

Boletín de 
Sostenibilidad
2014

INTRODUCCIÓN

Desde 2013, Compañía Cervecera de Nicaragua, S.A. CCN, se declaró una empresa de triple utilidad, y en este recién finalizado año logramos adelantar con éxito nuevas iniciativas que nos permitirán generar rendimientos económicos y reconocimiento sobre nuestra forma de hacer negocios de forma sostenible en lo económico, social y ambiental, sin perder de vista la competitividad que nos caracteriza. Se trata del compromiso en la implementación de principios de negocios responsables que promueve la Organización de Naciones Unidas ONU, y con los cuales CCN, renueva los esfuerzos que ha impulsado como empresa comprometida con el desarrollo económico y social del país a lo largo de su historia.

A partir del año 2014 CCN es suscriptora del Pacto Mundial (Global Compact) de la ONU, una iniciativa internacional voluntaria a través de la cual las empresas se comprometen públicamente a implementar políticas socialmente responsables y a informar sobre las mismas, de acuerdo a los diez principios del Pacto Global que abarcan cuatro áreas: Derechos Humanos, Normas Laborales, Medioambiente y Anticorrupción.

Este boletín de Sostenibilidad 2014 es el primer esfuerzo de reportar los aspectos más relevantes y los mayores impactos de las operaciones de CCN en materia de medio ambiente, sociedad y desarrollo económico, de acuerdo a un estudio de materialidad realizado en consulta con colaboradores y proveedores. Incluimos en él los excelentes resultados de nuestras iniciativas de Responsabilidad Social Empresarial a través de INDICARSE, una herramienta de comparación de las prácticas de RSE a nivel centroamericano y en los que CCN se ubica por encima del Top Nacional.

Para el año 2015, Compañía Cervecera de Nicaragua estará elaborando su primer reporte de Sostenibilidad de acuerdo a las directrices del Global Reporting Initiative (GRI4) cumpliendo así su compromiso de perfilarse como una empresa de calidad mundial.



Jaime Rosales Pasquier
Gerente General CCN

A stylized graphic of a plant branch with several leaves, rendered in shades of orange and gold. The leaves are arranged in a fan-like pattern, pointing upwards and to the right. The background consists of large, overlapping, light-colored curved shapes that create a sense of depth and movement.

- VISIÓN

- DIMENSIONES, MACRO OBJETIVOS
Y OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

- NUESTROS VALORES

VISIÓN

“Ser reconocida como una empresa de **dase mundial**, ejemplo en Nicaragua en la generación de **valor económico, social y ambiental**”

Compañía Cervecera de Nicaragua es una empresa de triple utilidad que orienta sus inversiones y decisiones estratégicas tomando en cuenta no solo la dimensión económica, sino también la social y ambiental.

Ser una empresa de **triple utilidad** se traduce en una ventaja competitiva para desarrollar el negocio de forma **correcta, sostenible y comprometida** con la comunidad.

DIMENSIONES, MACRO OBJETIVOS Y OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

DIMENSIONES		MACRO-OBJETIVO ESTRATÉGICO	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS		
 ECONÓMICA		Generar valor económico para nuestros accionistas y demás públicos de interés	Crecer en ventas y utilidad	Crecer en participación de mercado	Incrementar retorno sobre el capital invertido
	 SOCIAL	Interna	Mejorar la calidad de vida de nuestros colaboradores y sus familias	Lograr que los colaboradores sean un vivo reflejo de la filosofía de la empresa	Desarrollar el talento del capital humano
Externa		Tener un impacto positivo en la sociedad	Contribuir al desarrollo de la formación técnica-profesional de Nicaragua		Fomentar el consumo responsable
 AMBIENTAL		Mejorar el desempeño ambiental de INCECA	Usar eficientemente el recurso Hídrico	Usar eficientemente la energía y disminuir emisiones de gases de efecto invernadero	Manejar adecuadamente los residuos sólidos

NUESTROS VALORES

Mauricio Rodríguez



CONCIENCIA DE LA OBLIGACIÓN

Ha sido para mí uno de los pilares fundamentales para poder resolver la complejidad de la operación y en constantes cambios en mi área.

Estoy comprometido con la puntualidad, responsabilidad, con el seguir instrucciones y reconocer la importancia de mi puesto. Siempre velo porque el personal utilice los equipos de protección personal.

Como colaborador comprometido alcanzo mis metas a través del cumplimiento de los indicadores establecidos.

INTEGRIDAD

En el trabajo lo convierto a las siguientes conductas:

Soy honesto y sincero, con mis jefes, usuarios, y con mi familia.

Demuestro lealtad promocionando los productos de la compañía, involucrándome en los diferentes programas que CCN impulsa, como auditorías ISO y programa de medio ambiente. Mis valores espirituales me ayudan a predicar con el ejemplo y a desempeñarme con dedicación y mucho entusiasmo.



Juan Antonio Salazar Mejía

Henry Martínez



PROACTIVIDAD

Vivo este valor a través de mi participación en proyectos de innovación, en el aprendizaje y actualizaciones de las nuevas líneas de producción, documento las fallas para ayudar a prevenir y resolver futuros incidentes. Participo en los programas de inducción a nuevos ingresos del área, les enseñé las técnicas y el uso adecuado de la máquina que opero y soy parte de los líderes ambientalistas de CCN.

DISFRUTE DEL TRABAJO

En las agencias que coordino, veo a mi personal como una gran familia. Soy parte de un equipo entusiasta, que asume retos con facilidad. Somos guerreros, disfrutamos lo que hacemos y celebramos nuestros logros. Aun cuando se presentan situaciones difíciles, lo veo como una oportunidad. La compañía y nuestros clientes requieren de nuestra respuesta.

Aprendí de mis padres a disfrutar el trabajo, lo vivo en CCN y los invito a todos a que lo vivan diariamente en sus funciones.



Orlando Navarro



COMPAÑÍA CERVECERA DE NICARAGUA
SE ADHIERE AL
PACTO MUNDIAL



Desde el 16 de Abril de 2014 CCN se adhirió oficialmente al Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

Esta iniciativa constituye un compromiso público de apoyo e implementación de los 10 principios rectores agrupados en los ámbitos:

DERECHOS HUMANOS, ESTÁNDARES LABORALES, MEDIO AMBIENTE, ANTICORRUPCIÓN.

10 PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL

DERECHOS HUMANOS



1. Apoyar y respetar los Derechos Humanos dentro de su ámbito de influencia
2. No ser cómplices de la vulneración de los Derechos Humanos

ESTÁNDARES LABORALES



3. Apoyar a la libertad de asociación y negociación colectiva.
4. Eliminar toda forma de trabajo forzoso
5. Apoyar la erradicación del trabajo infantil.
6. Apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación.

MEDIO AMBIENTE



7. Mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.
8. Fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.
9. Favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.

ANTICORRUPCIÓN



10. Trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.



<https://www.unglobalcompact.org/Languages/spanish/index.html>

<https://www.unglobalcompact.org/participant/35361-Compania-Cervecera-de-Nicaragua>



COMPAÑÍA CERVECERA
DE NICARAGUA S.A.



MEDICIÓN DE INDICADORES

DE **RESPONSABILIDAD**
CORPORATIVA



COMPAÑÍA CERVECERA
DE NICARAGUA S.A.

Mi compromiso,
tiene beneficios para mí y mi familia.





Como una de las iniciativas de **Responsabilidad Social Empresarial**, entre los meses de marzo y abril de 2014 se realizó la primera medición en Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial, **IndicaRSE**, que constituye una herramienta de comparación de las prácticas de **RSE** de las empresas a nivel centroamericano.



Esta herramienta se aplica considerando los siete ejes de la RSE que son:



Gobernabilidad



Público Interno



Medio Ambiente



Proveedores



Mercadeo



Comunidad



Política Pública

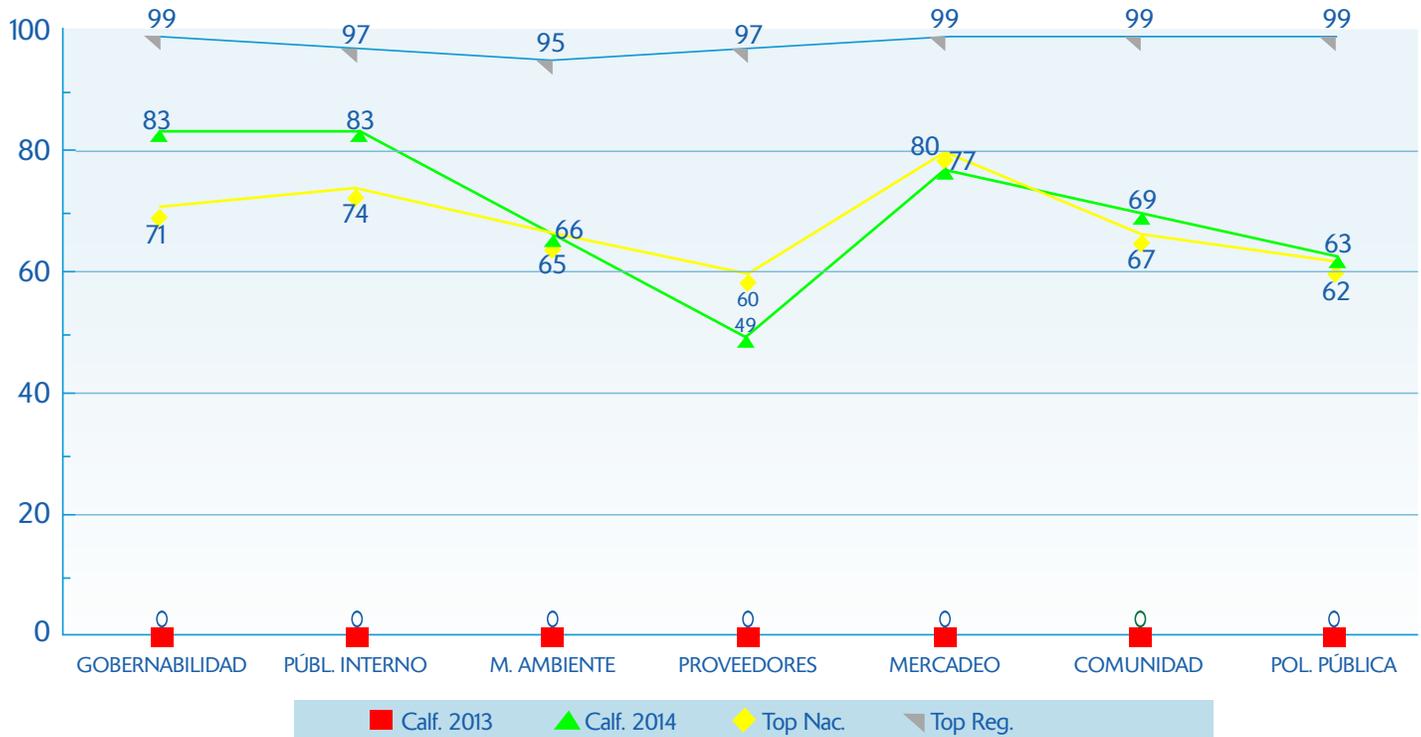
Los resultados de esta primera medición **posicionan a CCN** por encima del **Top Nacional** exceptuando los ejes Proveedores y Mercadeo.

En el año **2014** se generó un ingreso de **4,711 millones de córdobas** y una utilidad neta de **766.5 millones de córdobas**.

En el mismo período, Compañía Cervecera de Nicaragua destinó el **2.5 %** de su utilidad neta para **inversiones sociales** en beneficio de la comunidad.



GRÁFICA DE RESULTADOS GENERALES



	Gobernabilidad	Públ. Interno	M. Ambiente	Proveedores	Mercadeo	Comunidad	Pol. Pública
Calificación 2013							
Calificación 2014	83	83	66	49	77	69	63
Top Nacional	71	74	65	60	80	67	62
Top Regional	99	97	95	97	99	99	99



2014

MATERIALIDAD

El análisis de Materialidad se realiza con el fin de identificar cuáles son los aspectos más relevantes o los mayores impactos de las operaciones de la empresa para los públicos de interés considerando el **medio ambiente, la sociedad y el desarrollo económico.**

PERÍODO DEL 1ER ANÁLISIS DE MATERIALIDAD EN CCN



GRUPOS DE INTERÉS CONSULTADOS



COLABORADORES



PROVEEDORES

Resultados

1. Implementar y consolidar la estrategia de la Triple Utilidad: existe un deseo de todos los niveles en la empresa de implementar la visión y actividades de triple utilidad en los objetivos de negocio.



ECONÓMICA



SOCIAL



AMBIENTAL

2. Temas estratégicos de posicionamiento: comunicar más la responsabilidad social/sostenibilidad de la empresa, esto se vincula estratégicamente con los temas del consumo responsable, el desarrollo de una cultura cervecera.



3. Desarrollar otros temas puntuales como lo son:

Los temas ambientales estratégicos: riesgos externos por contaminación del manto freático y la promoción a la creación de redes de manejo del plástico.



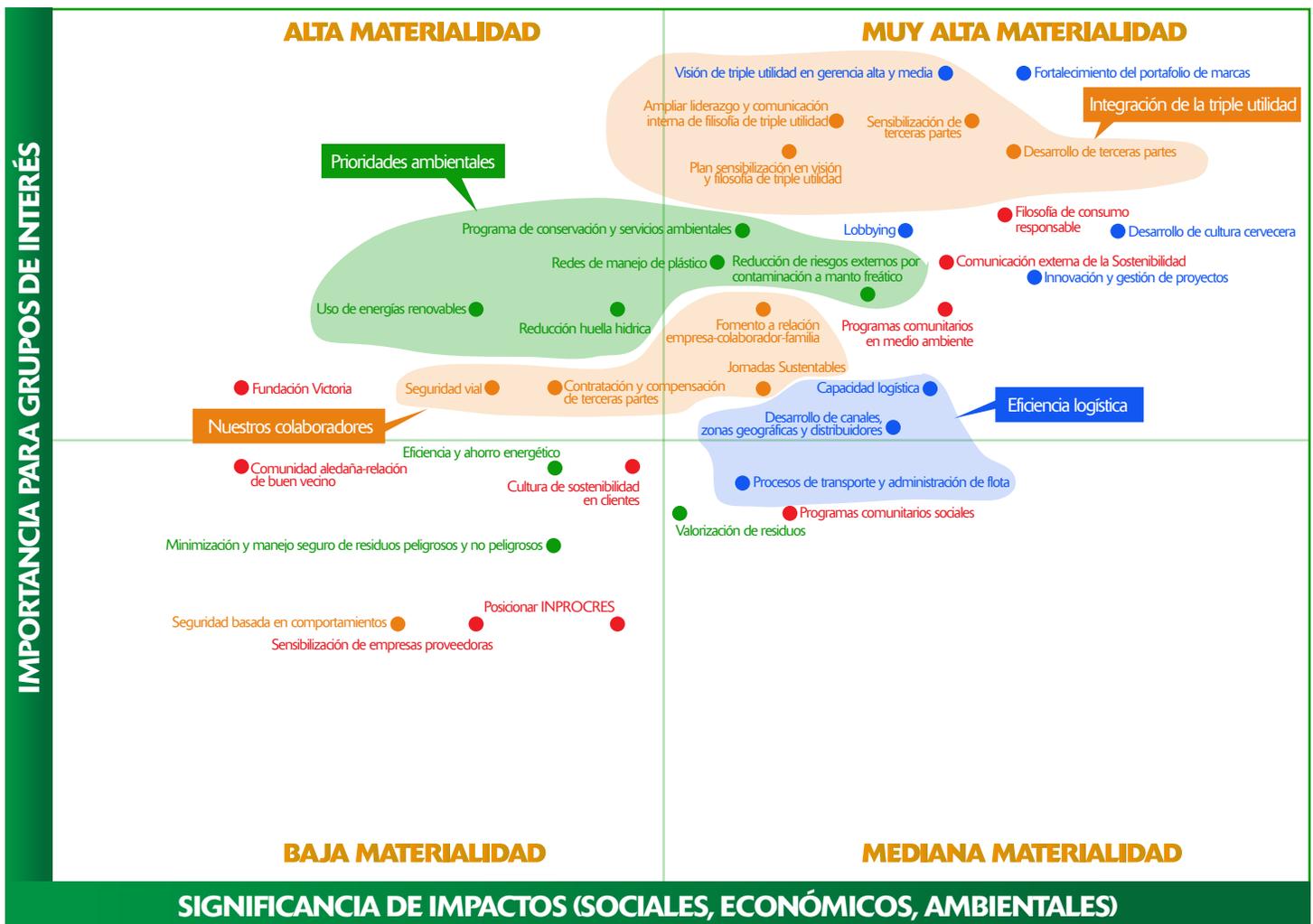
La importancia de la capacidad logística y el desarrollo de canales, zonas; vinculado a la fuerza de ventas.

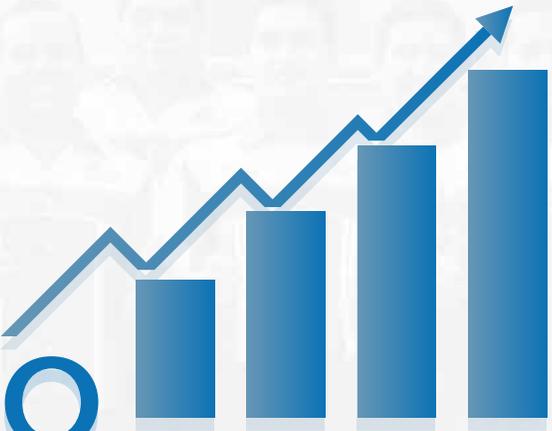


Notable es el la importancia de programas comunitarios y la relación empresa-colaborador-familia, que se pueden vincular a la comunicación externa.



La importancia de jornadas sustentables en:





NUESTRO DESEMPEÑO ECONÓMICO





RESULTADOS ECONÓMICOS

		2014
Valor Económico Generado		
	Ingresos	C\$ 4,711,134,815
Valor Económico Distribuido		
	Costos Operativos	C\$ 2,871,719,911
	Salarios y beneficios sociales para los empleados	C\$ 675,909,490
	Pagos proveedores de fondos	C\$ 575,034,633
	Pagos a gobiernos	C\$ 318,212,330
	Inversiones en la comunidad	C\$ 19,266,355
Valor Económico Retenido		C\$ 250,992,096





PROVEEDORES

C\$ 713,116,102
333 Proveedores Nacionales



C\$ 1,356,077,216
137 Proveedores Extranjeros

■ **71%** Nacionales

■ **29%** Extranjeros

Con el tema de proveedores en 2014 se trabajó un proyecto de Compras Sostenibles, y su resultado fue un **Manual de Compras Sostenibles**, que se encuentra en etapa de revisión y aprobación.

La implementación de este Manual **garantizará** la identificación de las prácticas de sostenibilidad en nuestros proveedores, tomando en cuenta **los objetivos de CCN**, pero además se trabajará para que paulatinamente nuestros proveedores adopten nuestras buenas prácticas en materia de **RSE y Sostenibilidad**.





**NUESTRA
GESTIÓN SOCIAL
INTERNA**





PRÁCTICAS LABORALES



Premio Lugares Óptimos para trabajar, UNIRSE 2014

	CONTRATACIONES	ROTACIÓN
	Nro.	Nro.
Managua	301	203
Agencias	129	79
Sexo	Nro.	Nro.
Femenino	67	45
Masculino	363	237
Edad	Nro.	Nro.
20 - 29	211	98
30 - 39	189	131
40 - 49	30	33
> 50		20



21.7% de rotación



90% de reincorporación por maternidad
10 Casos



49% del personal
Afiliado a la cooperativa de ahorro y crédito

Prestaciones a colaboradores con contrato indeterminado



Canasta básica



Transporte



Comedor



Uniformes



Juguetes



Atención médica



Seguro de Vida



Subsidio para anteojos



Baja por Maternidad o Paternidad



DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES



203
15.6%



1096
84.4%

Edad



Menor de 30



Entre 30 y 50



Mayor de 50

Categoría Profesional

1033 Operativos

223 Mandos Medios

43 Gerentes y Jefes

Grupos Minoritarios



07 Capacidades Diferentes

Evaluación al desempeño

62%
BSC y TDE

13%
Bono Administrativo

25%
Aún no cumple criterios para evaluar

Nota:

Contrato Indeterminado:
Fecha de fin no definida.

Contrato Determinado:
Fecha de fin definida.

Personal Cubierto por Convenio:
Personal con contrato Indeterminado de nivel Operativo



SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO

La Salud y Seguridad de los colaboradores es de especial interés en Compañía Cervecera de Nicaragua y así lo considera en su Convenio Colectivo:



ATENCIÓN MÉDICA Y MEDICAMENTOS

se brinda servicios de enfermería y dispensario médico, así como insumos básicos de primeros auxilios.



FINANCIAMIENTO DE GASTOS MÉDICOS

Subsidio para anteojos



EXISTENCIA DE BOTIQUINES EN TODAS LAS ÁREAS



EPP

Se brinda el EPP adecuado y de la mejor calidad para la minimización de los riesgos a la salud

Los colaboradores están representados en esta materia por la Comisión Mixta de Higiene y Seguridad del Trabajo. A todos los niveles evalúa, identifica, da seguimiento y propone mejoras en temas de seguridad.





0 FATALIDADES CCN Y CONTRATISTAS

123 CANTIDAD DE ACCIDENTES LABORALES

1,854 DÍAS DE SUBSIDIOS



DERECHOS HUMANOS

CCN no ha realizado evaluaciones o capacitaciones específicas en materia de derechos humanos, sin embargo garantiza al **100%** de sus colaboradores a través del Reglamento Interno de Trabajo:

TRABAJO REMUNERADO
Salarios competitivos.



DESCANSO



IGUALDAD DE DERECHOS ENTRE GRUPOS DE TRABAJADORES



APORTE A LA SEGURIDAD SOCIAL CORRESPONDIENTE



NO CONTRATACIÓN DE MENORES DE EDAD



LIBERTAD DE ASOCIACIÓN
el personal indeterminado de la compañía tiene la libertad de afiliarse al sindicato y a la Cooperativa de Ahorro y Crédito.



Al mismo tiempo, obliga a sus contratistas a cumplir con estas disposiciones.



LUCHA ANTICORRUPCIÓN

En
2014

6

casos de corrupción tipificados como hurto

4

despidos por falta de probidad

0

casos de rescisión de contratos con socios empresariales debido a infracciones relacionadas con la corrupción.

CCN no recibió demandas judiciales por casos de corrupción.

GESTIÓN SOCIAL EXTERNA





PROFESIONALES CON VALORES



Fundación Victoria es la principal acción de Responsabilidad Social Empresarial de Compañía Cervecera de Nicaragua, CCN.

Hasta el año

2014

Fundación Victoria ha graduado más de



750
profesionales
de éxito

Muchos de los cuales se encuentran aportando sus conocimientos a CCN en las áreas de:



Mantenimiento



Producción



Finanzas



Comercialización



Control de
Calidad



Tecnología de
la Información

NUESTROS GRADUADOS INTERIORIZAN LOS VALORES DE CCN:

INTEGRIDAD

PROACTIVIDAD

CONCIENCIA DE LA OBLIGACIÓN

DISFRUTE DEL TRABAJO





CONSUMO RESPONSABLE ES NUESTRA FORMA DE HACER NEGOCIOS

Nuestro compromiso con la reducción del consumo nocivo, es un tema que parte del compromiso asumido desde la más alta gerencia y lo expresamos en un programa permanente y en el que todos **nuestros colaboradores** están necesariamente **comprometidos**, como parte de nuestra forma de ser. Hoy día como cerveceros no podríamos entendernos sin contar este compromiso entre nuestros más valiosos activos.

Acompañamos en este sentido a toda la Industria de la Cerveza de Latinoamérica, y a nuestra organización regional **Cerveceros Latinoamericanos**, que engloban el conjunto de acciones que desarrollamos de cara a la **reducción del consumo nocivo**, tal como establece en su texto la Estrategia Global Para la Reducción del Consumo Nocivo de la Organización Mundial de la Salud.

Lo hacemos reiterando nuestra oferta a **gobierno, medios de comunicación, entidades** legítimamente interesadas de la sociedad civil organizada para **trabajar en conjunto** en estos temas que nos competen a todos.

En CCN ya hemos dado muchos pasos, pero necesitamos el concurso activo de todos, **Nicaragua bien nos lo merece.**



**Todos los colaboradores de CCN
somos embajadores de consumo responsable**

MEDIO AMBIENTE





AGUA



USO

Se consumieron **813,677m³** de agua, proveniente de 4 pozos ubicados en las instalaciones de CCN. El indicador de consumo de agua global fue de **3.35hl/hl**.

MITIGACIÓN

Tratamiento de **280,499m³** de agua residual. La disposición final de los efluentes se realiza en el Lago Xolotlán.

COMPENSACIÓN

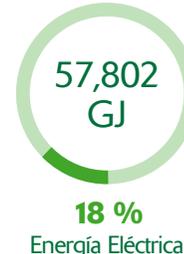
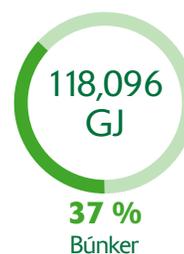
Firma de convenios de Pago por Servicios Ambientales Hídricos PSAH, con **10 productores** de la zona de recarga hídrica que abastece el manto acuífero utilizado por CCN.



ENERGÍA



% Energía Utilizada (GJ)





RESIDUOS

En 2014 se valorizaron un total de

24,852 toneladas

de residuos post industriales
equivalentes al **97.36%**



Con los proyectos de educación ambiental con la comunidad se logró recolectar **74,855kg** de residuos post consumo.

De igual manera el área comercial recuperó **5,317 kg** de Afiches y **6,113 kg** de viniles utilizados como propaganda en los puntos de venta.

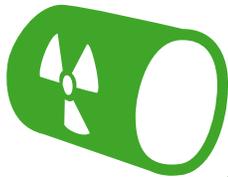


Todo el material recuperado se destina al reciclaje y al reúso en el caso de los viniles

0.08 %

Residuos considerados
Peligrosos

Gestionados



GESTIÓN AMBIENTAL EXTERNA



GESTIÓN AMBIENTAL EXTERNA

Los proyectos de educación ambiental externos también beneficiaron en el 2014 a **las comunidades participantes**. Este es un beneficio adicional a la mejora ambiental al prevenir la disposición inadecuada de **74,855 kg** de residuos post consumo.

PROYECTO OMETEPE



Entrega de
2,000 paquetes
de útiles escolares



Fortalecimiento de las cooperativas de mujeres dedicadas al acopio de residuos en Altagracia y Moyogalpa.

PROYECTO COOPERATIVAS DE ACOPIO MANAGUA

Fortalecimiento de las cooperativas de los distritos VI y VII de Managua

Bajo el acuerdo de entendimiento con **RETE**, ONG de origen italiano que trabaja en pro de la protección de los derechos de la niñez y en específico por la erradicación de las peores formas de trabajo infantil como la recolección de residuos, se finalizó el **Curso de reutilización de polines** para la fabricación de muebles. El curso lo recibieron los padres de los niños trabajadores que pertenecen a las cooperativas de acopio de residuos. También se apoyó la capacitación en reutilización de viniles para la confección de bolsos y accesorios.

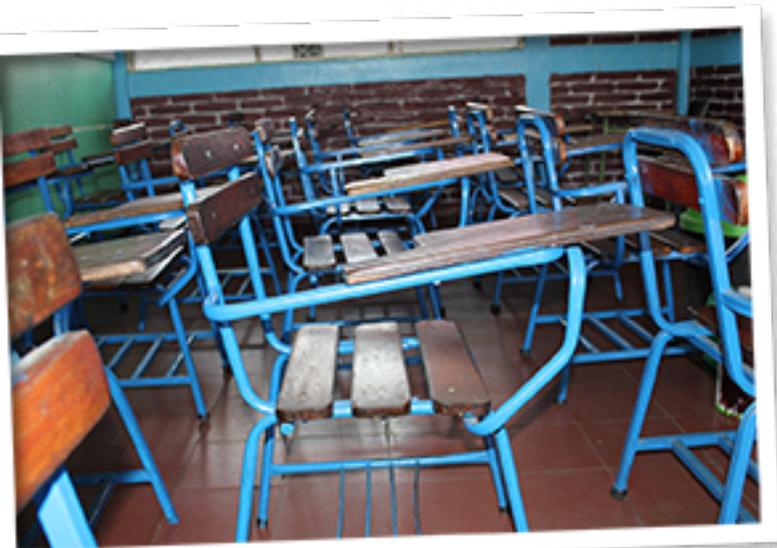


PROYECTO CENTROS EDUCATIVOS MANAGUA

Se impartieron charlas ambientales orientadas al **Manejo Integral de Residuos Sólidos** en los centros educativos participantes.



Voluntariado de
266 horas
totales



Con la participación de los Centros educativos, alumnos y docentes recolectaron y separaron plástico en sus hogares y colegios, y a cambio obtuvieron los siguientes beneficios:

Colegio Padre Bruno Martínez:

Pintura del centro y de los pupitres

Colegio Sagrado Corazón de Jesús:

Embaldosado de área de seguridad

Colegio Sagrada Familia No. 2

Rehabilitación y mejora de los servicios sanitarios

Fundación Victoria:

Útiles deportivos

Centro de Formación Profesional Simón Bolívar CEFNIH:

Mejora de áreas comunes

Colegio Santa Luisa de Marillac:

Cambio de estructura y techo en un pabellón



COMPAÑÍA CERVECERA
DE NICARAGUA S.A.