



REPORTE DE SOSTENIBILIDAD

2015



COMPAÑÍA CERVECERA
DE NICARAGUA S.A.



¿CÓMO LEER ESTE REPORTE?

Este reporte está integrado por seis secciones.
En cada una de ellas podrá encontrar información relacionada con:

I. Perfil de la Organización.

Se presenta a la empresa y los contenidos básicos generales del reporte.

II. Nuestro Negocio.

Se desarrollan los aspectos relacionados con nuestro desempeño en la dimensión económica.

III. La Familia Cervecera.

Podrá encontrar aspectos relacionados con la dimensión social interna y nuestros trabajadores.

IV. Nuestra Comunidad.

Se desarrollan los aspectos relacionados con la dimensión social externa.

V. Nuestro compromiso con el Medio Ambiente.

Se presenta lo relacionado con el desempeño medioambiental.

VI. Datos y correspondencias GRI.

Sección de anexos en los que podrá ver las correspondencias de la información presentada con los indicadores del Global Reporting Initiative en su versión G4 y los principios del Pacto Mundial de la ONU.

En la parte superior de cada página encontrará resaltada la sección específica en la que se encuentra. Por ejemplo en la sección "Perfil de la Organización" observará resaltado su título.

**PERFIL DE LA
ORGANIZACIÓN**

**DIMENSIÓN
ECONÓMICA**

**DIMENSIÓN
SOCIAL INTERNA**

**DIMENSIÓN
SOCIAL EXTERNA**

**DIMENSIÓN
AMBIENTAL**

ANEXOS

Si tiene consultas, sugerencias o comentarios sobre este reporte puede comunicarse al correo contacto@ccn.com.ni

Este reporte está disponible en nuestro sitio web y el sitio web del Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

Primer Reporte de Sostenibilidad, Compañía Cervecera de Nicaragua S.A

Guía para la elaboración:

GRI G4 opción Exhaustiva y los principios del Pacto Mundial de la Organización de las Naciones Unidas.

Período de reporte:

1 de Enero — 31 de Diciembre 2015

Fecha de Publicación:

Abril 2016

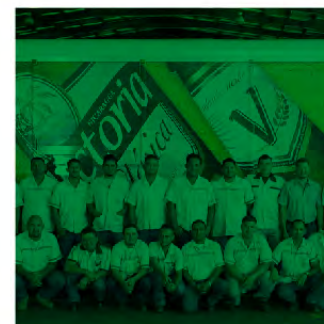
REPORTE NO VERIFICADO POR TERCERAS PARTES

ÍNDICE



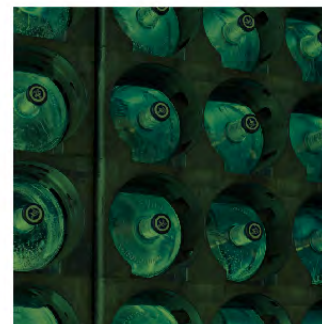
PERFIL DE LA
ORGANIZACIÓN

04



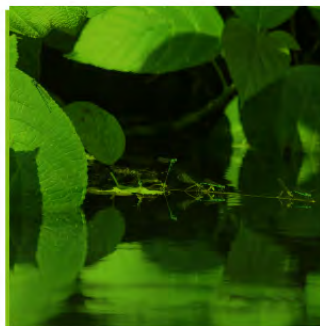
NUESTRO
NEGOCIO

21



LA FAMILIA
CERVECERA

39



NUESTRA
COMUNIDAD

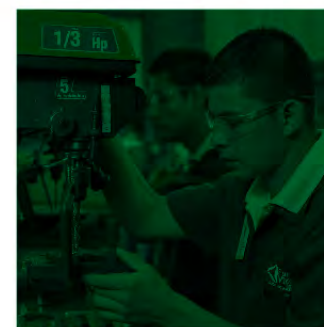
54

NUESTRO
COMPROMISO
CON EL MEDIO
AMBIENTE

60

DATOS Y
CORRESPONDENCIAS
GRI

74



MENSAJE DE NUESTRO GERENTE GENERAL



Jaime Rosales Pasquier
Gerente General CCN

En Compañía Cervecera de Nicaragua S.A., creemos en la importancia del Reporte de Sostenibilidad como una herramienta para comunicar de manera precisa los avances alcanzados en la generación eficiente de valor económico, social y ambiental de nuestro negocio.

Como Gerente General, es un honor presentar el primer Reporte de Sostenibilidad bajo los diez principios del Pacto Global de Naciones Unidas y con el cual renovamos nuestro compromiso con la transparencia y el proceso de mejora continua de la gestión empresarial sustentable.

El desempeño económico de la compañía en el año 2015 fue positivo y estuvo marcado por los cambios generados por nuestra estrategia de diversificación que se completó con la separación de los negocios de distribución de bebidas no alcohólicas y productos de consumo masivo. Esta decisión conllevó en nacimiento de Compañía Distribuidora de Nicaragua S.A. Utilizamos una nueva herramienta financiera para la medición de la creación de valor económico con una nueva filosofía de gestión denominada Valor Económico Agregado (EVA), superando las metas propuestas en el primer año de gestión.

Reconociendo la importancia del desarrollo de nuestros trabajadores, suscribimos la "Alianza de Empresas Sin Pobreza Extrema", una iniciativa que nos permitirá convertirnos en parte de la solución de este problema que enfrentan la mayoría de países de la región centroamericana. La iniciativa nos permitirá acercarnos a nuestros trabajadores y sus

familias para conocer su realidad socio económica con el objetivo de identificar las acciones que propicien la superación de su situación de pobreza extrema.

En el ámbito social externo continuamos nuestro apoyo a la educación brindando oportunidades a jóvenes talentosos de escasos recursos económicos. A los jóvenes les otorgamos becas de estudio en carreras técnicas, las que les permiten alcanzar su desarrollo individual y la superación económica para obtener una mejor calidad de vida y mayor bienestar familiar. Otro eje de nuestra responsabilidad empresarial lo constituye la prevención del consumo nocivo de alcohol, el cual apoyamos a través del Instituto de Promoción del Consumo Responsable, INPROCRES, que desarrolla diversas acciones en esta materia.

Como compañía ambientalmente responsable, en el 2015 alcanzamos la meta de convertirnos en la primera empresa Agua Neutral en Nicaragua, al compensar el cien por ciento de nuestra huella hídrica a través del programa de Pago por Servicios Ambientales Hídricos. Además, este año cuantificamos por primera vez las emisiones de gases de efecto invernadero para iniciar su debida gestión con la finalidad de convertirnos en una empresa Carbono Neutral.

Espero que al leer este primer Reporte de Sostenibilidad pueda conocer más sobre nuestro compromiso de ser una empresa de clase mundial, reconocida como ejemplo en Nicaragua en la generación de valor económico, social y ambiental.

¿QUIÉNES SOMOS?

Compañía Cervecería de Nicaragua S.A (CCN) es una empresa que desarrolla, produce y distribuye cerveza. Además produce agua mineral y bebidas refrescantes. CCN pertenece al grupo INCECA (Inversiones Cervecerías Centroamericanas). Fue fundada en 1926 y desde entonces ha estado produciendo cerveza de alta calidad.

Tiene su sede en Managua, capital de Nicaragua, con operaciones en ocho departamentos del país.

En 2002 diversificó su producción con la adquisición de Fuente Pura. Desde entonces comenzó su estrategia de diversificación.

En 2003, CCN incursionó en el mercado norteamericano y costarricense con la exportación de Cerveza Toña.

El año 2015 fue un año decisivo en sus operaciones, ya que gracias al crecimiento y diversidad alcanzados en sus mercados, las operaciones de comercialización de los productos no alcohólicos como agua mineral, leche, jugos y otras bebidas, alimentos y otros productos de consumo masivo que anteriormente distribuía CCN pasaron a formar parte de la cartera de negocios de Compañía Distribuidora de Nicaragua, S.A (CDN).

FILOSOFÍA DE EMPRESA

• NUESTRA RAZÓN DE SER

Ser reconocida como una empresa de clase mundial, ejemplo en Nicaragua en la generación de valor económico, social y ambiental.

• NUESTRA VISIÓN

Refrescar constantemente a Nicaragua trabajando por su preferencia, confianza y disfrute.



ECONÓMICA

Gestión de proyectos de desarrollo e innovación

Excelencia operativa



SOCIAL



AMBIENTAL

Cultura

HISTORIA DE CCN

Compañía Cervecera de Nicaragua, S.A. (CCN) se fundó en Managua el 22 de marzo de 1926. Ese mismo año lanzó al mercado nicaragüense la primera cerveza de fabricación nacional, Cerveza Xolotlán que luego tomó el nombre de Cerveza Victoria en honor al triunfo de los aliados en la Segunda Guerra Mundial.

De 1945 a 1975 CCN lanzó al mercado varias marcas, entre ellas Carta Blanca, Nicagallo, Jet, Los Ranchos, El Mandarín, 4 Ases, Star, Bingo, Top, Bohemio, Hatuey, Polar, Tíbolí, Victoria Navideña, Boer, Nicarao, Nica, Pinolera, Extra, Jet Suprema, Carta Blanca Suprema, Imperial, Suprema, Nica Caballo, Nica Toro, Nica Pantera, de las cuales sobresalieron Carta Blanca, Victoria Navideña y Bóer.

En 1975, un grupo de inversionistas nicaragüense vinculados a Nicaragua Sugar Estates Limited, S.A., propietarios del Ingenio San Antonio, y a la Compañía Licorera de Nicaragua, S.A. fundaron Industrial Cervecera, S.A. (ICSA).

Dicha empresa en 1977 lanza la marca TOÑA, la que fue aceptada con simpatía por los consumidores, especialmente por aquellos que apreciaron su característica de un mayor contenido alcohólico, llegando posteriormente a alcanzar una participación del 16% del mercado nacional de cerveza. De esta forma TOÑA se convierte en un fuerte competidor del sólido liderazgo de Victoria.

En 1994, después de años de intensa competencia entre cerveza Victoria y cerveza Toña, los propietarios de Industrial Cervecera y Compañía Cervecera de Nicaragua traspasaron sus acciones al COCECA, Consorcio Cervecerero Centroamericano. La empresa para competir en un mercado globalizado inició en el año 1995 un plan fuerte de inversión que culminó en el 2003 y que superó la suma de ochentidós millones de dólares con modernos equipos, considerados dentro de los mejores del mundo.

Edificio de la Compañía Cervecera de Nicaragua



FABRICANTES DE LA DELICIOSA CERVEZA

VICTORIA

Antiguo Edificio Compañía Cervecera
de Nicaragua

Siguiendo una estrategia de diversificación de sus productos y marcas, en el año 2012 CCN adquirió Fuente Pura, empresa que producía y comercializaba agua mineral natural. A partir de esa fecha siguió invirtiendo en maquinaria, equipos e instalaciones de punta, pero también apostó por la diversificación del portafolio de marcas de otros productos como jugos, bebidas energizantes y leche.

Ese mismo año la empresa se certificó en ISO 9001: 2000 y el 03 de abril de 2003 lo hizo en NSF.

En mayo del 2006, se constituye la empresa Inversiones Cerveceras Centroamericanas, S.A., (INCECA) la cual en ese mismo año absorbe al Consorcio Cervecerero Centroamericano, S.A., quedando INCECA como la accionista mayoritaria de Compañía Cervecera de Nicaragua, S.A.

En el año 2013 INCECA presenta su nueva estrategia de Triple Utilidad, en la que declara su compromiso de generar valor en los ámbitos económico, social y ambiental para convertirse en una empresa sostenible.

En 2015, las operaciones de comercialización de agua mineral y otras bebidas no alcohólicas, leche, alimentos y otros productos de consumo masivo, pasan a ser parte de las operaciones de la empresa Compañía Distribuidora de Nicaragua S.A (CDN), también miembro del grupo INCECA.



**Edificio Actual
Compañía Cervecera de Nicaragua**

PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN

Compañía Cervecería de Nicaragua S.A (CCN) es una empresa de capital privado constituida como sociedad anónima que opera en Nicaragua. Su sede está en Managua y atiende a todo el país a través de ocho Centros de Distribución foráneos. Cuenta con una planta industrial en la cual laboran un mil ochenta y seis trabajadores.

Posee una estructura organizativa funcional y flexible, que responde a las necesidades de una moderna empresa industrial, con un sólido compromiso hacia el servicio al cliente y con la calidad e innovación en todas sus operaciones.

La autoridad máxima de la compañía la constituyen la Asamblea General de Accionistas y la Junta Directiva, quienes delegan la administración en la Gerencia General quien se apoya en el Comité Ejecutivo que está conformado por los gerentes de la organización. La Junta Directiva está compuesta por cuatro miembros, dos accionistas y dos representantes de sociedades accionistas. El presidente de la Junta Directiva no ocupa un cargo ejecutivo dentro de CCN.

También existe un Comité de Auditoría, responsable de velar por la integridad de los procesos de gestión financiera y que responde directamente a la Junta Directiva.

La Asamblea General de Accionistas nombra a los miembros de la Junta Directiva basados en la participación accionaria y en las calificaciones profesionales y personales de sus miembros. También autoriza las políticas de remuneración. Ante posibles conflictos de interés prevalecen los intereses del negocio.

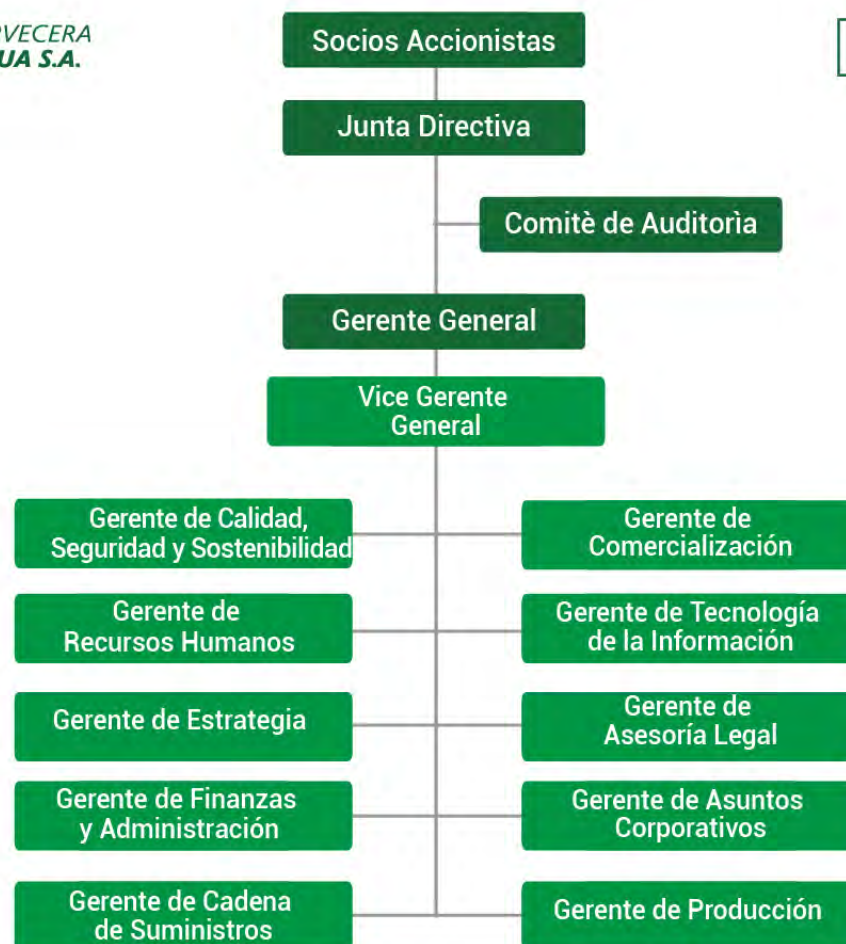
La Gerencia General informa mensualmente a la Junta Directiva sobre el desempeño estratégico de la organización en los ámbitos económico, social y ambiental. En este espacio se discuten las nuevas metas y resultados, el contexto, los riesgos y las oportunidades asociadas a nuestra operación.

Actualmente la estrategia de CCN está orientada a convertirse en una empresa sostenible, es decir generar valor no sólo económico, sino también social y ambiental.

GOBIERNO CORPORATIVO



ORGANIGRAMA GENERAL



ESTRATEGIA DE TRIPLE UTILIDAD

Como parte del grupo corporativo INCECA, CCN opera bajo su misma estrategia empresarial.

Los objetivos estratégicos corporativos se despliegan en la organización a través de metas de cumplimiento anual.

El seguimiento y evaluación de estas metas se realiza a través del tablero de mando integral y la metodología del Balanced Scorecard.

La Junta Directiva revisa y aprueba las metas anuales, el Comité Ejecutivo da seguimiento y garantiza su cumplimiento.

DIMENSIÓN		MACRO-OBJETIVO ESTRATÉGICO	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS		
Económica		Generar valor económico para nuestros accionistas y demás públicos de interés	Incrementar NOPAT	Gestionar eficientemente el capital invertido	Fortalecer posición competitiva de los negocios y marcas gestionados por INCECA
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	Mantener ambientes de trabajo seguros y saludables
	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

VALORES

Los valores de CCN son fundamentales para poder vivir una cultura de sostenibilidad y avanzar hacia el cumplimiento de los objetivos y metas de la organización.

En 2015 sesenta y seis trabajadores impartieron el taller "Viviendo nuestros Valores" en veinticinco sesiones al resto de sus compañeros.



INTEGRIDAD

Ser la misma persona siempre y en todo lugar.

Luis Lacayo
Distribución



PROACTIVIDAD/ FLEXIBILIDAD

Anticiparse a las cosas y buscar nuevas y mejores formas de hacer lo que hacemos.

Anielka Arteaga
Ventas



DISFRUTE DEL TRABAJO

Disfrutar lo que hacemos.

Susana Monterrey
Tecnología de la Información



CONCIENCIA DE LA OBLIGACIÓN

Saber qué es lo que se espera de nosotros y cumplirlo.

Daniel Lezama
Envasado

CÓDIGO DE ÉTICA Y REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO

El Manual de Normas de Conducta Ética de CCN tiene como principios la Probidad, la Prudencia, la Justicia, la Templanza, la Idoneidad y la Responsabilidad.

En el año 2015 inició un proceso de revisión del Manual, que derivará en un nuevo Código de Ética acorde a la Estrategia de INCECA

y otros compromisos suscritos por CCN en materia de Derechos Humanos y Anticorrupción.

El Reglamento Interno del Trabajo es un instrumento de relación entre el empleador y los trabajadores en el que se definen las relaciones laborales que conlleven a mantener un clima de estabilidad, paz y armonía.

El Manual de Normas de Conducta Ética y el Reglamento Interno de Trabajo son comunicados a todos los trabajadores de la organización cuando comienzan a laborar para la misma.

NUESTRAS MARCAS DE CERVEZA PRODUCIDAS



Marca líder de Compañía Cervecería de Nicaragua nacida en 1976. Es la cerveza tipo lager con excelente balance entre cuerpo y sabor suave que representa las tradiciones y costumbres nicaragüenses.



Surge en 1926 bajo el nombre de Cerveza Xolotlán. Es la representante del sabor auténtico de la cerveza con una fórmula única que ofrece un carácter y sabor inigualable. Su nombre actual, hace honor a la victoria obtenida por los aliados en la II Guerra Mundial.



Marca de alto prestigio y calidad a nivel nacional, con estándares internacionales. Es una cerveza con sabor suave, fino y ligero. Solo los más finos lúpulos y cereales hacen la calidad de Cerveza Premium.



Es la cerveza joven e innovadora de Nicaragua, que refresca y satisface por su proceso único de micro filtrado en frío, entregándote un cuerpo, sabor y carácter definido. Llega al mercado desde el año 2008.



Es la primera línea de cervezas tipo artesanal de CCN hecha en producciones exclusivas y limitadas. Mytos embarca al consumidor en una aventura para deleitar el paladar con su celebración de una intensidad sin precedentes y sin concesiones.



Es la primera cerveza 100% malta de Nicaragua, la cual cuenta con una fórmula especializada que refleja el arte y tradición en la elaboración de una cerveza de alta calidad.

NUESTRAS MARCAS IMPORTADAS



Miller Genuine Draft es la única cerveza que es 4 veces filtrada en frío para crear un único sabor suave de cerveza de barril en una botella. Con su botella transparente, atractiva etiqueta dorada y negra e incomparable color dorado es una cerveza dinámica y confiada que verdaderamente se destaca en la multitud.



Es la cerveza de calidad mundial nacida en Holanda en 1864. Su contenido 100% malta y su levadura patentada, permiten un sabor único que la hacen la cerveza más vendida en Europa y la marca más valiosa de cerveza Premium internacional.



Esta cerveza tipo Lager es la #1 exportada de China. Es producida con las más finas maltas, arroces y agua de la Montaña Laoshan en China. Tiene presencia en más de 85 países a nivel mundial, pero sigue siendo producida 100% en China, asegurando el mismo exquisito sabor y calidad característico de Cerveza Tsingtao.



Es ahora parte de nuestro portafolio de marcas. Bliss ofrece una nueva y diferente variedad de sabores en cocteles listos para tomar.



Sol es la auténtica cerveza mexicana, tipo lager, nacida en 1899. Ofrece a los consumidores un sabor suave, ligero con aroma a malta y notas herbales. Probarla es descubrir el espíritu libre de México.



Es una deliciosa bebida lista para tomar a base de Vodka Smirnoff®. Es ligeramente carbonatada y refrescante. Con variedad de deliciosos sabores: Smirnoff Ice Original (sabor refrescante cítrico con toque de limón), Green Apple Bite (Sabor manzana verde), Black Ice (Similar al sabor Original pero con un toque menos dulce) y Smirnoff Ice Guaraná (Sabor misterioso e interesante).



Es la primera cerveza light de México que tiene un proceso de elaboración único que garantiza un sabor para ser disfrutado por mucho más tiempo. La combinación de maltas importadas y el sofisticado proceso de variación de temperaturas son el secreto de este sabor ligero pero aguerido, noble y audaz.

NUESTRAS MARCAS DE BEBIDAS PRODUCIDAS



Es el agua de mayor pureza, que te permite saciar la sed y restaurar tu equilibrio interior de la manera más confiable y segura



Deliciosa bebida refrescante para el segmento juvenil, enriquecida con vitaminas del complejo B.



Es la deliciosa bebida refrescante para el segmento infantil, enriquecida con vitamina C y calcio.



Es la marca líder de agua purificada en bolsa, transmite confianza por la calidad en sus procesos de elaboración.

ORGANIZACIONES A LAS QUE PERTENECEMOS

CCN es miembro y participa en las siguientes organizaciones:



ADIPRONIC

Asociación de Distribuidores de
Productos de Consumo Masivo
de Nicaragua.

AMCHAM

Cámara de Comercio Americana
de Nicaragua
www.amcham.org.ni/

CANATUR

Cámara Nacional de
Turismo de Nicaragua
www.canatur-nicaragua.org/

CADIN

Cámara de Industrias
de Nicaragua
www.cadin.org.ni/

CCSN

Cámara de Comercio
y Servicios de Nicaragua
www.ccsn.org.ni/

COSEP

Consejo Superior de
la Empresa Privada
www.cosep.org.ni/

FUNIDES

Fundación Nicaragüense para el
Desarrollo Económico y Social
<http://funides.com/>

PACTO GLOBAL

Pacto Global de las Naciones
Unidas y Red de Pacto Global
Nicaragua
www.unglobalcompact.org/

UNIRSE

Unión Nicaragüense para la
Responsabilidad Social
Empresarial
www.unirse.org/

NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS Y DIÁLOGO

Los grupos de interés de Compañía Cervecería de Nicaragua fueron identificados por el Comité Ejecutivo y ratificados por la Junta Directiva al definir la Razón de Ser "Refrescamos constantemente a Nicaragua, trabajando por su preferencia, confianza y disfrute".

Este Reporte de Sostenibilidad es el primero que hace CCN para comunicar

su desempeño a sus grupos de interés. Se publicará anualmente, su revisión y aprobación está a cargo de miembros del Comité Ejecutivo y a partir del año 2016 constituye una forma de diálogo con los grupos de interés adicional a las ya existentes.

Las formas de diálogo que CCN ha establecido con sus grupos de interés son las siguientes:

DIÁLOGO	GRUPOS DE INTERÉS					
	ACCIONISTAS	CLIENTES	TRABAJADORES	PROVEEDORES	GOBIERNO	SOCIEDAD
Grupos Focales			---			
Servicios de Atención al Cliente 2255 -7777 sac@ccn.com.ni		—				
Línea de Atención telefónica 2255 -7700			—	—	—	—
Correo Electrónico	—					
Encuesta de satisfacción del cliente		▶▶▶				
Encuestas 360°			▶▶			
Buzones de sugerencia			—			
Reuniones de diálogo	—	---	—	---	---	---
Estudios / Consultas específicas		---	---	---	---	---
Auditorías				---		

— Permanente ▶▶▶ Bienal ▶▶▶▶ Trienal --- Eventual

MATERIALIDAD

El análisis de materialidad o relevancia de temas para los grupos de interés fue realizado en CCN a finales del año 2014.

En este análisis se consultó a los grupos de interés Trabajadores y Proveedores.



MATERIALIDAD

Los temas relevantes derivados del análisis fueron:

1. Implementar y consolidar la Estrategia de Triple Utilidad en todos los niveles.

2. Posicionar los temas estratégicos de CCN a través de la comunicación de las acciones en materia de Responsabilidad Social Empresarial y Sostenibilidad, como por ejemplo el fomento del consumo responsable.

3. Desarrollo de temas puntuales como son:

- **Medio Ambiente:**

Protección del manto freático y promoción de las redes de manejo de residuos plásticos.

- **Logística:**

Desarrollo de nuevos canales y zonas de comercialización.

- **Vinculación** de los programas con la comunidad con el fortalecimiento de la relación Empresa-Trabajador-Familia.



Esfera de Influencia de CCN

En el año 2016 se plantea realizar un nuevo estudio de materialidad considerando todos los grupos de interés de CCN.

Las acciones a realizar resultantes del estudio se planificarán considerando la

esfera de influencia de la compañía.

La elaboración y seguimiento del estudio y reporte están delegados a las Gerencias de Estrategia y la Gerencia de Calidad, Seguridad y Sostenibilidad.

Sin embargo la gestión de la sostenibilidad es un tema transversal para toda la compañía por lo que los temas materiales son gestionados por cada uno de los gerentes según corresponda.

INDICARSE

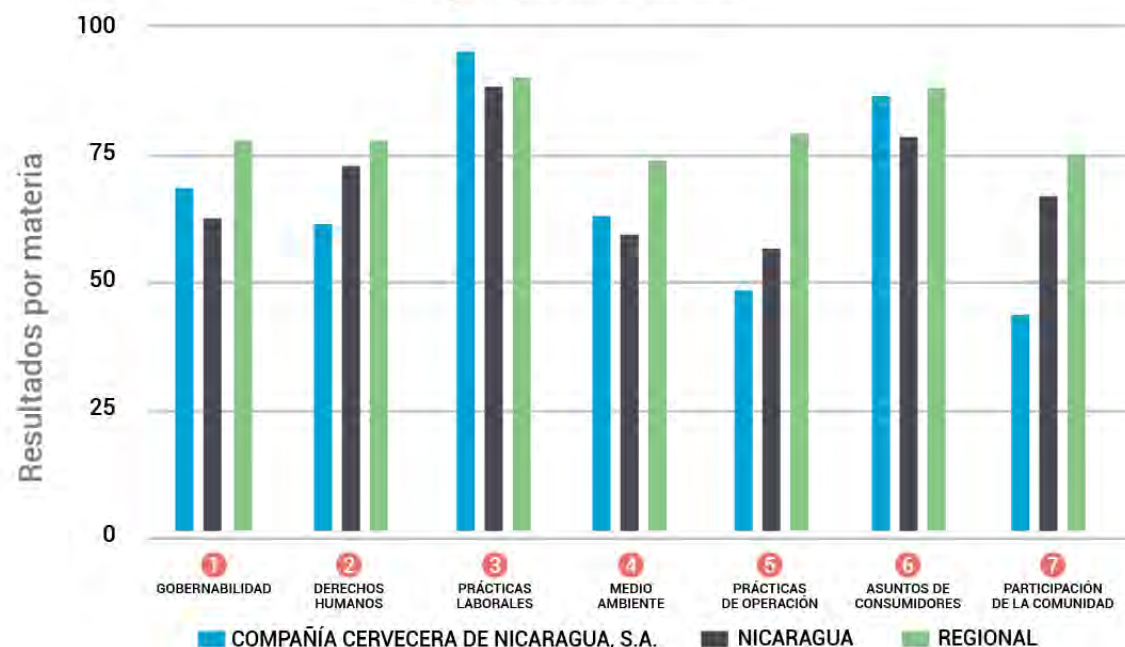
Por segundo año consecutivo, en 2015 CCN evaluó sus prácticas en materia de Responsabilidad Social Empresarial con la herramienta **IndicaRSE**.

El resultado de la evaluación fue del 70% de cumplimiento de los estándares establecidos en la medición.

RESULTADOS CCN vs. NICARAGUA Y CENTRO AMÉRICA

RESULTADOS POR MATERIA

Según período actual



La evaluación estuvo a cargo del Comité Ejecutivo. Se puede destacar que en materia de Prácticas Laborales CCN está por encima del promedio regional.

A nivel nacional destaca el cumplimiento en las materias Gobernabilidad, Medio Ambiente y Asuntos de los Consumidores.

Los planes de acción resultantes de la evaluación estarán enfocados a la revisión del quehacer de la compañía en materia de Derechos Humanos, Prácticas de Operación y Participación Activa de la Comunidad.

The background is a collage of beer-related items. The top half features a dense arrangement of beer bottles, with a diagonal split: the upper right shows clear glass bottles with white labels and silver caps, while the lower left shows green glass bottles with green caps. The bottom half of the image shows several blue metal beer kegs, some with labels indicating volume like '18.9 LITROS'.

NUESTRO NEGOCIO

CONTEXTO ECONÓMICO 2015

El año 2015 estuvo marcado por coyunturas económicas a nivel nacional e internacional que en general favorecieron el consumo y el crecimiento económico de la compañía.

A nivel nacional hubo una actividad económica desacelerada y una caída de las exportaciones de las zonas francas y del volumen de los principales productos de exportación. Por otro lado hubo un fuerte crecimiento de las importaciones asociadas a la inversión y un buen desempeño del sector construcción.

Internacionalmente los precios de los productos de exportación cayeron lo que permitió adquirir materias primas y energía a un menor costo.

Para medir la generación de valor económico, a partir del año 2015 INCECA institucionalizó una nueva filosofía de generación de valor basada en la mejora del Valor Económico Agregado (EVA).

Según esta filosofía para mejorar el EVA CCN debe:

1. Operar eficientemente
2. Crecer rentablemente
3. Desinvertir sino se genera valor económico, social o ambiental.
4. Optimizar el costo promedio ponderado de capital.



VALOR ECONÓMICO GENERADO Y DISTRIBUIDO

En 2015, CCN generó un total de C\$ 4,657,010,814 córdobas netos. Las inversiones sociales y ambientales distribuidas por la compañía ascendieron a un 1.7% de sus utilidades netas. Si además consideramos los beneficios a los trabajadores este valor es del 5.6%.

Los ingresos de CCN provienen en su totalidad de la venta de sus productos y servicios, no hay otras fuentes de ingreso.

Tampoco se realizan contribuciones políticas. Además de las inversiones sociales y medioambientales, CCN tiene un firme compromiso con el desarrollo de sus clientes.

Por ello en 2015 invirtió C\$55,289,241 en promociones y regalías. Se estima que los clientes en promedio tuvieron ingresos de noventa y siete córdobas por cada caja vendida.



		Año 2015
Valor Económico Generado	Ingresos	C\$ 4657010,814
Valor Económico Distribuido	Costos Operativos	C\$ 2486984,255
	Salarios y beneficios sociales para los empleados	C\$ 605010,549
	Pagos proveedores de fondos	C\$ 609993,367
	Pagos a gobiernos	C\$ 427471,480
	Inversiones en la comunidad	C\$ 17846,604
Valor económico retenido		C\$ 509704,559

GASTO EN LUGARES DE OPERACIONES SIGNIFICATIVAS

En 2015 CCN contó con el 67% de proveedores de bienes nacionales y 33% proveedores extranjeros.

El porcentaje del gasto en compras de bienes fue del 37% para los proveedores nacionales y un 63% para los proveedores extranjeros. El gasto total fue de C\$1,719,455,317.

NÚMERO DE PROVEEDORES



VALORES EN CÓRDOBAS



COMPRAS SOSTENIBLES

CCN aspira a que sus proveedores conozcan e implementen en la medida de lo posible sus mismos lineamientos en materia de sostenibilidad. Para ello en el año 2014 inició un proceso de revisión de políticas y prácticas de adquisición.

La "Política de Relación con Proveedores" así como el "Manual de Compras Sostenibles" continúan en proceso de revisión y elaboración respectivamente.

INVERSIONES SIGNIFICATIVAS

Los proyectos e inversión interna en las operaciones de CCN sumaron C\$443676,482 en 2015.

Las inversiones más significativas en infraestructura fueron:

Nuevo centro de distribución Estelí.

Nuevo centro de distribución Matagalpa.

Ampliación de la planta de bebidas (Línea Pet, Llenadora de bolsas, planta de jarabe).

Se tiene proyectado que los nuevos centros de distribución inicien operaciones en 2016.

Cabe destacar que en las ciudades de Estelí y Matagalpa ya operan centros de distribución. Sin embargo con las

nuevas ubicaciones e instalaciones se mejorará la capacidad de atención a nuestros clientes.

La ampliación de la planta de bebidas responde tanto a la estrategia de diversificación como al éxito que se ha tenido gracias a la misma. Estas nuevas líneas permitirán no sólo ofrecer al cliente un producto de la más alta calidad sino además operar de manera más eficiente.



INVERSIONES SIGNIFICATIVAS

Las inversiones que impactarán e implicarán mejoras medioambientales fueron:

Proyecto de ahorro energético en elaboración de cerveza. Se instaló un sistema de recuperación de agua caliente de la sala de cocimientos que permite la reutilización del agua y la energía acumulada en la misma, resultantes de este proceso.

Actualización del sistema de aire comprimido. Permitirá el ahorro de energía eléctrica debido a la utilización de equipos más eficientes.

Sistema de limpieza de botellas en línea de llenado de cerveza. Las botellas no retornables pasan por un túnel de limpieza por aire evitando pasar por la lavadora de botellas. Esto permite el ahorro de agua, energía eléctrica, energía térmica y químicos utilizados para el lavado de las botellas.

Reemplazo de caldera de búnker. Con la instalación de una caldera de búnker más eficiente se tiene previsto ahorrar agua y búnker al tratarse de un equipo de mayor eficiencia.

El impacto económico y ambiental de estas inversiones se medirá en el año 2016.





BRINDEMOS POR NUESTRO ÉXITO

HITOS DE CERVEZAS
PRODUCIDAS EN CCN



23,000 ASISTENTES!

EL CONSUMO EXCESIVO DE ESTE PRODUCTO ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD.



HITOS DE BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS PRODUCIDAS EN CCN

El crecimiento de la producción de agua mineral natural y bebidas refrescantes en CCN ha requerido que se realicen mayores inversiones en maquinaria para satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

Así, en 2015 se instaló una nueva máquina de llenado de bebidas en bolsa, además se tiene previsto la ampliación de la capacidad de la planta de producción.



La marca Yupi también lanzó al mercado su nuevo y refrescante YUPI sabor Ponche de Frutas.



La bebida refrescante D'Frutta ahora cuenta con nuevas presentaciones y sabores.

En 2015 lanzó al mercado los sabores manzana y naranja en presentación de 1.5 litros.

Además ya podemos disfrutar de D'Frutta con sabor a Uva.

BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS PRODUCIDAS EN CCN



Información Nutricional		Tamaño de porción: 250ml
Porción por botella	% Valor Diario*	Porciones por botella: 2
Energía 133 kJ (58 kcal)	3%	Sodio 37 mg
Carbohidratos 10g	2%	Proteína 0g
Grasas 0g	0%	Ácidos grasos 0g
Proteína 0g	0%	Vitamina B3 30%
Vitamina B6 10%	10%	Vitamina B12 10%

*Porcentaje de nutrientes calculado por base en los datos de referencia establecidos por la FAO/OMS. **Referencia de 100g.

Este jugo de manzana, saborizante, ácido cítrico, colorante natural (extracto de beterruga), azúcar, goma xantana y cmc (estabilizantes), conservantes (ácido sorbico y ácido benzoico), succinato de sodio y aspartame (edulcorantes), vitaminas B3, B6 y B12.

CADENA DE SUMINISTROS

A partir del año 2015 CCN desligó de su operación la comercialización y distribución de agua mineral, bebidas refrescantes, alimentos y otros productos de consumo masivo.

Mantiene dentro de sus procesos el diseño, producción y distribución de cerveza y bebidas a base de malta, la producción de agua mineral natural y bebidas refrescantes, así como la distribución de cervezas importadas y bebidas alcohólicas RTD.

PROVEEDORES

Los tipos de proveedores que tiene CCN son:

- Proveedores de bienes nacionales y extranjeros.
- Proveedores de servicios en general.
- Proveedores de servicios profesionales.
- Proveedores de servicios de outsourcing.

La relación con los proveedores de bienes está a cargo de la Gerencia de Compras que reporta a la Gerencia de Cadena de Suministros.

La relación con los proveedores de servicios está a cargo de las gerencias que requieran de la contratación del servicio.

ALMACENES

Todos los materiales, materias primas y materiales de empaque, equipos y repuestos son adquiridos y resguardados dentro de CCN bajo un stock mínimo para garantizar la continuidad de las operaciones de la planta productiva, la comercialización y distribución.

En la ciudad de Corinto se instaló un plantel con tres silos en los que se almacena malta y granos cuando ingresan al país. Cuando el plantel no

es utilizado para resguardar materia prima de CCN es dado en arriendo.

Los responsables de los almacenes reportan a la Gerencia Cadena de Suministros.

COMERCIALIZACIÓN

La comercialización la realiza la Gerencia de Comercialización. Organizativamente atiende bajo las subgerencias de Cuentas Claves, Eventos y Hogar, Trademarketing, Ventas Managua y Ventas Foráneas.

El Departamento de Servicios Técnicos, también parte de la Gerencia de Comercialización, brinda el servicio de mantenimiento de los equipos de frío que son facilitados a los clientes.

LÍNEAS DE PRODUCCIÓN



CADENA DE SUMINISTROS

PRODUCCIÓN.

La planta principal de producción está ubicada en su sede en Managua.

Para la producción de cerveza existen las siguientes instalaciones y procesos:

Sala de Cocimientos en la que la materia prima y el adjunto se transforman en mosto.

Sala de Fermentación y Filtración.

El mosto es fermentado y se obtiene cerveza la que posteriormente es filtrada.

Líneas de envasado y empaque.

Existen dos líneas de envasado en botellas de vidrio y una en envases de aluminio. También se envasa cerveza en sifones.

Finalmente el producto es empacado y almacenado en la bodega de producto terminado del Centro de Distribución de Managua.



Para la producción de agua mineral natural y bebidas refrescantes existen las siguientes instalaciones y procesos:

En Managua:

- Planta de purificación del agua.
- Planta de jarabe para la producción de bebidas refrescantes.
- Sopladora de botellas PET.
- Llenadora de agua y bebidas galón, PET y bolsa.
- Llenadora de agua botellón.

En Rivas:

- Planta de purificación del agua
- Llenadora de agua botellón

El producto es empacado y almacenado en la bodega de producto terminado del CEDIS Managua y Rivas hasta su distribución.



CEDIS



CADENA DE SUMINISTROS

Canales de distribución.

CCN atiende a toda Nicaragua a través de ocho centros de distribución foráneos y distribuidores.

Todos los centros de distribución foráneos son atendidos desde Managua. Los distribuidores son atendidos desde el CEDIS Managua y los CEDIS foráneos.

CCN también exporta cerveza Toña a Costa Rica, donde es distribuida por Florida Ice and Farm Company, FIFCO.

En Managua atiende 31 rutas de distribución y 46 en los CEDIS foráneos.

La Cadena de Suministro no ha sido objeto de análisis en materia social ni de derechos humanos. Tampoco se han evaluado los impactos de nuestras operaciones sobre la comunidad.

Las prácticas laborales han sido evaluadas en todas las operaciones realizadas por CCN, siendo uno de sus aspectos más destacables.

El análisis de impacto ambiental se ha realizado en los Almacenes, planta de Producción, Centros de Distribución Managua y Foráneos, Distribución y Comercialización.

En CCN no existen mecanismos formales de reclamación y/o denuncia más que en el área de Atención al Cliente.

En materia de Relaciones Laborales, según el Reglamento Interno de Trabajo los trabajadores tienen derecho a presentar directamente sus puntos de vista ante un desacuerdo. Externamente la institución que recibe las reclamaciones y/o denuncias es el Ministerio de Trabajo bajo los mecanismos que estipula el Código del Trabajo.

Todos los productos que comercializa CCN cuentan con un registro sanitario y todas las operaciones se realizan en sitios con licencias de operación.

En el año 2015 se registraron:

- Cero multas o sanciones por incumplimiento de la legislación y la normativa ambiental
- Cero multas, demandas o sanciones en materia de cumplimiento regulatorio de prácticas de competencia desleal.
- Cero reclamaciones fundamentadas sobre prácticas de privacidad del cliente.
- Cero multas relacionadas con el suministro y el uso de productos y servicios.

FLOTA DE DISTRIBUCIÓN



¿DÓNDE OPERAMOS?



BOACO Bo. El Muñeco, frente al campo del Instituto Público de Boaco. **Teléfono** 2542-2326 | 2542-1573

ESTELÍ Restaurante Los Chagüites 75 vrs al oeste. **Teléfono** 2713-2479

MANAGUA km 6.5 carretera norte, 600 mts. al norte. **Teléfono** 22557-700 2255-7777

MASAYA km 29 carretera Tipitapa. **Teléfono** 2522-7059

MATAGALPA km. 125 carretera Managua Valle Las Tejas. **Teléfono** 2775-4465

OCCIDENTE km. 95.8 carretera León - Chinandega. **Teléfono** 2311-3411/ 2311-1772

OCOTAL ENITEL 6.5 cuadras al norte. **Teléfono** 2732-2504

RIVAS km. 105.5 carretera Panamericana, entrada a Los Jiñotes. **Teléfono** 25633520

SANTO TOMAS km. 179 carretera al Rama, contiguo al Hotel Campo Seco. **Teléfono** 2519-2140 / 25192-217

La Política de Calidad de CCN considera a todos nuestros stakeholders o grupos de interés, está enfocada en sus necesidades y describe la forma en la que capturamos su valor.

Evoca nuestra permanencia en el tiempo o sostenibilidad a la vez que reitera nuestro compromiso con la mejora continua. La Política además es nuestra Razón de Ser.

Refrescamos constantemente a Nicaragua, trabajando por su preferencia, confianza y disfrute.

Salud y seguridad de nuestros productos.

Todos los productos elaborados en CCN y procesos productivos están certificados bajo la norma ISO 9001:2008, con el fin de lograr una mayor satisfacción de nuestros clientes.

Además, el agua Fuente Pura está certificada bajo la norma NSF que vela por la seguridad alimentaria. Todas nuestras bebidas refrescantes son elaboradas con agua Fuente Pura.

En 2015 no se registraron incidentes relacionados a la salud y seguridad de nuestros productos que resultaran en multas o sanciones.

Código de autorregulación publicitaria.

El código de autorregulación publicitaria es un código voluntario suscrito desde el año 2006, bajo el que se rigen todas nuestras comunicaciones de publicidad.

El Código fue creado basado en principios para la promoción del consumo responsable, la protección a menores de edad, la ética publicitaria y el cumplimiento de la ley.

En el año 2015 no se registraron incumplimientos al Código de Autorregulación Publicitaria.

Encuesta de satisfacción del cliente.

Durante el primer semestre del 2015 se llevó a cabo el Estudio de Satisfacción de Clientes a nivel nacional. Esta encuesta se realiza cada tres años.

Los resultados confirman que CCN se mantiene como líder en servicio al cliente en los diferentes canales de venta, siendo evaluado en todos los atributos de servicio, destacando en el liderazgo de los productos y el apoyo a clientes.

Estos resultados fueron superiores al compararlos con la encuesta anterior. De la misma no se derivaron acciones complementarias a las ya existentes para mantener el nivel de satisfacción alcanzado. CCN se mantiene como líder en servicio al cliente.

¡Queremos ser siempre tu mejor opción!

ETIQUETADO DE NUESTROS PRODUCTOS

El etiquetado alimentario es la primera acción de responsabilidad frente al consumidor, para que este pueda obtener información sobre los alimentos que desee consumir.

CCN garantiza el Etiquetado Responsable de todos sus productos alcohólicos y no alcohólicos, de modo que cumplan las exigencias de la legislación nacional, incluyendo información con el propósito de satisfacer todas las posibles interrogantes de los consumidores.

Siempre se advierte a los consumidores sobre los riesgos asociados al consumo de los productos alcohólicos.

Si los consumidores siguen correctamente la información que aparece en las etiquetas como las fechas de caducidad, consumo en exceso, etc., pueden evitar todos los posibles inconvenientes para su salud y su seguridad física.

ATRIBUTOS	CERVEZA	AGUA	BEBIDAS REFRESCANTES
Origen	✓	✓	✓
Ingredientes	✓	✓	✓
Contenido neto	✓	✓	✓
Fecha de caducidad / Lote	✓	✓	✓
Instrucciones de seguridad	El consumo excesivo de este producto es perjudicial para la salud. Prohibida su venta para menores de 18 años.		
Registro Sanitario	✓	✓	✓
Eliminación del envase		Logo reciclaje	Logo reciclaje Logo deposite la basura en su lugar
Información adicional	% de alcohol	Información nutricional Certificado NSF	Información nutricional

¡Queremos ser siempre tu mejor opción!

LA FAMILIA CERVECERA



ESTRATEGIA SOCIAL INTERNA

A través de los años CCN se ha posicionado como una de las empresas más exitosas del país, sin embargo este éxito no sería posible sin la entrega y ardua labor de la familia cervecera.

En CCN estamos conscientes que los trabajadores son el recurso más valioso, es por eso que “Mejorar la calidad de vida de nuestros colaboradores y sus familias” es el fin que perseguimos en la dimensión social interna. Para que efectivamente esto ocurra se han establecido los siguientes objetivos estratégicos:

Lograr que los colaboradores sean un vivo reflejo de la filosofía de la empresa. La filosofía de empresa comienza con el reconocimiento de la importancia de la generación de valor no sólo económico, sino también social y ambiental. Está basada en pilares como la excelencia operativa, el cambio constante e innovación y sólidos valores.

Desarrollar el talento del capital humano. Cada trabajador tiene la oportunidad de crecer profesionalmente ya que además de garantizar la capacitación constante acorde a las necesidades del negocio existen beneficios adicionales que posibilitan el estudio y crecimiento individual.

Mantener ambientes de trabajo seguros y saludables. Para ello CCN gestiona la seguridad y la salud de sus trabajadores a través de los lineamientos de la norma OHSAS 18001:2007.



NUESTROS TRABAJADORES

En 2015 para CCN laboraron 1,086 trabajadores con contrato por tiempo determinado e indeterminado.

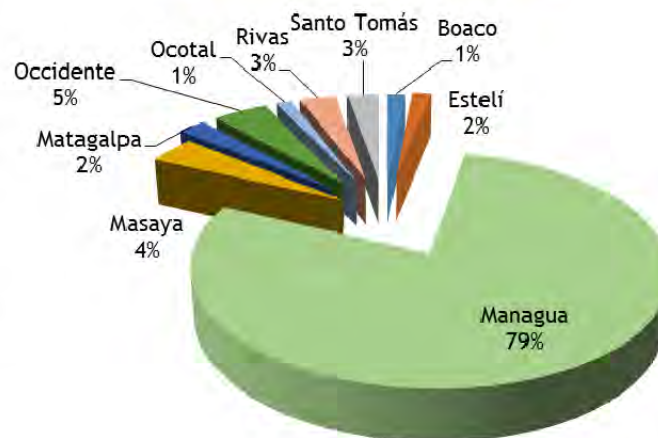
Además de la planta de trabajadores en CCN se subcontrata la mano de obra de los servicios:

- Limpieza institucional, jardinería y mensajería interna.
- Personal auxiliar, eventual y trabajos por destajo.
- Algunos mantenimientos de instalaciones y de flota vehicular.

El 79% de los trabajadores de CCN labora en Managua, sede principal y donde además opera la planta de producción. El resto de los trabajadores está ubicado en los centros de distribución foráneos.

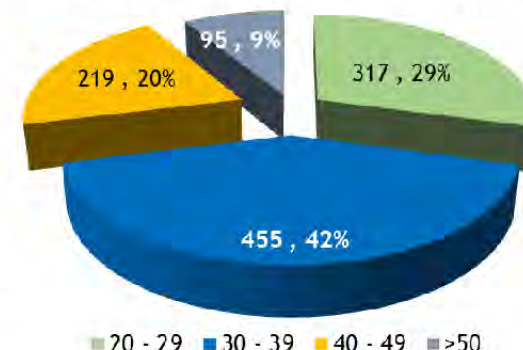
Coexiste personal de diferentes grupos etarios, lo que permite que haya diversidad y equilibrio entre la energía de la juventud y la seguridad y estabilidad del personal más experimentado. El 42% de los trabajadores tienen de 30 a 39 años de edad, el 29% de 20 a 29 años, el 20% de 40 a 49 años y finalmente el 9% tiene más de 50 años de edad.

TRABAJADORES SEGÚN REGIÓN GEOGRÁFICA



TRABAJADORES SEGÚN RANGO DE EDAD

Trabajadores según rango de edad



Head Count												
Región	Femenino					Total Femenino	Masculino				Total Masculino	Total
	20 - 29	30 - 39	40 - 49	>50	20 - 29		30 - 39	40 - 49	>50			
Boaco	2	-	-	-	2	3	9	2	-	14	16	
Estelí	1	1	-	-	2	5	10	1	-	16	18	
Managua	57	63	25	20	165	208	261	154	68	691	856	
Masaya	4	3	-	-	7	3	24	10	-	37	44	
Matagalpa	2	1	-	-	3	6	10	4	3	23	26	
Occidente	2	6	-	-	8	3	28	10	1	42	50	
Ocotal	-	2	-	-	2	1	5	5	1	12	14	
Rivas	2	2	-	-	4	5	16	6	2	29	33	
Santo Tomás	3	2	-	-	5	10	12	2	-	24	29	
Total	73	80	25	20	198	244	375	194	75	888	1,086	

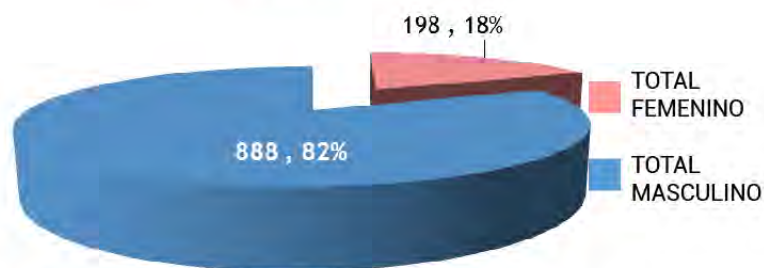
NUESTROS TRABAJADORES

Del total de trabajadores el **69%** labora en puestos operativos, el **27%** son Coordinadores y Supervisores, el **3.4%** son gerentes o jefes y el **0.8%** son directores.

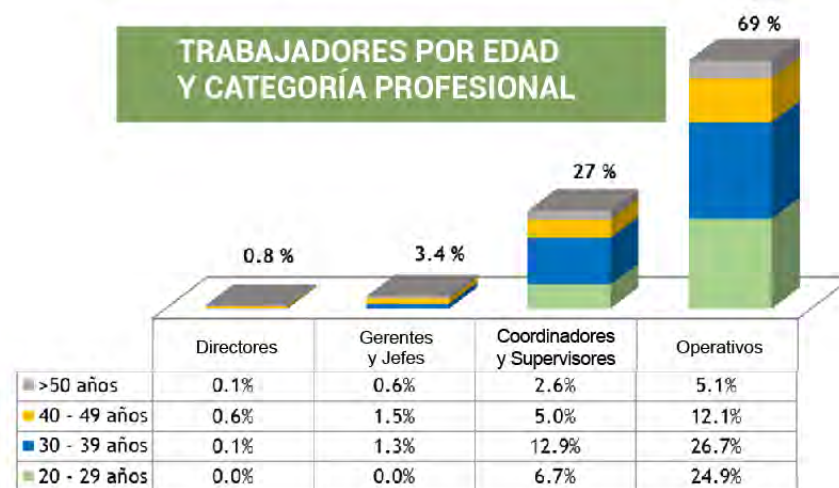
El **18%** de los trabajadores son mujeres y el **82%** son hombres.

En CCN se respeta el derecho al trabajo de los grupos minoritarios. Treinta y un trabajadores (**2.9%**) posee algún tipo de discapacidad, de los que cuatro son mujeres y veintisiete hombres.

TRABAJADORES SEGÚN GÉNERO



TRABAJADORES POR EDAD Y CATEGORÍA PROFESIONAL



Desglose de la Plantilla por Categoría profesional / Género / Edad

Región	Femenino					Masculino					Total
	20 - 29	30 - 39	40 - 49	>50	Total Femenino	20 - 29	30 - 39	40 - 49	>50	Total Masculino	
Directores			0.1%		0.1%		0.1%	0.5%	0.1%	1%	0.8%
Gerentes y Jefes		0.5%	0.3%		0.8%		0.8%	1.2%	0.6%	3%	3.4%
Coordinadores y Supervisores	1.7%	4.3%	0.8%	0.8%	7.6%	5.0%	8.5%	4.1%	1.9%	19.5%	27%
Operativos	5.3%	2.6%	1.1%	1%	10.0%	20%	24%	11%	4%	59%	69%
Total	6.9%	7.4%	2.3%	1.8%	18%	20%	24%	11%	4%	59%	69%

NUESTROS TRABAJADORES

En 2015 el porcentaje de rotación de los trabajadores de CCN fue del **29.7%**. Entre el personal femenino se presentó el 38% de rotación mientras que en el masculino el **28%**. Los rangos de edad en los que hubo mayor rotación fueron entre los 20-29 años y 30-39 años, representando el **95%** de bajas entre las mujeres y el **72%** para los hombres.

El **0.7%** de la rotación se debió a bajas de personal por casos confirmados de faltas a la ética, los que en total sumaron ocho casos.

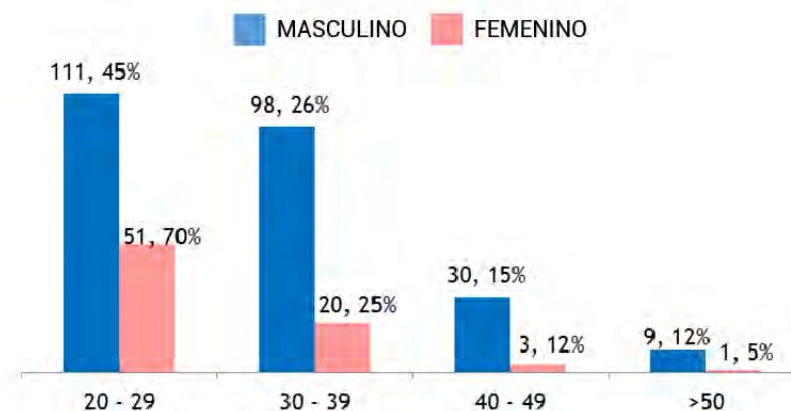
Durante el mismo período un total de diez trabajadoras tuvieron acceso al subsidio pre y post natal que otorga la ley, que es de un mes de subsidio prenatal y dos meses de subsidio postnatal para la madre. El **100%** de ellas se reincorporó a sus labores.

Este mismo año fue aprobada una ley en la que se otorgó a los padres cinco días calendario de permiso con goce de salario y sin pérdida de ninguna prestación social.

En 2015 no se registró el número de trabajadores que gozó de este derecho, sin embargo esta información será registrada a partir de 2016.

En caso que CCN requiera hacer cambios significativos en sus operaciones que impliquen recorte de personal, según el convenio colectivo deberá conformar una comisión especial con el sindicato para llegar a un acuerdo. En caso que no se lograse un acuerdo, se deberá hacer uso de los derechos que la ley confiere.

ROTACIÓN (No. Personas,%)



Rotación											
Región	Femenino					Masculino					Total
	20 - 29	30 - 39	40 - 49	>50	Total Femenino	20 - 29	30 - 39	40 - 49	>50	Total Masculino	
Boaco					0%	100%	11%			29%	29%
Estelí					0%	60%	40%			44%	44%
Managua	79%	25%	12%	5%	39%	41%	24%	18%	12%	27%	66%
Masaya	25%	67%			43%	67%	21%	10%		22%	64%
Matagalpa	50%				33%	133%	90%			74%	107%
Occidente	50%				13%	33%	18%			14%	27%
Ocotol					0%			20%	100%	17%	17%
Rivas	100%	50%			75%	40%	31%			24%	99%
Santo Tomás	33%	50%			40%	60%	50%			50%	90%
Total	70%	25%	12%	5%	38%	45%	26%	15%	12%	28%	29.7%

PROGRAMA DE BENEFICIOS

Una de las razones por las que CCN se destaca en sus prácticas laborales es por el amplio programa de beneficios para sus trabajadores.

CCN cuenta con un Convenio Colectivo que beneficia a aquellos trabajadores bajo contrato indeterminado de nivel operativo de todas las áreas, es decir el **69.8%** de todos los trabajadores.

Al personal con contrato determinado, aquel que tiene definida una fecha de finalización de su contrato laboral, se le ofrecen la alimentación y el transporte además de las prestaciones de ley.

El paquete de beneficios de CCN incluye:

Nueve beneficios para todos los trabajadores, ya sean por contrato determinado o indeterminado.



Estos beneficios son: atención médica, psicológica, feria de salud, gimnasio y actividades recreativas, retiro de medicamentos en clínica, días adicionales por fallecimiento de miembros del núcleo familiar, club de descuentos, comedor y recorrido.

Catorce beneficios al personal fijo o con contrato indeterminado. Adicional a los beneficios ya mencionados se ofrece financiamiento médico, seguro de vida, fiesta para niños, préstamos personales y adelanto de salario, obsequios por títulos académicos, matrimonio, años de servicio y celebraciones especiales. En caso de subsidio se garantiza el **100%** del salario.

El paquete de beneficios de CCN incluye:

Once beneficios a personas cubiertas por convenio colectivo. Adicional a los ya mencionados se les ofrece canasta básica, uniformes, becas a los hijos con excelencia académica, préstamos escolares, canasta infantil y vaso de leche a mujeres embarazadas.

A las personas con edad de jubilación se les ofrece un reconocimiento por antigüedad y un programa de capacitación para prepararlos para la nueva etapa de sus vidas.

A los supervisores y jefes se les ofrece un seguro de gastos médicos y seguro de viajes.

PAQUETE DE BENEFICIOS

9 BENEFICIOS Beneficios para todos



Salud y Bienestar
Una vida más saludable.



Familia



Personales

11 BENEFICIOS Cubierto por Convenio Colectivo



Salud y Bienestar
Una vida más saludable.



Seguros
Cobertura de riesgos individuales.



Familia



Financiamientos
Flexibilidad financiera.



Personales



Obsequios y celebraciones especiales

14 BENEFICIOS Beneficio para personal fijo



Salud y Bienestar
Una vida más saludable.



Seguros
Cobertura de riesgos individuales.



Familia



Financiamientos
Flexibilidad financiera.



Educación



Personales



Obsequios y celebraciones especiales

2 BENEFICIOS Jubilados



Retiro

2 BENEFICIOS Supervisores y jefes



Seguros
Cobertura de riesgos individuales.



DESARROLLO DE TALENTOS

Capacitación y Desarrollo de Talentos.

CCN brindó 37.6 horas de capacitación promedio por persona en el año 2015.

Los trabajadores en CCN son capacitados según la detección de necesidades de capacitación en las dimensiones: estratégica, social, funcional, legal, sistémica

y de desarrollo, para garantizar la ejecución efectiva de las labores en la posición que desempeñan.

Además, los trabajadores tienen la oportunidad de desarrollarse individualmente ya que uno de los beneficios es el programa de financiamiento y becas que otorga CCN.

HORAS DE CAPACITACIÓN

CATEGORÍA PROFESIONAL	MUJERES	HOMBRES	TOTAL
Directores	48	178	225
Gerentes y Jefes	983	1,922	2,905
Coordinadores y Supervisores	2,941	8,153	11,093
Operativos	4,723	21,863	26,586
Total	8,694	32,116	40,810

Programa de Outplacement por Jubilación

Procurando el bienestar de quienes han laborado para la empresa y están próximos a su retiro, CCN ha preparado el Programa de **Outplacement por Jubilación** para crear oportunidades de preparación de los trabajadores en su etapa pre-jubilatoria, considerando que la mayoría de las personas que van a jubilarse quieren permanecer activas productivamente.

Las personas próximas a jubilarse muchas veces no planifican la dirección que van a dar a su vida en esta importante etapa; CCN brinda una oportunidad

diferente a sus trabajadores proveyéndoles de este programa, cuyo objetivo es guiarlos en su proceso de jubilación, para que puedan visualizar oportunidades de activación productiva a través de la identificación de herramientas y alternativas de gestión, que no sólo les permita desarrollar una actividad que los gratifique, sino que los ubique en un lugar valorado por sí mismo, por su entorno y por la sociedad.

Este programa se ha diseñado para beneficio del personal con contrato indeterminado en proceso de jubilación, con edades entre 58-60 años.

Durante el año 2015 se convocaron once trabajadores próximos a jubilarse. La participación en el programa fue de un **73%**.

Los trabajadores que son parte de este programa están siendo capacitados en:

- Manejo de las finanzas personales
- Micro inversiones
- Taller de inserción psicosocial y familiar para adultos mayores pre-jubilación

EVALUACIÓN AL DESEMPEÑO Y COMPENSACIÓN

La evaluación al desempeño se realiza en CCN al personal con contrato indeterminado con el propósito de alinear el quehacer de la organización con sus objetivos estratégicos.

Además de la compensación, en CCN se incentiva el desempeño obtenido por los trabajadores.

La compensación del trabajo se realiza con la metodología de Hay Group, la que busca establecer una secuencia de los cargos de la compañía de la forma más objetiva posible tomando en cuenta los contenidos, exigencias e importancia estratégica de los puestos para la empresa. El salario mínimo en CCN es un 60% superior al salario mínimo del sector económico al que pertenece la empresa.

En 2015 por primera vez se hizo el ejercicio de comparar la retribución percibida entre hombres y mujeres como parte de la participación en el "Modelo de gestión de buenas prácticas empresariales con equidad de género en Nicaragua" promovido por UNIRSE.

En 2016 se trabajará en la Política de Derechos Humanos de CCN en la que se considerarán los aspectos relacionados con el modelo de equidad de género.

Cantidad de trabajadores a los que se les evalúa desempeño			
CATEGORÍA PROFESIONAL	MUJERES	HOMBRES	TOTAL
Directores	1	7	8
Gerentes y Jefes	8	28	36
Coordinadores y Supervisores	81	202	283
Operativos	78	584	662
Total	168	821	989

% de trabajadores a los que se les evalúa desempeño			
CATEGORÍA PROFESIONAL	MUJERES	HOMBRES	TOTAL
Directores	100%	100%	100%
Gerentes y Jefes	100%	100%	100%
Coordinadores y Supervisores	100%	97%	98%
Operativos	73%	93%	90%
Total	85%	95%	93%

	TOTAL CCN	DISTRIBUCIÓN Y VENTAS	PRODUCCIÓN	STAFF
CATEGORÍA PROFESIONAL	RELACIÓN SALARIO HOMBRES VS MUJERES	RELACIÓN SALARIO HOMBRES VS MUJERES	RELACIÓN SALARIO HOMBRES VS MUJERES	RELACIÓN SALARIO HOMBRES VS MUJERES
Directores	148%	NA	NA	157%
Gerentes y Jefes	146%	104%	NA	155%
Coordinadores y Supervisores	96%	80%	102%	109%
Operativos	99%	123%	103%	69%
Total	94%	93%	107%	131%

PROGRAMA DE BENEFICIOS: COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO

La Cooperativa de Ahorros y Créditos R.L (COOPAYSEM) es una cooperativa formada por trabajadores con contrato indeterminado de CCN con el objetivo de fomentar y crear una cultura de ahorro. Fue fundada en el año 2000.

Además de ahorrar los trabajadores cooperados pueden optar a financiamientos de vivienda, vehículo, salud, construcción o préstamos personales.

Entre otros beneficios al afiliarse a COOPAYSEM los trabajadores obtienen lo siguiente:

- Mantenimiento de valor de su aporte ahorrado.
- Pago de utilidades anuales proporcional al monto ahorrado.
- Compra de artículos a bajos costos y financiamiento.
- Ayuda en caso de requerir hacer gastos médicos.
- CCN también aporta al fondo de la cooperativa.



ALIANZA DE EMPRESAS SIN POBREZA EXTREMA



ECONOMÍA
Gestión de los ingresos y educación financiera



EDUCACIÓN
CAPACITACIÓN



SALUD
PREVENCIÓN



VIVIENDA
OPCIONES DE ACCESO

El hito más importante en la dimensión social interna para CCN fue su incorporación a la "Alianza de Empresas Sin Pobreza Extrema".

www.empresassinpobrezaextrema.com/

Esta alianza tiene como objetivo contribuir a la erradicación de la pobreza extrema de los trabajadores y sus familias en las empresas miembro.

El término Pobreza Extrema significa que el ingreso de un hogar es inferior al costo de la canasta básica alimenticia, por lo que sus miembros no pueden siquiera consumir la cantidad necesaria de alimentos diarios.

A nivel mundial la lucha contra la pobreza y la pobreza extrema es uno de los objetivos de desarrollo sostenible. En Nicaragua existe aún un 8% de pobreza extrema.

Los ejes de trabajo de lucha contra la pobreza de la alianza son:

- **Economía**
- **Educación**
- **Salud**
- **Vivienda**

En 2015 CCN participó en el piloto de la encuesta socioeconómica que permitirá conocer sobre la situación de pobreza extrema y vulnerabilidad que viven sus trabajadores. Esta encuesta se aplicó a trabajadores que participaron voluntariamente luego de haber sido informados mediante comunicación interna sobre la alianza y sus objetivos.

En 2016 se comenzará a diseñar un programa que permita sistematizar la experiencia y hacer posible que los trabajadores de CCN vivan sin pobreza extrema.

ADEMÁS DE UN EMPLEO FORMAL,
¿Qué más es sinónimo de bienestar?



EDUCACIÓN



VESTUARIO



SERVICIOS BÁSICOS



VIVIENDA DIGNA



ADECUADA ALIMENTACIÓN



DIVERSIÓN

SEGURIDAD Y SALUD OCUPACIONAL

La Política de Seguridad y Salud Ocupacional de CCN fue establecida para prevenir accidentes y enfermedades relacionados con el trabajo. Reconocemos y aceptamos las responsabilidades legales para garantizar de manera práctica y razonable la seguridad y salud ocupacional de nuestros colaboradores.

Siempre comunicamos, capacitamos e involucramos a todas las partes interesadas en nuestros compromisos en materia de seguridad y salud ocupacional.

Siempre revisaremos y fomentaremos la mejora en nuestros procesos para garantizar las mejores condiciones de trabajo.

Además del departamento de Seguridad e Higiene Ocupacional, para garantizar la salud y seguridad de los trabajadores en CCN funciona la Comisión Mixta de higiene y seguridad del trabajo.

Esta comisión está conformada por representantes de la empresa y representantes de los trabajadores aglutinados en el sindicato. En todos los niveles evalúa, identifica, da seguimiento y propone mejoras. En total tiene cuarenta y cuatro miembros, veinte en Managua y veinticuatro en los centros de distribución foráneos, lo que representa un 4.05% del total de los trabajadores.



SEGURIDAD E HIGIENE OCUPACIONAL

La Brigada de Respuesta ante Emergencias (BRAE) de CCN es un grupo voluntario altamente capacitado para atender y fortalecer los planes de respuesta ante emergencias.

En este grupo participa personal de Managua y de cada uno de los centros de distribución foráneos. En Managua está organizado en cuatro escuadras:

escuadra **contra incendios**, escuadra de **amoníaco**, escuadra de **primeros auxilios** y escuadra de **logística**.

En 2015 la BRAE ganó el primer lugar en el Torneo de Brigadas Contra Incendios de Centros de Trabajo, que organiza cada año la Dirección General de Bomberos de Nicaragua.



NUESTROS TRABAJADORES

En 2015 se registraron en CCN noventa accidentes laborales, de los cuales setenta fueron leves y veinte graves.

De estos accidentes no se registraron fatalidades ni en CCN ni en sus contratistas, sin embargo se perdieron 1,284 días de trabajo.

El ausentismo por accidentes laborales fue de 414 días para los accidentes leves y 870 días para los accidentes graves.

La gestión de la seguridad ocupacional se realiza a través de los indicadores:

ÍNDICE DE FRECUENCIA

Registra la frecuencia promedio de accidentes por cada doscientas mil horas trabajadas.

ÍNDICE DE GRAVEDAD

Gravedad promedio de los accidentes en días por cada doscientas mil horas de trabajo.

ÍNDICE DE INCIDENCIA

Porcentaje de los trabajadores que ha sufrido accidentes.

RESULTADOS 2015

Índice de Frecuencia de Trabajo: 4.26

Índice de Gravedad de Trabajo: 49.55

Índice de Incidencia de Trabajo: 0.49

TIPO DE LESIÓN	CANTIDAD
Golpes y/o escoriaciones	32
Accidentes sin subsidio	15
Esguince	7
Lumbalgia	5
Fractura miembro superior	5
Herida cara/cabeza	4
Herida miembro superior	4
Fractura miembro inferior	3
Trauma Ocular	2
Politraumatismo + escoriación	1
Quemadura térmica	1
TEC leve	1
Desgarro muscular en antebrazo	1
Trauma craneal	1
Herida	1
Omalgia	1
Lesión tendinosa parcial	1
Quemadura química	1
Fractura de costilla	1
FX escapula- contusión	1
Cervicalgia post traumática	1

SALUD OCUPACIONAL



El consultorio médico de CCN además de ser un beneficio para los trabajadores cumple con la función de velar por la prevención de enfermedades relacionadas con el trabajo. Cuenta con modernas instalaciones equipadas para cubrir las necesidades de sus trabajadores.

Dentro del convenio colectivo de la empresa se establecen las siguientes cláusulas relacionadas con la salud y seguridad ocupacional:

Atención médica y medicamentos:
Establece que se brinda servicios de enfermería, botiquines y dispensario médico, así como insumos básicos de primeros auxilios y otros.

Subsidio para anteojos.

Higiene y Seguridad:
Incluye botiquines y equipos de protección personal.

La atención asistencial se realiza a través de consultas in situ de medicina general. En caso de requerir la atención de una especialidad médica

los trabajadores son remitidos a sus clínicas médicas previsionales. Si los medicamentos que los trabajadores requieren no son cubiertos por el seguro médico, CCN financia la compra de los mismos con las mejores condiciones y sin intereses.

El reconocimiento médico y el seguimiento a los riesgos laborales se hace a través de exámenes médicos pre-empleo y exámenes periódicos, lo que garantiza la prevención de enfermedades.

CCN promueve hábitos de vida saludable a través de charlas de salud en sus diferentes especialidades y riesgos, por ejemplo se imparten charlas por especialistas en nutrición, diabetes, cuidado dental, cáncer y otros padecimientos.

También se cuida la salud de los trabajadores con un menú saludable en el comedor.

Los trabajadores de CCN tienen la posibilidad de ejercitarse en el **gimnasio** o **canchas** de la empresa

The image is a collage. The top right shows a close-up of a male student wearing safety glasses and a green polo shirt, working on a machine with labels like '1/2"', '1/3 Hp', and '5 Velocidades'. The bottom half features a large group of students in white uniforms posing for a photo in front of a building. A large green diagonal graphic separates the top and bottom sections.

NUESTRA COMUNIDAD

ESTRATEGIA SOCIAL EXTERNA

Además de los beneficios económicos de las operaciones de CCN, como la generación de empleo directo e indirecto, el pago de impuestos, pago a proveedores nacionales, etc., en materia social externa nos hemos propuesto tener un impacto positivo en la sociedad.

Para ello se han establecido dos objetivos estratégicos, "Contribuir al desarrollo de la formación técnica-profesional de Nicaragua" y "Fomentar el consumo responsable".

El primer objetivo se desarrolla gracias a la labor de **Fundación Victoria (FUVI)**, organización sin fines de lucro creada para que jóvenes de escasos recursos tengan acceso a una formación técnica integral y contribuir así a mejorar la calidad de vida y bienestar de las familias nicaragüenses. www.fundacionvictoria.org.ni/

El fomento al consumo responsable se realiza a través del Instituto Nicaragüense para la **Promoción del Consumo Responsable (INPROCRES)**, entidad sin fines de lucro creada con el objeto de promover el consumo responsable de bebidas alcohólicas www.inprocres.org



FUNDACIÓN VICTORIA

Fundación Victoria es una organización sin fines de lucro cuya misión es "brindar oportunidades de superación personal que posibiliten alcanzar autonomía económica, mejor calidad de vida y bienestar familiar a nicaragüenses talentosos y prometedores, por medio de la ejecución de programas de formación integral consistentes con las necesidades del desarrollo del país".

Antes de la creación de la fundación, existía un programa de formación profesional para los trabajadores de CCN en dos áreas: **Mantenimiento Industrial** y **Administración con énfasis en ventas**.

Este programa, de seis años de duración, tuvo resultados tan exitosos, que en 2007 se fundó el **Centro de Formación Técnica y Profesional de CCN**, que con la acreditación de Instituto Nacional Tecnológico (INATEC) abrió sus puertas a los bachilleres de todo el país.

En el año 2010, el Centro de Formación Técnica y Profesional de CCN dio paso a la creación de Fundación Victoria.



Fundación Victoria inicia sus operaciones en 2011 ofreciendo dos carreras: Técnico Medio en Mantenimiento Industrial y Técnico Medio en Administración con énfasis en Mercadeo y Ventas.

En el año 2012 incorpora a su portafolio la especialidad de Técnico Medio en Electrónica Industrial, en 2013, el Técnico Medio en Tecnología de los Alimentos y en 2014, el Técnico Medio en Electricidad Industrial.

Con base en la experiencia de Fundación Victoria, en el año 2014 se fundó el Instituto Tecnológico Victoria (ITV), un centro de educación superior autorizado por el Consejo Nacional de Universidades (CNU) para ofrecer carreras de nivel Técnico Superior.

El ITV iniciará sus operaciones en 2016, ofreciendo las carreras de Administración de Empresas, Mantenimiento Industrial, Electrónica Industrial y Tecnología de los Alimentos.

RESULTADOS FUNDACIÓN VICTORIA 2015

El programa académico de la Fundación tuvo muy buenos resultados:

Con una población inicial de **334** estudiantes, la retención estudiantil subió hasta **90.42%**, **7.68** puntos porcentuales más alta que la del año 2014; el rendimiento académico fue de **86.20%**; la colocación laboral fue de **78.26%** para los egresados de la generación 2014-2015, y de **85.97%** para todas las generaciones, desde 2012 a la fecha.

En el año se llevó a cabo la III Promoción de Fundación Victoria, en la que se graduaron **102** nuevos profesionales, que llevan a **300** el número de graduados en los últimos tres años y **833** desde el inicio del programa educativos hace más de 10 años. Otro grupo de **99** jóvenes egresaron de sus carreras este año y se graduarán a inicios de 2016.

GRADUACIÓN FUVI 2015



PROMOCIÓN DEL CONSUMO RESPONSABLE

En CCN trabajamos sostenidamente en nuestro aporte a la reducción del consumo nocivo de alcohol en Nicaragua.

Como parte de la solución se ha establecido una alianza con el Instituto Nicaragüense Para la Promoción del Consumo Responsable, INPROCRES. Las áreas de acción son:

- Promoción del consumo moderado entre adultos sanos que han decidido consumir nuestros productos.
- Autorregulación de la publicidad y las comunicaciones comerciales.
- Erradicación de las barras libres y de las competencias de consumo.
- Comunicación de la No venta a menores de edad.

INPROCRES realiza talleres de carácter informativo y educativo sobre Consumo Responsable, Seguridad Vial y Campañas de No Venta a menores de edad en los puntos de venta.

CÓDIGO DE AUTORREGULACIÓN PUBLICITARIA

El código de autorregulación publicitaria es un proceso incluido en la Estrategia Global Para la Reducción del Consumo Nocivo de Alcohol.

Conozca el Código de Autorregulación Publicitaria y mecanismos de denuncia en <http://inprocres.org/auto-regulacion/codigo/>



ELLOS DESCUBRIERON LA FELICIDAD DE SERVIR

El voluntariado corporativo de CCN es una oportunidad para:

- Promover una cultura de servicio y solidaridad entre los trabajadores.
- Como grupo empresarial, generar soluciones que impacten de forma positiva y sostenible en la sociedad
- Desarrollar capacidades en nuestros trabajadores, sus familias y la comunidad para una mejora sostenible de su calidad de vida.
- Contribuir al desarrollo económico, social y humano de los trabajadores, sus familias y la comunidad.

En 2015 los voluntarios de CCN sumaron un total de 1,649 horas de voluntariado:

Actividades de promoción y protección del medio ambiente:

852 horas

Proyectos en beneficio de la sociedad, entrega de juguetes:

240 horas

Proyectos para Mejorar la Calidad de Vida de nuestros colaboradores y sus familias:

Jornadas de salud: 251 horas

Reforzamiento interno de valores: 306 horas

¡Yo me apunto!



JUNTOS TRANSFORMAMOS EL PRESENTE Y ASEGURAMOS EL FUTURO



NUESTRO COMPROMISO CON EL MEDIO AMBIENTE

NUESTRO COMPROMISO CON EL MEDIO AMBIENTE:

Los objetivos específicos que CCN ha establecido para mejorar su desempeño ambiental son:



Usar eficientemente el recurso hídrico.



Usar eficientemente la energía y disminuir emisiones de gases de efecto invernadero.



Manejar adecuadamente los residuos sólidos.

MEJORAR NUESTRO DESEMPEÑO AMBIENTAL

Compañía Cervecera de Nicaragua es una empresa pionera en temas de protección y prevención de la contaminación y los impactos ambientales.

Desde inicios de los años 2000 comenzó la modernización de la planta productiva adquiriendo tecnología de punta, lo que permitió que los procesos fueran cada vez más eficientes. Desde entonces, el consumo de recursos como el agua, la energía y los materiales utilizados para sus procesos y servicios han ido disminuyendo consistentemente.

Las instalaciones principales están ubicadas en la zona norte de Managua, sitio donde se concentran la mayor parte de las industrias de la ciudad. El resto de instalaciones, ocho centros de distribución foráneos y los silos de Corinto también están ubicados en territorios intervenidos.

Hasta el año 2013 la gestión medioambiental se basaba principalmente en operar lo más eficientemente posible y mitigar los impactos ambientales como la generación de aguas residuales y de residuos sólidos.

Posterior a la declaración de la estrategia de sostenibilidad se elaboraron programas de gestión medioambiental donde también se incluye la compensación de los impactos ambientales y la educación ambiental como un aspecto transversal a todos los programas.



POLÍTICA AMBIENTAL

Compañía Cervecera de Nicaragua, empresa que desarrolla, produce y distribuye cerveza, bebidas a base de malta, agua mineral natural y agua saborizada, a través de la presente política ambiental, reconoce su compromiso con la sostenibilidad:

- Cumplimos con responsabilidad las disposiciones legales ambientales vigentes de los territorios en los que operamos y otros compromisos suscritos por la organización.
- En nuestros procesos, productos y servicios prevalece el principio de prevención y mejora continua del sistema de gestión ambiental.
- Protegemos el medio ambiente y hacemos uso racional de los recursos naturales mediante el establecimiento de programas ambientales que nos permiten lograr el cumplimiento de los objetivos y metas.

- Capacitamos y comunicamos a nuestros grupos de interés para contribuir a la educación ambiental.

El sistema de gestión ambiental de CCN es implementado bajo los lineamientos de la norma ISO 14001:2004, aunque aún no se cuenta con una certificación en la misma. A partir de 2015 con el cambio de versión de norma se comenzó a evaluar las brechas existentes de modo que en 2016 se trabajará para actualizar el sistema de gestión ambiental bajo los nuevos lineamientos.

Como cita la política, la prevención de la contaminación y la mejora continua son los principios que prevalecen en el desempeño ambiental de CCN.



GESTIÓN INTEGRAL DEL AGUA

En Managua CCN se abastece de agua de cuatro pozos ubicados dentro de sus instalaciones. Este acuífero pertenece a la Subcuenca III de la Cuenca Sur de Managua. La cantidad de agua consumida en Managua fue de 822,629 m³.

En los centros de distribución foráneos el consumo fue de 31,037 m³. El abastecimiento según la zona es:

Empresa Nicaragüense de Acueductos y Alcantarillados (ENACAL): abastece de agua potable a las agencias Boaco, Estelí, Ocotal, Masaya, Matagalpa, Santo Tomás y silos Corinto.

El Comité de Agua Potable 3 de Julio abastece a la agencia Occidente.

La agencia Rivas se abastece de un pozo propio.

Ninguna de las fuentes de abastecimiento de agua han sido afectadas significativamente por el consumo de CCN.

Internamente el seguimiento del consumo se realiza a través del indicador de consumo de agua que se mide a través de flujómetros. En 2015 este indicador fue de 3.03 hectolitros de agua consumidos por hectolitro de cerveza y bebidas producido.

Las aguas residuales una vez tratadas son vertidas. Sólo en Managua se hace reutilización de estas aguas para procesos de limpieza de equipos de la planta de tratamiento de aguas residuales, aunque esta reutilización no se cuantifica.

	Consumo (m ³)		Agua Residual (m ³)	Tratamiento AR	Vertido
Boaco	906	ENACAL	906	Pila séptica	Pozo de infiltración agencia
Estelí	995	ENACAL	995	Pila séptica	Pozo de infiltración agencia
Managua	822,629	Pozo	378,184	Planta de tratamiento Anaerobia - Aerobia	Canal hacia Lago Xolotlán
Masaya	2,653	ENACAL	2,653	Pila séptica	Pozo de infiltración agencia
Matagalpa	1,920	ENACAL	1,920	Pila séptica	Pozo de infiltración agencia
Occidente	4,843	CAP	4,843	Pila séptica	Pozo de infiltración agencia
Ocotal	415	ENACAL	415	.	Alcantarillado ENACAL
Rivas	15,881	Pozo	5,518	Pila séptica	Pozo de infiltración agencia
Santo Tomás	2,457	ENACAL	2,457	Pila séptica	Pozo de infiltración agencia
Silos Corinto	967	ENACAL	967	Pila séptica	Pozo de infiltración agencia

GESTIÓN INTEGRAL DEL AGUA

PAGO POR SERVICIOS AMBIENTALES HÍDRICOS

Además de los programas de reducción del consumo de agua y la mitigación de la generación de las aguas residuales, CCN desarrolla el programa de pago por servicios ambientales hídricos como forma de compensar su huella de agua.

En este programa participan los dueños de diez fincas ubicadas en la zona de recarga hídrica de los pozos que abastecen de agua a la compañía.

Como contraparte técnica para la elaboración y seguimiento de los planes de manejo de finca se cuenta con el apoyo de la Fundación Nicaragüense para el Desarrollo Sostenible FUNDENIC-SOS. Las fincas participantes en el programa que en total suman doscientas hectáreas protegidas son:

Las Nubes	El Pozo 1
El Castillo	El Pozo 2
La Unión	Las Delicias
La Palestina	Buenos Aires
San Pablo	Los Ríos
(Reserva Montibelli)	(Reserva Chocoyero El Brujo)



En 2015 la cantidad de agua que se logró infiltrar gracias a la protección de estas doscientas hectáreas de bosque fue de 958,505 m³, por lo que CCN se convirtió en la primera empresa agua neutral de Nicaragua al compensar el cien por ciento de su consumo de agua.

Compañía Cervecera de Nicaragua es la primera empresa Agua Neutral de Nicaragua.

MANEJO DE RESIDUOS POST INDUSTRIALES

El manejo integral de residuos sólidos es otro de los programas de gestión ambiental que se implementan en Compañía Cervecería de Nicaragua. Las metas de este programa son ser cero desechos post industriales y post consumo.

Internamente, en 2015 se valorizaron 28,730 toneladas de residuos, equivalentes al **98.09%** de residuos post industriales. El resto de residuos se dispuso en el relleno sanitario de la ciudad de Managua.

Estos residuos son destinados al reuso o reciclaje según el tipo de residuos, dando prioridad al reuso de los mismos.

Del total del residuos 24.25 toneladas fueron residuos peligrosos, los cuales se dispusieron a través de empresas autorizadas para manejo de este tipo de residuos. CCN no realiza transporte de residuos peligrosos.

En 2015 no se presentaron derrames significativos.



PLÁSTICO



VIDRIO

MANEJO DE RESIDUOS POST CONSUMO

CCN gestiona sus residuos sólidos post consumo a través de programas de recolección de residuos con la comunidad.

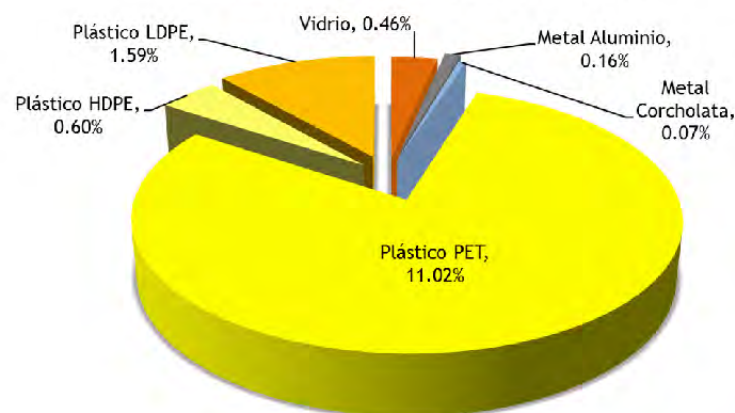
En Managua, brinda apoyo a las cooperativas de acopio de residuos de los distritos VI y VII. También aportan a la recolección cinco centros educativos.

En Ometepe, fortalece las actividades de recolección de residuos de cooperativas de mujeres creadas para ese fin. Realiza jornadas de intercambio de plástico por útiles escolares para promover la separación de los residuos desde la fuente y el reciclaje.

En San Juan del Sur en 2015 comenzó un programa para facilitar la separación diferenciada de residuos sólidos como parte de los esfuerzos existentes por preservar la Cuenca 72.

En 2015 se recolectaron **87,989 kg** de residuos de envases gracias a estos programas, equivalentes al **1.96%** del total de residuos posconsumo.

% Envases post consumo recolectados



JORNADA DE LIMPIEZA ESTERO DE SAN JUAN DEL SUR

Además de los programas de recolección de residuos post consumo CCN participó en 2015 de la jornada de limpieza del Estero de San Juan del Sur en conmemoración del Día Internacional de Limpieza de Costas.

60 voluntarios de la compañía y familiares recolectaron **400kg** de residuos, evitando así la contaminación de la costa de San Juan del Sur.



EDUCACIÓN AMBIENTAL

La educación ambiental es un eje transversal de todos los programas de gestión ambiental de la compañía, es fundamental para el cumplimiento de las metas además de la creación de una cultura de sostenibilidad ambiental.

En 2015 se impartieron **22** charlas de educación ambiental en cinco centros educativos de Managua y Altagracia, Ometepe.

5 centros educativos de Managua participaron en proyectos de mejora en sus centros:

Cristo Resucitado

Dotación de pupitres

Pan y Amor

Dotación de libros de literatura

Sagrado Corazón de Jesús

Apoyo para construcción de tarima para actos escolares

Santa Luisa de Marillac

Apoyo en el cambio del techado de un pabellón

Santa Teresita

Apoyo en la construcción de cancha deportiva

En la ciudad de Altagracia, Ometepe, se realizó intercambio de útiles escolares por plástico. En total se entregaron un mil cien paquetes escolares a igual número de niños.

A lo interno de la compañía se desarrollaron tres jornadas ambientales:

- Feria Ambiental en conmemoración del Día Mundial del Medio Ambiente.
- Jornada de Reforestación: contó con la participación de noventa y seis trabajadores y familiares, se sembraron **600** árboles en la finca Las Delicias, la que además es una de las fincas del programa de Pago por Servicios Ambientales Hídricos.
- Limpieza de Costas en conmemoración del Día Internacional de Limpieza de Costas.



ENERGÍA Y EMISIONES

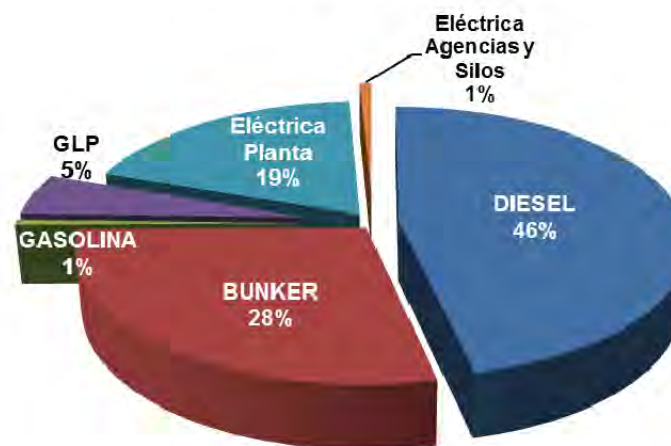
El consumo de energía total de CCN en 2015 fue de **64,720** gigajulios (GJ) de energía eléctrica y **265,711 GJ** de energía proveniente de fuentes fósiles (gasolina, diesel, búnker y GLP). Si comparamos este consumo de energía con la cantidad de cerveza y bebidas producido tenemos **121.8** megajulios consumidos por hectolitro de cerveza más bebidas producido.

Este año representó la línea base de emisiones de gases de efecto invernadero y aunque hubieron inversiones que significarán una mejora en el consumo de energía, esto será registrado a partir del año 2016.

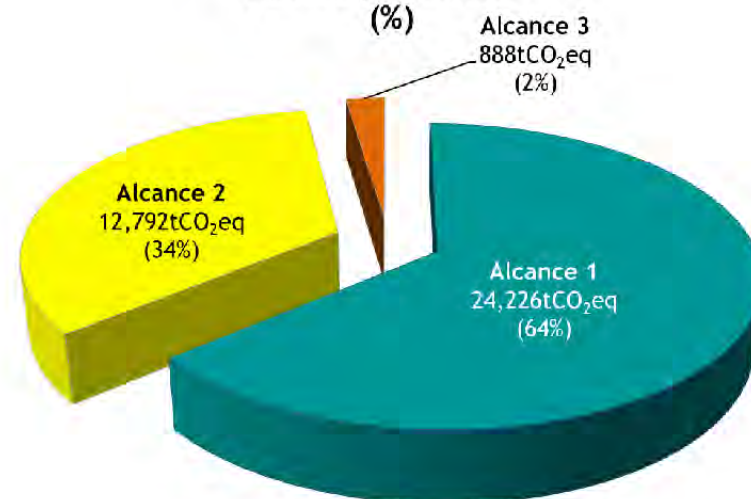
Entre los meses de junio y julio de 2015 se realizó monitoreo de la calidad de aire y se midieron los parámetros: partículas totales en suspensión, material particulado, dióxido de nitrógeno, monóxido de carbono, ozono, dióxido de azufre y plomo, encontrándose todos dentro de los rangos apropiados.

Las emisiones en CCN sumaron **37,905** toneladas de dióxido de carbono equivalente, considerando las emisiones directas e indirectas, lo que significó que se emitieron **13.97** kilogramos de dióxido de carbono equivalente por cada hectolitro de cerveza más bebidas producido.

Consumo de Energía (%)



Aporte por alcance (%)



ENERGÍA Y EMISIONES

Las **emisiones Alcance 1** o emisiones por consumo directo, representan el 64% de todas las emisiones.

Los mayores aportadores de emisiones son: el consumo de diesel para movilizar la flota vehicular con un **21.9%**; la generación de energía térmica para el proceso de producción, la que se hace con búnker representando el **19.6%** y la generación de aguas residuales que aporta un **16.1%** de las emisiones.

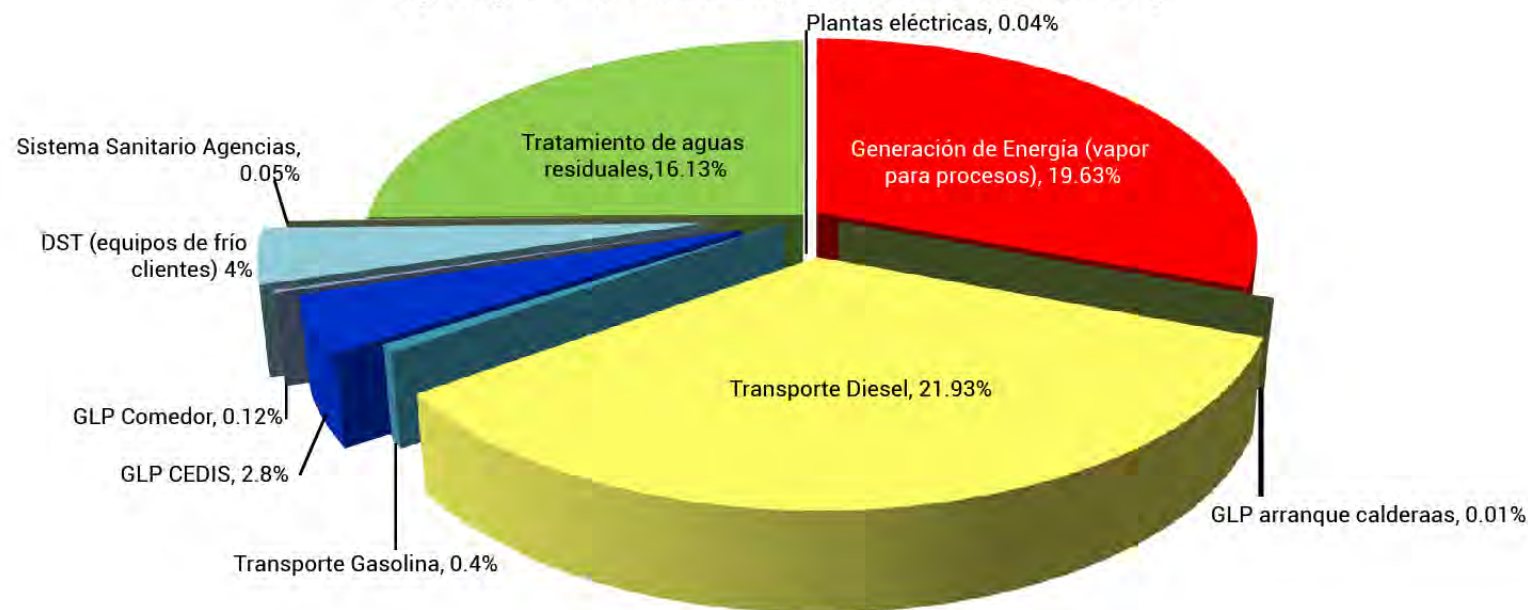
Dentro de estas emisiones hay un grupo de refrigerantes que tiene efectos sobre la capa de ozono como son Genetron R22, 141B, y 401A, que se utilizan en el mantenimiento de los equipos de climatización de las instalaciones. Este grupo de sustancias se está sustituyendo por otras que no dañan la capa de ozono como los refrigerantes R410A, 134A, R407C. Para los equipos de frío que se facilitan a los clientes se utiliza exclusivamente el refrigerante 134A.

Los consumos en 2015 fueron de **614 kg** de refrigerante R134A y **355 kg** de refrigerante 141B.

Las **emisiones Alcance 2** o emisiones por consumo eléctrico representan el **34%** del total.

Las **emisiones Alcance 3** o emisiones por consumo indirecto representan el **2%**. Dentro de este grupo aún no fueron cuantificadas las emisiones por viajes aéreos, las que serán registradas a partir de 2016.

Aporte por fuente Alcance 1 (% del total de emisiones GEI)





COMPAÑÍA CERVECERA
DE NICARAGUA S.A.

ANEXOS

MATRIZ DE CORRESPONDENCIAS PACTO GLOBAL

PRINCIPIOS Y CORRESPONDENCIAS PACTO GLOBAL		PÁGINAS	OBSERVACIONES
PRINCIPIO	DERECHOS HUMANOS		
1	Apoyar y respetar los derechos humanos dentro de su ámbito de influencia	24,40,42, 47,49	
2	No ser cómplices de la vulneración de los derechos humanos	11,24	
	ESTÁNDARES LABORALES		Ver acápite "La Familia Cervecera"
3	Apoyar a la libertad de asociación y a la negociación colectiva	44,48	
4	Eliminar toda forma de trabajo forzoso	11,24,47	Se considera dentro del Reglamento Interno de Trabajo y Compensación.
5	Apoyar la erradicación del trabajo infantil	11,24	Se considera dentro del Reglamento Interno de Trabajo
6	Apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación	40-47	
	MEDIO AMBIENTE		Ver acápite "Nuestro Compromiso con el Medio Ambiente"
7	Mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente	61,62	
8	Fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental	65-69	
9	Favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente	26,61,62	
	ANTICORRUPCIÓN		
10	Trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas incluidas la extorsión y el soborno	11	Considerado dentro del Reglamento Interno de Trabajo, Código de Ética y Valores de la Organización

MATRIZ DE CORRESPONDENCIAS GRI

CONTENIDOS BÁSICOS Y ASPECTOS MATERIALES		PÁGINAS	OBSERVACIONES
CÓDIGO	PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN		
G4-1	Declaración del máximo responsable de la toma de decisiones de la organización sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y la estrategia	4	
G4-2	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades	5,10,22,40,55,61	
	PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN		
G4-3	Nombre de la organización	4	
G4-4	Marcas productos y/o servicios más importantes de la organización	12-14	
G4-5	Lugar donde se encuentra la sede de la organización	5,36	
G4-6	Países en que la organización tiene operaciones	5	
G4-7	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica	8	
G4-8	Mercados servidos (con desglose geográfico, por sectores y tipos de clientes y destinatarios)	36	
G4-9	Escala de la organización	8,12,13,14,23	
G4-10	Datos de la fuerza laboral	41	
G4-11	Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos	44	
G4-12	Describe la cadena de suministro de la organización	30,32,34	
G4-13	Cambios significativos que hayan ocurrido durante el período del reporte en el tamaño, la estructura, la propiedad accionl o la cadena de suministro de la organización	5	
G4-14	Indique cómo aborda la organización el principio de precaución	61,62	
G4-15	Los principios u otras iniciativas externas de carácter económico, ambiental o social que la organización suscribe o ha adoptado	2,10,15,20,37,49	
G4-16	Las asociaciones a las que la organización pertenece	16	
	ASPECTOS MATERIALES Y COBERTURA		
G4-17	Las entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización y otros documentos equivalentes	5,8	
G4-18	El proceso para determinar el contenido del reporte y la cobertura de cada aspecto	8,10,17	
G4-19	Los aspectos materiales que se identificaron durante el proceso de definición del contenido del informe	18,19	

MATRIZ DE CORRESPONDENCIAS GRI

CONTENIDOS BÁSICOS y ASPECTOS MATERIALES		PÁGINAS	OBSERVACIONES
CÓDIGO	ASPECTOS MATERIALES Y COBERTURA		
G4-20	Para cada aspecto material, reportar el límite dentro de la organización	18,19	
G4-21	Para cada aspecto material, reportar el límite fuera de la organización	18,19	
G4-22	Las consecuencias de las reformulaciones de la información facilitada en reportes anteriores y sus causas	-	No se considera por ser el primer reporte
G4-23	Cambios significativos en el alcance y la cobertura de cada aspecto en relación a los reportes anteriores	-	No se considera por ser el primer reporte
PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS			
G4-24	Los grupos de interés vinculados a la organización	17,19	
G4-25	En qué se basa la elección de los grupos de interés con los que se trabaja	17	
G4-26	El enfoque de la organización sobre la participación de los grupos de interés, incluida la frecuencia con que se colabora con los distintos tipos y grupos de partes interesadas	17	
G4-27	Principales preocupaciones y aspectos de interés que hayan surgido a raíz de la participación de los grupos de interés y la evaluación hecha por la organización	-	No se considera por ser el primer reporte
PERFIL DE LA MEMORIA			
G4-28	Período objeto del reporte (año fiscal o año calendario).	2	
G4-29	Fecha del último reporte	-	No se considera por ser el primer reporte
G4-30	Ciclo de presentación del reporte (anual, bienal, etc).	17	
G4-31	Punto de contacto para solventar las dudas que puedan surgir en relación con el contenido del reporte	2	
G4-32	Tabla que indica el número de página en donde están los contenidos de la memoria	2,75	
G4-33	La política y las prácticas vigentes de la organización con respecto a la verificación externa del reporte		Este reporte no fue objeto de verificación externa

MATRIZ DE CORRESPONDENCIAS GRI

CONTENIDOS BÁSICOS y ASPECTOS MATERIALES		PÁGINAS	OBSERVACIONES
	MATERIALIDAD		
G4-DMA	Describa como gestiona la organización el aspecto material o sus impactos		8,10,19
CÓDIGO	GOBIERNO CORPORATIVO		
G4-34	La estructura y los comités de gobierno de la organización, los cuales son responsables de la toma de decisiones sobre cuestiones económicas, ambientales y sociales	8,9	
G4-35	Describa el proceso mediante el cual el órgano superior de gobierno delega su autoridad a la alta dirección y a determinados empleados en cuestiones de índole económica, ambiental y social	8,9,17	No se considera por ser el primer reporte
G4-36	Indique si existen en la organización cargos ejecutivos o con responsabilidad en cuestiones económicas, ambientales y sociales, y si sus titulares rinden cuentas directamente ante el órgano superior de gobierno.	8,9,10	
G4-37	Describa los procesos de consulta entre los Grupos de Interés y el órgano superior de gobierno con respecto a cuestiones económicas, ambientales y sociales. Si se delega dicha consulta, señale a quién y describa los procesos de intercambio de información con el órgano superior de gobierno	8,10,17	
G4-38	Describa la composición del órgano superior de gobierno y sus comités	8	
G4-39	Indique si la persona que preside el órgano superior de gobierno ocupa también un puesto ejecutivo. De ser así, describa sus funciones ejecutivas y las razones de esta disposición	8	
G4-40	Procesos de nombramiento y selección del órgano superior de gobierno y sus comités, así como los criterios en los que se basa el nombramiento y la selección de los miembros del primero	8	
G4-41	Procesos mediante los cuales el órgano superior de gobierno previene y gestiona posibles conflictos de intereses. Indique si los conflictos de intereses se comunican a los grupos de interés	8	
G4-42	Funciones del órgano superior de gobierno y de la alta dirección en el desarrollo, la aprobación y la actualización del propósito, los valores o las declaraciones de misión, las estrategias, las políticas y los objetivos relativos a los impactos económico, ambiental y social de la organización.	8	
G4-43	Señale qué medidas se han adoptado para desarrollar y mejorar el conocimiento colectivo del órgano superior de gobierno con relación a los asuntos económicos, ambientales y sociales.	46	

MATRIZ DE CORRESPONDENCIAS GRI

CONTENIDOS BÁSICOS y ASPECTOS MATERIALES		PÁGINAS	OBSERVACIONES
CÓDIGO	GOBIERNO CORPORATIVO		
G4-44	Describa los procesos de evaluación del desempeño del órgano superior de gobierno en relación con el gobierno de los asuntos económicos, ambientales y sociales.	10,47	
G4-45	Describa la función del órgano superior de gobierno en la identificación y gestión de los impactos, los riesgos y las oportunidades de carácter económico, ambiental y social	10,17	
G4-46	Describa la función del órgano superior de gobierno en el análisis de la eficacia de los procesos de gestión del riesgo de la organización en lo referente a los asuntos económicos, ambientales y sociales	-	No se reporta
G4-47	Indique con qué frecuencia analiza el órgano superior de gobierno los impactos, los riesgos y las oportunidades de índole económica, ambiental y social	8	
G4-48	Indique cuál es el comité o el cargo de mayor importancia que revisa y aprueba la memoria de sostenibilidad de la organización y se asegura de que todos los Aspectos materiales queden reflejados	10,17	
G4-49	Describa el proceso para transmitir las preocupaciones importantes al órgano superior de gobierno	8,10	
G4-50	Señale la naturaleza y el número de preocupaciones importantes que se transmitieron al órgano superior de gobierno; describa asimismo los mecanismos que se emplearon para abordarlas y evaluarlas.	-	No se reporta
G4-51	Describa las políticas de remuneración para el órgano superior de gobierno y la alta dirección	47	Sólo se reporta lo relacionado con la Alta Dirección
G4-52	Escriba los procesos mediante los cuales se determina la remuneración. Indique si se recurre a consultores para determinar la remuneración y si estos son independientes de la dirección. Señale cualquier otro tipo de relación que dichos consultores en materia de retribución puedan tener con la organización	47	
G4-53	Explique cómo se solicita y se tiene en cuenta la opinión de los grupos de interés en lo que respecta a la retribución, incluyendo, si procede, los resultados de las votaciones sobre políticas y propuestas relacionadas con esta cuestión	-	No se reporta
G4-54	Calcule la relación entre la retribución total anual de la persona mejor pagada de la organización en cada país donde se lleven a cabo operaciones significativas con la retribución total anual media de toda la plantilla (sin contar a la persona mejor pagada) del país correspondiente)	-	No se reporta
G4-55	Calcule la relación entre el incremento porcentual de la retribución total anual de la persona mejor pagada de la organización en cada país donde se lleven a cabo operaciones significativas con el incremento porcentual de la retribución total anual media de toda la plantilla (sin contar a la persona mejor pagada) del país correspondiente	-	No se reporta

MATRIZ DE CORRESPONDENCIAS GRI

CONTENIDOS BÁSICOS Y ASPECTOS MATERIALES		PÁGINAS	OBSERVACIONES
CÓDIGO	ÉTICA E INTEGRIDAD		
G4-56	Los valores, principios, estándares y normas de la organización, tales como códigos de conducta y códigos de ética	11	
G4-57	Calcule la relación entre el incremento porcentual de la retribución total anual de la persona mejor pagada de la organización en cada país donde se lleven a cabo operaciones significativas con el incremento porcentual de la retribución total anual media de toda la plantilla (sin contar a la persona mejor pagada) del país correspondiente	11,17	No se reporta
G4-57	Describe los mecanismos internos y externos de asesoramiento en pro de una conducta ética y lícita, y para consultar los asuntos relacionados con la integridad de la organización, tales como líneas telefónicas de ayuda o asesoramiento	11,17	No existen mecanismos exclusivos para conocer asuntos relacionados con la integridad, diferentes a las formas de evaluación y diálogo existentes
G4-58	Los mecanismos internos y externos de denuncia de conductas poco éticas o ilícitas y de asuntos relativos a la integridad de la organización, tales como la notificación escalonada a los mandos directivos, los mecanismos de denuncia de irregularidades o las líneas telefónicas de ayuda	11,17	No existen mecanismos exclusivos para conocer asuntos relacionados con la integridad, diferentes a las formas de evaluación y diálogo existentes
DESEMPEÑO ECONÓMICO			
G4-EC1	Valor económico directo generado y distribuido	23	
G4-EC2	Consecuencias económicas y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización que se derivan del cambio climático	-	No se reporta, no se han evaluado riesgos asociados con cambio climático
G4-EC3	Cobertura de las obligaciones de la organización derivadas de su plan de prestaciones	44,45,46	Sólo se reporta lo relacionado con la Alta Dirección
G4-EC4	Ayudas económicas otorgadas por entes del gobierno	23	
PRESENCIA EN EL MERCADO			
G4-EC5	Relación entre el salario inicial desglosado por sexo y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollan operaciones significativas	47	
G4-EC6	Porcentaje de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollan operaciones significativas	-	No se reporta

MATRIZ DE CORRESPONDENCIAS GRI

INDICADORES AMBIENTALES		PÁGINAS	OBSERVACIONES
CÓDIGO	CONSECUENCIAS ECONÓMICAS INDIRECTAS		
G4-EC7	Desarrollo e impacto de la inversión en infraestructuras y los tipos de servicios	25, 26	
G4-EC8	Impactos económicos indirectos significativos y alcance de los mismos	22, 23	
G4-EC9	Porcentaje del gasto en los lugares con operaciones significativas que corresponde a proveedores locales	24	
MATERIALES			
G4-EN1	Materiales por peso o volumen	-	No se registra
G4-EN2	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales reciclados	-	No se registra
ENERGÍA			
G4-EN3	Consumo energético interno	71, 72	No se registra
G4-EN4	Consumo energético externo	71, 72	No se registra
G4-EN5	Intensidad energética	71	
G4-EN6	Reducción del consumo energético	-	No se considera por ser el primer reporte
G4-EN7	Reducciones de los requisitos energéticos de los productos y servicios	-	No se considera por ser el primer reporte
AGUA			
G4-EN8	Captación total de agua según la fuente	64	
G4-EN9	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua	64	
G4-EN10	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada	64	

MATRIZ DE CORRESPONDENCIAS GRI

INDICADORES AMBIENTALES		PÁGINAS	OBSERVACIONES
BIODIVERSIDAD			
G4-EN10	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada	64	
G4-EN11	Instalaciones operativas propias, arrendadas, gestionadas que sean adyacentes, contengan o estén ubicadas en áreas protegidas y áreas no protegidas de gran valor para la biodiversidad	-	No se reporta porque no se ha realizado evaluación de los impactos a la biodiversidad
G4-EN12	Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad de áreas protegidas o áreas de alto valor en términos de diversidad biológica no protegidas que se derivan de las actividades, los productos y los servicios	-	No se reporta porque no se ha realizado evaluación de los impactos a la biodiversidad
G4-EN13	Hábitats protegidos o restaurados	-	No se reporta porque no se ha realizado evaluación de los impactos a la biodiversidad
G4-EN14	Número de especies incluidas en la Lista Roja de la UICN y en listados nacionales de conservación cuyos hábitats se encuentran en áreas afectadas por las operaciones, según el nivel de peligro de extinción de la especie	-	No se reporta porque no se ha realizado evaluación de los impactos a la biodiversidad
CÓDIGO	EMISIONES		
G4-EN15	Emisiones directas de gases de efecto invernadero (Alcance 1)	71, 72	
G4-EN16	Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero al generar energía (Alcance 2)	71, 72	
G4-EN17	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero (Alcance 3)	71, 72	
G4-EN18	Intensidad de las emisiones de gases de efecto invernadero	71	
G4-EN19	Reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero	-	No se considera por ser el primer reporte
G4-EN20	Emisiones de sustancias que agotan el ozono	72	
G4-EN21	NOX, SOX, y otras emisiones atmosféricas significativas	71	
EFLUENTES Y RESIDUOS			
G4-EN22	Vertimiento total de aguas, según su naturaleza y destino	64	
G4-EN23	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento	66	
G4-EN24	Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos	66	

MATRIZ DE CORRESPONDENCIAS GRI

INDICADORES AMBIENTALES		PÁGINAS	OBSERVACIONES
CÓDIGO	EFLUENTES Y RESIDUOS		
G4-EN25	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos en virtud de los anexos I, II, III Y VIII del Convenio de Basilea2 y porcentaje de residuos transportados internacionalmente	66	
G4-EN26	Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de las masas de agua y los hábitats relacionados afectados significativamente por vertidos y escorrentía procedentes de la organización	-	No se reporta porque no se ha realizado evaluación de los impactos a la biodiversidad
	PRODUCTOS Y SERVICIOS		
G4-EN27	Mitigación del impacto ambiental de los productos y servicios	61, 64, 66, 67	
G4-EN28	Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que se recuperan al final de su vida útil, desglosado por categoría	67	
	CUMPLIMIENTO REGULATORIO		
G4-EN29	Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa ambiental	34	
	TRANSPORTE		
G4-EN30	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal	72	
CÓDIGO	GENERAL		
G4-EN31	Desglose de los gastos e inversiones para la protección del medio ambiente	23, 25, 26	
	EVALUACIÓN AMBIENTAL DE LOS PROVEEDORES		
G4-EN32	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios ambientales	-	No se registra
G4-EN33	Impactos ambientales negativos significativos, reales y potenciales, en la cadena de suministro y medidas al respecto	-	No se registra
	MECANISMOS DE RECLAMACIÓN AMBIENTAL		
G4-EN34	Número de reclamaciones ambientales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación	-	No se registra

MATRIZ DE CORRESPONDENCIAS GRI

PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO		PÁGINAS	OBSERVACIONES
CÓDIGO	EMPLEO		
G4-LA1	Número y tasa de contrataciones y rotación media de empleados, desglosados por grupo etario, sexo y región	43	
G4-LA2	Prestaciones sociales para los empleados a jornada completa que no se ofrecen a los empleados temporales o a media jornada, desglosadas por ubicaciones significativas de actividad	44-49, 53	
G4-LA3	Índices de reincorporación al trabajo y de retención tras la baja por maternidad o paternidad, desglosados por sexo	43	
RELACIÓN ENTRE LOS TRABAJADORES Y LA DIRECCIÓN			
G4-LA4	Plazos mínimos de preaviso de cambios operativos y posible inclusión de estos en los convenios colectivos	43	
SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO			
G4-LA5	Porcentaje de trabajadores que está representado en comités formales de seguridad y salud conjuntos para dirección y empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de seguridad y salud laboral	50	
G4-LA6	Tipo y tasa de lesiones, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y por sexo	52	
G4-LA7	Trabajadores cuya profesión tiene una incidencia o un riesgo elevados de enfermedad	-	No se registra
G4-LA8	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con los sindicatos	53	
CAPACITACIÓN Y EDUCACIÓN			
G4-LA9	Promedio de horas de capacitación anuales por empleado, desglosado por sexo y por categoría laboral	46	
G4-LA10	Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomentan la empleabilidad de los trabajadores y les ayudan a gestionar el final de sus carreras profesionales	46	
G4-LA10	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional, desglosado por sexo y por categoría profesional	47	
DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES			
G4-LA12	Composición de los órganos de gobierno y desglose de la plantilla por categoría profesional y sexo, edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad	42	

MATRIZ DE CORRESPONDENCIAS GRI

PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO		PÁGINAS	OBSERVACIONES
CÓDIGO	IGUALDAD DE RETRIBUCIÓN ENTRE MUJERES Y HOMBRES		
G4-LA13	Relación entre el salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosada por categoría profesional y por ubicaciones significativas de actividad	47	
	EVALUACIÓN DE LAS PRÁCTICAS LABORALES DE LOS PROVEEDORES		
G4-LA14	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a las prácticas laborales	-	No se registra
G4-LA15	Impactos negativos significativos, reales y potenciales, en las prácticas laborales en la cadena de suministro, y medidas al respecto	-	No se registra
	MECANISMOS DE RECLAMACIÓN SOBRE LAS PRÁCTICAS LABORALES		
G4-LA16	Número de reclamaciones sobre prácticas laborales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación	-	No se registra, ver página 34
CÓDIGO	IIINVERSIÓN		
G4-HR1	Número y porcentaje de contratos y acuerdos de inversión significativos que incluyen cláusulas de derechos humanos o que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos	-	No se reporta, ver página 47
G4-HR2	Horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluido el porcentaje de empleados capacitados	-	No se reporta, ver página 47
DERECHOS HUMANOS			
	NO DISCRIMINACIÓN		
G4-HR3	Número de casos de discriminación y medidas correctivas adoptadas	-	No se registra, ver página 34
	LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y NEGOCIACIÓN COLECTIVA		
G4-HR4	Identificación de centros y proveedores significativos en los que la libertad de asociación y el derecho de acogerse a convenios colectivos pueden infringirse o estar amenazados, y medidas adoptadas para defender estos derechos	44,48	No se registra, ver página 34

MATRIZ DE CORRESPONDENCIAS GRI

DERECHOS HUMANOS		PÁGINAS	OBSERVACIONES
CÓDIGO	TRABAJO INFANTIL		
G4-HR5	Identificación de centros y proveedores con un riesgo significativo de casos de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a la abolición de la explotación infantil	11,20	No se registra lo relacionado con proveedores. En CCN se contempla en el Reglamento Interno de Trabajo
	TRABAJO FORZOSO		
G4-HR6	Centros y proveedores con un riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzoso, y medidas adoptadas para contribuir a la eliminación de todas las formas de trabajo forzoso	-	No se registra, ver página 34
	MEDIDAS DE SEGURIDAD		
G4-HR7	Porcentaje del personal de seguridad que ha recibido capacitación sobre las políticas o procedimientos de la organización en materia de derechos humanos relevantes para las operaciones	-	No se registra, ver página 34
	DERECHOS DE LA POBLACIÓN INDÍGENA		
G4-HR8	Número de casos de violación de los derechos de los pueblos indígenas y medidas adoptadas	-	No se registra, ver página 34
	EVALUACIÓN		
G4-HR9	Número y porcentaje de centros que han sido objeto de exámenes o evaluaciones de impactos en materia de derechos humanos	-	No se registra, ver página 34
	EVALUACIÓN DE LOS PROVEEDORES EN MATERIA DE DERECHOS HUMANOS		
G4-HR10	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a los derechos humanos	-	No se registra, ver página 20, 34
G4-HR11	Impactos negativos significativos en materia de derechos humanos, reales y potenciales, en la cadena de suministro, y medidas adoptadas	-	No se registra, ver página 20, 34
G4-HR12	Número de reclamaciones sobre derechos humanos que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación	-	No se registra, ver página 34
SOCIEDAD		PÁGINAS	OBSERVACIONES
CÓDIGO	COMUNIDADES LOCALES		
G4-SO1	Porcentaje de centros donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local	-	No se registra, ver página 20, 34
G4-SO2	Centros de operaciones con efectos negativos significativos, posibles o reales, sobre las comunidades locales	-	No se registra, ver página 34

MATRIZ DE CORRESPONDENCIAS GRI

SOCIEDAD		PÁGINAS	OBSERVACIONES
CÓDIGO	LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN		
G4-S03	Número y porcentaje de centros en los que se han evaluado los riesgos relacionados con la corrupción y riesgos significativos detectados	-	
G4-S04	Políticas y procedimientos de comunicación y capacitación sobre la lucha contra la corrupción	8,11	
G4-S05	Casos confirmados de corrupción y medidas adoptadas	43	
	POLÍTICA PÚBLICA		
G4-S06	Valor de las contribuciones políticas, por país y destinatario	23	
	PRÁCTICAS DE COMPETENCIA DESLEAL		
G4-S07	Número de demandas por competencia desleal, prácticas monopolísticas o contrala libre competencia y resultado de las mismas	34	
	CUMPLIMIENTO REGULATORIO		
G4-S08	Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa	34	
	EVALUACIÓN Y REPERCUSIÓN SOCIAL DE LOS PROVEEDORES		
G4-S09	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relacionados con la repercusión social	34	No se registra, ver página 24
G4-S010	Impactos negativos significativos y potenciales para la sociedad en la cadena de suministro, y medidas adoptadas	34	No se registra, ver página 24
	MECANISMOS DE RECLAMACIÓN POR IMPACTO SOCIAL		
G4-S011	Número de reclamaciones sobre impactos sociales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación	34	No se registra, ver página 34
RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS		PÁGINAS	OBSERVACIONES
CÓDIGO	SALUD Y SEGURIDAD DE LOS CLIENTES		
G4-PR1	Porcentaje de categorías de productos y servicios significativos cuyos impactos en materia de salud y seguridad se han evaluado para promover mejoras	37	
G4-PR2	Número de incidentes derivados del incumplimiento de la normativa o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, desglosados en función del tipo de resultado de dichos incidentes	37	

MATRIZ DE CORRESPONDENCIAS GRI

RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS		PÁGINAS	OBSERVACIONES
CÓDIGO	ETIQUETADO DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS		
G4-PR3	Tipo de información que requieren los procedimientos de la organización relativos a la información y el etiquetado de sus productos y servicios, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos que están sujetas a tales requisitos	38	
G4-PR4	Número de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, desglosados en función del tipo de resultado de dichos incidentes	34	
G4-PR5	Resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes	37	
	COMUNICACIONES DE MERCADOTECNIA		
G4-PR6	Venta de productos prohibidos o en litigio	34	
G4-PR7	Número de casos de incumplimiento de las normativas y los códigos voluntarios relativos a las Comunicaciones de mercadotecnia, entre otras la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes	37	
	PRIVACIDAD DE LOS CLIENTES		
G4-PR8	Número de reclamaciones fundamentadas sobre la violación de la privacidad y la fuga de datos de los clientes	34	
	CUMPLIMIENTO REGULATORIO		
G4-PR9	Valor monetario de las multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios	34	
	INDICADORES SECTORIALES		
FP1	Porcentaje de compras hechas a proveedores que cumplan con la política de aprovisionamiento de la compañía	-	No se registra, ver página 24
FP2	Porcentaje de volumen de compras que se verifican de acuerdo a normas internacionalmente reconocidas de producción responsable, desglosado por norma	15,37	
FP3	Porcentaje de producción fabricada en sitios certificados por una tercera parte de acuerdo con las normas internacionalmente reconocidas de sistemas de gestión de inocuidad de los alimentos	15,37	
FP4	Porcentaje de volumen total de ventas de productos de consumo, por categoría de producto, que son reducidas en grasas saturadas, grasas trans, sodio y azúcares añadidos	-	No se registra, ver página 24
FP5	Porcentaje del volumen total de ventas de productos de consumo, por categorías de productos, que contienen ingredientes nutritivos adicionados como fibra, vitaminas, minerales, fitoquímicos y aditivos de alimentos funcionales	-	No se registra, ver página 24



***¡Queremos ser siempre
tu mejor opción!***



COMPAÑÍA CERVECERA
DE NICARAGUA S.A.