobre la importancia de mantener un comportamiento seguro durante el trayecto hacia el trabajo, la casa y en la ruta.

Cervecería Nacional se unió a esta campaña regional que impartió diversos entrenamientos con enfoque al comportamiento que todos los colaboradores deben tener mientras conducen.

Todos los centros participaron de forma activa de las distintas actividades, dejando como balance un éxito en Panamá de los entrenamientos impartidos que se cerraron con la firma del banner de seguridad.

“Esperamos que todo lo aprendido durante los días pasados, sea

practicado y además compartido por nuestros colaboradores a sus familiares y amigos, nuestro compromiso con el personal de CN es que regrese sano y salvo a casa porque todos tienen muchos motivos para llegar”, fueron las palabras de Gustavo Granados, Director de Salud y Seguridad para Logística.

## **ASI FUERON LAS JORNADAS DE EDUCACION VIAL Y MOVILIDAD SEGURA**

Del 23 al 25 de abril en CN y en colaboración con la Fundación Educación Vial (FeVial) se realizaron unas jornadas de educación a través de su programa Vía Responsable. Con estas actividades, FeVial y CN unen esfuerzos para lograr un cambio en la conciencia de la población, comprendiendo la importancia de tomar acciones responsables que permitan la reducción de los accidentes de tránsito en Panamá.



## **Capacitación a periodistas**

En alianza con el Centro Latinoamericano de Periodismo (CELAP), ofrecimos por tercer año consecutivo, Cervecería Nacional en alianza con el Centro Latinoamericano de Periodismo (CELAP), desarrolló una capacitación a comunicadores sociales sobre el “Periodismo de Soluciones en tiempo de redes sociales: Seguridad Vial”.

Esta capacitación tuvo como propósito contribuir al desarrollo periodístico, invitando a los profesionales de la información a ser parte de esta nueva tendencia mundial en su área de ejercicio, brindando soluciones y propuestas ante los problemas y realidades que inquietan a la sociedad, esencialmente de la seguridad vial a través de las nuevas herramientas tecnológicas.



### ***Together for Safer Roads***

AB InBev es miembro fundador de esta iniciativa en la que junto con otras compañías globales de diferentes industrias, aporta para mejorar la seguridad vial.

En este marco y durante el Día Mundial por la Seguridad y la Salud en el Trabajo, nos unimos para reforzar nuestra cultura de seguridad vial dentro y fuera de nuestras instalaciones, a través de distintas charlas y actividades con nuestros colaboradores quienes todos los días caminan, andan en bicicleta o circulan por las carreteras y tenemos la responsabilidad de cuidar su seguridad, así como la de sus familias.



# Protección del Agua

PRINCIPIOS 7, 8 Y 9 – ODS 6 Y 17

## Objetivo Global al 2025

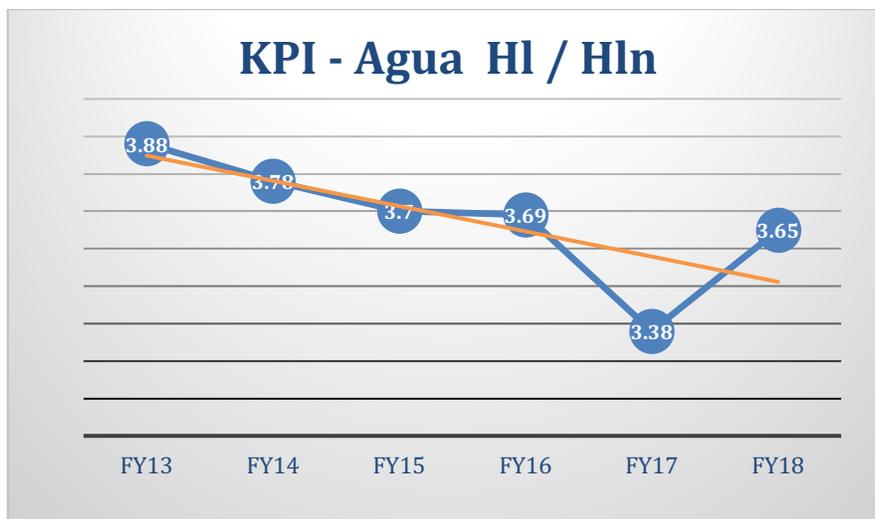
El 100% de las comunidades cercanas a las cervecerías, que se encuentren en áreas de alto estrés hídrico, con mejoras medibles en calidad y disponibilidad de agua.

## Uso eficiente del Agua

En los últimos 5 años hemos tenido una reducción de 6% del consumo de agua en nuestra planta de producción.

En Cervecería Nacional seguimos trabajando en la optimización del consumo de agua en nuestras operaciones, por lo que hemos hecho avances significativos en el mejoramiento continuo del sistema de recuperación y reutilización del agua en los procesos que muestran oportunidades para ello.

La siguiente gráfica muestra un indicador de 3.88 hl/hl en el año 2013, con una línea de tendencia a la reducción a lo largo de los años, finalizando el Año Fiscal 2018 en 3.65 hl/hl producido, mostrando una reducción del 6% en el indicador de consumo de agua, mientras la producción se incrementó.



Los resultados muestran una reducción sistemática de este indicador en función del tiempo, pese a que en el 2018 hubo un incremento versus 2017, nuestro enfoque claro está en la identificación e implementación de oportunidades de mejora.

## *Proyecto de Conservación de Agua para el Distrito de Panamá*

Junto con la Fundación Parque Nacional Chagres y The Nature Conservancy, hacemos parte de un Fondo Especial de Gestión de Cuencas para la Implementación del Proyecto de Conservación de Agua para el Distrito de Panamá, el cual busca **reducir los riesgos hídricos** de las cuencas estratégicas para el abastecimiento de agua de la ciudad de Panamá, tales como el río Pacora y la cuenca del río Chagres en el Canal de Panamá, entre otras, a fin de garantizar la disponibilidad del recurso hídrico a futuro. Para tal efecto, aportamos **76,000 dólares** que fueron destinados para la realización de estudios y la definición de planes de acción para la protección de las cuencas mencionadas.

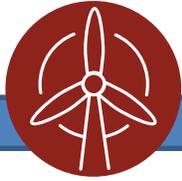
### *Así vivió cervecería Pasadena el día del agua*

Inició la temporada WWD “World Water Day 2018” donde AB Inbev desarrolló múltiples actividades a nivel mundial, que tienen como objetivo concientizar a nuestros stakeholders, familiares y colaboradores sobre el uso adecuado del agua.

Cervecería Pasadena, con motivo de la celebración del “Día Mundial del Agua” y en sintonía con esta iniciativa, realizó diferentes actividades tipo trivias para entregar a los colaboradores participantes una planta que simboliza la lucha por esta causa.

El equipo de Medio Ambiente entregó en total **102 plantones**, con lo que validó la exitosa ejecución de esta primera campaña. ¡Felicidades!





## Cambio Climático

PRINCIPIOS 7, 8 Y 9 – ODS 7, 13 Y 17

### Objetivo Global al 2025

El 100% de la energía eléctrica comprada provendrá de fuentes renovables y reduciremos en un 25% las emisiones de CO<sub>2</sub> en nuestra cadena de valor.

Nos enfocamos en la producción y consumo sostenible de recursos a lo largo de nuestras operaciones y buscamos permanentemente iniciativas y proyectos que nos permitan disminuir el impacto ambiental.

- Desde el 2017 el **100% de la energía eléctrica** que consumimos en nuestra planta de producción **proviene de fuentes renovables**.
- **Aprovechamos el biogás** producido en nuestra planta de tratamiento de aguas residuales. Este biogás es utilizado **para la producción de vapor** en una caldera exclusivamente utilizada para este propósito, de esta manera **se utiliza menos combustible** fósil (bunker tipo C), ocupando biogás como combustible para la producción de vapor.

### Eficiencia energética en nuestras operaciones

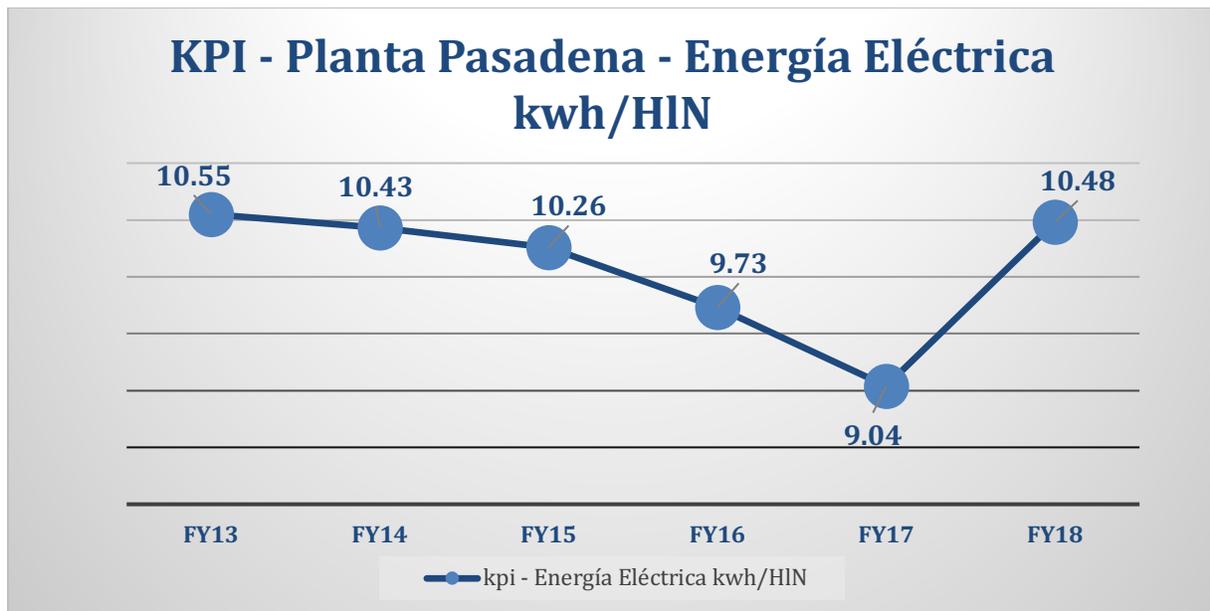


En nuestra planta de producción contamos con una amplia red de medidores de consumo ubicados en diferentes puntos del proceso como elaboración y embotellado, así como en el área de servicios industriales que incluye, suministro de agua, vapor, CO<sub>2</sub>, tratamiento de aguas residuales y refrigeración industrial.

Nos hemos concentrado en mejoras en el sistema de refrigeración industrial, por ser uno de los principales consumidores de energía.

En los últimos años, hemos puesto en marcha iniciativas para reducir el consumo de energía eléctrica en el área de servicios industriales y mejorar el KPI [kwh/HIN] en refrigeración industrial.

La siguiente gráfica muestra el comportamiento de consumo en nuestro indicador de energía eléctrica de toda la planta de producción. En donde para el año 2013 nuestro consumo de energía eléctrica era de 10.55 kwh/Hln, con una línea de tendencia a la reducción a lo largo de los años, finalizando el Año Fiscal 2018 en 10.48 KWH/HLN producido, evidenciando un incremento del 16% respecto al año anterior en el consumo de energía eléctrica total planta, sin embargo durante los últimos 5 años se ha estado trabajando en implementar las mejores prácticas y tecnología para reducir el consumo de electricidad al máximo posible.



## ***Estrategia para la mejora continua***

Para que la implementación de iniciativas de desarrollo sostenible sea exitosa nos basamos en tres fundamentos:

### ***Trabajamos con la gente***

Promovemos en nuestros colaboradores la cultura de dueño de su área y de esta forma se empodera cada día más en ese sentido de pertenencia, que es la base para mantener en el tiempo un excelente desempeño.

### ***Incentivamos la innovación***

Incentivamos a nuestros colaboradores a que expongan sus ideas de mejora, siempre avalado por los equipos de calidad, procesos e ingeniería.

### ***Invertimos en alta tecnología***

Invertimos en tecnología sustentados siempre en evaluaciones previas.

## ***Escenarios que facilitan y soportan el logro de resultados***

***Sistema de control:*** contamos con la más moderna tecnología en sistemas de monitoreo de procesos. Usamos sistemas que mediante el uso de pantallas permite apreciar todas las variables críticas de control.

***Reuniones matinales diarias:*** los indicadores de energía eléctrica de planta son monitoreados diariamente por el equipo de planta (personal operativo, supervisores, equipo de ingeniería y gerente de área) durante reuniones matinales, lo cual permite identificar las acciones que se deban implementar para corregir desviaciones, en los casos que apliquen.

***Reunión semanal de farol:*** el Gerente de Unidad Gerencial y el equipo de ingeniería presentan las acciones implementadas y los resultados obtenidos, a fin de identificar si es requerido algún soporte adicional.

***Reunión mensual de resultados:*** el Gerente de Planta presenta al equipo de planta el desempeño de los principales indicadores o KPIs, para crear entre cada persona, conciencia y sentido de compromiso frente al logro de resultados.





## Empaque Circular

PRINCIPIOS 7, 8 Y 9 – ODS 12 Y 17

### **Objetivo Global al 2025**

El 100% de nuestros productos estarán en envases retornables o con material mayormente reciclado.

- En el año 2025 usaremos el 51% de material reciclado en nuestros envases de PET.
- Con el aligeramiento de nuestros envases PET, tuvimos una reducción de 500 toneladas de plástico en 3 años.
- El 42% de nuestros productos llegan a manos del cliente en envases y empaques retornables (ciclo 21 veces).

### **Gestión eficiente de residuos**

**En el año 2018, el 93.46% de nuestros residuos se destinaron a terceros (reciclaje y reutilización).**

Hemos venido reduciendo la cantidad de residuos generados, mientras que nuestra producción sigue incrementándose. Para el Año Fiscal 2018 la producción en hectolitros comparado con el Año Fiscal 2017 se incrementó en 1.92% mientras que el índice de generación de residuos disminuyó un 0.5 % en el mismo período de tiempo. Índice de generación promedio 0.008 ton/hl.

### **Reciclaje post-consumo**

#### **Alianza público-privada Basura Cero Cambia tu Barrio**

Seguimos avanzando en la implementación de nuestro programa Cambia tu Barrio, por medio de la alianza público-privada conjunto con el programa de reciclaje Basura Cero del Municipio de Panamá, con el cual buscamos 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.

Durante el 2018 junto a nuestros aliados del Municipio de Panamá, la Autoridad de Aseo Urbano y Domiciliario y ANCON como brazo ejecutor del programa piloto de la alianza público-privada Basura Cero Cambia tu Barrio, continuamos trabajando en el fortalecimiento de la recolección de material reciclado y sensibilización de la población en el Corregimiento de Betania. A la vez que iniciamos el programa en el Corregimiento de Chilibre, con la

sensibilización de los residentes de este Corregimiento puerta a puerta y por medio de ferias de reciclaje y sensibilización.

**Un nuevo integrante Tocumen S.A;** se une a la alianza público – privada y se inicia la ejecución del plan en el corregimiento de Tocumen que incluye las siguientes actividades:

- **Promoción e implementación de programas de educación formal e informal**
- **Campañas masivas de concienciación ciudadana sobre el manejo responsable de residuos**
- **Colocación de estaciones de reciclaje**
- **Ferias de reciclaje**
- **Impulso de la economía de mercado inclusiva y solidaria basada en el aprovechamiento de los residuos**

Tocumen se convierte en la tercera comunidad donde se promoverá el amor por nuestro medio ambiente, por medio de una cultura de aseo y un manejo correcto de los residuos.

**Resultados 2018 Betania, Chilibre y Tocumen:**

**Bethania**



- 14 Estaciones reciclaje
- 25,000 personas sensibilizadas
- 8 empleos permanentes
- 8 empleos temporales
- 1 centro de acopio
- 3 ferias de sensibilización

**Chilibre**



- 7 Estaciones reciclaje
- 10 barrios sensibilizados
- 1 centro de acopio
- 2 ferias de sensibilización

**Tocumen**



- 10 estaciones reciclaje
- 88,532 personas sensibilizadas
- 18 empleos como promotores
- 3 ferias de sensibilización
- 3 vertederos ilegales reconvertidos

## Marcas que agregan valor

En colaboración con la Asociación Nacional para la Conservación de la Naturaleza (ANCON) y bajo el paraguas del programa "Cambia tu Barrio", nuestra Compañía promovió la cultura del reciclaje, en el **Atlas Golden Fest**.

Este esfuerzo se vio materializado con la **recolección de más de 2,303 botellas de plástico y más de 48,360 latas de aluminio.**



Cervecería Nacional se enorgullece de incorporar las buenas prácticas de sostenibilidad en cada una de las iniciativas de sus marcas, con el fin de proteger el medio ambiente y concientizar a la sociedad.



## Construimos Un Mundo Mejor Con Nuestra Cadena De Valor

ODS 8 Y 17

Las relaciones constructivas y el trabajo conjunto son clave para nuestras operaciones y para el logro de nuestros objetivos de sostenibilidad.

**“Trabajamos con los proveedores para lograr nuestros objetivos de sostenibilidad y mantener nuestros principios”**

Seleccionamos proveedores que nos ofrezcan materias primas, productos y servicios de alta calidad e innovación, y que además, trabajen con nosotros para lograr nuestros objetivos de sostenibilidad y mantener nuestros principios de condiciones de trabajo justas, protección ambiental y conducta ética.

<i>Cifras proveedores 2018</i>	Locales	Exterior
<b>Número de proveedores</b>	6210	800

## Política de Abastecimiento Responsable

PRINCIPIOS 1, 2 Y 10

Hemos adoptado la Política de Abastecimiento Responsable de AB InBev, que está respaldada por la Política Anticorrupción de Proveedores y que en 2017 se actualizó en línea con la Política Global de Derechos Humanos.

Esta Política delimita las expectativas mínimas de la Organización para todos los proveedores y nos permite poner en sintonía a quienes hacen parte de la cadena de suministro con nuestros principios éticos, ambientales y de derechos humanos.

AB InBev ha desarrollado un proceso de precalificación de proveedores que se ha incorporado al sistema de adquisiciones y que consta de tres pilares: estabilidad financiera, integridad comercial y abastecimiento responsable y derechos humanos. Dicho proceso se aplica a los proveedores nuevos y a los existentes.

Si se identifica a un proveedor como un riesgo potencialmente mayor en términos de abastecimiento responsable y derechos humanos, se les exige que se someta a una Auditoría de Comercio Ético de Miembros de Sedex (SMETA) y al final de cada auditoría, el auditor y el proveedor acuerdan un plan de acción correctivo de duración determinada para cada brecha identificada. Los equipos de Adquisiciones se comprometen de manera proactiva con los proveedores para garantizar que se complete el plan de acción.

## Programa Negocios Responsables

*“Negocios Responsables de CN capacita a dueños y administradores de locales comerciales”*



El programa Negocios Responsables es una alianza entre el programa Negocios Responsables de Cervecería Nacional (CN) y el programa Emprendedores Banesco, con la finalidad de fortalecer el desempeño de pequeñas y medianas empresas en pro de su productividad y competitividad; brindándole capacitaciones a dueños y administradores de locales comerciales en los módulos de Mercadeo, Venta Responsable y Finanzas.

El módulo de Venta Responsable se centra en la comprensión de la responsabilidad individual al momento de vender bebidas con contenido de alcohol, respetando las regulaciones y asumiendo un comportamiento ético y responsable.

A través de este programa, durante el cuarto trimestre del 2017 capacitamos a 212 dueños y administradores de negocios, quienes son clientes de los canales de ventas tradicional y cuentas claves de Cervecería Nacional.

**Al cierre del año 2018 se lograron capacitar a 1,050 negocios** cumpliendo así con la meta establecida.

**Banesco**  
*Contigo*

**CN**  
CERVECERÍA NACIONAL

## HACIENDO CRECER MI NEGOCIO RESPONSABLEMENTE

Conferencia que aportará valor para la administración de tu negocio, enfocada en el fortalecimiento de sus finanzas, el entendimiento de las regulaciones que lo impactan y el desarrollo sostenible del mismo.

**Dirigido a:**

Propietarios o administradores de negocios en la categoría de Clientes de Cuentas Claves de Cervecería Nacional.

Taller Dictado por:  
Instituto Universitario de  
Gerencia y Tecnología.

**IUGT**  
Internacional  
Panamá

# Reconocimientos 2018

## *Premio Palma de Oro por la implementación de prácticas ambientalmente sostenibles*

Cervecería Nacional fue reconocida con el Premio Palma de Oro a la implementación de prácticas ambientalmente sostenibles, por su proyecto **“Reducción del 14% en el indicador de consumo de energía eléctrica de la planta”** con el cual hemos logrado una reducción sostenida en el indicador de consumo de energía eléctrica de la planta, en los últimos 5 años.

El reconocimiento Palma de Oro, otorgado por el Sindicato de Industriales de Panamá durante el XIII Simposio Internacional de Ambiente, busca reconocer a las empresas que realizan acciones en la mejora del desempeño ambiental sostenible en los procesos productivos. CN recibió este reconocimiento y resulta ganadora en la Categoría Gran Empresa, en la que participaron más de 30 empresas nacionales.



Un Agradecimiento especial al equipo de Ingeniería Supply por el trabajo que se ha realizado en los últimos años, orientado a la mejora de los indicadores de desempeño en consumo de energía eléctrica y por presentar este proyecto ante el SIP, que es motivo de orgullo y celebración para todo el equipo de Cervecería Nacional.

## Calificación A+ en Certificación Empresarial Basura Cero por buenas prácticas de manejo integral de residuos

Cervecería Nacional recibió la calificación A+ del programa de Certificación Empresarial voluntaria Basura Cero, tiene como objetivo reconocer y/o promover que las empresas de la ciudad de Panamá que adopten buenas prácticas en el manejo de sus residuos sólidos a través de asesoría técnica, con el propósito de fortalecer la gestión integral de sus residuos, basado en el principio de las 3R's y el Programa Basura Cero del Municipio de Panamá.

Este reconocimiento fue entregado a Cervecería Nacional durante el XIII Simposio Internacional del Ambiente del Sindicato Industrial de Panamá.



## “Cervecería Nacional, empresa que hace la diferencia”

TVN, uno de los medios de comunicación más importantes de Panamá, seleccionó a Cervecería Nacional como una empresa que hace la diferencia por la ejecución del programa Basura Cero- Cambia Tu Barrio.



Los resultados positivos de esta alianza publico privada, llevó a CN a ser seleccionada al igual que otras 9 empresas para el proyecto de Responsabilidad Social de TVN Media.

El video de 1 minuto en donde se explica el programa Basura Cero- Cambia Tu Barrio, estará en las pantallas de TVN durante todo el mes de septiembre.

## ***“Cervecería Nacional recibe el más alto reconocimiento en RSE #OrgulloCN”***



Cervecería Nacional ha sido galardonada por la Cámara Americana de Comercio e Industria de Panamá (AMCHAM) con la más alta distinción en Responsabilidad Social Empresarial, el "Reconocimiento al Liderazgo Sostenible por Prácticas Inspiradoras de RSE", por su programa de reciclaje "Basura Cero-Cambia Tu Barrio".

"Basura Cero-Cambia Tu Barrio" se está implementando en Betania y Chilibre, donde se han recolectado más de 150 toneladas de residuos reciclables a través de 19 estaciones de reciclaje, generando 9 empleos permanentes y 8 de tiempo parcial, además de sensibilizar a más de 20 mil personas sobre el manejo adecuado de los residuos y prácticas de reciclaje. Hoy ambas comunidades lucen diferentes porque se han unido en torno a un objetivo común, el de Cambiar su Barrio para mejorar su calidad de vida y reducir su impacto sobre el ambiente.

La implementación de este programa ha sido posible gracias a la alianza entre Cervecería Nacional, la Alcaldía de Panamá, la Autoridad de Aseo Urbano y Domiciliario y la asociación ANCÓN, quienes en conjunto buscan fomentar la cultura del reciclaje para impactar positivamente al medio ambiente con la disminución de la contaminación, y generar un impacto social positivo por la integración al programa de personas de escasos recursos cuyos ingresos giran en torno al aprovechamiento de los residuos reciclables.

Cervecería Nacional continuará impulsando programas que aportan al desarrollo sostenible de nuestro país en materia ambiental, social y económica, en agradecimiento a la sociedad panameña por la lealtad brindada durante más de 100 años, al preferir nuestras marcas Malta Vigor, Pepsi, Agua Brisa, Atlas, Atlas Golden Light, Balboa y Balboa Ice. Nuestro sueño compartido nos motiva a todos y todos los días a trabajar para: Unir a la Gente Por un Mundo Mejor. ¡Felicidades CN!

## “Cervecería Nacional en el TOP 10 de las empresas con mejor reputación corporativa de Panamá”

Summa Media Group el principal grupo editorial de revistas en América Central y el Caribe en el sector de negocios, publicó recientemente en su Revista Summa los resultados del estudio de investigación de Merco en Panamá (Monitor Empresarial de Reputación Corporativa), en donde se seleccionó a las 100 empresas con Mejor Reputación Corporativa de Panamá y nuestra Compañía ocupó el lugar #10.

Este estudio pondera las evaluaciones de siete sectores de interés o stakeholders: altos ejecutivos locales, analistas financieros, sindicatos, periodistas de información económica, representantes de ONG, catedráticos del área de empresa, Dircom y líderes de opinión y consumidores.

Es un orgullo para nosotros estar entre las primeras 10 empresas con mejor Reputación, Responsabilidad y Gobierno Corporativo. Este reconocimiento representa el nivel de admiración que generamos en nuestros grupos de interés y es el resultado de la calidad de nuestros productos, la atención al cliente ejemplar y las inversiones inteligentes para la innovación continua.

**¡Felicidades CN por estar un paso adelante!**



## RANKING DE EMPRESAS CON LA MEJOR REPUTACIÓN CORPORATIVA (PANAMÁ)

RK	Empresa	Puntaje
1	Banco General	10.000
2	Copa Airlines	9.703
3	Autoridad del Canal de Panamá (ACP)	8.965
4	Nestlé	7.361
5	Supermercados Riba Smith	7.252
6	Dell EMC	7.016
7	Grupo Melo	6.908
8	Ricardo Pérez -Toyota	6.861
9	Samsung Electronics	6.782
10	Cervecería Nacional	6.770
11	Motta Internacional	6.736
12	Farmacias Arrocha	6.727
13	Empresas Bern	6.711
14	Procter & Gamble	6.578
15	Corporación Medcom	6.549
16	Banco Nacional de Panamá	6.545
17	DHL	6.504
18	Do It Center	6.484
19	El Machetazo	6.456
20	Grupo Rey	6.434
21	Coca Cola Femsa	6.420



**CERVECERIA NACIONAL**

